

Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales

Versión 1.0

Sevilla, mayo de 2023



Contenido

- 1 Introducción4
- 2 Resumen ejecutivo6
- 3 Contexto actual de desarrollo del sector10
 - 3.1 Situación de contexto del sector audiovisual en la Unión Europea10
 - 3.2 Situación de contexto del sector Audiovisual en España12
 - 3.3 Situación de contexto del sector audiovisual en Andalucía17
- 4 Diagnóstico del sector en Andalucía22
 - 4.1 Caracterización del tejido empresarial 23
 - 4.2 Competencia y competitividad del sector27
 - 4.3 Internacionalización29
 - 4.4 Inversión e innovación30
 - 4.5 Capital humano32
 - 4.6 Otras cuestiones objeto de análisis33
 - 4.6.1 Atracción de rodajes a Andalucía33
 - 4.6.2 Acceso a Internet y uso de medios de comunicación36
 - 4.7 DAFO39
- 5 Plan estratégico42
 - 5.1 Misión y visión de la Estrategia42
 - 5.1.1 Misión42
 - 5.1.2 Visión42
 - 5.2 Ejes estratégicos y actuaciones42
 - 5.2.1 Eje 1 - Competitividad43
 - 5.2.2 Eje 2 - Cooperación48



Junta de Andalucía

- 5.2.3 Eje 3 - Innovación y Tecnología52
- 5.2.4 Eje 4 - Marca y Mercados56
- 5.2.5 Eje 5 - Talento59
- 5.2.6 Eje 6 - Sostenibilidad y transición ecológica62
- 5.2.7 Eje 7 - Marco de apoyo público65

6 Cronograma70

7 Modelo de gobernanza de la Estrategia72

BORRADOR

1 Introducción

El sector audiovisual y de los contenidos digitales juega un papel fundamental en la preservación y promoción de la cultura de nuestra comunidad, tanto dentro como fuera de ella. Además, su impacto en la economía es significativo, ya que no sólo atrae inversiones y genera empleo y riqueza, sino que también tiene vínculos importantes con otras industrias clave para el crecimiento económico de Andalucía.

La transición del audiovisual al entorno digital ha provocado una transformación en su cadena de valor, al igual que ha sucedido en otras industrias. Se han introducido nuevas formas de trabajar y hacer las cosas, han surgido nuevos actores en el mercado, se han desarrollado nuevas formas de consumir contenidos y se han creado nuevos mercados y profesiones. Todo ello plantea retos y oportunidades.

Es importante fomentar las oportunidades que se presentan, tanto en la producción y distribución de contenidos como en la capacidad de llegar a una audiencia cada vez más amplia. Además de brindar un apoyo sólido para enfrentar los desafíos de los nuevos mercados y modelos de negocio que impulsa la digitalización.

Si consideramos el lado más tradicional del ecosistema audiovisual andaluz, sus fortalezas se reflejan en el reconocimiento nacional e internacional de su cine, en el papel de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) como catalizador esencial del sector, en el prestigio de nuestros festivales de cine, en el renombre que han alcanzado directores y actores andaluces a nivel nacional e internacional, y en el atractivo de Andalucía como destino de rodajes nacionales e internacionales.

Si miramos hacia el lado digital, la provisión de contenidos audiovisuales a través de Internet ha consolidado su posición y su crecimiento no se detiene. La evolución tecnológica ha dado lugar a una serie de innovaciones que amplían las posibilidades de este sector en constante transformación. El streaming sigue transformando de manera profunda la industria, y ya se empieza a vislumbrar el impacto de tecnologías inmersivas como la inteligencia artificial, el metaverso y las experiencias de realidad virtual y aumentada. Tomando en cuenta todas estas ideas, en noviembre de 2022 se aprobó la formulación de la Estrategia Andaluza para el impulso del sector audiovisual y de contenidos digitales con dos objetivos principales: convertir al sector andaluz en un referente nacional e internacional tanto por la calidad de la producción propia como por la atracción de producciones extranjeras, y apoyarlo en



Junta de Andalucía

su adaptación al nuevo contexto digital. Esta estrategia considera tanto los contenidos audiovisuales tradicionales como las nuevas formas de creación y consumo de contenidos, como es el caso de los videojuegos y los entornos digitales inmersivos emergentes.

El documento presentado detalla las prioridades de esta Estrategia, que busca impulsar la industria audiovisual de Andalucía, y se basa en un diagnóstico de la situación presente del sector y en las oportunidades que ofrece el contexto actual.

BORRADOR



2 Resumen ejecutivo

El sector audiovisual y de los contenidos digitales viene experimentando en los últimos años un proceso de transformación sin precedentes. Factores como la digitalización, la aparición de nuevos modelos de negocio y tecnologías y la disponibilidad de redes de banda ancha de alta capacidad, han derivado en cambios de gran envergadura en la forma de producir, distribuir y consumir los contenidos. Todo ello en un contexto globalizado, en el que las fronteras de los mercados locales se van diluyendo progresivamente. Además, los usuarios tienen cada vez más poder de decisión sobre qué contenido desean ver, de qué manera y en qué momento.. Estas transformaciones han motivado nuevas políticas y regulaciones, así como la creación de planes y programas de apoyo, tanto a nivel nacional como internacional, generando un nuevo escenario para este sector, que se encuentra en constante evolución.

A partir del diagnóstico de situación realizado, la Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales, impulsada por la Consejería de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa, a través de la Dirección General de Comunicación Social y de la Agencia Digital de Andalucía, establece la senda a seguir para potenciar la competitividad, promover la digitalización e impulsar la internacionalización del sector audiovisual andaluz.

Esta visión estratégica reconoce la importancia de la colaboración público-privada como una fórmula imprescindible para maximizar las oportunidades de desarrollo, a través de una cooperación intensiva entre las empresas que operan en los diferentes eslabones de la cadena de valor del audiovisual, así como de estas con las administraciones públicas y otros agentes. El componente clave de este modelo es la constitución del Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales, un proyecto impulsado también por la Consejería de Presidencia, anunciado públicamente en el último Festival de Cine de Málaga y ya en marcha con el objetivo de mejorar la posición del sector tanto dentro como fuera de la comunidad andaluza.

La Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales se estructura en 7 ejes, que son los que se recogen a continuación:

Eje 1 – Competitividad



El eje 1 se centra en aumentar la competitividad del sector audiovisual en general, y de sus empresas en particular, a través de su progresiva profesionalización y diversificación de actividades, mercados y fuentes de financiación, aprovechando la colaboración público-privada.

Eje 2 – Cooperación

El eje 2 promueve la creación de espacios que estimulen la cooperación entre todos los agentes e instituciones que integran el ecosistema sectorial para facilitar su mejora competitiva y la vertebración del sector.

Eje 3 – Innovación y Tecnología

El eje 3 busca favorecer la innovación sectorial tanto a nivel tecnológico (digitalización, infraestructuras tecnológicas de apoyo...) como de formatos creativos y comerciales. Además, establece líneas de apoyo específicas para sectores emergentes, destacando especialmente el sector de los videojuegos.

Eje 4 – Marca y Mercados

A través del eje 4, se pretende impulsar la creación y promoción de una marca para el audiovisual andaluz, y promover el acceso de la industria audiovisual andaluza a nuevos mercados nacionales e internacionales para facilitar tanto la comercialización de sus producciones como la atracción de inversiones a la región.

Eje 5 – Talento

El eje 5 se centra en mejorar las competencias de los profesionales del sector audiovisual, especialmente las digitales. Asimismo, busca potenciar el talento local en el sector y favorecer la generación de empleos de calidad, con el propósito de retener y atraer talento tanto a nivel nacional como internacional. Además, hace suyo el objetivo de potenciar la igualdad de género en el sector.

Eje 6 – Sostenibilidad y Transición Ecológica



EL eje 6 apuesta por un modelo de crecimiento del sector audiovisual en Andalucía que atienda a criterios de sostenibilidad y transición ecológica. Para ello busca, fortalecer la cultura de sostenibilidad en el sector audiovisual fomentando la adopción de certificaciones y buenas prácticas medioambientales, además de evaluar la viabilidad de establecer un marco de ayuda específico para las producciones sostenibles en Andalucía.

Eje 7 – Marco de Apoyo Público

El último eje enfoca su atención en el diseño de un marco de apoyo público coordinado que estimule e incentive tanto el desarrollo de la cadena de valor del sector audiovisual andaluz como la atracción de inversiones hacia la región.

Estos 7 ejes y objetivos constituyen, en su conjunto, la misión de la Estrategia que no es otra que impulsar el desarrollo y consolidación del sector audiovisual y de contenidos digitales de Andalucía desde la apuesta por la colaboración público-privada, la digitalización, la competitividad, la internacionalización, el talento y el apoyo público. Para llevar a cabo esta misión, se han planificado un total de 27 acciones, que se relacionan a continuación:





Enunciadas la misión y la visión de la Estrategia, así como el conjunto de ejes y actuaciones a desarrollar, el documento plantea una planificación de alto nivel para el marco temporal de cuatro años en el cual se ejecutará.

Para finalizar, la Estrategia plantea un modelo de gobernanza para su ejecución estructurado en 2 niveles y sustentado en los siguientes órganos:

- Órgano de seguimiento de la Estrategia.
- Órgano de dirección de la Estrategia.

Para cada uno de estos órganos, se definen sus funciones; al mismo tiempo que se identifican que entidades y agentes deberían formar parte de los mismos. Por último, se plantea un modelo de seguimiento y evaluación de la Estrategia.

BORRADOR



3 Contexto actual de desarrollo del sector

3.1 Situación de contexto del sector audiovisual en la Unión Europea

En los últimos años, se han producido cambios significativos en las políticas y normativas de regulación europeas para el sector audiovisual, impulsadas por su transformación y expansión en medios digitales, así como por las consecuencias económicas de la pandemia de la Covid-19. Como resultado, se han creado nuevas directivas, planes y programas de ayuda que están generando un nuevo escenario para un sector en constante evolución.

Nuevas Directivas y Reglamentos europeos:

- ✓ Directiva (UE) 2018/1808 de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- ✓ Ley de servicios digitales (REGLAMENTO (UE) 2022/2065) por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE y aplica sobre los prestadores de servicios definidos por la Directiva (UE) 2015/1535.
- ✓ Ley de mercados digitales (REGLAMENTO (UE) 2022/1925) por el que se modifican las Directivas (UE) 2019/1937 y (UE) 2020/1828.

Nuevos Planes de Acción:

- ✓ Plan de Acción de Medios y Audiovisuales 2021-2022.
- ✓ Plan Europeo para la Democracia 2021-2023

Programas, fondos y ayudas vigentes:

- Creative Europe MEDIA 2021-2027.
- EURIMAGES desde 1989.
- IBERMEDIA desde 1995.

Contexto de desarrollo del sector audiovisual a nivel europeo. Elaboración propia.



La Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y el Consejo de Europa¹ actualiza el marco jurídico del sector de acuerdo con la diversificación del mercado y de los prestadores de servicios. Esta actualización integra, además de los servicios tradicionales de radiodifusión, los nuevos servicios de comunicación audiovisual y contenidos generados o difundidos a través de la red, plataformas y medios digitales. Entre los mandatos para los Estados miembros se encuentran la promoción de la autorregulación y corregulación, la protección de menores, la creación de un registro de prestadores de servicios de comunicación audiovisual y la promoción de obras europeas.

La UE ha aprobado dos leyes para reformar el mercado digital: la Ley de Mercados Digitales², de obligado cumplimiento desde mayo de 2023 y la Ley de Servicios Digitales³, de aplicación a partir de enero de 2024. La primera busca limitar las prácticas anticompetitivas de las grandes plataformas dominantes en Internet; la segunda establece, entre otros objetivos, atender a las solicitudes de eliminación de contenido falso o ilegal y garantizar la protección de los consumidores, incluyendo la protección de la privacidad y los derechos de propiedad intelectual.

Dentro del marco de NextGenerationEU o Plan de Recuperación Europea, se pueden encontrar diversas acciones y planes estratégicos relacionados con el sector audiovisual.

El Plan de Acción de Medios y Audiovisuales⁴, lanzado por la Comisión Europea en 2020, busca combinar la inversión con acciones políticas para favorecer la recuperación del sector y generar una mayor competitividad a nivel, tanto europeo como mundial.

MEDIA es uno de los tres capítulos del programa Europa Creativa 2021-2027⁵ con el que la Comisión Europea apoya a la industria audiovisual europea en el actual contexto digital. MEDIA dispone de un

1 <https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf>

2 https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_es

3 https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_es

4 <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/media-and-audiovisual-action-plan>

5 <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/about-the-creative-europe-programme>



presupuesto de 1.427 millones de euros para el período comprendido entre 2021 y 2027, lo que supone el 58% del presupuesto del programa multianual de siete años Europa Creativa 2021-2027 (2.440 millones de euros)⁶.

Además, EURIMAGES⁷ es un fondo creado en 1989 por el Consejo de Europa para apoyar la producción cinematográfica independiente, como la coproducción de largometrajes de ficción, animación y documentales. Fuera del ámbito estrictamente europeo IBERMEDIA se sitúa como un programa de estímulo creado en 1995 para el desarrollo de proyectos de largometrajes, ficciones, documentales, ampliándose a series o formación, entre otros, dirigidos al mercado iberoamericano.

3.2 Situación de contexto del sector Audiovisual en España

La pandemia por COVID-19 y su gestión, junto con el contexto geopolítico, han llevado a transformaciones importantes en el sector audiovisual de España que afectan a su entorno regulatorio y otros factores clave para su crecimiento.

Nuevas legislaciones:

- ✓ Ley 13/2022, de 7 de Julio, General de Comunicación Audiovisual.
- ✓ Anteproyecto de Ley de Cine y Cultura Audiovisual.

Nuevos Planes de Acción:

- ✓ Plan de Impulso del Sector Audiovisual “España HUB audiovisual de Europa” (Spain AVS Hub). Componente 25 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Programas, fondos y ayudas vigentes:

- ✓ Instituto de la Cinematografía y Artes Audiovisuales (ICAA).

6 <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoculturaydeporte/areas/cultura/cine-audiovisual/europa-creativa-media.html>

7 <https://www.coe.int/en/web/eurimages>



- ✓ Ayudas y subvenciones generales de Cine y Audiovisuales (Ministerio de Cultura y Deporte)
- ✓ Programas de ayudas y subvenciones en el marco del Plan de Impulso al Sector Audiovisual “España Hub Audiovisual de Europa”.
- ✓ Deducciones fiscales

Contexto de desarrollo del sector audiovisual a nivel nacional. Elaboración propia

En marzo de 2021, el Gobierno de España presentó públicamente el plan de impulso al sector audiovisual, “España HUB Audiovisual de Europa”⁸, uno de los ejes de la Agenda España Digital 2025. Este plan contempla como meta incrementar un 30% 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:

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.

Para todo ello, el Plan tiene previsto movilizar recursos públicos que ascienden a 1.603 millones de euros durante el periodo 2021–2025, provenientes de los Presupuestos Generales del Estado y de fondos de la UE (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).

Tanto la Ley General de la Comunicación Audiovisual⁹, como el Proyecto de Ley del Cine y de la Cultura Audiovisual están enmarcadas como medidas concretas del cuarto eje del plan España Hub Audiovisual de Europa y están destinadas a armonizar la legislación española con las normativas europeas.

8 <https://spainaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/home>

9 <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/07/07/13/con>



La Ley 13/2022, de 7 de Julio, General de la Comunicación Audiovisual materializa la transposición de la Directiva (UE) 2018/1808 de Servicios de Comunicación Audiovisual, cuya demora ha permitido incorporar factores que permiten abordar una dirección conjunta hacia los objetivos previstos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PERTE).

Esta Ley busca actualizar la regulación audiovisual en respuesta a la irrupción de nuevos agentes, la diversificación de formatos audiovisuales y la fragmentación de la audiencia, estableciendo reglas equitativas para los diferentes actores que compiten en el sector por una misma audiencia, con obligaciones que no dependen de la tecnología o medio que utilicen. Dispone la obligación de destinar una cuota de pantalla a obras europeas y establece como novedad que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal o a petición, cuyos ingresos sean iguales o superiores a cincuenta millones de euros, destinen anualmente el 5% de dichos ingresos a la financiación de obra audiovisual europea y que un 30% de su catálogo sea contenido europeo. Asimismo, se arbitran mecanismos para garantizar los derechos de los usuarios, como la protección de los menores y del público en general respecto de determinados contenidos, o el derecho a conocer quién es el responsable del contenido audiovisual. Entre ellos, también se integra de forma transversal el principio de igualdad de género según lo dispuesto por la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

El proyecto de Ley del Cine y de la Cultura Audiovisual, aprobado por el Gobierno en febrero de 2022, es la otra normativa nacional destinada a armonizar la legislación española con la europea. Esta ley, que a fecha de abril de 2023 sigue pendiente de su tramitación parlamentaria, sustenta el alcance de sus objetivos en cinco principios fundamentales que incluyen el apoyo a toda la cadena de valor del tejido creativo e industrial que opera en el ámbito de la cinematografía y del audiovisual, con especial atención a los sectores independientes; el respaldo a los derechos de propiedad intelectual de los autores; la adaptación a nuevas tecnologías, formato y hábitos de consumo; la defensa de la competencia y el acceso a datos que favorezcan un mejor conocimiento de la realidad del sector y la puesta en valor del patrimonio audiovisual mediante programas educativos y el desarrollo de audiencias.

