

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

La financiación de la industria de la producción cinematográfica española
(2207-2021).

Propuesta de un modelo de financiación de la producción independiente

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Jesús Prieto Sacristán

DIRECTORES

Dra. María Isabel Reyes Moreno
Dr. Julio Larrañaga Rubio

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

La financiación de la industria de la producción cinematográfica española (2007-2021).
Propuesta de un modelo de financiación de la producción independiente.

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

D. Jesús Prieto Sacristán

DIRECTORES

Dra. María Isabel Reyes Moreno y Dr. Julio Larrañaga Rubio

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Programa de Doctorado: Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas



TESIS DOCTORAL

La financiación de la industria de la producción cinematográfica española (2007-2021).
Propuesta de un modelo de financiación de la producción independiente.

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

D. Jesús Prieto Sacristán

DIRECTORES

Dra. María Isabel Reyes Moreno y Dr. Julio Larrañaga Rubio

AGRADECIMIENTOS

Las personas a las que debo agradecer su apoyo y conocimiento, con comentarios, apuntes y revisiones son muchísimas y quiero evitar dejar alguna en el tintero, por lo que prefiero ser parco en las nominaciones.

Así que voy a resaltar, por supuesto, el apoyo de mis doctores actuales y anteriores: Maribel Reyes, Julio Larrañaga y Emilio García Fernández.

Asimismo, este trabajo no hubiera sido posible sin la colaboración de todos los amigos y colegas próximos en CREA SGR y EGEDA, además de aquellos que están o han estado vinculados, en múltiples entidades, públicas y privadas, asociaciones y empresas de los distintos sectores relacionados con la cinematografía y, en general, con el audiovisual.

A todos ellos mi más sincero agradecimiento.

DEDICATORIAS

A mi padre Jesús Prieto Gutiérrez, que siempre me inculcó además del sentimiento de respeto a los demás la ilusión por aprender y conocer. Con el apoyo de mi querida madre Carmen.

A Josef Strobl, padre, suegro y abuelo, con el que compartimos toda una vida de construcción de una familia ejemplar.

A mi familia ejemplar: Brigitte y Elisabeth, que han aguantado y sufrido lo indecible, apoyándome en todo momento.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	16
ÍNDICE DE TABLAS	20
RESUMEN	24
ABSTRACT	26
INTRODUCCIÓN.....	27
1. Exposición de motivos	28
2. Preguntas de la investigación	31
3. Objeto de la investigación	33
4. Objetivos de la investigación	35
5. Metodología	36
6. Hipótesis.....	38
7. Estructura del contenido.....	40
PARTE 1. LA ECONOMÍA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS (ICC): CONTEXTO DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA ESPAÑOLA.....	42
Capítulo 1. Las Industrias culturales y creativas (ICC) en Europa	43
1. Definición de las Industrias culturales y creativas (ICC). Convención de la UNESCO y el Libro Verde de la Comisión Europea “Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas”. Posiciones doctrinales al respecto	43
2. La financiación de las ICC y específicamente del sector de la producción de los contenidos audiovisuales en la Unión Europea.....	60
3. Panorama de la financiación de las ICC en España	72
3.1. La aportación al PIB de las actividades culturales y las actividades vinculadas con la propiedad intelectual.....	75
3.2. El empleo cultural	78
3.3. La financiación pública a la cultura	80
3.4. Medidas públicas especiales consecuencia de la COVID-19	100
Capítulo 2. El sector audiovisual en Europa.....	115
1. Introducción. Descripción de los principales subsectores.....	115
2. El sector de la producción cinematográfica en Europa y su posición respecto a los mercados internacionales.	117

3.	La distribución cinematográfica en Europa y su posición en relación con el resto de los mercados mundiales	122
4.	Los costes de producción cinematográfica y su financiación en Europa y España.	130
5.	Las cuotas de mercado del cine nacional en Europa.	137
6.	Conclusiones sobre la situación del mercado cinematográfico europeo y el impacto de la crisis financiera de 2008 y la crisis de la pandemia de 2020.....	142
7.	La cadena de valor del sector cinematográfico.	142
Capítulo 3. La producción cinematográfica en España como parte esencial del sector cinematográfico español.....		148
1.	Introducción	148
2.	La producción cinematográfica en España. El modelo de negocio.....	150
3.	La producción de largometrajes en España.....	152
4.	La producción de cortometrajes.	157
5.	Panorama de las empresas productoras cinematográficas y audiovisuales.....	160
6.	El mercado de salas de exhibición cinematográfica.....	174
7.	El mercado videográfico.	185
8.	El mercado de la televisión para las producciones cinematográficas. Panorama global del sector de la televisión en España	191
8.1.	La obligación legal de inversión en un porcentaje de los ingresos de las cadenas de televisión en cine español y europeo	209
9.	La distribución internacional. Festivales y mercados.	217
10.	Los costes de producción cinematográfica.....	234
11.	Las plataformas internacionales de <i>streaming</i> y la producción cinematográfica....	240
12.	Los grandes retos de la producción cinematográfica española.	242
PARTE 2. PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA LA FINANCIACIÓN COMPETITIVA DE LA INDUSTRIA DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN ESPAÑA.....		244
Capítulo 4. Panorama general de la financiación de la producción cinematográfica en España. Antecedentes históricos. Evolución de los modelos de financiación		245
1.	Descripción general de los modelos de financiación tradicionales de la producción cinematográfica española	245

2.	Las ayudas nacionales del ICAA. La Ley del Cine (2007).....	266
2.1.	La línea ICO-CRTVE y la línea ICO-ICAA.....	286
3.	Las ayudas autonómicas de las distintas CCAA.	290
4.	Las ayudas del Fondo IBERMEDIA al cine iberoamericano.	294
4.1.	Origen y funcionamiento del Programa IBERMEDIA	294
4.2.	Impacto económico del Programa IBERMEDIA. Volumen de ayudas y proyectos concedidos.	296
4.3.	Valoración y futuro del Programa IBERMEDIA	301
5.	Las ayudas europeas del Fondo Eurimages.....	304
6.	El programa MEDIA y el programa EUROPA CREATIVA	311
6.1.	El programa MEDIA.....	311
6.2.	El Programa EUROPA CREATIVA.	315
7.	Los Fondos de coproducción.....	316
7.1.	El fondo holandés <i>HBF+Europe: Minority Co-production support</i>	318
7.2.	El fondo italiano <i>Torino Film Lab (TFL) Production Fund & Audience Design Fund</i>	318
7.3.	El fondo holandés <i>IDFA Bertha Fund Europe</i>	319
7.4.	<i>Berlinale World Cinema Fund Europe</i> (Alemania).....	319
7.5.	<i>ACM Distribution</i> (Francia).....	319
Capítulo 5. Los nuevos modelos de financiación de las ICC: el <i>crowdfunding</i> o financiación participativa, los sistemas de garantías y el <i>completion bond</i>		321
1.	Panorama general del <i>crowdfunding</i> . Definición y evolución	321
1.1.	Marco teórico.....	323
1.2.	Grandes magnitudes de la financiación alternativa en Europa	326
1.3.	El <i>crowdfunding</i> en España.	330
1.4.	Casos de éxito.	332
1.5.	Regulación legal del <i>crowdfunding</i> en España. Las plataformas de financiación participativa (PFP).....	351
1.5.4.	Plataformas autorizadas por la CNMV	359
1.5.6.	Plataformas digitales no autorizadas por la CNMV.	364
2.	Los sistemas de garantías	368
2.1.	El IFCIC (Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles)	369
2.2.	AUDIOVISUAL FIANZAS SGR (CREA SGR).....	375

3.	El <i>completion bond</i>	392
3.1.	Definición y descripción del funcionamiento del <i>completion Bond</i>	392
3.2.	Obligaciones del productor en el <i>completion bond</i>	398
3.3.	Ventajas para los productores y financiadores de la película.....	400
Capítulo 6. El apoyo del Estado al cine mediante las políticas fiscales.....		402
1.	Introducción	402
2.	Las deducciones fiscales y la creación de las AIE	405
3.	Deducción por financiación de la producción.....	413
3.1.	Los sistemas fiscales aplicables a la producción cinematográfica en España.....	415
4.	Las medidas públicas de apoyo y rescate al sector cultural y de la producción cinematográfica ante la crisis provocada por la COVID-19	415
4.1.	Medidas especiales dirigidas a la financiación del sector de la Cultura	416
4.2.	Medidas de apoyo a la cinematografía y a las artes audiovisuales respecto del cumplimiento de obligaciones formales para la recepción de ayudas, así como de concesión de ayudas.	418
4.2.1.	Medidas fiscales de incremento de las deducciones a la inversión y el mecenazgo..	420
Capítulo 7. Resultados y discusión.....		421
1.	Los datos confirman que el incremento de la producción cinematográfica no va unido a un mayor fortalecimiento del sector.....	421
2.	El apoyo de la financiación pública es decisivo para la financiación de la producción, pero al mismo tiempo insuficiente por sí misma, por lo que es preciso acudir a otras fuentes de financiación.	422
3.	El productor independiente sigue siendo el protagonista efectivo del sector.	423
4.	Propuesta de un modelo de financiación de la producción independiente.....	429
4.1.	Medidas de política nacional y autonómica de fomento de la producción independiente vía subvenciones directas al sector de la producción. Flexibles y dirigidas a obtener seguridad jurídica.....	431
4.2.	Medidas de política nacional y autonómica, de fomento de la producción independiente de orden fiscal: deducciones y créditos de impuestos, con criterios de sostenibilidad y duración en el tiempo que apoye el emprendimiento y el desarrollo del sector.....	432
4.3.	Medidas de política financiera dirigidas a la facilitación del acceso al crédito del sector de la producción audiovisual independiente.....	433
4.4.	Medidas en relación con la defensa de la libre competencia.....	434

4.5. Medidas de formación, desarrollo empresarial y cualificación del tejido empresarial de la producción independiente.....	435
4.6. Medidas de desarrollo de la exportación de la producción independiente. La especial relación de los productores en el espacio Iberoamericano.....	435
4.7. Propuestas de fortalecimiento de la defensa y protección de los derechos de propiedad intelectual de los productores independientes.....	436
4.8. Propuestas de desarrollo de principios de buenas prácticas y responsabilidad social corporativa en el sector de la producción independiente.....	437
4.9 Elaboración de un Plan Estratégico del Cine donde la comunicación tenga un papel coherente con la percepción que se tiene del cine y su industria.....	438
CONCLUSIONES.....	440
1. La industria de la producción española es débil y extremadamente dependiente de las subvenciones públicas, los operadores de televisión y las plataformas de <i>streaming</i>	440
2. Las fuentes de financiación de la producción siguen siendo insuficientes para el desarrollo empresarial del sector.....	440
3. Insuficiente impacto de las nuevas formas de financiación del sector.....	441
4. Necesidad de un nuevo ecosistema financiero propio para la producción.....	442
FUENTES.....	443
Tesis doctorales	443
Libros.....	444
Artículos en revistas científicas.....	452
Informes y memorias corporativas.....	460
Legislación estatal	479
Normativa europea	481
ANEXOS.....	481
Anexo 1. Herramientas innovadoras para impulsar el acceso a la financiación del sector de las industrias culturales y creativas en Europa.....	481
Anexo 2. Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19. Medidas relativas al sector de la cinematografía y de las artes audiovisuales (BOE, número 126, de 6 de mayo de 2020, páginas 31.291 a 31.319).....	485

Anexo 3. Las seis medidas post covid-19 propuestas por el European Producer Club (EPC) (9/10/2020).....	504
Anexo 4. TOP 20 por recaudación de películas españolas, de acuerdo con los datos ofrecidos por el ICAA.	506
Anexo 5. El Plan “España, Hub Audiovisual de Europa	520
Anexo 6. Glosario	552
Anexo 7. Definición de terminos industriales	554

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Definición de las actividades culturales según la UNESCO (2005).</i>	49
Figura 2. <i>Definición del Libro Verde de la Comisión Europea (2010) de las actividades incluidas dentro del ámbito de las industrias culturales y creativas.</i>	57
Figura 3. <i>El ecosistema financiero de las ICC.</i>	67
Figura 4. <i>Tipología de modelos de financiación.</i>	69
Figura 5. <i>Aportación de las actividades culturales vinculadas con la propiedad intelectual al PIB español (2000-2018) en miles de millones €.</i>	77
Figura 6. <i>Empleo cultural en España (2006-2020) en miles de empleos.</i>	80
Figura 7 . <i>Financiación en cultura de las Administraciones Públicas (2006-2012) en millones de euros.</i>	82
Figura 8. <i>Financiación en cultura de las Administraciones Públicas (2015-2019) en millones de euros.</i>	83
Figura 9. <i>Financiación en cultura por el Estado (2006-2019) en millones de euros.</i>	84
Figura 10. <i>Volumen de negocio del sector audiovisual en Europa (2009-2013). En millones de euros.</i>	117
Figura 11. <i>Volumen de producción cinematográfica de los principales territorios mundiales (2007-2019). En número de producciones.</i>	120
Figura 12. <i>Espectadores de salas de cine en la Europa de los 28 (2007-2021)</i>	123
Figura 13. <i>Espectadores de salas de cine en los cuatro principales países de la UE (2007-2021) ...</i>	123
Figura 14. <i>Volumen de asistencia en salas en el mundo (2009-2021), En millones de euros.</i>	124
Figura 15. <i>Volumen mundial de recaudación en salas de cine (2007-2021). En miles de millones de dólares USA.</i>	127
Figura 16. <i>Mercados principales mundiales por recaudación en salas de cine (2007-2021). En miles de millones de dólares USA.</i>	128
Figura 17. <i>Producciones nacionales en los principales países de la UE (2007-2021).</i>	129
Figura 18. <i>Coste de producción medio de los principales países europeos (2013-2017). En millones de euros.</i>	130
Figura 19. <i>Inversión anual en producción cinematográfica de los principales países europeos (2013-2017). En millones de euros.</i>	135

Figura 20. Cuota de mercado nacional europeo (2009-2018).....	137
Figura 21. Recaudación de las salas de cines en los mayores territorios de la Unión Europea (2007-2021). En millones de euros.....	139
Figura 22. Ventanas tradicionales de explotación en el sector cinematográfico	144
Figura 23. Evolución del número de pantallas de cine en el mundo (2007-2021).	145
Figura 24. Principales países en número de pantallas de cine (2007-2021).	147
Figura 25. El modelo económico del sector cinematográfico en España.	149
Figura 26. El modelo económico del sector de la producción cinematográfica en España.	151
Figura 27. Evolución de la producción y coproducción española (2006-2020).	154
Figura 28. Evolución en España de la producción cinematográfica, estrenos en salas de cine y comunicaciones de rodajes (2007-2020).	155
Figura 29. Evolución en España de la producción cinematográfica de ficción, documentales y animación (2006-2020).	156
Figura 30. Evolución en España de los rodajes, estrenos y producción de cortometrajes (2007-2020).	158
Figura 31. Espectadores de cortometrajes en España (2001-2020).	159
Figura 32. Facturación y empleo directo de las productoras audiovisuales españolas (1999-2012).	172
Figura 33. Facturación total del sector de la producción española de cine y vídeo (2011-2018).	173
Figura 34. Facturación desglosada del sector de la producción española de cine y vídeo (2011-2018).	173
Figura 35. Pantallas de cine en España (2007-2020).	175
Figura 36. Pantallas de cine en los principales países europeos (2007-2019).	176
Figura 37. Evolución de la asistencia al cine en España (2006-2020). En millones de espectadores.	177
Figura 38. Evolución de la recaudación de la taquilla del cine en España (2006-2020). En millones de euros.....	178
Figura 39. Espectadores en las salas de cine españolas (2006-2020). En millones de entradas.	179
Figura 40. Recaudación en salas de cine en España (2006-2020).	180
Figura 41. Evolución del porcentaje de recaudación del Top 5 y Top 20 sobre el total del cine español (2007-2020).....	184
Figura 42. Modelo económico del sector videográfico en España	185
Figura 43. Modelo de reparto del PVP de un DVD en venta directa €.	187
Figura 44. Modelo de reparto del PVP de un DVD en venta directa €.	187
Figura 45. Detalle por canales de venta del sector videográfico (2005).	188
Figura 46. Evolución negocio videográfico en España (1992-2016).	189
Figura 47. Evolución de los ingresos totales incluidos subvenciones, de la TV en España (2007-2020). En millones €.	193
Figura 48. Evolución de las subvenciones a las corporaciones públicas de radio y televisión en España (2007-2020). En millones €.	194
Figura 49. Evolución de los ingresos, incluidas subvenciones, de la TV en España por modalidad de transmisión (2007-2020). En millones €.	195
Figura 50. Volumen de negocio de la televisión privada en abierto en España, excluidas subvenciones (2007-2020). En millones €.	196
Figura 51. Consumo de la televisión en abierto en España (1999-2020). En minutos.	198
Figura 52. Modelo económico de la televisión privada en abierto en España.	203
Figura 53. Modelo económico de la televisión privada de pago en España.	206

Figura 54. Volumen de negocio de la televisión de pago en España por medio de transmisión (1999-2020). En millones €.	207
Figura 55. Evolución del número de abonados de la televisión de pago en España (2007-2020) por medio de transmisión.	208
Figura 56. Inversión de los operadores de televisión en cine español (1999-2018). En euros.	216
Figura 57. Portada web EFM.	221
Figura 58. MIPTV. Portada web.	222
Figura 59. Le Marche du Film. Portada Web.	223
Figura 60. American Film Market. Portada web.	224
Figura 61. Vuulr. Página web.	225
Figura 62. Premios Goya. Portada web.	226
Figura 63. Premios Platino. Portada web.	226
Figura 64. Evolución de la taquilla de cine español en España y el extranjero (2016-2019). En millones de euros.	230
Figura 65. Evolución ventas internacionales de producto de cine y de televisión (2004-2012). En euros.	231
Figura 66. Evolución ventas internacionales de producto de cine y de televisión (2014-2015). En euros.	232
Figura 67. Espectadores de películas europeas exhibidas fuera de Europa (2016).	233
Figura 68 . Evolución anual de los costes de producción medios de la producción española analizados por el ICAA (2007-2020). En euros.	236
. Figura 69. Desglose de costes de producción analizados por el ICCA (2007). Muestra de 48 largometrajes.	237
Figura 70. Desglose de costes de producción analizados por el ICCA (2018). Muestra de 64 largometrajes.	238
Figura 71. Desglose de costes de producción analizados por el ICCA (2019). Muestra de 64 largometrajes.	238
Figura 72. Desglose del coste producción de las películas españolas (2007-2019).	239
Figura 73. Volumen de usuarios por plataforma (2020).	241
Figura 74. Inversión en contenido original por las plataformas (2020).	242
Figura 75. Presupuesto aprobado y ejecutado por el ICAA destinados a las ayudas a la cinematografía (2007-2021). En euros.	279
Figura 76. Composición de las ayudas del ICAA por tipo en el período 2007-2021.	285
Figura 77. Evolución de la financiación a través del ICO (2007-2014).	290
Figura 78. Ayudas a la cinematografía concedidas por las Comunidades Autónomas (2004-2020). En euros.	291
Figura 79. Desglose de las ayudas a la cinematografía concedidas por las Comunidades Autónomas (2004-2020).	293
Figura 80. Programa IBERMEDIA (1998-2016) Aportaciones y recepción de ayudas por país miembro, en euros.	300
Figura 81. Programa IBERMEDIA (1998-2016). Total aportado por país miembro.	300
Figura 82. Programa IBERMEDIA (1998-2016). Total recibido por cada país miembro.	301
Figura 83. Ayudas concedidas por el Fondo Eurimages (2008-2018). En euros.	306
Figura 84. Evolución del Fondo Eurimages destinado a la coproducción por tipo de obras audiovisuales (2008-2020). En número de obras.	308