Dentro del plan España HUB Audiovisual de Europa, se han introducido mejoras en los instrumentos de financiación y beneficios fiscales en su eje número 2, con las siguientes actuaciones:



- ✓ Medida 5. Plan de financiación del Instituto de Crédito Oficial.
- ✓ Medida 6. Plan de financiación Empresa Nacional de Innovación, S.A. (ENISA)
- ✓ Medida 8. Concesión de avales. Sociedad de Garantía Recíproca CREA-SGR para apoyo a la financiación intermediada por entidades.
- ✓ Medida 9. Financiación y cobertura de riesgos en proyectos internacionales, a través del CESCE.

El Instituto de la Cinematografía y Artes Audiovisuales (ICAA) ofrece variadas líneas de apoyo que van desde las ayudas a la financiación para producción, distribución, festivales, exhibiciones o la promoción de incubadoras de proyectos audiovisuales.

Por otro lado, el Ministerio de Cultura y Deporte también brinda ayudas y subvenciones para el cine y los audiovisuales en general. Estas ayudas incluyen la distribución de películas españolas, comunitarias e iberoamericanas, la participación en festivales, la organización de festivales y certámenes en España, así como ayudas generales y selectivas para la producción audiovisual.

En relación al régimen fiscal del sector audiovisual, el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) se destaca como el más significativo y con mayor repercusión en dicho sector en términos de imposición indirecta. Los proveedores de servicios se encuentran sujetos a una tasa impositiva del 10%, mientras que otros productos como la venta de música en formato físico, las plataformas de cine, las series en línea y los libros electrónicos aún están gravados con un 21% de impuesto.

En cuanto a la imposición directa el mayor impacto se encuentra en el Impuesto de Sociedades¹⁰, o para el caso de personas físicas, el IRPF. En general, las industrias del sector audiovisual están sujetas a un tipo impositivo del 25% sobre la base imponible. Sin embargo, existe una tributación mínima del 15% para sociedades cuya cifra de negocio supere los 20 millones de euros, mientras que para entidades de nueva creación que superen este umbral, la tributación se establece en un 10%.

Las deducciones fiscales por I+D+i están reguladas por los artículos 35 y 39 de la Ley 27/2014. El porcentaje general de la deducción para estas actividades es del 25% de los gastos realizados dentro del período impositivo. Aun así, si la inversión supera la media de la realizada en los dos años anteriores,

¹⁰ Regulado en la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades



hasta llegar a dicha media se aplicaría el 25% y un 42% al importe excedente. La ley también establece una deducción adicional del 8% para las inversiones en elementos materiales o activos no monetarios, excluyendo edificios y terrenos. Por último, para las actividades de innovación tecnológica, la deducción es del 12%.

En el artículo 36 se contempla la deducción por inversiones en producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales. Esta deducción se aplica de la siguiente manera:

- ✓ Un 30% respecto al primer millón de base de la deducción, y un 25% sobre excesos. La deducción no podrá ser superior a 10 millones de euros y, en conjunto con otras ayudas percibidas, no podrá superar el 50% del coste de producción.
 - El límite del 50% podrá ser elevado al 85% en caso de cortometrajes y el 80% para producciones dirigidas por una persona novel, producciones rodadas íntegramente en alguna lengua cooficial del Estado o producciones dirigidas exclusivamente por personas con discapacidad igual o superior al 33%.
 - Se podrá elevar al 75% si las producciones son realizadas exclusivamente por directoras, se trata de producciones de especial valor cultural o artístico, si se trata de documentales u obras de animación cuyo presupuesto no supera los 2,5 millones de euros.
 - El 60% si se trata de producciones transfronterizas financiadas y con productores de más de un Estado miembro de la U.E. Se incluyen coproducciones internacionales con países iberoamericanos.

Merece especial mención el tratamiento diferencial de dichas deducciones para los siguientes territorios:

- ✓ País Vasco:



Nuevos Planes de Acción:

- ✓ Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales.

Programas, fondos y ayudas vigentes:

- ✓ Subvenciones a la producción audiovisual de largometrajes, documentales y cortos (AAIC).

Contexto de desarrollo del sector audiovisual a nivel regional. Elaboración propia

El Estatuto de Autonomía para Andalucía establece en el apartado 1 de su artículo 68 que la Comunidad Autónoma tiene la competencia exclusiva en materia de cultura, que comprende las actividades artísticas y culturales que se lleven a cabo en Andalucía, así como el fomento de la cultura, en relación con el cual se incluye el fomento y la difusión de la industria cinematográfica y de producción audiovisual, entre otras materias.

Como desarrollo del citado texto estatutario se aprobó la Ley 6/2018, de 9 de julio, del Cine de Andalucía¹⁴. En el artículo 36 de la ley se establece que la Consejería competente en materia de cultura articulará los recursos económicos y medios técnicos y materiales disponibles para desarrollar las medidas de fomento de la industria cinematográfica y la producción audiovisual previstas en dicha ley. Además, el artículo 38 de esta normativa establece la posibilidad de conceder ayudas destinadas a la creación, el desarrollo y la producción de obras audiovisuales. En el caso de las obras cinematográficas, el apartado 3 del citado artículo dispone que las correspondientes bases reguladoras podrán prever subvenciones solo para las obras de nuevos realizadores, las de animación y los documentales.

En este ámbito específico de las ayudas y subvenciones en Andalucía, encontramos fundamentales:

- Las subvenciones a la producción audiovisual de largometrajes, documentales y cortos, de la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales (AAIC), adscrita a la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte.

14 https://juntadeandalucia.es/boja/2018/135/BOJA18-135-00032-12123-01_00139450.pdf

La dotación presupuestaria total de la convocatoria 2023 asciende a 2.215.000 euros con la siguiente distribución por líneas y anualidades¹⁵:

- Línea 1: Producción de Proyectos de largometrajes de ficción o animación y películas para la televisión dirigidos por nuevos realizadores o realizadoras que se inician en el campo de la realización que promuevan el talento creativo.
 - 700.000 euros (140.000 euros para el año 2024, 210.000 euros para el año 2025 y 350.000 euros para el año 2026).
- Línea 2: Producción de Proyectos de largometrajes de ficción o animación y películas para la televisión.
 - 1.100.000 euros (220.000 euros para el año 2024, 330.000 euros para el año 2025 y 550.000 euros para el año 2026).
- Línea 3: Producción de Proyectos de documentales.
 - 415.000 euros (83.000 euros para el año 2024, 124.500 euros para el año 2025 y 207.500 euros para el año 2026).
- Asimismo, en los últimos años la televisión y la radio pública de Andalucía ha apoyado a un centenar de productos audiovisuales, entre largometrajes, documentales o series. En este sentido, Canal Sur invertirá 2.800.000 euros para participar en treinta proyectos presentados en la primera convocatoria pública de obra audiovisual europea este 2023.¹⁶

Además de este apoyo financiero, Canal Sur Radio y Televisión tiene suscritos convenios de colaboración con una veintena de festivales dedicados a la producción andaluza, entre los que se encuentran los más importantes de nuestra comunidad, como el Iberoamericano de Huelva, el Europeo de Sevilla o el de Cine en Español en Málaga y otorga cada año una serie de premios a las empresas y profesionales del sector, entre los que destaca el Premio Canal Sur Radio y

¹⁵ https://www.juntadeandalucia.es/eboja/2023/89/BOJA23-089-00047-8414-01_00283448.pdf

¹⁶ <https://www.canalsur.es/rtva/canal-sur-participa-en-la-financiacion-de-30-nuevos-proyectos-audiovisuales/1944402.html>



Televisión a la Creación Audiovisual Andaluza, que reconoce a realizadores, directores, guionistas o productores andaluces, así como a la mejor obra audiovisual en cualquiera de sus modalidades, especialmente cortometrajes y documentales, presentada en certámenes audiovisuales andaluces.¹⁷.

Es importante destacar que Canal Sur está afrontando un cambio de modelo fruto de la transformación digital del sector y la evolución de la audiencia. En este sentido, ha lanzado su propia OTT, Canal Sur Más, fundamental para seguir creciendo en digitalización y reforzar su papel como embajador de Andalucía en el mundo.

El artículo 131 del Estatuto de Autonomía para Andalucía configura el Consejo Audiovisual de Andalucía como la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía. Además, tiene la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad. Dado que no existe un Consejo Audiovisual de España específico, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, creada en 2013, representa la introducción de un organismo de ámbito estatal con preocupaciones comunes en el ámbito audiovisual¹⁸.

La Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía¹⁹ también otorga un papel fundamental al Consejo Audiovisual de Andalucía en el fortalecimiento de las buenas prácticas en el sector. Esta Ley preside el contexto regulatorio del audiovisual en Andalucía que desarrolla las competencias encomendadas a la Comunidad Autónoma. No obstante, es importante destacar que esta normativa se encuentra pendiente de la correspondiente transposición o actualización conforme a la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual estatal.

17 https://www.canalsur.es/Canal-Sur-con-el-Cine-4573.html#Contenedor_CanalSurconelCine_Apoyo

18 https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/wp-content/uploads/2020/12/plan_estrategico_2021_2023_caaf.pdf

19 https://juntadeandalucia.es/boja/2018/200/BOJA18-200-00052-16707-01_00143978.pdf



La norma autonómica establece las competencias de la región en relación con la prestación de servicios de comunicación audiovisual y regula diversas obligaciones para los prestadores de servicios audiovisuales, incluyendo las entidades locales, los prestadores privados y los prestadores públicos locales, así como medidas en materia de financiación, programación, publicidad y normas técnicas.

La mencionada ley también contempla la formulación de un Plan Estratégico Audiovisual de Andalucía 2021-2023, pero es importante destacar que diversas circunstancias han retrasado la implementación de esta iniciativa en el primer plazo que la ley otorgaba. Ahora, la Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales impulsada por la Consejería de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa, a través de la Dirección General de Comunicación Social y de la Agencia Digital de Andalucía, da respuesta a este mandato de la ley.

BORRADOR

4 Diagnóstico del sector en Andalucía

Como sucede en cualquier otro instrumento de esta naturaleza, la primera fase del proceso de formulación de la Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales ha consistido en la realización de un diagnóstico del sector audiovisual andaluz. El objetivo de este diagnóstico ha sido acercarnos a la realidad del tejido empresarial como punto de partida para la elaboración de una estrategia que permita afrontar los retos y aprovechar las oportunidades que ofrece el contexto actual, a través de un conjunto de líneas estratégicas y sus actuaciones correspondientes.

En el desarrollo de este diagnóstico de situación se han empleado diversas fuentes de información, tanto primarias como secundarias. En relación a las fuentes primarias, indicar que durante los meses de octubre a diciembre de 2022 se implementaron un conjunto de técnicas para la recopilación de información, las cuales se describen brevemente a continuación.

Por un lado, la recolección de datos cuantitativos se llevó a cabo mediante una encuesta online, para lo cual se diseñó un cuestionario que constaba de preguntas relacionadas con el sector audiovisual, así como un conjunto de preguntas de control. Para crear el panel de empresas y profesionales a los que se les remitió la encuesta, se elaboró un listado con los correos electrónicos de empresas y profesionales registrados en plataformas como la Andalucía Film Commission, Procinema, Málaga Film Commission, Asociaciones del sector, DeVuego, etc. Obteniéndose finalmente un total de 101 respuestas a esta encuesta.

La recogida de datos cualitativa se llevó a cabo mediante dos técnicas distintas: entrevista con agentes clave y focus groups con entidades del sector. Estas técnicas se implementaron de manera telemática (mediante contacto telefónico o mediante videollamada, individual o grupal), obteniéndose 41 participaciones en esta etapa del trabajo de campo, donde 15 de ellas fueron entrevistas personales y los 26 restantes quedaron distribuidas en los siguientes focus groups:

Focus Group llevados a cabo	Nº de participantes
GRUPO 1: Entidades relacionadas con el cine	6
GRUPO 2: Entidades relacionadas con la producción audiovisual	3
GRUPO 3: Profesionales del sector: Diseño gráfico, efectos especiales, animación y fotografía	4
GRUPO 4: Entidades relacionadas con el mundo del videojuego y las apps	8
GRUPO 5: Entidades relacionadas con la radio y televisión	5
Total	26

Distribución de participantes en focus group. Elaboración propia

En relación a las secundarias, se ha tenido en cuenta información principalmente extraída del Instituto Nacional de Estadística, así como de otras fuentes.²⁰

4.1 Caracterización del tejido empresarial

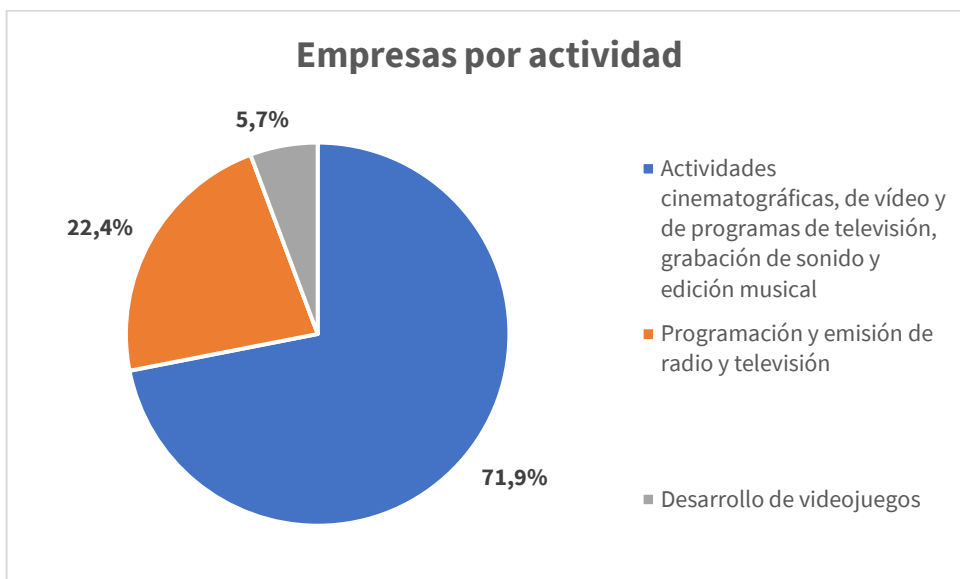
En base al análisis realizado, el sector andaluz del audiovisual y de los contenidos digitales en 2021 estaba conformado por 1.122 empresas, con la distribución por actividad que se muestra en la figura adjunta.



Empresas por segmento de actividad. Elaboración propia a partir de directorio central de empresas (INE) y libro blanco del videojuego 2021 (DEV)

En base a lo anterior, destacan las empresas dedicadas a las actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical, que representan cerca del 72% del total.

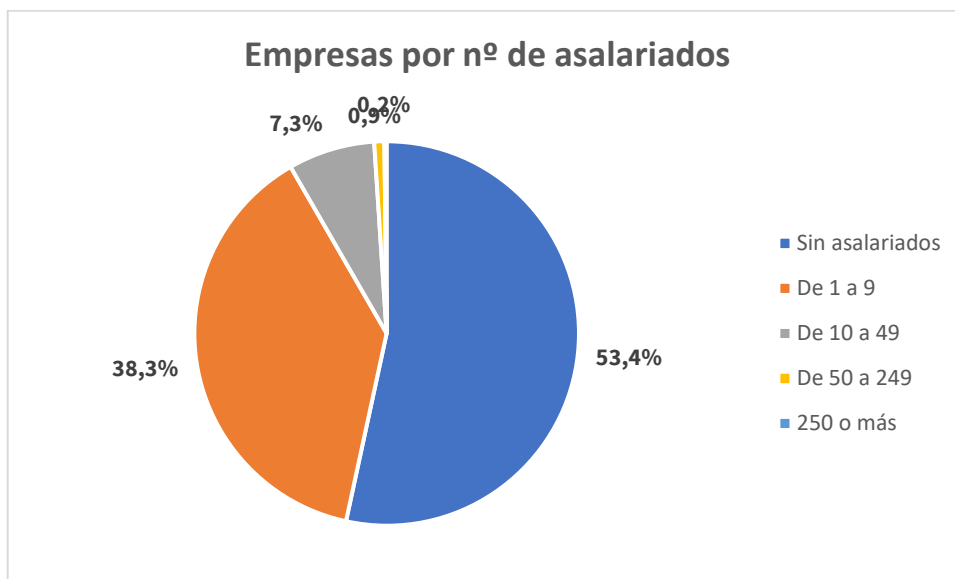
²⁰ Entre la mismas se encuentran la memoria de actividades de la Andalucía Film Commission correspondiente a 2021, el Barómetro Audiovisual de Andalucía de 2022, el Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos de 2021, o la Base de Datos del Videojuego Español.