Figura 85. Evolución del Fondo Eurimages para la coproducción por tipo de obras audiovisuales (2008-2020). En euros.	309
Figura 86. Subvenciones recibidas por empresas españolas procedentes del Programa MEDIA (2007-2020).	315
Figura 87. Evolución del volumen de negocio del crowdfunding en Europa, incluyendo Gran Bretaña (2013-2018).....	327
Figura 88. Evolución del volumen de negocio del crowdfunding en Europa, excluyendo Gran Bretaña (2013-2018).....	328
Figura 89. Volumen de negocio de la financiación alternativa en Europa por países (2016-2018). .	329
Figura 90. Volumen de negocio de la financiación alternativa en España (2014-2018).....	330
Figura 91. Recaudación total del crowdfunding en España (2015-2019).	331
Figura 92. Recaudación total y por tipo de plataforma en España (2016-2019)	332
Figura 93. Indiegogo. Portada web.	334
Figura 94. Kicstarter. Portada web.	335
Figura 95. Ulule. Portada web.....	336
Figura 96. Ulule. Fondos Recaudados (2017-2020). En euros.....	337
Figura 97. Lánzanos. Portada web.	338
Figura 98. Verkami. Portada web.	341
Figura 99. Página web de la plataforma de crowdfunding Goteo.	347
Figura 100. Evolución del número de usuario nuevos dados de alta cada año (2011-2020).....	348
Figura 101. Goteo. Recaudación (2011-2020). En euros	348
Figura 102. Goteo. Evolución de la media por aportación (2011-2020). En euros.	349
Figura 103. Goteo. Proyectos recibidos, publicados y exitosos (2011-2020).....	349
Figura 104. Goteo. Recaudación media de los proyectos exitosos (2011-2020). En euros.	350
Figura 105. Goteo. Número medio de usuarios de proyectos exitosos (2011-2020).	350
Figura 106. La Bolsa Social. Portada web.	362
Figura 107. Página web del proyecto Screenly publicado por La Bolsa Social.	363
Figura 108. La Bolsa Social. Proyecto Whatscine.	363
Figura 109. Web del mercado audiovisual on-line Incoproduction.....	365
Figura 110. Web del mercado audiovisual on-line Filmarket Hub.....	366
Figura 111. Web de la plataforma de marketplace de contenidos MEDIABANK.	366
Figura 112. Fun & Money. Portada web.	367
Figura 113. IFCIC. Volumen de garantías concedidas (2014-2019) en millones de euros,.....	370
Figura 114. IFCIC. Volumen de crédito total asociado a los avales concedidos (2014-2019) en millones de euros.	371
Figura 115. IFCIC. Volumen de riesgo vivo (2014-2019) en millones de euros.	371
Figura 116. IFCIC. Volumen de riesgo vivo asociado (2014-2019) en millones de euros.	372
Figura 117. IFCIC. Desglose de las garantías por sectores (2018).	372
Figura 118. IFCIC. Desglose de las garantías por sectores (2019).	373
Figura 119. IFCIC. Volumen de préstamos concedidos (2014-2019) en millones de euros.....	373
Figura 120. IFCIC. Volumen de la cartera de préstamos vivos (2014-2018). En millones €.	374
Figura 121. IFCIC. Composición del capital social (2019).....	374
Figura 122. Funcionamiento del sistema español de garantías.....	377
Figura 123. Evolución del capital social de CREA SGR (2006-2021). En euros.	380

Figura 124. Evolución del Fondo de provisiones técnicas neto de CREA SGR (2006-2021). En euros.	381
Figura 125. Evolución de los recursos propios computables de CREA SGR (2006-2021).	382
Figura 126. Evolución del coeficiente de solvencia de CREA SGR (2006-2021).	383
Figura 127. Evolución del número de avales formalizados de CREA SGR (2006-2021).	384
Figura 128. Evolución del importe de avales formalizados por CREA SGR (2006-2021).	385
Figura 129. Evolución del riesgo vivo de CREA SGR (2006-2021). En euros.	385
Figura 130. Evolución del coeficiente de morosidad de CREA SGR (2006-2021).	386
Figura 131. Desglose de la actividad de CREA SGR por sectores culturales y creativos (2019).	387
Figura 132. Evolución de los ingresos de CREA SGR (2006-2021). En euros.	389
Figura 133. Evolución de los gastos de CREA SGR (2006-2021). En euros.	389
Figura 134. Evolución de los resultados de CREA SGR antes de la dotación del FPT (2006-2021). En euros.	390
Figura 135. Modelo de funcionamiento de CREA SGR.	391
Figura 136. Flujos entre agentes en un esquema de “Completion Bond”.	394
Figura 137. Importe de las deducciones fiscales a la inversión cinematográficas (2015-2021). En millones de euros.	411

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conceptos y magnitudes culturales analizadas de acuerdo con el Anuario de Estadísticas Culturales (2017).	75
Tabla 2. Estrategia 1.1 incluida en el Plan 2020 del MECD para 2018-2020.	95
Tabla 3. Estrategias incluidas en el Plan Cultura del MECD para el período 2018-2020, específicamente dirigidas al sector audiovisual.	97
Tabla 4. Estrategia 2.1 incluida en el Plan Cultura del MECD para el período 2028-2020.	98
Tabla 5. Estrategia 2.6 incluida en el Plan Cultura 2020 del MECD para el período 2018-2020.	100
Tabla 6. Financiación de las inversiones del componente 24 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia	105
Tabla 7. Financiación del Componente 25 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (en millones de euros)	107
Tabla 8. Periodificación (2020-2023) de las inversiones del componente 25 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (en millones de euros).	107
Tabla 9. Acciones del Componente 25.	110
Tabla 10. Ejes y medidas del Plan España Hub Audiovisual.	112
Tabla 11. Volumen de negocio del sector audiovisual en Europa (2009-2013). En millones de euros.	116
Tabla 12. Tendencias del sector de la producción cinematográfica en Europa (2007-2016).	118
Tabla 13. Volumen mundial de producción de películas (2007-2019).	121
Tabla 14. Volumen de inversión y financiación en producción cinematográfica en España (2007-2018). En euros.	136
Tabla 15. Recaudación de los principales mercados europeos continentales (2007-2021). En millones de euros.	140

Tabla 16. <i>Asistencia a salas de cine los principales mercados europeos continentales (2007-2021). En millones de euros.</i>	141
Tabla 17. <i>Las fases tradicionales de la producción cinematográfica.</i>	143
Tabla 18. <i>Evolución del nivel de producción de las empresas (1995-2020).</i>	169
Tabla 19. <i>Distribución de las 20 primeras películas españolas en recaudación de salas de cine según la naturaleza de la distribuidora (2016-2020).</i>	181
Tabla 20. <i>Volumen de recaudación en taquilla del cine español en España, top 5 y top 20 (2007-2020). En euros.</i>	183
Tabla 21. <i>Evolución magnitudes Video/DVD y otros formatos en España (2007-2016).</i>	190
Tabla 22. <i>Evolución de las audiencias de la televisión en abierto en España (2015-2020) por grupo de comunicación y canal de televisión.</i>	199
Tabla 23. <i>Ingresos de publicidad de la televisión privada en España por operador (2010-2020). En millones €.</i>	202
Tabla 24. <i>Ingresos de televisión de pago en España por operador (2010-2020).</i>	205
Tabla 25. <i>Evolución de la obligación legal de inversión de las televisiones en obras audiovisual europea (1999-2009). En euros.</i>	214
Tabla 26. <i>Evolución de la obligación legal de inversión de las televisiones en obras audiovisual europea (2010-2018). En euros.</i>	215
Tabla 27. <i>Miembros de la FIAPF (Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films).</i>	218
Tabla 28. <i>“Competitive Feature Film Festivals.”</i>	219
Tabla 29. <i>Principales mercados para la producción española.</i>	220
Tabla 30. <i>Muestras de cine español en el extranjero.</i>	228
Tabla 31. <i>Muestra de análisis de costes de producción realizada por el ICAA (2007-2020)</i>	235
Tabla 32. <i>Fuentes de financiación de la producción cinematográfica española.</i>	246
Tabla 33. <i>Fuentes de financiación de la producción española (1990-1992).</i>	248
Tabla 34. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española (2017).</i>	252
Tabla 35. <i>Análisis películas por categorías.</i>	253
Tabla 36.- <i>Comparativa de modelo de financiación entre los tres tipos de producciones en función del coste de producción (2017).</i>	254
Tabla 37. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste inferior a 600.000€ (2017).</i>	255
Tabla 38. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste entre 600.000€ y 1.800.000€ (2017).</i>	256
Tabla 39. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste entre 600.000€ y 1.800.000€ (2017).</i>	257
Tabla 40. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española (2017), clasificada por coste de producción.</i>	258
Tabla 41. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española (2018).</i>	259
Tabla 42. <i>Análisis películas por categorías (2018).</i>	260
Tabla 43. <i>Resumen análisis financiación películas según categoría por coste de producción (2018).</i>	261
Tabla 44. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste inferior a 600.000€ (2018).</i>	262
Tabla 45. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste desde 600.001€ a 1.800.000€ (2018).</i>	263

Tabla 46. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste superior a 1.800.001€ (2018).</i>	264
Tabla 47. <i>Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española (2018), clasificada por coste de producción.</i>	265
Tabla 48. <i>Modelo de relaciones de competencia entre los distintos agentes del sector cinematográfico español.</i>	270
Tabla 49. <i>Detalle de las ayudas al audiovisual y la cinematografía incluidas en la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.</i>	273
Tabla 50. <i>Presupuesto anual de ayudas al cine del ICAA: aprobado, ejecutado y diferencia (2007-2021). En euros.</i>	280
Tabla 51. <i>Detalle de las ayudas a la cinematografía del Fondo de Protección de la Cinematografía del ICAA (2007-2021). En miles de euros.</i>	282
Tabla 52. <i>Detalle del presupuesto ejecutado del Fondo de Protección de la Cinematografía del ICAA (2007-2021). En miles de euros.</i>	283
Tabla 53. <i>Diferencia entre el presupuesto inicial y presupuesto ejecutado del Fondo de Protección de la Cinematografía del ICAA (2007-2021). En euros.</i>	284
Tabla 54. <i>Detalle de las ayudas concedidas a la cinematografía por las CCAA (2007-2020). En euros.</i>	292
Tabla 55. <i>Fondo IBERMEDIA (1998-2016). Proyectos aprobados por año y modalidad</i>	297
Tabla 56. <i>Fondo IBERMEDIA (1998-2016). Total, fondos aportados y recibidos por los países miembros, en euros.</i>	299
Tabla 57. <i>Normativa europea aplicable correspondiente al Programa EURIMAGES.</i>	305
Tabla 58. <i>Evolución y composición del Fondo Eurimages por categorías (2008-2018). En euros.</i> ...	307
Tabla 59. <i>Coproducciones españolas apoyada por el Fondo Eurimages (2017).</i>	310
Tabla 60. <i>Detalle de los programas MEDIA (1991-2013).</i>	311
Tabla 61. <i>Lánzanos. Análisis 15 proyectos finalizados.</i>	339
Tabla 62. <i>Análisis de proyectos de largometrajes en VERKAMI.</i>	342
Tabla 63. <i>Articulado de la Ley 5/2015, de 27 abril, en relación con el régimen jurídico de las plataformas de financiación participativa (PFP).</i>	353
Tabla 64. <i>Plataformas de financiación participativa.</i>	360
Tabla 65. <i>Socios protectores de CREA SGR (31/12/2019).</i>	379

RESUMEN

El acceso a la financiación por parte de la industria de la producción cinematográfica española es una cuestión pendiente de resolver a lo largo del siglo XX y del actual XXI. La producción cinematográfica española comparte las mismas circunstancias de volumen, mercado, posición, competencia, público e impacto mediático que otras cinematografías de nuestro entorno. Pero quizás adolece de una debilidad acentuada por el tamaño demográfico “medio/grande” de nuestro país que impide por sí mismo la amortización del coste de producción mediante la mera recaudación en salas de cine. A lo que hay que añadir el escaso poder de negociación de las productoras independientes frente a los operadores de televisión, las *majors* y las plataformas internacionales de *streaming*. Solo conociendo de forma exhaustiva la realidad de la situación del sector y del mercado en el que competimos, podemos avanzar en la mejora de la posición nacional e internacional de la producción cinematográfica española. Y precisamente esta tesis pretende ofrecer información para analizar de la forma más rigurosa el estado de la cuestión, analizando y proponiendo ideas para un mejor modelo de financiación del productor independiente.

La figura del productor independiente, clave en nuestro modelo jurídico europeo de apoyo a la cinematografía, tiene que ser completado con la puesta en marcha de medidas que permitan un acceso más amplio a las actuales y futuras herramientas de financiación. No solamente a través de los tradicionales apoyos públicos, directos a través de subvenciones o indirectos, mediante deducciones e incentivos fiscales. Tampoco son suficientes las obligaciones de inversión establecidas a los operadores de televisión y plataformas de *streaming*. Si bien ambas figuras, la del productor independiente y el de las obligaciones de inversión de los grandes agentes de la industria siempre están en cuestionamiento, por razones de intereses empresariales, su mantenimiento no es suficientes para la construcción de un potente sector de la producción europea.

Es absolutamente necesario involucrar de una vez al sector privado en la financiación de la producción. Para ello es preciso, además de que pueda atraer por su rentabilidad a los inversores, el disponer de un ecosistema financiero sólido que cubra todas las necesidades de financiación. Modelo que a su vez sea complementado por un sistema de garantías y, en su caso, de aseguramiento del riesgo de producción. Las nuevas formas de búsqueda de financiación (como, por ejemplo, el *crowdfunding* o financiación participativa) pueden facilitar el acceso de inversores privados interesados en invertir en el sector. Todo ello con el

rigor que supone el cumplimiento de la legislación establecida, de forma que se traslade una imagen de solvencia y eficacia similar al de otros sectores productivos susceptibles de inversión.

ABSTRACT

Access to financing for the Spanish film production industry is an unresolved issue throughout the twentieth century and what we have in the twenty-first century. Spanish film production shares the same circumstances of volume, market, position, competition, audience, and media impact as other cinematographies in our environment. But perhaps it suffers from a weakness accentuated by the "medium/large" size of our country that does not allow by itself the amortization of the cost of production via collection in movie theaters. To which is added the scarce bargaining power of the producers in front of the televisions and the extraordinary power of the majors and the international streaming platforms. Only by knowing exhaustively, with contrasting data and facts, the reality of the situation of the sector and the market in which we compete, can we advance in the improvement of the national and international position of Spanish film production.

The figure of the independent producer, key in our European legal model of support for cinematography, has to be complemented with the implementation of measures that allow wider access to financing tools. Not only through traditional public support, direct through aid and subsidies or indirect through tax deductions and incentives. Nor are the investment obligations imposed on television operators and streaming platforms sufficient. Although both figures, that of the independent producer and that of the investment obligations of the big agents of the industry are always in question, for reasons of printing interests, their maintenance are not enough for the construction of a powerful sector of European production.

It is absolutely necessary to involve the private sector once and for all in the financing of production. For this, it is necessary, in addition to being able to attract investors for its profitability, to have a solid financial ecosystem that covers all financing needs. Model that in turn is complemented by a system of guarantees and, where appropriate, of insurance of the risk of production. New forms of seeking financing (such as crowdfunding or crowdfunding) can facilitate access for private investors interested in investing in the sector. All this with the rigor that implies compliance with the established legislation, so that an image of solvency and efficiency similar to that of other productive sectors susceptible to investment is transferred.

INTRODUCCIÓN

1. Exposición de motivos

La primera pregunta que surge es definir el tema de esta investigación. Después de dedicar un respetable tiempo a la investigación y estudio de la cuestión original, el tema de inicio se ha desplazado desde el análisis de las fuentes de financiación del sector audiovisual español después de la Gran Depresión de 2008 a centrarse en la financiación de la producción cinematográfica española durante el período 2007-2021. Y la extensión temporal del estudio se debe, como es fácil de adivinar, a la necesidad de incluir los efectos del tremendo impacto de la Pandemia de 2020, que nos ha marcado en todos los ámbitos, incluido el académico. Asimismo, el tema se ha centrado específicamente en la producción cinematográfica porque no deja de ser el corazón de la creación de los contenidos audiovisuales, por mucho que el éxito de las series de televisión nos empuje en algunos momentos a olvidar el Cine (en mayúsculas).

El tema lo creemos interesante por múltiples razones. Por un lado, el cine (y el audiovisual en general) nos persigue constantemente. Está presente en prácticamente todos los espacios en que nos movemos. Desde el acto voluntario de asistir a una sesión en una sala de exhibición cinematográfica (hábito prácticamente destruido durante la Pandemia de 2020) al atracón de capítulos de la última serie de moda en nuestra plataforma de *streaming* favorita. Sin olvidar la omnipresencia de nuestro *Smartphone* de última generación o el habitual visionado de películas en los viajes por avión (tren o autobús). Además de la histórica y permanente intromisión en nuestro hogar de la incombustible televisión en abierto. Televisión en abierto tantas veces condenada a la desaparición por los gurús del audiovisual y con una respetable mala salud de hierro a pesar del empuje de internet. Y esta última expresión (“mala salud de hierro”) también podemos aplicarla perfectamente a la producción cinematográfica española: una auténtica superviviente a todas las catástrofes imaginables (incluida la misma Pandemia).

Asimismo, la producción cinematográfica es clave en la construcción de la industria audiovisual y cultural en su conjunto. Aunque los datos globales de negocio, impacto económico, inversión o empleo, sean expuestos constantemente por agentes del sector y a veces de forma quizás demasiado amplia, la realidad es que el sector cinematográfico, es importante y, en cierto sentido, estratégico para España.