Distribución de empresas por segmento de actividad. Elaboración propia a partir de directorio central de empresas (INE) y libro blanco del videojuego 2021 (DEV)

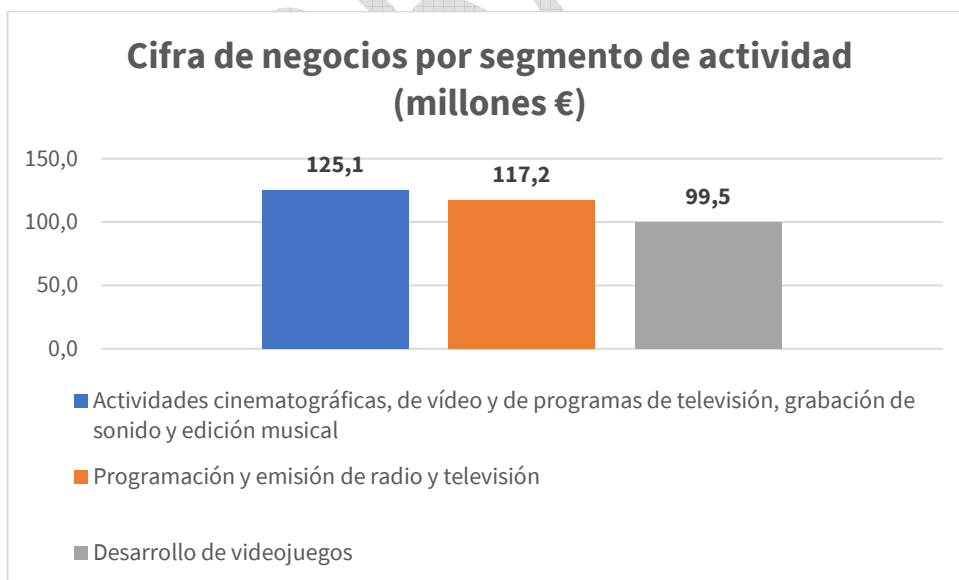
En el contexto nacional, Andalucía se posiciona como la tercera región por número de empresas, tras Madrid y Cataluña.

Considerando el tamaño de las empresas, y si nos ceñimos a los datos del audiovisual tradicional correspondientes a 2021, la primera posición la ocupan aquellas que no cuentan con empleados (53,4%) seguido de las empresas de 1 a 9 empleados (38,3%) lo que pone de manifiesto la gran atomización existente en el sector.



Distribución de empresas por número de empleados. Elaboración propia a partir de directorio central de empresas (INE)

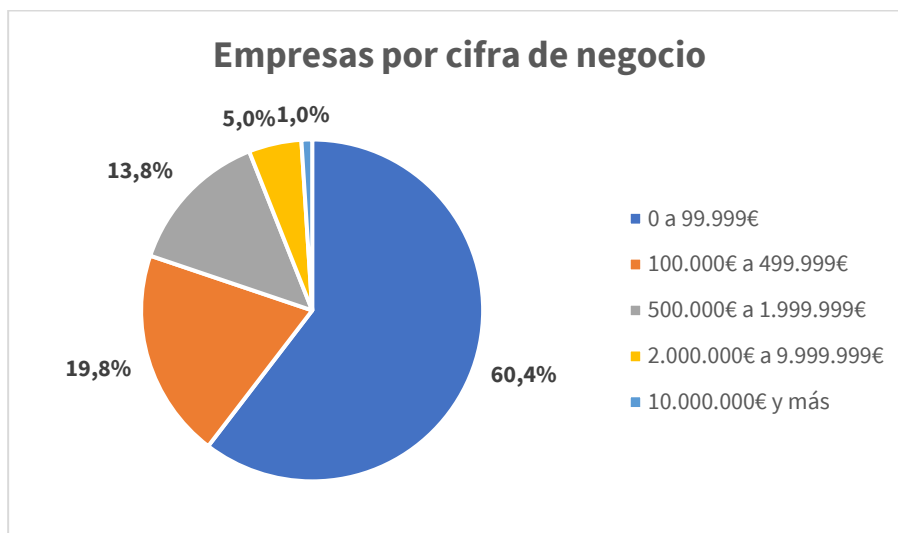
En base a la información disponible, la cifra de negocio del sector audiovisual y de contenidos digitales correspondiente al ejercicio 2020 estaría por encima de 341 millones de euros, con la siguiente distribución por segmento de actividad.



Cifra de negocios por segmento de actividad. Elaboración propia a partir de encuestas global del sector servicios (INE) y libro blanco del videojuego 2021 (DEV)

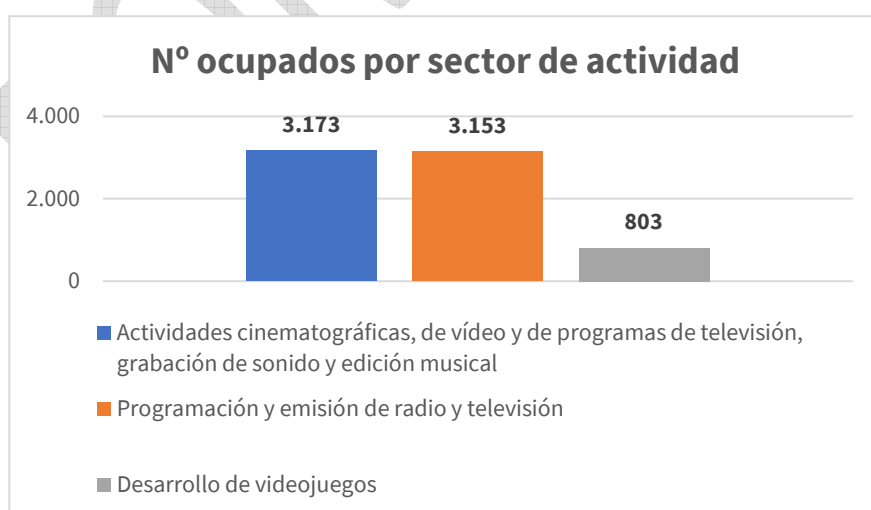


Si tenemos en cuenta la facturación de las empresas, se observa como el porcentaje más representativo es el de aquellas que se encuentran por debajo de 100.000€ anuales (60,4%), siendo el segundo el de aquellas cuya facturación se encuentra entre 100.000€ y 499.999€ (19,8%).



Distribución de empresas por cifra de negocio. Elaboración propia a partir de encuesta.

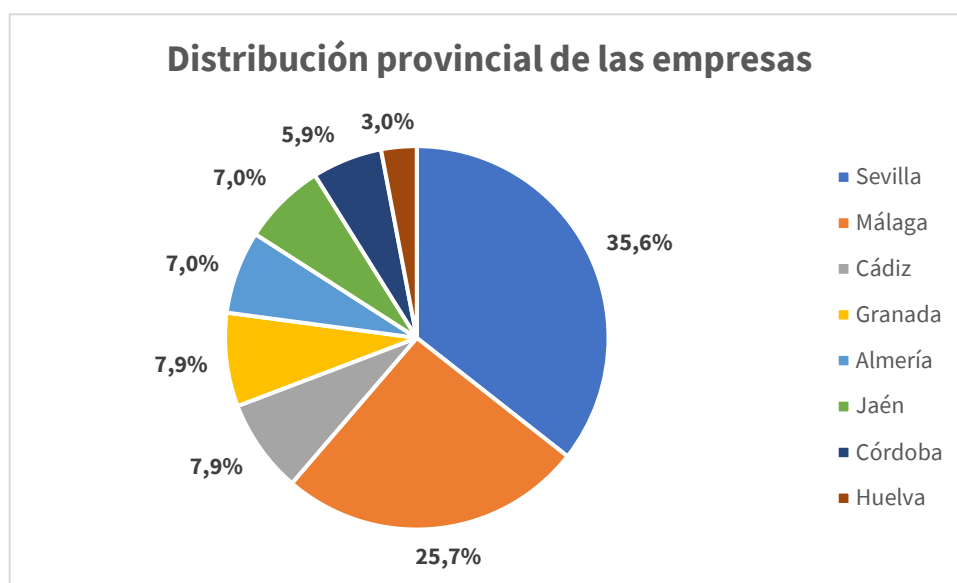
En base a la información disponible, el conjunto de empresas que conforma el sector andaluz audiovisual ocupó en 2020 a 7.129 profesionales, de acuerdo a la siguiente distribución por sector de actividad.



Número de ocupados por segmento de actividad. Elaboración propia a partir de encuestas global del sector servicios (INE) y libro blanco del videojuego 2021 (DEV)

Tal y como ocurre en lo relativo al número de empresas, Andalucía se posiciona como la tercera región por cifra de negocio y volumen de empleo de nuevo tras Madrid y Cataluña.

Respecto a la localización de las empresas en la región, se puede observar cómo Sevilla es la provincia que cuenta con más empresas (35,6%), seguida de Málaga (25,7%). Ambas provincias distan mucho del resto de provincias andaluzas, encontrándose en el polo opuesto Córdoba (5,9%) y Huelva (3%).



Distribución de empresas por provincia. Elaboración propia a partir de encuesta.

De acuerdo a los resultados obtenidos, un 76,2% de los directores generales o responsables de las empresas del sector audiovisual en Andalucía son hombres. En contraposición, un 23,8% son mujeres, lo que muestra claramente la brecha de género en este sector.

4.2 Competencia y competitividad del sector

El sector audiovisual andaluz está compuesto mayoritariamente por micropymes y autónomos, lo que dificultan su plena transformación en una industria consolidada, tanto en lo que tiene que ver con las actividades tradicionales del sector como con las emergentes. Dada esta situación, cobra especial importancia las iniciativas asociativas en el sector, algo que se pone de manifiesto en los resultados obtenidos a través de la encuesta online, en base a la cual, un 61,4% de las personas participantes

manifiestan pertenecer a alguna asociación de carácter empresarial o profesional frente al 38,6% que no lo hacen.

En esta misma línea de reflexión, 9 de cada 10 profesionales participantes en el trabajo de campo considera necesaria la creación de alguna entidad que fomente la cohesión empresarial del sector audiovisual andaluz para favorecer su correcto desarrollo. Así, se pone de manifiesto la necesidad de constituir una entidad público-privada que represente los diferentes segmentos de actividad, que impulse la transformación del sector en un industria potente y consolidada y sea capaz de constituir una marca del audiovisual andaluz fuerte en el ámbito nacional e internacional. Para dar respuesta a esta petición, y fruto de los trabajos llevados a cabo, el pasado mes de marzo se anunció la creación del Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales de Andalucía.²¹

El sector audiovisual muestra diversidad en su competitividad, con diferentes niveles de desarrollo en cada segmento de actividad, aunque en todos los casos se reconoce la necesidad de aplicar herramientas como incentivos fiscales, ayudas y mejoras en las condiciones de acceso a la financiación, para fortalecer la sostenibilidad de los proyectos y mejorar la competitividad.

Los segmentos más digitalizados, como los videojuegos, destacan por una elevada competitividad profesional impulsada por herramientas que parten de tres motores: administraciones públicas, entidades generadoras de conocimiento y empresas. Con ello, se está logrando implementar un adecuado ecosistema basado en la generación de relaciones eficientes, como ocurre con el Polo nacional de Contenidos Digitales de Málaga. El videojuego tiene una estrecha relación con otras áreas del sector audiovisual, y Andalucía destaca en este campo, posicionándose como la tercera región más relevante, solo por detrás de Cataluña y Madrid, según el Libro blanco del desarrollo español de videojuegos correspondiente a 2021.

En cuanto a las plataformas de contenidos digitales autonómicas, Canal Sur Más es considerado un modelo a seguir para lograr un sector competitivo. Por el alcance de sus contenidos y la integración de

21

[https://juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/economiaempleo/180568/Consejeriadelapresidencia/Antoni oSanz/clusteraudiovisual/contenidosdigitales/capitaleuropea](https://juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/economiaempleo/180568/Consejeriadelapresidencia/Antoni%20Sanz/clusteraudiovisual/contenidosdigitales/capitaleuropea)



estos en distintos soportes, se considera a la plataforma como un embrión de lo que será la televisión de futuro.

Sin embargo, las productoras de cine y televisión enfrentan al desafío de la dependencia de los medios públicos. Para mejorar su competitividad, se propone principalmente diversificar las fuentes de financiación y crear centros de producción potentes que aporten su valor añadido a los platós naturales con los que cuenta la comunidad.

A pesar de las deficiencias identificadas, para los actores consultados es un hecho incontestable que la producción del cine andaluz es notable y que festivales como los de Málaga y Sevilla tienen presencia en la esfera europea. Además, persiste la opinión de que para aprovechar este potencial se debe integrar el rodaje como un sector propio en la industria audiovisual, con impacto en el empleo y la generación de economía.

4.3 Internacionalización

Si tenemos en cuenta la respuesta obtenida a través de la encuesta online, más del 50% de las empresas participantes en la misma manifiesta no tener actividad internacional. Entre aquellas que no tienen proyección internacional, el 54,5% manifiesta interés en abordar a futuro un proceso de expansión de su actividad más allá del ámbito nacional.

No obstante, y más allá de lo anterior, el grado de internacionalización de los productos audiovisuales depende, en gran medida, del segmento o sector al que nos refiramos.

De esta forma, si consideramos el sector del videojuego andaluz, su naturaleza digital le permite utilizar recursos técnicos y de distribución con un potente alcance internacional.

Por el contrario, los sectores más tradicionales –como los televisivos y cinematográficos– aún se encuentran inmersos en un proceso de puesta en valor del talento y de los recursos disponibles en la región antes de abordar la internacionalización de su actividad de forma decidida. Así, como resultado del trabajo de campo, se deduce que sólo cuando se produzca este cambio de autopercepción y se profesionalice el sector (adquiriendo las competencias comunicativas necesarias), se erradicará el localismo y se proyectará una imagen fuerte del mismo.



En línea con lo anterior, las productoras han de cambiar su modelo de negocio y salir de su zona de confort; pues la relación de dependencia que mantienen con Canal Sur y el producto de proximidad dejó de ser sostenible hace algunos años. Para ello, se les debe dotar tanto de recursos que les permitan desarrollar un plan de internacionalización, así como brindarles formación para que conciban que el producto no finaliza hasta que se realiza su distribución y puedan orientar el producto al mercado, de modo que sean viables.

Entre las acciones más destacadas para apoyar la proyección internacional del sector, según los profesionales entrevistados, se encuentran los festivales y eventos profesionales que se celebran en Andalucía. Sin embargo, en el caso de actividades como la atracción de rodajes, no se está aprovechando todo su potencial para promover a la región como como destino deseable donde realizar la posproducción.

Las ayudas destinadas a la internacionalización por parte de la administración autonómica se perciben como escasas o puntuales, como sucede con EXTENDA.

En cuanto a los tres principales factores que deben desarrollarse, según las empresas participantes en la encuesta, para atraer la producción a Andalucía, el primero de los aspectos a abordar sería la mejora de las deducciones fiscales (40,6%), estando el segundo de los mismos relacionados con las subvenciones directas (19,8%). Por último, estas medidas deberían estar acompañadas de la promoción de la comunidad como destino para las producciones a través de un plan específico.

4.4 Inversión e innovación

Según perciben los entrevistados, la innovación es una de las cuestiones pendientes en el sector, desde la creación de infraestructuras diversificadas para generar competencia hasta la digitalización real. Esto último también se confirma con los resultados obtenidos a través de la encuesta, en base a la cual, los principales obstáculos al proceso de transformación digital son:

- El coste de la infraestructura y servicios para la digitalización.
- La falta de profesionales con conocimientos digitales.
- El desconocimiento de las ventajas que ofrece la digitalización.



No se considera que la inversión en proyectos colosales sea la solución, sino más bien el desarrollo de infraestructuras que fomenten la competencia y el crecimiento integral de los distintos segmentos en el conjunto del territorio.