En general, los datos oficiales hablan de un sector de las Industrias Culturales y Creativas, que es donde se encuadra el Audiovisual y más concretamente la producción cinematográfica, que supone alrededor el 2,4% del PIB¹ y 700.000 empleos².

De acuerdo con estimaciones oficiales³, el sector de la producción cinematográfica, y audiovisual, genera alrededor de 2.700 millones de euros de volumen de negocio.

Pero es que, sin perjuicio de los fríos datos estadísticos, la creación de contenidos ha sido y es el motor del resto de la industria audiovisual. Las más de 200 películas anualmente producidas en España⁴ forman parte de la oferta semanal de estreno del parque español de salas de cine (que en 2020 constaba de 3.701 pantallas), en dura competencia con el resto de la oferta cinematográfica. Sin películas de estreno no existiría el negocio de la exhibición cinematográfica, de ahí el miedo del sector de exhibición a la política de las plataformas de *streaming* (o, mejor dicho, de las distribuidoras cinematográficas) de no respetar la denominada ventana de explotación en salas.

El mercado, ya prácticamente desaparecido, del video/DVD se basaba fundamentalmente en películas⁵, muchas de las cuales habían sido originalmente producidas para estrenarlas previamente en salas de cine, aunque no todas alcanzaban dicho objetivo. Asimismo, las estanterías de los videoclubs también se nutrían de películas producidas directamente para el mercado del video⁶ (*direct to video*). Y había una empresa estadounidense, que se sigue llamando Netflix, cuyo negocio original era el alquiler de DVD por correo que obtuvo múltiples beneficios (aunque hubo otra llamada Blockbuster, más poderosa, que tuvo que cerrar). De hecho, Netflix todavía mantiene una pequeña línea de

¹ Según la Cuenta Satélite de la Cultura (2021), la aportación de la Cultura al PIB en 2019 fue de 30.171 millones de euros (2,4% del PIB). Si tenemos en cuenta la aportación de todas las actividades culturales vinculadas con la propiedad intelectual, la cifra asciende a 42.635 millones de euros (3,4% del PIB). A falta de datos oficiales el impacto de la Pandemia de 2020 en estas cifras debería ser similar a la de la caída general del PIB español (que fue de alrededor del 10%).

² Ya se disponen de unos primeros datos de la Cuenta Satélite de Cultura (2021) que estiman que en 2020 se produjo un descenso del 5,9% del empleo a consecuencia de la crisis provocada por la Pandemia (668,1 miles de empleos).

³ El ONTSI (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de los Servicios de la Información), organismo dependiente del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital publica, con carácter anual, el Informe sobre el Sector de los Contenidos Digitales en España. En la edición de 2019 estima que las empresas del sector de las actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión generan un volumen de negocio de 4.608 millones de euros. De esta cifra, 2.711 millones de euros corresponden a productoras de cine y video (1.940 millones de euros) y productoras de televisión (771 millones de euros).

⁴ Según el ICAA, en 2019, se produjeron 265 películas en España, reduciéndose a 220 en 2020 por efecto de la Pandemia, de las cuales se estrenaron 207 en 2019 y apenas 154 en el fatídico 2020.

⁵ Por supuesto el mercado videográfico también incluía otras obras audiovisuales como las series de televisión.

⁶ Las películas denominadas de serie B siempre han gozado del favor especial de los videoclubs, ahora sustituidos por plataformas de *streaming* como Amazon o Netflix.

negocio de venta de DVD por correo para no abandonar el servicio a los abonados de sus tiempos iniciales.

Y por supuesto hay que seguir indicando que en las parrillas de programación de la televisión en abierto (pública y privada) tienen una significativa presencia la producción cinematográfica española. Que además hay que resaltar que en muchas ocasiones ofrece unos buenos resultados de audiencia, en algunos casos superiores a las cifras de asistencia que alcanzó en su etapa de explotación cinematográfica.

Del mismo modo que la televisión de pago (desde el histórico Canal +) y las actuales plataformas de *streaming*⁷, se han convertido en devoradores de producción cinematográfica y audiovisual, de todos los géneros, para el consumo masivo de sus abonados.

Y los productores siguen siendo, por definición, independientes. Porque “independiente” tiende a ser la creación o al menos así se manifiestan muchos creadores. Y no sólo por obligación legal⁸, sino porque solo la producción independiente tiene la flexibilidad creativa y empresarial para adaptarse a la tremenda presión del sector de los contenidos.

Esta es la historia de una investigación de las fuentes de financiación de una producción independiente española que busca su futuro después de una Crisis financiera, y por tanto económica, mundial que la dañó muy seriamente en 2008 y que, sin llegar a recuperarse del todo, tuvo que afrontar una Pandemia, también mundial, en 2020. Un sector el de la producción que se encontró que sus clientes cambiaban de hábitos aceleradamente a causa del confinamiento y las plataformas de *streaming* se convertían en los nuevos árbitros de la situación.

Un sector que se encontró que, de una forma, algunos pensamos que felizmente inesperada, se apostaba desde las instituciones por reforzar la producción cinematográfica y audiovisual. Apoyo quizás debido no sólo al éxito de productos que todos tenemos en mente, sino a la necesidad de dirigir las fuerzas económicas y sociales por caminos más vinculados con la creatividad, la digitalización y la transición ecológica.

Por último, se podría considerar que la investigación tiene un cierto grado de originalidad en tanto que se adentra en estudiar una gran variedad de informes y publicaciones, de fuentes públicas y privadas, que cada vez son más accesibles gracias al acceso digital. Información que cada vez ofrece una imagen más real del entorno financiero

⁷ También denominada Plataformas de Video on Demand (VoD) o plataformas Over the Top (OTT). Por ejemplo: Netflix, HBO, Disney +, Amazon Prime.

⁸ De acuerdo con la Directiva europea de la Televisión sin Fronteras incorporada al ordenamiento jurídico español por la Ley 25/1994 con posteriores modificaciones hasta llegar a la actual Ley General Audiovisual.

en el que se mueve la producción cinematográfica española dentro de un contexto internacional.

Es posible que resulte interesante a la sociedad académica una aportación de carácter más de negocio, financiero e industrial respecto de la producción cinematográfica. El Cine, en sentido amplio y con mayúsculas, es ampliamente estudiado por la doctrina en sus aspectos artísticos y creativos, su lenguaje y significado. Quizás sea bien recibida una investigación como ésta, más centrada en sus aspectos económicos y financieros, aunque sin olvidar nunca la creatividad que subyace en todo el proceso de la producción cinematográfica.

2. Preguntas de la investigación

Una vez expuestos los motivos por los que creemos que el tema puede resultar interesante para el mundo académico cabe preguntarse una serie de cuestiones relativas a la investigación en sí misma, que vamos a tratar de sistematizar.

En primer lugar, y dados los antecedentes y realidad actual de la producción cinematográfica española, ¿merece la pena desde el punto de vista cultural e industrial seguir apoyando desde el punto de vista público la industria de la producción?

Es decir, la pregunta es que si en un entorno tan competitivo internacionalmente es conveniente y realista dedicar esfuerzos económicos públicos al sector de la producción cinematográfica española.

Esta pregunta se podría contestar con una rotunda afirmación desde el punto de vista cultural. Es ampliamente conocida las posturas que prácticamente todos los países de nuestro entorno (y en general en todo el mundo) mantienen respecto a la identidad cultural, por lo que el tema ya ha sido suficientemente debatido.

Pero quizás habría que limitar el esfuerzo económico en lo que se refiere al cine producido, al menos en su origen, con alto contenido cultural, más que al denominado *mainstream*, de carácter eminentemente comercial y masivo.

Adelanto que, desde mi humilde punto de vista, tal distinción nos puede llevar a consecuencias perniciosas que causen la destrucción de un tejido industrial que, aunque débil, es esencial para cualquier país que quiera estar presente en el concierto internacional. No se trata de competir en un mercado tan novedoso que las barreras de entrada hagan imposible conseguirlo. Se trata de mantener algo tan esencial como una identidad industrial cinematográfica que tan importante es, tanto para el denominado *soft power*, como para las cuentas públicas y privadas.

En segundo lugar, habría que preguntarse si realmente el sector de la producción cinematográfica es un sector industrial (aunque con alto contenido cultural) que por tanto se rige por las reglas de otros sectores industriales. O quizás es más bien un sector fundamentalmente clientelista de lo público sin contacto con la realidad del espectador o del usuario final de sus productos. Al fin y al cabo, la mayoría de las producciones cinematográficas españolas gozan de algún tipo de ayuda pública (directa o indirecta). Y, desgraciadamente, la mayoría de las películas españolas no obtienen unos buenos resultados de taquilla cuando consiguen estrenarse en salas de cine. De hecho, no todas las producciones consiguen ser estrenadas en salas.

Es otra pregunta habitual, que creemos también se responderá de forma positiva. Es un objetivo de la investigación la búsqueda de datos económicos que muestren la importancia del sector y su funcionamiento industrial, con la descripción de las múltiples relaciones entre los distintos agentes del mismo. Y se demostrará que, aunque no todas las producciones sean exitosas en su trayectoria comercial siempre son construidas financieramente de una forma mucho más rigurosas y sólidas de lo que pudiera parecer a primera vista.