Dejando al margen las inversiones para generar competitividad interna, se precisa que se sigan desarrollando infraestructuras físicas y digitales que aporten un valor añadido a la industria audiovisual, como instalaciones en la nube para agilizar la visualización de contenido, platós para rodajes interiores, platós virtuales, incorporación de FX, posproducción... Según se apunta, la carencia de platós para rodajes interiores o capaces de ser adaptados a las necesidades de las productoras es relacionado directamente con la pérdida de oportunidades. Con independencia de la inversión en nuevos equipos e infraestructuras, también consideran necesario que se destinen recursos económicos al mantenimiento de los equipos, maquinarias y edificios.

En el caso concreto de las actividades cinematográficas, una de las transformaciones más relevantes para impulsar la innovación e inversión en el sector es la de cambiar la noción que se tiene de las producciones: la dependencia del cine español con las subvenciones ha generado un cine que produce obras en cortos períodos de tiempo; por el contrario, en Estados Unidos la planificación de una película conlleva un estudio de, cuanto menos, 5 a 10 años vista. Esto indica que desde el sector ha de tenerse una mayor visión estratégica, más aún si se pretenden explotar infraestructuras tan significativas como las señaladas.

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la encuesta, tan sólo una minoría de empresas (14,3%) utiliza fondos públicos de cara al desarrollo de actividades innovadoras. Las principales razones que llevan a las empresas a no hacer uso de las ayudas existentes son la complejidad de los trámites burocráticos para poder acceder a las mismas, así como las demoras en su concesión.

Una de las opiniones compartida por todos los agentes entrevistados alude a los incentivos fiscales, más aún si se tiene en consideración las iniciativas de esta índole que están emprendiendo otras administraciones para el sector. En adición, los incentivos de apoyo al sector audiovisual son valorados como muy poco ágiles, además de escasos; por lo que otras regiones podrían atraer a empresas radicadas actualmente en Andalucía.

4.5 Capital humano

El talento de los profesionales andaluces es percibido como incuestionable, a pesar de que la formación o el mercado laboral presenta sus puntos positivos y negativos. Si bien la estructura formativa parece correcta (universidades y FP), los contenidos parecen no ajustarse a las demandas del sector, dando como resultado una escasez de profesionales capacitados en el ámbito digital, incluyendo perfiles como ingenieros, técnicos en VFX, AR, VR, FX, HD, 4K, posproductores, editores, animadores o diseñadores.

El desajuste existente entre las necesidades del mercado laboral y los perfiles de los egresados da lugar a una situación que, en etapas anteriores, no se producía con tanta asiduidad. Por un lado, se identifican perfiles altamente cualificados que acceden al mercado como becarios sin ningún tipo de experiencia ni conocimiento; por otro, existe personal sin un gran bagaje formativo, pero con una gran experiencia en el sector gracias al uso continuado de las nuevas tecnologías (editores de contenidos, montadores, diseñadores, programadores...).

No obstante, la información recopilada pone de manifiesto que no toda la responsabilidad sobre la gestión del talento andaluz recae sobre el sistema formativo, puesto que el tejido empresarial tampoco está preparado para absorber la mano de obra cualificada. Este fenómeno obliga a los jóvenes a migrar a otras regiones donde el sector audiovisual sí constituye una industria *per se*.

En términos más específicos, el mercado laboral del cine y los rodajes alcanza el pleno empleo en ciertas épocas del año, siendo complicado encontrar profesionales disponibles para el refuerzo de las plantillas.

Como resumen de lo indicado, la problemática de retener y atraer talento se debe a una falta de correspondencia entre la formación ofrecida y las necesidades del sector, la ausencia de una industria consolidada capaz de absorber una demanda altamente cualificada y la fragmentación empresarial. Con todo, se considera necesario el desarrollo de estudios específicos para comprender mejor la situación laboral en el sector, ya que los datos proporcionados por las estadísticas disponibles no reflejan la dimensión real del desafío.

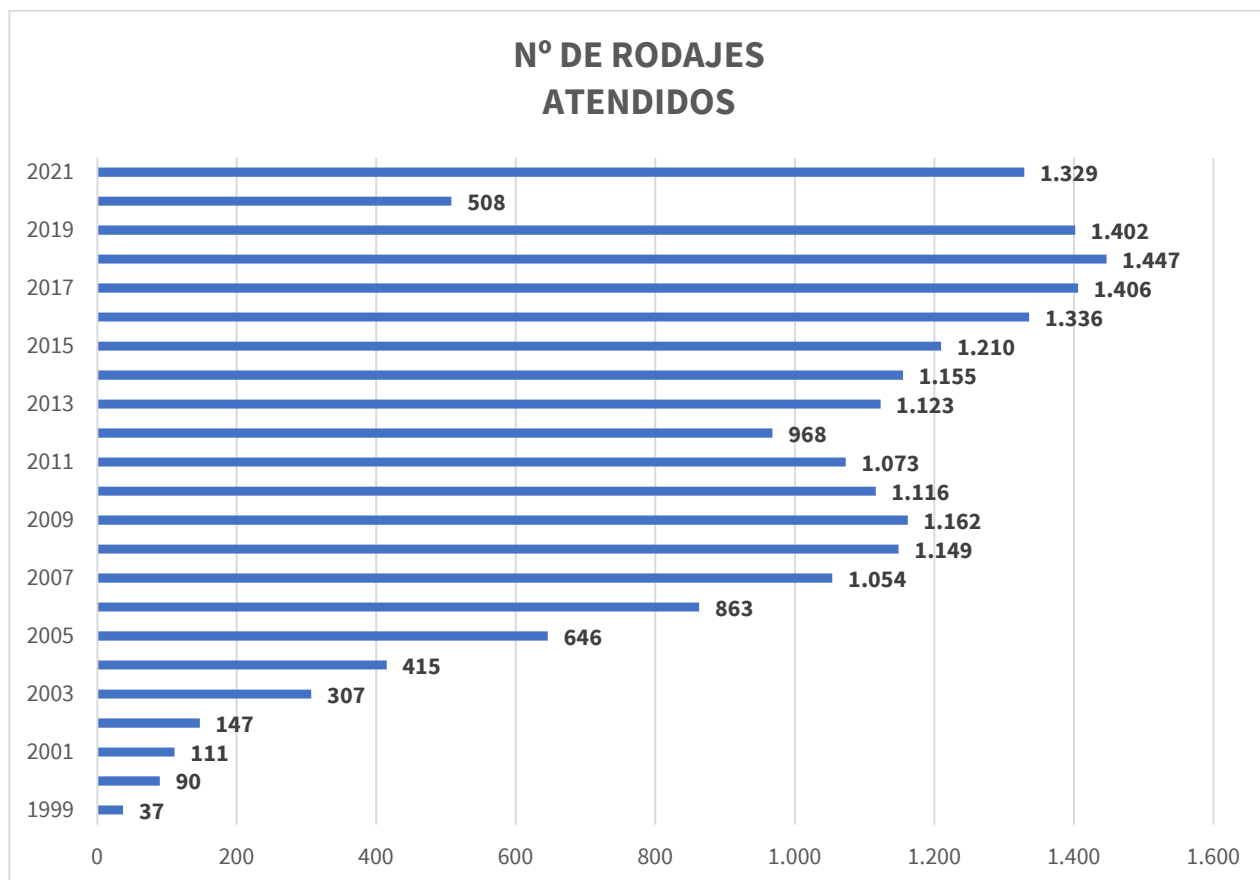
4.6 Otras cuestiones objeto de análisis

4.6.1 Atracción de rodajes a Andalucía

La competencia entre territorios por atraer y retener rodajes es un claro indicativo de la importancia estratégica que tiene el sector audiovisual para la economía de una región. Andalucía es un destino altamente atractivo para la producción cinematográfica y televisiva, gracias a su rica diversidad cultural, su infraestructura de producción y postproducción de alta calidad, su clima privilegiado y su amplia oferta de profesionales altamente cualificados.

Así, de acuerdo a la memoria de actividades de la Andalucía Film Commission correspondiente a 2021²², los rodajes atendidos en 2021 en nuestra comunidad han ascendido a 1.329, lo que supone un nivel equiparable al periodo anterior a la pandemia, constituyendo además un elemento estable dentro de la actividad audiovisual que se lleva a cabo en la región pese a la competencia de otras comunidades autónomas españolas y otros países.

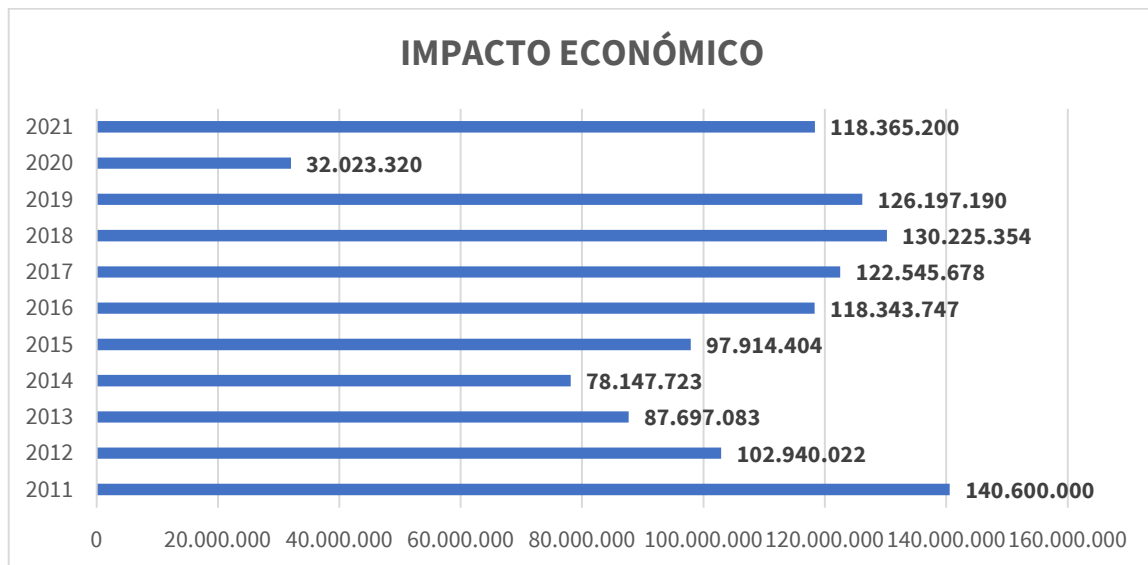
²² <https://andaluciafilm.com/memorias-de-actividad/>



Nº rodajes atendidos en Andalucía. Memoria actividades Andalucía Film Commission 2021

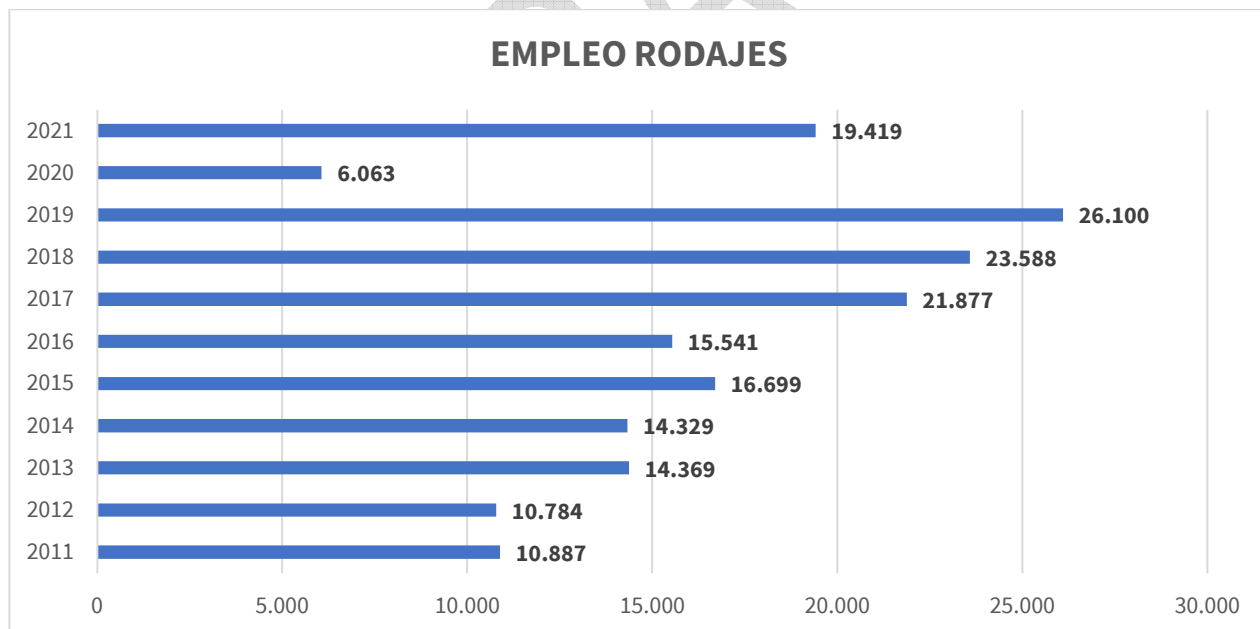
El impacto económico, tanto directo como indirecto, que han supuesto los rodajes en Andalucía en 2021 asciende a más de 118 millones de euros²³, y a más de 1.150 millones de euros desde el año 2011.

²³ Esta valoración incluye todos los gastos que generan las producciones en el territorio: contratación, alquileres, alojamientos, manutención...



Impacto económico rodajes atendidos en Andalucía. Memoria actividades Andalucía Film Commission 2021

De manera análoga, Andalucía Film Commission establece que el nº de empleos directos e indirectos generados por los rodajes en 2021 ascendió a 19.419 y a 179.656 desde el año 2011.



Empleo generado rodajes atendidos en Andalucía. Memoria actividades Andalucía Film Commission 2021



Este conjunto de datos refleja no sólo la pujanza del sector audiovisual andaluz, sino también la relevancia de los rodajes en la actividad del mismo.

4.6.2 Acceso a Internet y uso de medios de comunicación

La transformación del sector, en continuo cambio desde hace más de una década, está dotada de una serie de características que han de tenerse presentes a la hora de desarrollar y aplicar una estrategia competitiva. De una parte, el acceso a los contenidos audiovisuales ha cambiado principalmente debido al uso de dispositivos móviles como smartphones, tabletas y ordenadores, lo que ha creado un perfil de audiencia muy digitalizada. Además, la expansión de internet de banda ancha en la mayoría de los hogares ha impulsado el auge de la distribución de contenidos a través de servicios en línea. La cobertura de fibra óptica alcanza al 91% de la población andaluza y la de 5G a más del 86%, uno y cuatro puntos porcentuales respectivamente por encima de la media nacional²⁴. Según los últimos datos publicados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA)²⁵ el acceso a internet con banda ancha alcanza al 94,5% de los hogares andaluces, lo que supone que casi todos los hogares cuentan con un acceso de estas características.

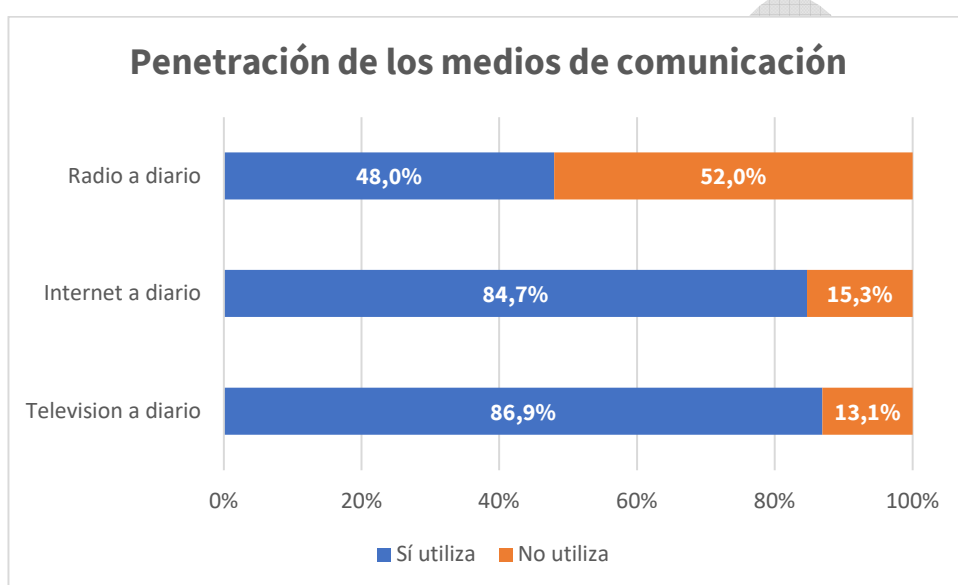
Según esta misma fuente más de 3,8 millones de andaluces y andaluzas (59,4% de la población entre 16 y 74 años) utilizan Internet para ver películas o videos bajo demanda a través de plataformas comerciales, más de 4,3 millones (68,2%) para ver contenidos de videos para compartir, casi 3 millones (46,1%) para ver programas emitidos por Internet de canales de televisión y más de 2 millones (32%) para jugar o descargar juegos. Además, destacar que de los más de 3,5 millones de personas que realizaron compras por Internet en los tres últimos meses, el 37,4% de esta cifra utilizó este medio para adquirir entradas para eventos como el cine, el 28,1% para comprar películas o series en streaming o descargas y el 16,3% para juegos en línea o como descarga en smartphone, ordenadores o consolas.

24 https://advancedigital.mineco.gob.es/banda-ancha/cobertura/Documents/Informe_Cobertura_BA_2022.pdf

25 <https://www.ieca.junta-andalucia.es/esttic-hogares/index.htm>



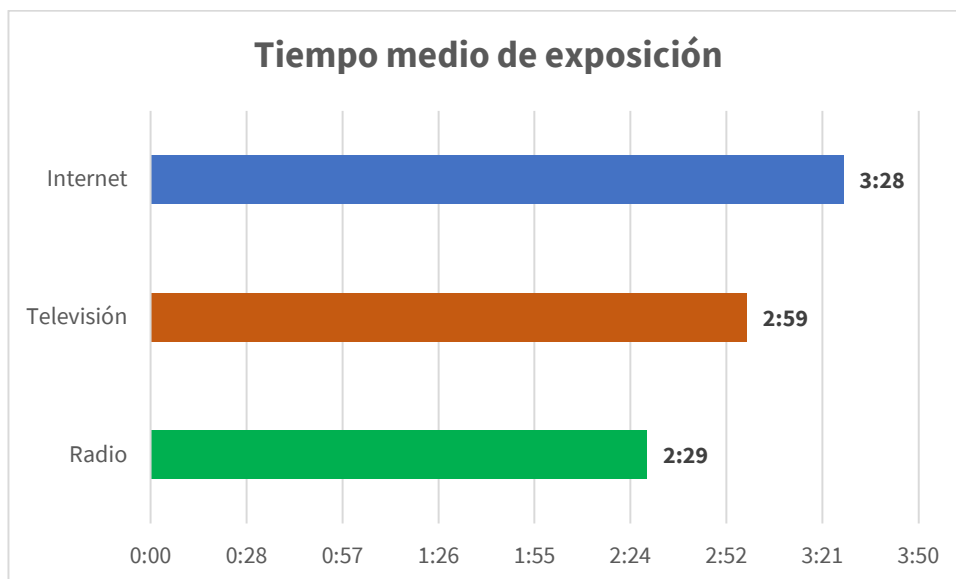
Según los datos del último Barómetro Audiovisual de Andalucía (2022)²⁶ el uso diario generalizado de televisión (87%) sigue a la cabeza de los medios utilizados en la región, especialmente entre los mayores de 55 años (96,6%), decayendo entre los 16 y 24 años (62%) al tiempo que aumenta para estas edades el consumo diario de Internet (100%). En cómputo global el consumo diario de internet se sitúa en el 84,7% de la población, presentando un auge generalizado a medida que decae el consumo de televisión. Por su parte, el uso de Radio sigue profundizando su declive (48%), destacando entre personas mayores que viven solas (61,8%).



Penetración de los medios de comunicación (televisión, Internet y radio) en los hogares andaluces. Barómetro Audiovisual de Andalucía (2022)

El tiempo medio diario que permanece la población andaluza consumiendo Internet es de 3:28 horas, mientras que el consumo de televisión se sitúa en 2:59 horas y el de la radio en 2:29 horas.

²⁶ <https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/2023/03/21/barometro-audiovisual-de-andalucia/>



Tiempo medio de exposición diaria a televisión, radio e Internet. Barómetro Audiovisual de Andalucía (2022)

Según esta misma fuente, las personas que dicen ver la televisión para entretenerse suponen el 38,5% de la población andaluza, lo que supone el mayor descenso de toda la serie y más de 10 puntos porcentuales de diferencia con los resultados obtenidos en la edición de 2021. Por el contrario, el porcentaje de personas que dicen usar Internet para entretenerse se sitúa en el 40,8%, la tasa más alta de todo el histórico del Barómetro.

Respecto a los usos de la juventud, el 70,1% de la población andaluza menor de 18 años usa habitualmente Internet para comunicarse, destacando el uso para el visionado de contenidos online o a la carta en un 81,3%. El 61,9% lo usa para juegos on line y el 45% para consultar redes sociales. El 38,1% lo usa para chatear, enviar y recibir mensajes y el 11,1% para estudiar. El 5,8% realiza compras on line y un 0,5% afirma hacer apuestas.

La edición 2022 del barómetro incluye como novedad un estudio del impacto en la población andaluza de los influencers. La tecnología ha tenido un efecto acelerador en el crecimiento exponencial de la figura de estos “usuarios de especial relevancia” según los califica la Ley General de Comunicación Audiovisual. Casi la mitad de la población consultada dice seguir a diario a algún o alguna Influencer, Cuanta menor es la edad de las personas encuestadas, mayor es el porcentaje de quienes afirman seguir a Influencers. Un 82% de la población andaluza entre 16 y 24 encuestas afirma ser seguidora del trabajo que realizan los y las Influencers. El motivo principal para seguir a estas figuras es el entretenimiento



(39,9%), el segundo motivo es el interés por los contenidos (37,7%) y a mucha mayor distancia (7,2%) se posicionan las personas cuyo motivo principal de seguimiento es “Estar al día sobre las tendencias” y “Descubrir nuevos productos y marcas”. La llamada era de los 'Influencers' pone de manifiesto la importancia que tiene generar contenidos valor para fidelizar usuarios y fomentar la creación de comunidades.

La digitalización ha transformado las reglas del juego en todas las ramas de la cadena de valor del audiovisual, afectando la manera en la que se crean, difunden y consumen los medios audiovisuales. En estos momentos, la parrilla y el consumo de televisión lineal conviven con una amplia oferta virtual de contenidos y soportes. Las cifras presentadas revelan claramente que la actitud cambiante de los consumidores, especialmente entre los más jóvenes, está impulsando el mercado audiovisual hacia lo digital, mientras que esta transición tecnológica está generando un impacto notable en medios como la televisión, desafiada por el imparable avance de Internet y la banda ancha de muy alta capacidad. Es importante destacar que estas preferencias de consumo audiovisual, impulsadas principalmente por la audiencia más joven, se están expandiendo a otros grupos de edad.

Ante esta situación, se hace necesario considerar una inversión mayor en contenidos que estén a la altura de la nueva competencia que supone el mundo digital, así como apostar por nuevos formatos adaptados a las preferencias de las distintas generaciones. Esta estrategia permitiría adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno digital, al tiempo que se respalda y fortalece el tejido audiovisual de la región.

4.7 DAFO

El estudio del sector audiovisual y de contenidos digitales presentado en apartados precedentes se complementa con el análisis DAFO que se recoge a continuación.

ANÁLISIS DAFO	
DEBILIDADES	AMENAZAS



<ul style="list-style-type: none">● El sector se encuentra muy atomizado, con elevada cantidad de trabajadores autónomos y freelance, lo cual también se ha trasladado a las iniciativas de asociacionismo que hasta la fecha se han puesto en marcha, que no han respondido a una visión global de las diferentes actividades que lo conforman.● Excesiva orientación al mercado local, con una alta dependencia de la RTVA.● Escasez de ayudas e incentivos fiscales autonómicos que faciliten la financiación de proyectos audiovisuales y de contenidos digitales, especialmente no-cinematográficos.● Ausencia de una marca para el audiovisual andaluz y puesta en valor de la misma a nivel nacional e internacional. Falta de infraestructuras para rodajes o adaptados a las necesidades de las productoras.● Apoyo insuficiente a las actividades audiovisuales no tradicionales (videojuegos, tecnologías inmersivas...).● Desigual desarrollo del sector en el conjunto del territorio andaluz.● Insuficiente protagonismo de la mujer.● Falta de estudios detallados para el sector en su conjunto y también por segmentos de actividad.● Insuficiente conexión entre la oferta formativa reglada y las necesidades del sector, lo que dificulta la contratación de profesionales cualificados● Excesiva complejidad y burocracia en las relaciones entre las AAPP y el sector.	<ul style="list-style-type: none">● Elevada competencia por parte de regiones y países, tanto del entorno europeo como del resto del mundo.● Elevada concentración del sector en un conjunto de grandes “players” a nivel global, que cuentan con una posición predominante en el mercado. Se está produciendo una concentración en el consumo● Existencia de políticas de incentivos muy atractivas en otras regiones para el desarrollo de actividades audiovisuales, lo que dificulta la atracción de proyectos, pudiendo incluso generar un “efecto fuga” de nuestro tejido regional.● Dificultad en la retención de talento en el ámbito audiovisual de nuestra región, lo que se traduce en una merma en nuestro capital humano.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">● RTVA como principal cliente y motor del sector audiovisual en Andalucía, y su adaptación al nuevo contexto con iniciativas	<ul style="list-style-type: none">● Existencia de un contexto regulatorio y de apoyo al sector audiovisual y de contenidos digitales favorable, tanto a



como la plataforma OTT CanalSurMás.

- Existencia de un rico patrimonio cultural y atractivas localizaciones para la producción audiovisual.
- Disponibilidad de recursos humanos y talento en la región con altas dosis de creatividad.
- Papel relevante del sector regional en el contexto nacional, tanto en las actividades tradicionales, como en las derivadas de los nuevos sectores emergentes.
- Contexto idóneo para la colaboración público-privada, como demuestra la reciente creación del Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales de Andalucía, con la participación de agentes de reconocido prestigio, y que atesoran gran experiencia y know-how.
- Papel de la Andalucía Film Commission y otras entidades similares como elemento clave en la atracción de producción foránea a nuestra región.
- Existencia de iniciativas de referencia en el ámbito de los contenidos digitales, como el Polo Nacional de Contenidos Digitales de Málaga.
- Importante despliegue de redes de banda ancha en la región.
- Decidida apuesta de la Junta de Andalucía por impulsar el desarrollo del sector y contribuir a la mejora de su posición competitiva, tanto a nivel nacional como internacional.

nivel nacional como europeo.

- Existencia de nuevos actores con alta demanda de contenidos a nivel global, que ofrecen una oportunidad para diversificar la producción en diferentes formatos, plataformas y canales.
- Difuminación de las fronteras de los mercados nacionales de consumo audiovisual en favor de un mercado global, escenario idóneo para la proyección internacional de la producción andaluza.
- Desarrollo y expansión del sector del videojuego, que además presenta una aplicabilidad transversal a otros sectores.
- Nuevos modelos de negocio que explotar con el desarrollo de las nuevas tecnologías.
- Integración de tecnologías avanzadas para la producción y distribución de contenido audiovisual.
- Alta penetración de internet en los hogares andaluces y la población.
- Aumento del número de hogares con suscripción a VoD, así como del consumo diario de Internet.

Análisis DAFO del sector audiovisual andaluz y de los contenidos digitales. Elaboración propia

5 Plan estratégico

5.1 Misión y visión de la Estrategia

A continuación, se enuncian la misión y la visión de la Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales, que constituyen el punto de referencia para su formulación y como fuente de inspiración y motivación para su implementación futura. Con ellas, y por ende con la Estrategia, se pretende dar respuesta a los principales desafíos identificados en el diagnóstico del sector.

5.1.1 Misión

Misión

Impulsar el desarrollo y consolidación del sector audiovisual y de contenidos digitales de Andalucía desde la apuesta por la colaboración pública-privada, la digitalización, la competitividad, la internacionalización, el talento y el apoyo público.

5.1.2 Visión

Visión

Un sector audiovisual y de contenidos digitales andaluz reconocido a nivel nacional e internacional, y que se erige como un pilar clave para la transmisión de la cultura y la identidad de Andalucía, así como para el desarrollo económico de la región.

5.2 Ejes estratégicos y actuaciones

Para agilizar la consecución de la misión, se han identificado 7 ejes y 27 actuaciones que cubren las necesidades identificadas en el diagnóstico y permiten una aproximación efectiva a la misión y la visión



de la Estrategia. El carácter operativo de las acciones facilitará el cumplimiento de los objetivos de cada eje mediante la intervención sobre las diferentes dimensiones que lo componen.

A continuación, se presentan los 7 ejes de la Estrategia y los objetivos que se persiguen con los mismos.



Ejes y Objetivos de la Estrategia.

5.2.1 Eje 1 - Competitividad

Objetivo: Aumentar la competitividad del sector audiovisual en general, y de sus empresas en particular, a través de su progresiva profesionalización y diversificación de actividades, mercados y fuentes de financiación, aprovechando la colaboración público-privada.

¿Por qué actuar en este eje?



La crisis de la pandemia del COVID-19 no ha evitado que el sector siga creciendo. En el año 2022 se contabilizaron 951 empresas dedicadas al cine, vídeo y programas de televisión, grabación de sonido y edición musical y 236 en el de programación y emisión de radio y televisión. En conjunto, había 1.187 empresas en ambos ámbitos en 2022, en comparación con las 1.035 registradas en 2020, lo que representa un aumento de casi un 15% en dos años.²⁷

La globalización de la producción en el sector audiovisual brinda una oportunidad para promover los valores diferenciales de los productos generados en Andalucía y para que el tejido empresarial siga creciendo. El impacto de la digitalización facilita la expansión internacional de los productos audiovisuales locales gracias a la proliferación de las plataformas de streaming y a otras iniciativas en curso que ponen en valor los recursos técnicos y humanos de la región, la riqueza de su patrimonio cultural y el atractivo natural de su territorio como escenario de rodaje. Andalucía ha demostrado sobradamente su atractivo en este último aspecto. Desde su creación en 1999²⁸, Andalucía Film Commission, pionera en el territorio español, ha aumentado la visibilidad de la región como destino de rodajes. Según destaca en su informe anual de 2021, Andalucía ha acogido más de 22.000 rodajes desde su fundación, y desde 2011 hasta 2021 se ha generado un impacto económico total de 1.150 millones de euros. Además, según el mismo informe, “el impacto sobre el empleo generado por los rodajes en el ejercicio de 2021 ha sido de 19.419 empleos con dos características, su diversificación en toda la cadena de valor de la producción y la estabilidad del empleo de profesionales andaluces que ha rozado en determinados momentos del año picos de pleno empleo”.

La digitalización posibilita asimismo una gestión más profesional de las empresas y mejora la calidad y la eficiencia en la producción y distribución de contenidos en la industria audiovisual. Aprovechar los beneficios que ofrece la transformación pasa por brindar capacitación a los trabajadores del sector, adoptar buenas prácticas en la gestión empresarial y estimular la incorporación de tecnologías avanzadas en la producción y distribución de contenido audiovisual.

²⁷ Información extraída del Directorio Central de Empresas del INE.

²⁸<https://www.canalsur.es/noticias/veinte-anos-de-la-andalucia-film-commission-una-ventana-para-rodar-aqui/1346937.html>



La financiación es también un factor crítico para mejorar la competitividad del sector audiovisual. Con los recursos financieros adecuados, las empresas del sector pueden invertir en nuevos proyectos y tecnologías. No obstante, estas empresas enfrentan dificultades para acceder a la financiación debido a ciertas características inherentes al sector, como el predominio de autónomos y microempresas en su tejido empresarial y también derivadas del desconocimiento del sector que tienen las entidades bancarias y el capital riesgo.

La RTVA²⁹ comienza a funcionar el 28 de febrero de 1989, con la primera emisión de Canal Sur Televisión, coincidiendo con el Día de Andalucía y convertida en el eje dinamizador de la industria audiovisual andaluza. Hoy sigue siendo el principal cliente y motor de esta industria. Es relevante resaltar que la dependencia de las empresas en el operador público autonómico puede generar incertidumbre derivada de la volatilidad en los fondos y presupuestos asignados, debido a diferentes planteamientos políticos y ciclos económicos. Para fortalecer la resiliencia frente a estos cambios, es fundamental diversificar los clientes y explorar nuevas fuentes de ingresos en el sector.

Asimismo, para mantenerse competitivo en esta industria en constante evolución, es importante diversificar la oferta de productos y expandir la actividad a nuevos ámbitos como los videojuegos o los nuevos escenarios inmersivos e interactivos. Al ofrecer una mayor variedad de productos audiovisuales las empresas tienen la oportunidad de llegar a una audiencia más amplia y generar nuevos ingresos.