Y, por último, y no menos importante, podemos preguntarnos si es posible seguir apoyando a la producción cinematográfica española para que supere las crisis habituales y recurrentes de nuestro siglo (de la Crisis financiera del 2008 a la Pandemia de 2020). Tanto mediante la perfección de las herramientas de financiación existentes (públicas y privadas) como por el desarrollo de nuevas fuentes de financiación (*crowdfunding* o financiación participativa, sistemas de garantías, *completion bond*). O se puede plantear que quizás es más inteligente reconocer nuestra imposibilidad de mejorar la situación y darnos por vencidos y dedicar los recursos públicos a otras finalidades que se podrían considerar más importantes para la sociedad española como la cobertura de otros servicios públicos como la sanidad, la educación o las pensiones.

Es cierto que la producción cinematográfica no ha alcanzado, a pesar de décadas de ayudas públicas, la autonomía necesaria para desarrollarse sin dichos apoyos públicos (estatales, regionales y supranacionales). Sin embargo, esta conclusión es aplicable prácticamente a todas las cinematografías de los países de nuestro entorno (incluida la pujante industria estadounidense apoyada tradicionalmente por un generoso sistema de incentivos fiscales). Y si el apoyo público existe de forma generalizada es porque existe un retorno en los recursos dedicados. Porque si no existiera ese beneficio, se trataría de un evidente supuesto de despilfarro de los recursos públicos.

En esta investigación se argumenta a favor de la mejora de los modelos existentes y el decidido apoyo a la industria de la producción cinematográfica española mediante el impulso de nuevas fórmulas de financiación, por la sencilla razón de que las cifras muestran una industria que genera no solo cultura y entretenimiento (el denominado *entertainment* anglosajón) sino también riqueza para la sociedad española.

3. Objeto de la investigación

El objetivo fundamental de esta investigación es poner de manifiesto de la forma más clara, concisa y didáctica, el estado de la cuestión respecto de la financiación de la industria de la producción cinematográfica española. Con este fin nos centraremos por un lado en el estudio del período 2007-2021; es decir, desde el año inmediato anterior al inicio oficial de la Gran Crisis Financiera, oficialmente datada con la quiebra de Lehman Brothers en el tercer trimestre de 2008, hasta el efecto de la Pandemia de 2020. Como consecuencia de la crisis desatada por la pandemia causada por el virus SARS-CoV-2 (coronavirus del síndrome respiratorio agudo grave tipo 2) que dio lugar a la infección COVID-19 y que impactó de lleno en España en el primer trimestre de 2020, se decidió extender la investigación hasta el año 2021, incluyendo las medidas tomadas a partir de marzo de 2020 para combatir la depresión generada por la crisis económica consecuencia de la COVID-19.

Por otro lado, consideraremos en todo momento el sector de la producción cinematográfica, como uno más de los que componen las denominadas Industrias Creativas y Culturales (en adelante ICC), sin perder nunca de vista su encaje dentro del gran sector de las ICC españolas. A estos efectos dedicaremos una especial atención a la industria de la producción cinematográfica, exponiendo el modelo vigente y, en su caso, proponiendo ideas para el perfeccionamiento del sistema de financiación español del sector.

La selección del contenido cinematográfico no es caprichosa, sino que responde al hecho de que la producción cinematográfica constituye un ejemplo magnífico de la realidad de la financiación de la industria de contenidos audiovisuales.

Los más de cien años ya transcurridos desde la invención del cinematógrafo han permitido desarrollar un extraordinario y complejo modelo de financiación de la industria cinematográfica. Modelo, en general, desconocido no solo por la opinión pública, sino

incluso por parte de los líderes políticos y de opinión, por lo que creemos que ha sido, y en cierto modo sigue siendo, injustamente infravalorado.

La búsqueda y depuración de datos constituye por sí mismo un gran objetivo básico para el buen fin de la investigación. Si bien es cierto que durante los últimos años la publicación de datos, informes y estudios ha sido abrumadora, también no es menos cierto que las bases y fuentes primarias siguen siendo fundamentalmente las mismas.

Para ello es preciso disponer, en primer lugar, de datos más ajustados y próximos a la realidad de la economía de las ICC. Actualmente dichos datos se encuentran dispersos, a veces son confusos y contradictorios, y en muchas ocasiones ni siquiera están disponibles de forma libre al público.

Por un lado, las cifras oficiales ofrecidas por los diferentes organismos públicos, como son las publicadas periódicamente por el Ministerio de Cultura y Deporte (en adelante MCD)⁹, sigue siendo la base fundamental sobre la que se estructura cualquier análisis serio sobre la dimensión económica y financiera de las ICC en España, y en especial la referida al sector cinematográfico. Sin embargo, dicha fuente pública es preciso combinarla y matizarla con otras fuentes de información que, a menudo, provienen de agentes involucrados en los mismos sectores analizados, por lo que deben ser considerados con prudencia y rigor, a fin de no extraer conclusiones que, a veces, son incluso contradictorias en sí mismas.

En consecuencia, se pondrán de manifiesto las mejores prácticas existentes relacionadas con la financiación del sector cinematográfico dentro del marco general de las ICC, tanto de carácter nacional como internacional. Exponiendo experiencias de éxito y de

⁹ La consideración de qué rango ministerial merece la Cultura en nuestra estructura ministerial (Ministerio específico o Secretaría de Estado) se ha convertido en un debate tradicional de los partidos políticos en España. El asunto no es baladí por la carga política que conlleva, aunque los efectos prácticos presupuestarios de dichas medidas no tengan tanta relevancia. Hay que señalar los tradicionalmente reducidos presupuestos de Cultura en comparación con otras partidas de los Presupuestos Generales del Estado. El Partido Popular (PP) incluye en su programa y posteriores acciones de gobierno, la supresión, en caso de que existiera previamente, de un Ministerio de Cultura con entidad propia. En consecuencia, incluye la cartera de Cultura dentro de un gran Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD) con rango de Secretaría de Estado. Mientras que el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) mantiene el criterio de separar la cartera de Educación de las de Cultura y Deporte en dos ministerios independientes. A partir de julio 2018, con la llegada del PSOE al gobierno del Reino de España, se volvió a separar los ámbitos de Cultura y Deporte, pasando del rango de dos Secretarías de Estado (Cultura y Deporte) a un nuevo Ministerio de Cultura y Deporte (MCD). Por lo tanto, las referencias en esta tesis podrán realizarse de forma indistinta al MECD y MCD dependiendo del período cronológico a que se refiera, aunque también podemos referirnos en algunas ocasiones al Ministerio de Cultura como concepto general.

fracaso, con propuestas de modelos que apoyen de forma eficaz la financiación de nuestro sector de la producción cinematográfica, sin perder nunca de vista la realidad de nuestro entorno particular, nuestros recursos limitados y la competencia a las que nos enfrentamos. Como noticia positiva en medio de esta profunda crisis podemos señalar el decidido apoyo de la Unión Europea a las políticas de reconstrucción económica y social, que esperemos consigan concretarse y aplicarse en el menor tiempo posible.

4. Objetivos de la investigación

Se establecen como objetivos de esta investigación una serie de cuestiones básicas, de carácter fundamentalmente cuantitativo, aunque también sujetas a un análisis cualitativo, con el fin de disponer de herramientas suficiente para poder realizar las propuestas que cierran la tesis:

- 1) Obtener y analizar la máxima información pública y privada disponible para poder conocer al máximo la situación objetiva de la producción cinematográfica española en el periodo 2007-2021. Existiendo fuentes oficiales rigurosas y fiables del número de películas producidas, taquilla, inversión de los operadores, ayudas públicas, tan solo hay que interpretarlas adecuadamente para ofrecer una imagen real del sector y menos dependiente de la política (en general) de cada momento.
- 2) Describir el modelo de relaciones económicas que marcan el sector cinematográfico entre todos sus protagonistas, en el que el productor cinematográfico no es precisamente la pieza más dominante en el modelo.
- 3) Descubrir cuáles son las fuentes actuales de financiación de la producción cinematográfica. Evitando confundir planes de financiación con planes de explotación o comerciales de la película.
- 4) Cuantificar el volumen de financiación procedente de las Comunidades Autónomas a la producción, dada la cesión de dichas competencias por parte del Estado. Y dado que suponen prácticamente doblar el volumen de ayudas estatales al sector.
- 5) Calcular cuál es el volumen real (aunque siempre aproximado de acuerdo con nuestras limitadas posibilidades de análisis) de inversión anual en la producción cinematográfica española agrupando todas las fuentes actuales de financiación.
- 6) Proponer cuáles podrían ser las medidas para mejorar de forma sustancial nuestra posición en el entorno que nos corresponde. Dichas medidas, en general, son

debatidas y conocidas por los distintos agentes de nuestra industria desde hace años y con la crisis desatada por la Pandemia se han puesto de manifiesto en los denominados Planes de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

5. Metodología

La metodología empleada es la cuantitativa. Se ha elegido dicha metodología por la necesidad de contar con un análisis de los datos existentes de la forma más ajustada a la realidad posible dada la dificultad de encontrar fuentes primarias rigurosas y fiables. Hemos prescindido de aplicar una metodología cualitativa basada en entrevistas con agentes del sector, que en un principio habíamos considerado útil para esta investigación. Esta decisión se ha tomado después de analizar otros proyectos de investigación sobre el sector ya realizados por otros investigadores¹⁰ y constatar que las opiniones de agentes del sector se encuentran lógicamente muy determinados por la posición que los mismos desempeñan en la cadena de valor del modelo de financiación. Lo cual, aunque no desvirtúa el elogioso trabajo de investigación realizado por dichos investigadores, nos supone un factor en cierto modo distorsionador en la investigación que aquí realizamos, que deseamos pueda considerarse lo más objetiva y neutral posible, dadas las circunstancias.