Por último, en el nuevo entorno tecnológico, la industria audiovisual se enfrenta a la necesidad de reinventarse. En este escenario, el emprendimiento desempeña un papel fundamental en su desarrollo al fomentar la creación de nuevas empresas, productos, servicios y modelos de negocio. En este sentido, los Parques Científicos y Tecnológicos, junto a las iniciativas de innovación abierta respaldadas por la Junta de Andalucía, son espacios ideales para fomentar el emprendimiento tecnológico e innovador en el sector audiovisual.

¿Qué actuaciones vamos a desarrollar?

²⁹ La Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) se creó en 1987, mediante la Ley 13/1987, de 31 de diciembre,



El conjunto de actuaciones a implementar en el marco de este eje estratégico es el que se relaciona a continuación:

Actuación 1.1. Elaboración de una propuesta de valor del audiovisual andaluz.

A través de la metodología y dinámicas que se establezcan a tal efecto, esta actuación pretende identificar los elementos clave del audiovisual andaluz que permitan definir y comunicar una propuesta de valor basada en las fortalezas y ventajas competitivas de la región y de las actividades del sector audiovisual andaluz.

El enfoque debe resaltar el valor diferencial de Andalucía como destino preferido para la producción, estableciendo un posicionamiento destacado y valido tanto para todos los segmentos de actividad como para cada uno de ellos. Estas propuestas servirán como potentes cartas de presentación adaptadas de manera online (vídeo marketing, publicidad en redes sociales, etc.) y offline (folletos, publicidad en medios analógicos, congresos presenciales, ferias, etc.). El objetivo final es enviar los mensajes adecuados a los inversores pertinentes, tanto a nivel nacional como internacional, con el fin de captar su atención y atraer negocios hacia Andalucía. Se trata, pues, de establecer conexiones con los inversores correctos y presentar de manera convincente una propuesta de valor del sector audiovisual de Andalucía difícil de rechazar.

Actuación 1.2. Programa de mejora de la gestión.

Esta medida hace referencia al diseño y puesta en marcha de un programa integral de mejora de la gestión empresarial, cuya finalidad sea tratar de orientar a las compañías del sector audiovisual hacia la mejora de su gestión empresarial, como mecanismo que les permita desarrollar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

Este programa se diseñará de manera coherente con otras medidas contempladas en la Estrategia, con las que guarda relación, tratando de conseguir organizaciones más eficaces y eficientes aprovechando las ventajas que ofrece la digitalización. Incluiría un conjunto de servicios a empresas, tanto de formación como de consultoría. Todo ello desde una visión integral que contemple las



diferentes perspectivas que componen la gestión de una organización: estratégica, operativa y financiera, y se acompañará de los instrumentos adecuados para facilitar el acceso de las empresas a la incorporación de herramientas informáticas que posibiliten la mejora de la gestión.

Actuación 1.3. Mejora en el acceso y diversificación de las fuentes de financiación del sector audiovisual.

En el marco de esta actuación, se desarrollarán un conjunto de líneas de acción que contribuyan a mejorar el acceso y promuevan la diversificación de las fuentes de financiación del sector audiovisual andaluz, para reducir la dependencia de la RTVA y favorecer la sostenibilidad económica de las empresas del sector.

Uno de los grandes problemas a los que se enfrentan las empresas del sector, es la dificultad en el acceso a la financiación bancaria, derivada del alto riesgo y la poca predictibilidad del éxito de los proyectos, a lo que se une la dificultad de valorar los activos intangibles asociados a las producciones. Para dar respuesta a este reto, en el marco de esta actuación se analizará la implementación de una línea de avales de carácter público con la finalidad de facilitar dicho acceso.

Asimismo, se estudiará la posibilidad de implementar nuevos instrumentos financieros dirigidos específicamente al sector audiovisual, al mismo tiempo que se ponen en valor los actualmente disponibles, tanto específicos como de corte general, para tratar de maximizar su aprovechamiento por parte de las empresas; aprovechando para ello las estructuras existentes en la Junta de Andalucía.

En esta misma línea, se llevarán a cabo actividades de información y difusión sobre las ayudas disponibles a nivel nacional, europeo e internacional para impulsar el sector audiovisual, así como sobre otras fuentes alternativas de financiación; y se promoverá la implantación de fórmulas de mecenazgo que impulsen la colaboración privada en el desarrollo de producciones audiovisuales.

Actuación 1.4. Visibilización y reconocimiento de la diversidad sectorial.



Promocionar y apoyar las actividades del sector audiovisual que cuentan con menor representación en el ámbito andaluz, como la posproducción, la inteligencia artificial aplicada los efectos visuales (VFX), la realidad aumentada (AR), la realidad virtual (VR) y el Metaverso. Para lograrlo, se llevará a cabo una evaluación de las ayudas, eventos, certámenes, premios y reconocimientos existentes en el sector audiovisual, con el objetivo de incluir también aquellas actividades emergentes que aún no tienen un desarrollo histórico en Andalucía, pero que requieren ser impulsadas y promovidas.

Actuación 1.5. Impulso del emprendimiento en el audiovisual andaluz.

Promover e incentivar el emprendimiento en el sector audiovisual de Andalucía, prestando especial atención al emprendimiento femenino, mediante la utilización de recursos públicos y la facilitación de infraestructuras de calidad, como incubadoras, viveros y aceleradoras de startups. Estas instalaciones brindarán el apoyo necesario para el desarrollo y crecimiento de nuevos proyectos empresariales en el sector audiovisual. Para todo ello, se fomentará la colaboración de actores privados interesados en la viabilidad y rentabilidad, o aprovechamiento, de estos proyectos.

5.2.2 Eje 2 - Cooperación

Objetivo: *Promover la creación de espacios que estimulen la cooperación entre todos los agentes e instituciones que integran el ecosistema sectorial para facilitar su mejora competitiva y la vertebración del sector.*

¿Por qué actuar en este eje?

La competencia entre territorios para atraer y retener producciones audiovisuales es un indicador evidente de la importancia que este sector tiene en las economías de las regiones. A este respecto, los expertos entrevistados subrayan que la falta de infraestructuras adecuadas a las necesidades del sector está directamente relacionada con la pérdida de competitividad y, por ende, de oportunidades.



En respuesta a esta situación, los hubs audiovisuales están ganando cada vez más relevancia como espacios multifuncionales que integran empresas, talento, desarrollos tecnológicos e infraestructuras necesarias para abarcar todo el proceso audiovisual, desde la preproducción hasta la postproducción, con el objetivo de brindar servicios audiovisuales, tecnológicos y digitales a profesionales y empresas del sector.

A las recientes inversiones del sector privado en estos espacios se suman las ayudas provenientes del plan España Hub Audiovisual de Europa, cuyo objetivo es dinamizar estas infraestructuras en diferentes lugares del país. En el pasado año, Red.es adjudicó un total de 24,8 millones de euros, financiados con fondos NextGenerationEU del Plan de Recuperación, a los gobiernos locales de Murcia, Madrid, Pamplona, el Cabildo de Gran Canaria y las diputaciones de A Coruña y Barcelona, con el fin de impulsar las infraestructuras audiovisuales locales³⁰.

Otra propuesta relevante para fortalecer este ecosistema colaborativo que impulsa el crecimiento de la industria es la creación de clústeres, especialmente en sectores donde las pequeñas empresas predominan en el entramado empresarial. Este tipo de iniciativa fomenta la colaboración, mejora la competitividad de las empresas y, en consecuencia, la de las regiones.

En el caso del sector audiovisual andaluz, se ha identificado una notable fragmentación, con más de un 90% de autónomos y microempresas, así como una baja asociatividad³¹. Estos aspectos han sido resaltados durante la fase de diagnóstico de la Estrategia. Durante esta etapa, los grupos focales y los agentes clave entrevistados han enfatizado la necesidad de crear una entidad público-privada con capacidad de intervención, gestión, comunicación y representación de todas las actividades del sector. En línea con esta idea, la creación del Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales de Andalucía ha

³⁰<https://www.red.es/es/actualidad/noticias/redes-adjudica-248-millones-de-fondos-nextgenerationeu-seis-ayuntamientos-y>

³¹ En materia asociativa, la valoración media del grado de asociación empresarial percibida en el sector audiovisual en Andalucía recibe una puntuación de 4 sobre 10, es decir, es percibida como insuficiente para las personas participantes en la encuesta llevada a cabo..



reunido bajo una misma denominación a un número significativo de empresas, profesionales e instituciones con la capacidad de ampliar los horizontes del sector a través de proyectos colaborativos y generando sinergias.

¿Qué actuaciones vamos a desarrollar?

Actuación 2.1. Constitución del Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales de Andalucía.

En marzo de 2023, se presentó públicamente en el marco del Festival de Cine de Málaga, el Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales de Andalucía; una iniciativa impulsada por la Consejería de Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa que pone de manifiesto la clara apuesta del Gobierno andaluz por la industria audiovisual.

Dicho Clúster se configura como una asociación público-privada que integra todas las actividades de la cadena de valor del sector audiovisual, tanto tradicionales como emergentes. El plan de trabajo previsto incluye dar sentido y uniformidad a las fortalezas actuales del sector; mejorar su visibilidad internacional; ganar en competitividad para un mercado en claro crecimiento; trabajar en la captación de inversiones y de fondos europeos NextGenerationEU; ejercer de tracción para otras industrias digitales y desarrollar acciones para que la industria audiovisual y de contenidos digitales sea una protagonista real en el mercado global y convertir a Andalucía en uno de los principales ecosistemas de producción del mundo.

Entre los objetivos del clúster también se encuentra el de aprovechar y generar oportunidades de futuro para la economía de Andalucía en términos de riqueza y empleo, aprovechando el permanente crecimiento del sector audiovisual y de los contenidos digitales.

En España, la Red Española de Clústeres Audiovisuales (REDCAU) incluye clústeres de Canarias, Cataluña, Galicia, Navarra, País Vasco y Aragón. Esta red está abierta a la incorporación de otros clústeres del país que deseen contribuir al desarrollo del sector. La presentación pública del Clúster andaluz, coincidió en el tiempo con la del Clúster Audiovisual de Madrid.



Actuación 2.2. Puesta en marcha del HUB Audiovisual Andaluz.

En el marco de esta actuación se evaluará, tanto la necesidad como la viabilidad de establecer un HUB audiovisual andaluz, empleando para ello un modelo similar a los existentes -madriñeño (Madrid Content City) o catalán (Las Tres Chimeneas)- o un modelo diferencial, que permita el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles por parte del sector.

En primer lugar, se llevará a cabo un inventario de las infraestructuras existentes en la región que serían susceptibles de incorporarse al HUB, así como el diseño de un protocolo de negociación con las entidades responsables o propietarias de dichas infraestructuras, al mismo que se analizará la necesidad de acondicionamiento de estas infraestructuras.

De igual forma, se realizará un estudio de cara a identificar las necesidades en materia de infraestructuras tecnológicas del sector (plató tradicionales/virtuales, salas de postproducción...), acompañado de su correspondiente estudio de viabilidad integral.

En paralelo con lo anterior, deberán establecerse contactos con potenciales inversores nacionales e internacionales con una doble finalidad:

1. Identificar las tendencias y necesidades que tiene el sector audiovisual a corto, medio y largo plazo; de cara a poder establecer a qué demandas se puede responder desde el territorio andaluz con la conformación de un espacio destinado en exclusiva al sector.
2. Alcanzar acuerdos para traer proyectos e inversiones al territorio andaluz que garanticen la empleabilidad de las infraestructuras.

La existencia de este HUB permitiría disponer de una oferta integral de servicios de producción y postproducción, que complementaríala competitiva oferta de la región en materia de localizaciones.

La idea es que el HUB refuerce el atractivo natural de la región para atraer proyectos, inversión y talento. Asimismo, se busca que esta iniciativa contribuya al desarrollo del ecosistema de infraestructuras digitales y, en consecuencia, a impulsar el crecimiento y competitividad del sector audiovisual en Andalucía.



5.2.3 Eje 3 - Innovación y Tecnología

Objetivo: Favorecer la innovación sectorial tanto a nivel tecnológico (digitalización, infraestructuras tecnológicas de apoyo...) como de formatos creativos y comerciales.

¿Por qué actuar en este eje?

El sector audiovisual andaluz está muy atomizado: el 56% de los empleados pertenecen al sector de trabajadores autónomos, y este porcentaje supera el 92% si se incluyen las microempresas.³² El reducido tamaño de estas compañías dificulta la innovación, la inversión en tecnologías avanzadas y el acceso a los mercados internacionales. A pesar de los avances tecnológicos que han mejorado significativamente la calidad de los productos audiovisuales, más del 58% de las empresas encuestadas reconocen no haber realizado inversiones en I+D+i durante los últimos 5 años. En cuanto a las compañías que sí han invertido, únicamente el 14% ha utilizado financiación pública.

Asimismo, se considera que los incentivos disponibles son insuficientes y se centran demasiado en la innovación tecnológica en sí misma. Como resultado, no contribuyen a la innovación en conceptos que mejoran las experiencias en el uso de las tecnologías de aplicación más incipientes a las distintas actividades del sector tales como la inteligencia artificial, la realidad virtual, la aumentada o el metaverso.

La introducción de estas tecnologías emergentes y soluciones de software más accesibles han tenido un impacto positivo en la calidad de los productos audiovisuales. Estos avances, junto con las infraestructuras digitales y los despliegues de fibra óptica y redes 5G, han transformado las lógicas productivas audiovisuales reduciendo costes y tiempos. Todos estos rápidos avances tecnológicos están marcando el comienzo de un nuevo período de transformación de la industria audiovisual y de los contenidos digitales. La inteligencia artificial jugará un papel fundamental en potenciar y acelerar estas

³² Fuente: Directorio Central de Empresas del INE, considerando CNAEs 59 y 60



transformaciones en todos los ámbitos. De hecho, ya se utiliza para analizar patrones de consumo y preferencias de usuarios, brindando recomendaciones personalizadas de películas, series, música y otros contenidos audiovisuales. Además, se aplica para mejorar la calidad visual y de audio, así como para generar contenido audiovisual, como música, imágenes y videos, entre otros usos. Aunque el futuro es incierto y difícil de predecir, es cada vez más evidente que la IA estará presente en todas las actividades de la industria audiovisual en un plazo de pocos años.

Los resultados del análisis indican que los costes tecnológicos y las dificultades en la contratación de profesionales especializados en tecnologías como las mencionadas representan los principales obstáculos para lograr una transformación digital efectiva en las empresas del sector. Un mayor esfuerzo público en capacitación y en financiación para la actualización tecnológica, junto a un fortalecimiento de la conexión entre la universidad y la industria audiovisual, son medidas efectivas para superar estos desafíos y estimular la innovación en las empresas del sector.

El Internet de banda ancha está demostrando ser un poderoso impulsor empresarial al brindar a los usuarios la capacidad de convertirse en creadores de contenidos audiovisuales que generan sus propios ecosistemas de negocios y crean mercados en torno a sus actividades. Además, establecer una relación directa con estos creadores abre nuevas ventanas para aumentar la presencia de Andalucía en el mundo.

Por otra parte, la industria del videojuego, al igual que la del streaming, está experimentando un crecimiento constante y vertiginoso. Producciones recientes de gran éxito, como "Super Mario Bros: la película" y "The Last of Us", brillan por su fidelidad a los respectivos videojuegos, generando sinergias muy interesantes entre este sector, el cine y el streaming. Estas sinergias abren nuevas oportunidades tanto en términos creativos como comerciales, impulsando aún más el desarrollo de estas industrias.

Andalucía destaca como la cuarta comunidad autónoma con mayor porcentaje de facturación en el ámbito del videojuego, albergando el 14,7% de los estudios existentes en España y empleando al 10% de las personas a nivel nacional.³³ El crecimiento de la industria de los videojuegos en la región es impulsado en gran medida por microempresas que a menudo ven frustrados sus proyectos por falta de

33 Libro blanco del desarrollo español de videojuegos, 2021, DEV



respaldo económico. El análisis realizado revela que las políticas de apoyo al sector de los videojuegos son percibidas como discontinuas y se considera que la financiación otorgada es insuficiente, además de no ser adecuada a las necesidades específicas de esta industria.

¿Qué actuaciones vamos a desarrollar?

Actuación 3.1. Digitalización e innovación en el audiovisual.

Diseño y puesta en marcha de un programa integral de apoyo a las empresas del sector audiovisual y de los contenidos digitales que quieran abordar la digitalización de sus procesos de gestión, así como incorporar nuevas herramientas tecnológicas en sus producciones y proyectos.

Este programa contemplará medidas de carácter diverso, entre las que se podrían encontrar las siguientes:

- Jornadas, seminarios y workshops dirigidos, de una parte, a sensibilizar a las empresas sobre los beneficios que se derivan de la transformación digital; y de otra, a facilitar información en materia de innovación. Estas actividades podrán incluir experiencias prácticas para reflejar su aplicabilidad y utilidad en la producción. Entre otras posibilidades, se buscará la colaboración entre centros de I+D+i y el sector para impulsar proyectos conjuntos y la adopción de nuevas tecnologías.
- Servicios de consultoría dirigidos a asesorar a las empresas en sus procesos de transformación digital.
- Incentivos económicos para la adopción de soluciones tecnológicas y para abordar proyectos de innovación, tanto tecnológica, como de otro tipo.

El conjunto de medidas se promoverá tanto en las empresas dedicadas a actividades emergentes (desarrollo de videojuegos, eSports, realidad virtual, inteligencia artificial...) como en las dedicadas a actividades convencionales (televisión, cine). En relación a esto último, el programa tratará de trasladar las lógicas tecnológicas presente en las actividades emergentes a los segmentos más tradicionales del audiovisual.



Actuación 3.2. Premios andaluces a la innovación en el audiovisual.

La convergencia de los medios audiovisuales y digitales está teniendo un impacto profundo en la forma en que se crean, producen, promocionan y distribuyen los contenidos. Con el objetivo de fomentar la innovación en toda la cadena de valor del sector audiovisual y de los contenidos digitales, se organizarán certámenes que buscan reconocer propuestas originales en todas las áreas mencionadas. El reconocimiento a las mujeres que lideren proyectos innovadores en estas áreas merecerá una atención especial en estos concursos.

Actuación 3.3. Puesta en marcha de un plan de impulso de la industria del videojuego en Andalucía.

Esta medida contempla la puesta en marcha del Plan de acción “Andalucía Región del Videojuego”, que impulsa la Agencia Digital de Andalucía con los siguientes objetivos:

- Diseñar acciones que permitan el posicionamiento de Andalucía a nivel nacional e internacional como referente en el sector de los videojuegos, eSports y sectores afines a los contenidos digitales.
- Fomentar el dinamismo creativo y económico del sector videojuegos, reforzando la diversidad de creaciones y apoyando la producción regional; así como mejorar la formación y empleabilidad en la región.
- Establecer un modelo de desarrollo de ecosistemas de innovación interconectados para aprovechar el potencial de los diferentes agentes locales y los nuevos yacimientos de empleo.
- Consolidar un proyecto de participación público-privada que dé sentido a la Estrategia planteada.
- Acelerar los proyectos en curso en la región.



5.2.4 Eje 4 - Marca y Mercados

Objetivo: *Impulsar la creación y promoción de una marca para el audiovisual andaluz, y promover el acceso de la industria audiovisual andaluza a nuevos mercados nacionales e internacionales para facilitar tanto la comercialización de sus producciones como la atracción de inversiones a la región.*

¿Por qué actuar en este eje?

Una marca representa a un sector ante el mundo. La creación del Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales de Andalucía ha conseguido unir bajo una misma denominación a un amplio número de empresas, profesionales e instituciones. Este hito también facilita la construcción y explotación de una imagen de marca regional para el sector, que sea reconocible a nivel nacional e internacional. Dicha marca aumenta la visibilidad de las empresas, genera confianza en sus productos y servicios, credibilidad en el mercado y brinda la posibilidad de proyectar todas las ventajas y oportunidades que ofrece Andalucía como territorio favorable para el desarrollo de la industria audiovisual.

Aunque la mayoría de los productos y servicios del sector audiovisual andaluz se distribuyen a nivel local, regional y nacional, más de la mitad de las empresas encuestadas tienen la intención de expandir su actividad a nivel internacional en el futuro. Por lo tanto, uno de los principales desafíos de la Estrategia es fortalecer el avance de las empresas del sector audiovisual en su proceso de internacionalización y promover a Andalucía como un polo atractivo para la producción tanto a nivel nacional como internacional.

¿Qué actuaciones vamos a desarrollar?

Actuación 4.1. Diseño y promoción de una marca para el audiovisual andaluz.



Esta actuación tiene como finalidad el diseño de una marca bajo la que representar al sector audiovisual andaluz en los mercados nacionales e internacionales. Esta identidad visual se aplicará en todas las plataformas y recursos físicos y digitales relacionados con el sector como institución. Además, se elaborará un manual de uso corporativo para establecer pautas y directrices en la utilización de la marca.

La imagen de marca creada se podrá conferir en forma de sello de calidad otorgable a aquellas empresas que adopten los códigos de conducta y normas de autorregulación consensuados dentro del sector. Este sello será una evidencia del compromiso de la entidad con la calidad en las actividades en las que desarrolla su trabajo y podrá ser reconocido como criterio para acceder a subvenciones, premios y ayudas proporcionadas por la Junta de Andalucía.

Actuación 4.2. Acceso a nuevos mercados nacionales.

Desarrollo de un plan regional de búsqueda de nuevos mercados audiovisuales a nivel nacional. El objetivo es establecer vías de comunicación con los grandes actores del panorama audiovisual español para fortalecer la participación de las empresas andaluzas en el mercado nacional. Se fomentará el establecimiento de contactos directos y se buscarán oportunidades de cooperación y desarrollo profesional a explotar por las entidades andaluzas. Asimismo, se apoyarán las iniciativas empresariales que de manera proactiva busquen estos nuevos mercados en el ámbito nacional.

Actuación 4.3. Plan de internacionalización sectorial.

Se llevará a cabo un plan de internacionalización que incluirá la identificación de mercados estratégicos para promocionar la marca del sector audiovisual andaluz y orientaciones para facilitar la entrada de las empresas andaluzas en estos mercados.



Entre otras acciones, se apoyará la participación de empresas en ferias y eventos internacionales relevantes, así como la promoción de producciones andaluzas destacadas en festivales de renombre a nivel internacional. En el marco de esta actuación no sólo se buscará apoyar a nuestras empresas para que desarrollen actividad más allá de Andalucía, sino también atraer a actores internacionales del sector para que conozcan las oportunidades comerciales que ofrece la región.

Actuación 4.4. Apoyo y refuerzo de la Andalucía Film Commission.

En el marco de esta actuación, se diseñarán y llevarán a cabo acciones de apoyo y refuerzo de la Andalucía Film Commission para aprovechar al máximo el potencial que este instrumento ofrece, todo ello de manera coordinada con las diferentes Film Offices existentes en la región integradas en la Red de Ciudades de Cine.

Actuación 4.5. Promoción y difusión sectorial.

Puesta en marcha de acciones destinadas a la promoción del sector audiovisual andaluz y la difusión de sus éxitos en mercados, tanto nacionales como internacionales.

Entre otras acciones, se contempla la realización de comunicaciones tipo newsletter para comunicar los logros del sector, la organización de eventos, premios y galas que tengan entre sus objetivos la promoción de la marca del audiovisual regional, el fomento de la exhibición de las producciones regionales o la organización de festivales y muestras audiovisuales en la región para su promoción y difusión.

Actuación 4.6. Organización de un gran evento del audiovisual andaluz.



Además de continuar respaldando los eventos del sector, se planea atraer u organizar una gran feria de impacto nacional e internacional, con el objetivo de representar y promocionar todas las actividades que conforman el sector audiovisual andaluz y los de ofrecer una visión global de la oferta en el mercado, reunir las tendencias y novedades nacionales e internacionales en un mismo lugar, facilitar acuerdos comerciales para la producción o venta de nuevos proyectos, mantenerse al tanto de los proyectos de I+D+i, conocer las tecnologías y soluciones de vanguardia para mantener la relevancia en el sector, lo que funcionó y lo que no funcionó durante el último año y explorar nuevos modelos de negocio.

Este evento, que servirá para trasladar al exterior la imagen de Andalucía, abarcará todos los segmentos de actividad del sector y estará abierta tanto a profesionales como al público en general.

5.2.5 Eje 5 - Talento

Objetivo: *Mejorar las competencias de los profesionales del sector audiovisual, especialmente las digitales, impulsar el talento andaluz y crear empleo de calidad que permita retener y atraer talento nacional e internacional, potenciando la igualdad de género en el sector.*

¿Por qué actuar en este eje?

El audiovisual está experimentando un rápido crecimiento, con nuevas oportunidades laborales y modelos de negocio, al mismo tiempo que se enfrenta al desafío del talento, en general y al de la desigual representación del talento femenino, en particular.

En cine y televisión se celebra el aumento de las producciones y la creciente demanda de empleo en el sector. Sin embargo, más de un 38% de las empresas del sector español que realizaron contrataciones en los dos últimos años, informaron sobre dificultades para encontrar profesionales cualificados en



2021³⁴. Como problema derivado de esta circunstancia, en los últimos años se ha podido constatar la existencia de casos en los que la falta de personal técnico cualificado ha alterado los calendarios de rodaje, provocando retrasos en las producciones. Ante esta situación, ha habido empresas que han recurrido a contratar a profesionales claves con un año y medio de anticipación. Como resultado, las compañías buscan, a veces con desesperación, trabajadores técnicos especializados. Por esta razón, buena parte de la discusión de los grupos focales se ha centrado en temáticas relacionadas con la retención y atracción del talento, el apoyo a la contratación y la adaptación de los contenidos formativos a las necesidades del sector.

El reto del talento cobra especial importancia en un momento como el actual, caracterizado por la digitalización del sector y la irrupción de las nuevas tecnologías, que hace que las empresas necesiten contar con profesionales con nuevas capacidades. Por una parte, se requieren mayores y muy variadas competencias digitales, ligadas principalmente al uso de tecnologías cada vez más sofisticadas. Por otra parte, la aparición de nuevos modelos de negocio, vinculados principalmente al ámbito digital obliga a las empresas a adquirir las competencias adecuadas para asegurar su competitividad en este nuevo contexto.

Según los datos de ocupación del Informe del “Tejido empresarial en Andalucía” la proporción de hombres (64%) casi dobla a la de mujeres (36%) en el segmento audiovisual y multimedia³⁵. En las respuestas de nuestra encuesta, las mujeres solo representan el 24% de las personas responsables de empresas. Estos datos dejan clara la notable brecha de género que existe en el sector y la pérdida que supone este desequilibrio en términos de competitividad y de desarrollo de la industria. La desigual participación de las mujeres en el sector no solo es un problema moral, sino también empresarial, puesto que la industria no se beneficia de todo el talento posible, ni del valor añadido que aporta la diversidad.

¿Qué actuaciones vamos a desarrollar?

³⁴<https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/encuesta-impacto-economico-telecomunicaciones-contenidos-audiovisuales.pdf>

³⁵ <https://juntadeandalucia.es/sites/default/files/2022-06/TECA%202020.pdf>



Actuación 5.1. Análisis de necesidades formativas y prospectiva.

Elaboración de un estudio que analice las necesidades formativas que tiene el sector audiovisual a nivel autonómico, nacional e internacional. El estudio examinará las necesidades actuales, al mismo tiempo que realizará un análisis prospectivo de los avances técnicos y tendencias que caracterizan al sector, con el objetivo de prever las futuras necesidades formativas que puedan surgir en el mercado, todo ello para avanzar en la mejora de las competencias profesionales y aumentar la competitividad de las empresas del sector audiovisual en Andalucía.

Una de las acciones fundamentales será fortalecer la relación entre universidades/centros formativos y empresas privadas, lo cual mejorará las oportunidades de empleo para los egresados y aumentará la competitividad de las empresas del sector.

Actuación 5.2. Revisión y adecuación de la oferta formativa reglada existente.

Partiendo de los resultados del estudio sobre las necesidades formativas del sector audiovisual andaluz, se llevará a cabo una revisión de los planes de estudios relacionados con dicho sector. Esta revisión tiene como objetivo identificar deficiencias o carencias en la formación actual y negociar una estrategia para adecuar los planes formativos, incluyendo una mayor formación práctica y contenidos actualizados.

Con este propósito se desarrollará un catálogo de perfiles profesionales futuros y se propondrán nuevas titulaciones universitarias para Andalucía en el ámbito audiovisual, con la finalidad garantizar una formación acorde con las exigencias del sector y asegurar que los profesionales estén preparados para enfrentar los retos de un mercado laboral en constante evolución.

Actuación 5.3. Formación específica.



Esta actuación tiene como finalidad contribuir a cubrir los vacíos formativos identificados en el sector audiovisual de Andalucía a través de programas de formación para empresas, que impulsen la profesionalización de las mismas en un conjunto de áreas clave.

Estos programas complementarán la oferta de la formación reglada y abordarán aspectos como: gestión empresarial, finanzas, internacionalización, idiomas, nuevas tecnologías e innovación, y habilidades transversales. El enfoque es mejorar las competencias, tanto tecnológicas como transversales, para satisfacer las necesidades actuales del mercado, impulsar la creatividad, y promover el crecimiento y desarrollo profesional de los participantes, brindándoles las habilidades necesarias para alcanzar sus objetivos laborales.

5.2.6 Eje 6 - Sostenibilidad y transición ecológica

Objetivo: *Apostar por un modelo de crecimiento del sector audiovisual en Andalucía que atienda a criterios de sostenibilidad y transición ecológica.*

¿Por qué actuar en este eje?

El mayor desafío que afronta nuestro planeta hoy es mitigar los efectos del cambio climático. La industria audiovisual, como tantas otras, también busca formas de mejorar su sostenibilidad para que su impacto ambiental sea el menor posible. Su huella ecológica, mucha o poca, existe. Según el informe 2019-2020 de Albert, la producción de una hora de contenido en televisión en Europa implica una huella de carbono de 9,2 toneladas de CO₂, o lo que es lo mismo, casi el doble de las emisiones anuales en Europa por habitante³⁶.

36 https://wearealbert.org/wp-content/uploads/2020/10/albert_AnnualReport_19-20.pdf



Debido al carácter multisectorial de la industria audiovisual, su impacto ambiental está vinculado a aspectos que van desde el consumo de energía necesaria para iluminar los escenarios hasta el transporte de mercancías y personas, pasando por el reciclaje de los materiales utilizados en los decorados y los residuos generados en los servicios de catering. Estos ejemplos resaltan la necesidad de incorporar criterios de sostenibilidad en la producción audiovisual para avanzar hacia un futuro más sostenible.

Cada vez son más las instituciones que cuentan con programas específicos para hacer que los proyectos sean sostenibles desde el punto de vista medioambiental. Hay localizaciones como Málaga³⁷ que ofrecen desde hace tiempo guías y certificados ecológicos propios que acreditan a las producciones rodadas en su territorio. Desde 2021, las líneas de ayudas del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)³⁸ incorporan criterios de sostenibilidad con el objetivo de promover un modelo más ecológico en toda la cadena de valor del audiovisual. En las más recientes destinadas a la distribución, organización de festivales o establecimiento de laboratorios e incubadoras, se incentiva, entre otras medidas, la colaboración con proveedores certificados como ecológicos. En cuanto a la producción cinematográfica, se exige que las empresas productoras acrediten la sostenibilidad del proyecto mediante la medición de la huella de carbono, un plan de reducción de la misma y un certificado emitido por una entidad certificadora que avale estas acciones.

La UE fomenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 en todos los sectores y alinea todas sus políticas con los del Pacto Verde Europeo. El audiovisual no es una excepción y se enfrenta al desafío de alinearse con estos objetivos mediante una producción sostenible que no comprometa los recursos naturales en su desarrollo.

¿Qué actuaciones vamos a desarrollar?

Actuación 6.1. Programa de apoyo a la certificación ambiental.

³⁷<https://bioeduca.malaga.eu/opencms/export/sites/bioeduca/.content/galerias/centro-asesor/Protocolo-Certificacion-Produccion-Sostenible.pdf>

³⁸ <https://grunver.com/requisitos-ambientales-en-las-ayudas-del-icaa-2022/>



Crear un programa que promueva la certificación medioambiental entre las empresas del sector audiovisual de Andalucía.

Este programa buscará impulsar un cambio en la gestión y forma de trabajar de las empresas, fomentando prácticas más sostenibles. Para lograrlo, se proporcionará información a través de diferentes medios, que anime a las empresas a certificarse y aprovechar los beneficios que la certificación ambiental ofrece.

Asimismo, se establecerán contactos con empresas certificadoras con la finalidad de alcanzar acuerdos de bonificación que puedan contribuir a mejorar el interés de las empresas del audiovisual andaluz por estas certificaciones.

Actuación 6.2. Elaboración de una guía de buenas prácticas en materia medioambiental.

Desarrollo y difusión de una guía de buenas prácticas ambientales dirigida a las empresas del sector audiovisual de Andalucía.

Esta guía proporcionará recomendaciones específicas para cada segmento de actividad, abarcando desde las mejores prácticas sostenibles hasta pautas para obtener certificaciones ambientales.