En consecuencia, se plantea analizar de forma razonable todos los ejemplos existentes, que consideremos significativos para el buen fin del estudio, tanto los vigentes, aquellos comprendidos dentro del período objeto de estudio (2007-2021), pero también incluyendo referencias a aquellos históricamente interesantes para el estudio, relacionados con los modelos de financiación de las ICC en España y países de nuestro entorno. Hay que señalar la influencia de autoras como García Leiva¹¹ a la hora de intentar realizar un “mapeo” que arroje resultados interesantes para la investigación, especialmente en lo que refiere a los problemas de ofrecer solo una foto fija de la situación, en vez de enriquecer la investigación con la evolución dinámica innata al objeto estudiado.

¹⁰ Ver como ejemplo la magnífica Tesis Doctoral de Noriega Patiño, María Gabriela (2018) *Posicionamiento del cine español en el mercado nacional* (2005-2015) donde se incluyen interesantes entrevistas a agentes del sector.

¹¹ García Leiva, M. T. (2016). ¿Cómo mapear la diversidad de la industria audiovisual en la era digital? Notas metodológicas. CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación, 21, 13-25. <https://doi.org/10.5209/CIYC.52880> (consultado el 1/10/2020).

Para ello se revisarán documentos y publicaciones en papel y en línea, de organismos y entidades relacionadas con la financiación de las ICC y, especialmente, de la producción cinematográfica, tanto de carácter público (Ministerios de Cultura, Institutos de Cinematografía y otros organismos similares con competencias del sector) como privado, incluyendo a entidades financieras (Bancos y otras entidades financieras), así como a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro (Fundaciones, Entidades de Gestión de derechos de la propiedad intelectual, asociaciones profesionales y empresariales sectoriales).

El alcance será tanto de carácter nacional, como regional y local (en el caso español centrado en la Comunidades Autónomas y Entidades Locales), así como supranacional (fundamentalmente Unión Europea, aunque también de países de la OCDE), sobre todo en lo que se refiere a las fuentes de datos estadísticos y políticas fiscales cinematográficas, tan importantes en los modelos de financiación de la industria.

Respecto de la doctrina académica, se ha tratado de consultar la excelente producción científica alrededor de la financiación de la producción cinematográfica española. Desde las aportaciones de finales del siglo XX y principios del XXI sobre el productor cinematográfico de Jacoste Quesada (1996), la economía cinematográfica de Cuevas Puente (1999) y demás aportaciones de Marcos Recio (2000), Pablo Martí y Muñoz Yebra (2001) y Cabezón y Gómez Urdá (2004), entre otros. Hasta las más recientes de Riambau y Torreiro (2008), el recientemente desaparecido y gran maestro Bustamante Ramírez (2011), Roig Telo, Sánchez-Navarro y Leibovitz (2012), Deltell Escolar (2014), García Fernández (2015), Clemente Mediavilla (2015), Reyes Moreno (2015), Gómez Alonso (2015), Coronado y Larrañaga (2015), García Santamaría (2015), Binimelis (2016), Solera Navarro y Cabello Fernández-Delgado (2015), Alvarez Monzoncillo y López Villanueva (2016), Corredor Lanas (2016), Bonet (2016). Rius-Ulldemolins y Rubio Arostegui (2016), Calvo Herrera (2017), Alborno y García Leiva (2017), Neira (2018), Cantalapiedra (2019), entre otras muchas aportaciones. Por último, mencionar a Linares Palomar, Fernández Manzano, Fernández-Ramírez y Mc Gowan (2021), cuya obra colectiva ya va por su quinta edición.

En cuanto al concreto trabajo de análisis de datos de ejemplos reales de financiación cinematográfica llevado a cabo, se ha tomado, siempre de forma anónima garantizando en todo momento la confidencialidad de los mismos, la información de los expedientes de solicitud de operaciones en la entidad CREA SGR. Se han construido unas sencillas tablas agrupando por categorías las fuentes de financiación de acuerdo con una clasificación propia,

aunque totalmente compatible con la información que normalmente se ofrece en el mercado. En el capítulo 2 se expone detenidamente la evolución y desarrollo de la investigación.

6. Hipótesis

Una investigación como la que se ha llevado a cabo parte de una serie de hipótesis que nos guían a través de la misma, y nos condicionan permanentemente, para bien y para mal. En el caso concreto que nos ocupa, la hipótesis inicial que originaba el trabajo de investigación era que el modelo actual de financiación de la producción cinematográfica no estaba suficientemente explicado, ni conocido, al menos desde el punto de vista del que se suscribe estas líneas. Y desde esta hipótesis inicial, el gran objetivo original del impulso que motivó esta investigación era arrojar una cierta luz sobre la realidad de la financiación de un sector tan mediático, y a veces denostado, como el de la producción cinematográfica española. A raíz de este planteamiento inicial fueron apareciendo nuevas hipótesis y objetivos que a continuación voy a tratar de mostrar de forma ordenada para su mejor exposición.

1ª hipótesis. La hipótesis principal que se plantea es que la financiación de la producción cinematográfica en España adolece, de una serie de deficiencias que son ampliamente susceptibles de mejora y que lastran su futuro. Esta debilidad en el acceso a la financiación se debe a una serie de circunstancias que se consideran adicionales hipótesis a demostrar en la investigación.

2º hipótesis. La manifiesta debilidad del modelo industrial español de producción cinematográfica. Existe un excesivo número de pequeñas empresas incapaces de competir de forma eficaz y, por supuesto, de aguantar con solvencia las fases cíclicas de crisis a las que habitualmente son sometidas nuestras economías occidentales. Así como con una dependencia casi absoluta de los encargos de producción de los grandes operadores. Y ese pequeño número de empresas productoras potentes también se debe la definición del productor independiente y a la resistencia de los grandes operadores (televisiones y plataformas) de facilitar la construcción de empresas productoras independientes fuera de su control mercantil y de negocio.

3º hipótesis. La extrema desigualdad frente al poderío de las grandes compañías internacionales. Esta mayoría de pequeñas y medianas empresas tratan de competir en un entorno dominado por agentes muy poderosos económicamente. Se trata de corporaciones

internacionales, como las multinacionales del sector del entretenimiento denominadas *majors* (Disney, Warner Bros, Paramount, Universal...), a las que hay que sumar entre otras a las denominadas independientes multinacionales que dominan los mercados de cine. Así como las plataformas tecnológicas de servicios de *streaming* (Netflix, Apple, Amazon, HBO, entre otras) que se extienden por todo el mundo. Pero también sociedades nacionales, como los operadores de televisión, tanto públicos (Televisión Española) como privados (Telefónica, Mediaset, Atresmedia).

4º hipótesis. Existe una insuficiencia crónica de financiación tanto en herramientas jurídicas novedosas como en los importes movilizados por las mismas. A pesar de que existen variadas fuentes de financiación, fundamentalmente basadas en ayudas públicas (directas e indirectas) y preventas (a su vez consecuencia de la obligación de inversión europea, éstas no son suficientes. La históricamente excesiva dependencia de los fondos públicos, que a su vez son extremadamente escasos en proporción a la posición de España en el entorno internacional, produce de forma paulatina una pérdida de competitividad, riqueza y diversidad en un mundo cada vez más globalizado. Asimismo, hay que señalar el decisivo papel que las televisiones públicas, tanto nacionales como autonómicas desempeñan a la hora de financiar la producción española independiente. A lo que se suma la actual posición de las plataformas de *streaming*, sucesoras del poderío de las *majors* (o mejor dicho cada vez más hermanadas, mediante tomas de participación accionarial, en el poderío del sector).

5º hipótesis. Se crea un círculo vicioso en el que están inmersas, las empresas de producción por su falta de competitividad, volumen, capacidad financiera, influencia internacional y excesiva dependencia de los recursos públicos. Y la experiencia de nuestra historia reciente nos muestra que esta perversa dinámica que ahoga nuestra industria de la producción es muy difícil de romper. Tampoco hay que olvidar que lo que subyace a esta situación es la difícil rentabilidad empresarial de la producción de cara a la captación de inversores privados, que puede ser la única oportunidad que resta para construir un modelo potente de producción cinematográfica española. Pero también existe este mismo reto en la cinematografía europea, aunque añoremos determinadas medidas públicas audiovisuales de nuestros vecinos europeos (como nuestra siempre envidiada Francia). Y justo en esa línea se encamina el reciente programa MEDIA INVEST (anunciado en el Festival de Cannes de 2022), que pretende movilizar 400 millones de euros en inversión privada al sector

audiovisual con el fin de poder competir con las grandes corporaciones (que curiosamente son mayoritariamente estadounidenses).

7. Estructura del contenido

El contenido se estructura en dos partes, que a su vez se desarrollan en capítulos.

La parte 1, titulada “La economía de las Industrias Culturales y Creativas (ICC): contexto de la producción cinematográfica española” describe el entorno, europeo y español, en cuanto a posiciones doctrinales, cifras del sector y panorama global.

Se estructura en tres capítulos, con un capítulo 1, sobre “Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en Europa”. Que se inicia exponiendo la definición (o definiciones) habituales de las Industrias culturales y creativas. Se dedica un apartado específico a la financiación del sector de la producción de contenidos en Europa y se presenta el panorama de la financiación de las ICC en España. Para esto último se acude a los datos públicos oficiales más actualizados de las principales magnitudes de aportación al PIB, empleo y financiación pública de la Cultura, realizando una mención especial a las medidas tomadas a partir de la Pandemia.