Actuación 6.3. Ayudas a las producciones sostenibles.

Se realizará un análisis exhaustivo para evaluar la viabilidad de instaurar un marco de ayuda específico a las producciones sostenibles en Andalucía, o bien adaptar los existentes para que tengan en cuenta esta perspectiva.

El objetivo es determinar el tipo de incentivo más adecuado para fomentar la adopción de prácticas sostenibles entre las empresas del sector audiovisual en la región. Todo ello, en un contexto nacional



y europeo cada vez más exigente con la incorporación de criterios ambientales en las convocatorias de ayudas.

5.2.7 Eje 7 - Marco de apoyo público

Objetivo: *Diseñar un marco de apoyo público coordinado que estimule e incentive tanto el desarrollo de la cadena de valor del sector audiovisual andaluz como la atracción de inversiones hacia la región.*

¿Por qué actuar en este eje?

El sector audiovisual tiene un impacto socioeconómico significativo en los territorios donde desarrolla su actividad. Si tenemos en cuenta el anuario de estadísticas culturales correspondiente a 2022³⁹, que elabora el Ministerio de Cultura y Deporte, el sector Audiovisual y multimedia representa el 0,68% del PIB a nivel nacional y el 30,7% del PIB cultural. El estudio Entertainment and Media Outlook 2022-2026 de la consultora PWC sugiere que el sector español crecerá a un ritmo superior al 5%, alcanzando más de 34.000 millones de euros en 2026. Andalucía cuenta con más de 1.100 empresas y más de 7.100 personas trabajan el sector, si consideramos tanto las actividades tradicionales como las emergentes.

Indicadores estadísticos como los mencionados son un recurso necesario para responsables públicos, empresarios y el público en general. La elaboración de informes periódicos sobre el audiovisual andaluz permitiría conocer su evolución y las tendencias, evaluar la eficacia de las inversiones realizadas y medir el impacto de los programas en marcha; además, de proporcionar una base informada para concebir y planificar nuevas políticas y programas.

39 <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/aec.html>



El buen entendimiento entre el sector audiovisual y la Administración es primordial para promover el desarrollo de esta industria en el territorio. La complejidad del proceso administrativo representa a veces un obstáculo para las empresas del sector que intentan obtener licencias para operar en el mercado o para acceder a fondos para financiar sus proyectos. Reducir la burocratización en la relación entre la empresa y la administración es un problema que las empresas insisten en que es necesario cambiar.

El objetivo de una ventanilla única es simplificar los trámites administrativos y ayudar en la búsqueda de ayudas para actividades concretas de las empresas. Sin embargo, durante los grupos focales se han detectado problemas con la gestión de permisos debido a la falta de distinción entre actividades del sector. Este desconocimiento ha dado lugar a plazos inadecuados para las resoluciones de permisos, aumentos de costes o rodajes perdidos, o incluso ilegales.

Mejorar los instrumentos financieros y fiscales siempre supone un estímulo para que los productores puedan asumir los riesgos inherentes a la inversión en proyectos audiovisuales. En cuanto a las deducciones fiscales, las administraciones autonómicas premian las producciones y los gastos realizados directamente en sus territorios. Estos incentivos se basan en la premisa de que, a mayor gasto en el territorio, mayores porcentajes de retorno obtienen las productoras. En el caso de Andalucía, una región con un rico patrimonio cultural y atractivas locaciones para la industria cinematográfica, estas desgravaciones son fundamentales para atraer inversiones y promocionar la región y su competitividad como destino de producciones y negocios en el ámbito audiovisual.

¿Qué actuaciones vamos a desarrollar?

A continuación, se presentan las actuaciones a desarrollar en relación a este eje en el marco de la Estrategia.

Actuación 7.1. Elaboración de estudios periódicos del sector.

Como complemento al resto de actuaciones que conforman la Estrategia, se hace necesario elaborar estudios periódicos que permitan disponer de información actualizada del sector en nuestra región y de los diferentes segmentos de actividad que lo conforman (cine, TV, radio, animación, videojuegos,



eSports...), que ofrezcan una visión de la evolución del mismo, tratando de analizar su aportación a la generación de valor de la economía regional.

Asimismo, se podrán llevar a cabo estudios relativos a las tendencias que afectan al sector y de cara a anticipar los retos y oportunidades a los que se enfrenta, como punto de partida para la puesta en marcha de iniciativas concretas de impulso sectorial.

Actuación 7.2. Revisión y actualización normativa.

Se llevará a cabo un análisis en profundidad de la normativa andaluza vigente que afecta al sector audiovisual, identificando posibles carencias, aspectos desactualizados, duplicidades de competencias y funciones o limitaciones que deban ser abordadas para mejorar el marco normativo actual.

Habiéndose detallado las deficiencias de la normativa, se diseñará un plan de clarificación y simplificación con medidas específicas que evite la desconexión, duplicidades, confusiones competenciales y vacíos normativos, y facilite la coordinación entre las distintas normativas de aplicación.

En el marco de esta actuación se prestará especial atención a los trabajos de adecuación del marco regional a las directrices que pudieran derivarse de planteamientos de ámbito nacional y europeo.

Actuación 7.3. Reestructuración y/o refuerzo del marco de apoyo.

Ejecución de un análisis exhaustivo del marco de apoyo público para el sector audiovisual andaluz, de cara a identificar las carencias actuales y los elementos que deben ser reforzados y mejorados. Conocidos los elementos mejorables, se diseñará y ejecutará un plan de refuerzo con medidas específicas para corregir las debilidades y mantener las fortalezas del mismo.



Como referencia para su diseño, se realizará un benchmarking de los marcos de ayuda destinados al sector audiovisual en otros territorios, tanto de ámbito nacional como internacional, que se consideren de interés.

Actuación 7.4. Mejora de la fiscalidad.

Dentro de esta actuación se llevará a cabo un estudio en profundidad sobre la posible implementación de una estructura de incentivos fiscales que mejoren el atractivo de la región en base a ventajas fiscales y de tributación, tanto para empresas como para productos audiovisuales.

El estudio deberá concluir con la articulación de un catálogo de incentivos fiscales, tributaciones y bonificaciones que mejoren la oferta del resto de competidores y, que contribuyan a mejorar el atractivo de nuestra región para el establecimiento de empresas y el desarrollo de productos audiovisuales. Dicho catálogo deberá ser difundido, tanto en espacios nacionales como internacionales

Actuación 7.5. Ventanilla única administrativa.

Establecimiento de un canal de gestión burocrática, administrativa y consulta única y unificada para el sector audiovisual andaluz o Ventanilla Única.

El diseño y desarrollo de esta ventanilla única deberá incorporar la posibilidad de efectuar trámites burocráticos/administrativos (firma, presentación de documentos/formularios, seguimiento de expedientes...), sistema de notificaciones, servicios, solicitud prestaciones, servicios, incentivos, recursos, etc. Esta primará la accesibilidad a los recursos, tanto de la propia Junta de Andalucía como del resto de las entidades que se relacionan con el sector audiovisual andaluz.



Además, se evaluará el funcionamiento de los protocolos de resolución de expedientes y comunicación administrativa para mejorar el servicio prestado por los recursos públicos relacionados con las entidades del sector audiovisual.

BORRADOR



6 Cronograma

La Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales se concibe como una estrategia de transformación a medio y largo plazo. En la figura que sigue a continuación se presenta la planificación temporal de alto nivel prevista para el desarrollo del conjunto de ejes y actuaciones que conforman la Estrategia para el marco temporal prevista para la misma, que contempla 4 años.

BORRADOR



EJES / ACTUACIONES	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
EJE 1 - COMPETITIVIDAD																
Actuación 1.1. Elaboración de una propuesta de valor del audiovisual andaluz.																
Actuación 1.2. Programa de mejora de la gestión.																
Actuación 1.3. Mejora en el acceso y diversificación de las fuentes de financiación del sector audiovisual.																
Actuación 1.4. Visibilización y reconocimiento de la diversidad sectorial.																
Actuación 1.5. Impulso del emprendimiento en el audiovisual andaluz.																
EJE 2 - COOPERACIÓN																
Actuación 2.1. Constitución del Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales de Andalucía.																
Actuación 2.2. Puesta en marcha del HUB Audiovisual Andaluz.																
EJE 3 - INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA																
Actuación 3.1. Digitalización e innovación en el audiovisual.																
Actuación 3.2. Premios andaluces a la innovación en contenidos audiovisuales.																
Actuación 3.3. Puesta en marcha de un plan de impulso de la industria del videojuego en Andalucía.																
EJE 4 - MARCA Y MERCADOS																
Actuación 4.1. Diseño y promoción de una marca para el audiovisual andaluz.																
Actuación 4.2. Acceso a nuevos mercados nacionales.																
Actuación 4.3. Plan de internacionalización sectorial.																
Actuación 4.4. Apoyo y refuerzo de la Andalucía Film Commission.																
Actuación 4.5. Promoción y difusión sectorial.																
Actuación 4.6. Organización de un gran evento del audiovisual andaluz.																
EJE 5 - TALENTO																
Actuación 5.1. Análisis de necesidades formativas y prospectiva.																
Actuación 5.2. Revisión y adecuación de la oferta formativa reglada existente.																
Actuación 5.3. Formación específica.																
EJE 6 - SOSTENIBILIDAD Y TRANSICIÓN ECOLÓGICA																
Actuación 6.1. Programa de apoyo a la certificación ambiental.																
Actuación 6.2. Elaboración de una guía de buenas prácticas en materia medioambiental.																
Actuación 6.3. Ayudas a las producciones sostenibles.																
EJE 7 - MARCO DE APOYO PÚBLICO																
Actuación 7.1. Elaboración de estudios periódicos del sector.																
Actuación 7.2. Revisión y actualización normativa.																
Actuación 7.3. Reestructuración y/o refuerzo del marco de apoyo.																
Actuación 7.4. Mejora de la fiscalidad.																
Actuación 7.5. Ventanilla única administrativa.																

7 Modelo de gobernanza de la Estrategia

El impulso e implantación de la Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales requiere de un modelo de gobernanza sólido y bien estructurado, que involucre a todos los actores relevantes dentro del ecosistema audiovisual de la Comunidad Autónoma, tanto del sector público como privado.

En primera instancia, se propone un modelo de gobernanza estructurado en 2 niveles, y sustentado en los siguientes órganos:

- Órgano de seguimiento de la Estrategia.
- Órgano de dirección de la Estrategia.

Órgano de seguimiento de la Estrategia.

El órgano de seguimiento será la entidad encargada de supervisar el correcto desarrollo de la Estrategia; para lo cual diseñará e implementará los mecanismos que se consideren oportunos.

Este nivel de gestión corresponderá a la Agencia Digital de Andalucía y a la Dirección General de Comunicación Social de la Consejería de Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa.

En concreto, serán funciones de este órgano las siguientes:

- ✓ Determinación del conjunto de métricas e indicadores que permita evaluar el estado de ejecución de la Estrategia, así como las metas a alcanzar para estos.
- ✓ Realización de las memorias anuales de seguimiento de la Estrategia, así como de la evaluación final.
- ✓ A partir de lo anterior, y dentro del proceso de mejora continua de la Estrategia, elaboración de las propuestas de modificación de los planteamientos y actuaciones a desarrollar en el marco temporal de la Estrategia que se consideren necesarias.
- ✓ Recopilación y análisis de las propuestas de mejora de la Estrategia remitidas tanto por el sector privado como por otros agentes relacionados con el desarrollo del sector.



- ✓ Coordinación con el resto de participantes en la ejecución de la Estrategia del desarrollo de las actuaciones previstas.
- ✓ A través de las correspondientes rutinas de coordinación con los diferentes agentes públicos que desarrollan actividades de apoyo al desarrollo y consolidación del tejido empresarial en sus diferentes vertientes (instrumentos financieros, fomento del emprendimiento, estímulo de la innovación, apoyo en el proceso de internacionalización...), el órgano de seguimiento deberá mantener una visión de conjunto de la política pública de la administración andaluza a favor del tejido empresarial que conforma el sector audiovisual y de los contenidos digitales de nuestra región.

Órgano de dirección de la Estrategia.

El órgano de dirección será la entidad encargada de la toma de decisiones en cuanto a los cambios en el diseño y/o implementación de la Estrategia, en base a los distintos informes aportados por el órgano de seguimiento.

Serán funciones de este órgano:

- ✓ Análisis y valoración de las memorias anuales, así como de la evaluación final de la Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales.
- ✓ Modificación y reorientación, en caso necesario, de los planteamientos y objetivos de la Estrategia a partir de las propuestas elevadas por el órgano de seguimiento.
- ✓ Valorar, y aprobar si se estima oportuno, las propuestas realizadas por el órgano de seguimiento; así como especificar, si procede, actuaciones para reorientar desviaciones de los objetivos perseguidos.
- ✓ Coordinación con otros organismos públicos, así como con las empresas del sector y asociaciones sectoriales, la ejecución de la Estrategia.

En primera instancia, y sin ánimo de exhaustividad, se identifican los siguientes agentes, susceptibles de formar parte del órgano de dirección de la Estrategia:

- Consejería de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa.



- Dirección General de Comunicación Social.
- Dirección General de Administración Periférica y Simplificación Administrativa⁴⁰.
- Agencia Digital de Andalucía.
- Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía.
- Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico (TRADE).
- Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones, S.A. (SANDETEL).
- Consejería de Turismo, Cultura y Deporte.
 - Secretaría General para la Cultura.
 - Agencia Andaluza de Instituciones Culturales.
- Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales de Andalucía.
- Consejo Audiovisual de Andalucía
- Andalucía Film Commission.

El seguimiento y evaluación de la Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales se realizará durante su ejecución y a la finalización de la misma, dando como resultado los siguientes informes:

- ✓ **Informes de seguimiento anuales:** cada año se elaborará un informe de seguimiento referido al año natural, en el que se presentará de forma clara y concisa el grado de avance de la Estrategia, los recursos aplicados, los problemas que estén surgiendo en el desarrollo, identificando las causas que los provocan, sus consecuencias y las soluciones propuestas para resolverlos.

En virtud del resultado de los informes de seguimiento anuales, y previo acuerdo del órgano de dirección, podrán derivarse modificaciones de la Estrategia como respuesta tanto a la evolución de la misma, como a los cambios que se puedan dar en el propio sector audiovisual y de contenidos digitales.

40 Con la participación de la unidad aceleradora de proyectos.



- ✓ **Evaluación final:** referida al periodo completo de ejecución de la Estrategia. En este proceso evaluativo se enjuiciarán los resultados generados por la Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales y se determinará si las medidas e instrumentos aplicados son útiles y se han aplicado eficaz y eficientemente.

Para finalizar, indicar que el diseño de los mecanismos de seguimiento y evaluación se ha realizado considerando como principio fundamental el hecho de que la Estrategia debe ser lo suficientemente flexible y adaptable a la evolución de las condiciones de contexto en las que se desarrolla. Este principio, de carácter generalista, se considera de especial relevancia en el caso del sector audiovisual y de contenidos digitales, que se encuentra sometido a cambios de forma constante y que evoluciona a una velocidad considerable.

Tal y como se ha indicado con anterioridad, una de las primeras actividades a desarrollar por parte del Órgano de seguimiento será el diseño e implementación del sistema de indicadores de cara a poder evaluar el estado de ejecución de la Estrategia. No obstante, y en primera instancia, se propone una batería de indicadores, que es la que se relaciona a continuación, que está alineada con otros marcos estratégicos de impulso del sector, como el Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” impulsado por el gobierno de la nación.

Indicadores de impacto

En el caso de los indicadores de impacto, y desde una perspectiva global, que contemplaría las actividades tradicionales vinculadas al audiovisual (cine, TV, radio...), como a las emergentes (videojuegos, eSports, realidad virtual, metaverso ...) se considera que las métricas deberían considerar los siguientes aspectos:

- ❖ Número de empresas.
- ❖ Cifra de negocio.
- ❖ Personas ocupadas.
- ❖ Número de empresas innovadoras.
- ❖ Número de empresas que desarrollan actividad internacional.

Indicadores de ejecución

En relación a los indicadores de ejecución de la Estrategia, se incluyen una primera propuesta, sin ánimo de exhaustividad:

- ❖ N° actuaciones de la Estrategia puestas en marcha.
- ❖ N° empresas participantes/beneficiadas de las actuaciones de la Estrategia.
- ❖ N° personas participantes/beneficiados de las actuaciones de la Estrategia.
- ❖ N° de ayudas concedidas a empresas del sector audiovisual.
- ❖ Importe ayudas concedidas a empresas del sector audiovisual.
- ❖ Presupuesto ejecutado en las actuaciones de la Estrategia.

BORRADOR