El capítulo 2 analiza el sector audiovisual en Europa. Describe los distintos subsectores con especial atención a la producción cinematográfica y su distribución internacional. Un punto importante es el análisis de los costes de producción europeos y se adelantan estimaciones propias realizadas para el caso español tomando como fuentes las distintas informaciones disponibles. Se finaliza exponiendo algunas conclusiones sobre el mercado cinematográfico en Europa y la cadena de valor del sector cinematográfico.

El capítulo 3 se dedica a exponer detalladamente la situación de la producción cinematográfica española, tanto su modelo de negocio (con cifras de todo tipo) como su relación con los otros agentes del sector (salas de cine, video y televisión)

La parte 2, titulada “Propuesta estratégica para la financiación competitiva de la industria de la producción cinematográfica en España” se inicia con un capítulo 4 que trata de describir el panorama general de la financiación de la producción cinematográfica en España. Incluyendo las ayudas públicas nacionales y autonómicas, así como las de ámbito internacional, como el programa IBERMEDIA o del Fondo Eurimages y el Programa MEDIA y EUROPA CREATIVA. Asimismo, se hace una breve mención a los Fondos de

coproducción europeos, en cierta medida algo desconocidos en nuestro entorno donde no gozan de tanto predicamento.

El capítulo 5 versa sobre los nuevos modelos de financiación, como el *crowdfunding*, los sistemas de garantías y el *completion bond*. Sobre el primero hay que señalar la reciente regulación sobre las denominadas “plataformas de financiación participativa”, que quizás puedan ocupar un espacio significativo para complementar la financiación del sector. El sistema de garantías que se expone ya tiene un recorrido demostrado desde su creación en 2005 que lo ha convertido en una herramienta indispensable de financiación para el sector. En cuanto al *completion bond* es importante entender su función y las bondades que puede suponer para el acceso a la financiación (a pesar de los costes que conlleva).

El capítulo 6, con el que finaliza la parte 2, es una descripción del sistema de ayudas del Estado vía incentivos fiscales. Tan de moda en los últimos años con la proliferación de las estructuras jurídicas denominadas AIE (Agrupaciones de Interés Económico). Asimismo, se exponen las medidas públicas de apoyo y rescate al sector cultural, incluido el de la producción cinematográfica ante la crisis provocada por la COVID-19.

**PARTE 1. LA ECONOMÍA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS
(ICC): CONTEXTO DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA ESPAÑOLA.**

Capítulo 1. Las Industrias culturales y creativas (ICC) en Europa

1. Definición de las Industrias culturales y creativas (ICC). Convención de la UNESCO y el Libro Verde de la Comisión Europea “Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas”. Posiciones doctrinales al respecto

La definición conceptual de lo que comprenden y constituyen las denominadas Industrias Culturales y Creativas (ICC) ha sido, y sigue siendo, una ardua cuestión intelectual en la que especialistas en el campo de la cultura, así como instituciones de la talla de la UNESCO y de la Comisión Europea han ofrecido sus propias definiciones.

Por un lado, la doctrina española (Bustamante, 2011) se ha mostrado cauta y en cierto modo nos alerta sobre la abundancia de estudios sobre las Industrias Culturales, en muchos casos, con intereses más mercantilistas y de lobby que académicos y doctrinales. Asimismo, dichos estudios tienden a ampliar de forma sustancial el ámbito de la cultura, creando la sensación de un extraordinario sector económico cultural. A continuación, reproducimos literalmente partes de un texto del citado catedrático de la Universidad Complutense, D. Enrique Bustamante, que es extraordinariamente claro y rotundo al respecto:

La fuente oficial más destacable reside en las estadísticas oficiales del Ministerio de Cultura (...). Sin embargo, esas mismas «cuentas satélites» de cultura incluyen conceptos discutibles como las actividades auxiliares de reproducción, las educativas o el «turismo cultural», y añaden separadamente la categoría paralela de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual, (...). Aunque esta propiedad intelectual hace tiempo que ha desbordado los límites de la cultura para invadir otros muchos campos económicos, tal desglose nos permite al menos una cierta seguridad en la fijación contable de la cultura española. Una cualidad que no es atribuible a otros muchos estudios realizados en los últimos años, siempre con la intención presumible de engrandecer la impresión del peso económico de nuestra cultura. De esta forma, pueden citarse los diversos estudios sobre la economía de «la cultura y el ocio», que incluyen en este último apartado a las actividades deportivas y taurinas, los parques recreativos, las ferias y salones, las loterías y apuestas..., diluyendo la cultura en un magma de actividades lucrativas. (p. 17)

En el párrafo anterior, entendemos que el profesor Bustamante se refiere, sin citarlo expresamente, a obras de autores anglosajones como Vogel (2004)¹², que efectivamente incluye dichas actividades económicas vinculadas al “ocio” (juego, parques temáticos, juguetes) dentro de su ya clásico manual. A continuación, el profesor Bustamante manifiesta lo siguiente en referencia al caso español:

También han proliferado los estudios del español, o de las industrias culturales en español, que intentan evaluar toda la economía de nuestra lengua, incluyendo a veces sectores tan sorprendentes desde el punto de vista estricto de la cultura como los juguetes o el turismo idiomático o la informática. Implícitamente, se desliza una visión eurocéntrica en la que el español aparece como un mercado exclusivo para nosotros, sus «inventores», y no un recurso compartido felizmente por múltiples pueblos y países, justamente lo que aporta su alto valor. La confusión sistemática entre cultura e industrias creativas ampara cada vez más estas mezclas injustificables que en la práctica confunden borrando completamente sus señas de identidad y su función democrática. (p. 18)

En este caso, la referencia está claramente dirigida a informes como los estudios patrocinados por la Fundación Telefónica, relativos a valor económico del español y otros aspectos. Editados en nada más y nada menos que catorce tomos¹³, y que constituyen un verdadero ejemplo de extraordinaria puesta en valor del español en el mundo. Hay que señalar que la “defensa” del español se puede enmarcar en la misma operación de “defensa/ofensiva” de otras lenguas europeas como el francés, frente al predominio anglosajón. Lo cual no desmerece en absoluto la crítica de Bustamante sobre el uso que las antiguas metrópolis realizan de sus lenguas en aras de sus intereses económicos y de política exterior. Aunque también hay que señalar que, al menos en el caso del español, la lengua constituye un indudable factor de cooperación cultural evidente, aunque solo sea por la facilidad en la transmisión del mensaje (aunque a veces no seamos capaces de entender perfectamente el contenido del mensaje).

El profesor Bustamante sigue haciendo referencia a los estudios en España sobre los denominados “contenidos digitales” de forma también cauta, reflexionando sobre el uso

¹² Vogel, Harold L. (2004): *La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico*, Madrid: Fundación Autor.

¹³ Están disponibles en línea en: <https://www.masquenegocio.com/2017/03/27/valor-economico-espanol/> (consultado el 30/05/2019). Investigación dirigida por José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez.

instrumental de la cultura por parte de sectores económicos en los que su esencia es significativamente industrial y comercial, pero escasamente cultural, como puede ser el caso del sector de las telecomunicaciones. Las empresas de dicho sector han venido considerando el contenido digital (fundamentalmente audiovisual) como un elemento más promocional y mercantil dentro de su oferta comercial, llegando a límites insospechados como al ofrecimiento a precios extraordinariamente reducidos de su contenido audiovisual como parte de su oferta comercial. El citado autor realiza una ácida crítica de las evaluaciones sobre los denominados “contenidos digitales”¹⁴, que personalmente no podemos más que compartir:

Finalmente, cabe destacar las múltiples evaluaciones de los «contenidos digitales» españoles, presentes en informes recientes sobre la sociedad de la información, algunos de los cuales elevan su peso económico a cifras astronómicas, sin separar generalmente la cultura en las redes de otros múltiples servicios digitales e incluso del software informático y las bases de datos. Aquí, la cultura se convierte en un mero recurso promocional para el desarrollo de las telecomunicaciones o la informática, privada de toda perspectiva social diferenciadora y de cualquier singularidad incluso en su comportamiento económico, ofrecido por tanto para una regulación indiferenciada y basada en el negocio. (p.18)

Por último, concluye Bustamante (2011) que todos estos estudios y evaluaciones económicas impresionantes y, en cierto modo, triunfalistas pueden crear el efecto contrario sobre nuestro verdadero tejido cultural, al primar a las grandes corporaciones empresariales y los grandes impactos mediáticos sobre la humilde creatividad del esfuerzo, tanto de las Pymes como de los usuarios, en la creatividad y diversidad:

No creemos que estas exageraciones vengan realmente en apoyo de la cultura, ni siquiera de su consolidación industrial y económica. Porque al adicionar actividades cambiantes, impiden homogeneizar esos parámetros a escala nacional e internacional, generando estadísticas inútiles para guiar las políticas públicas y las estrategias privadas. Y al fijarse sólo en su importancia económica tienden a generar lógicas que priman a los triunfadores más fuertes (estrellas, grupos multimedia y multinacionales), penalizando no sólo a las Pymes, sino también a la innovación creativa y a la diversidad de los usuarios. (p.18)

¹⁴ Véase ONTSI (2019): *Informe anual del sector de los contenidos digitales en España, 2019*.

Otros autores, como Manuel Santos Redondo (2011), autor de uno de los títulos de la mencionada colección alrededor del “valor económico del español”¹⁵, no parecen estar muy de acuerdo con la línea argumental expuesta anteriormente. El citado autor señala literalmente lo siguiente:

La cultura engloba las creaciones artísticas y literarias cuyo contenido simbólico es más importante que su contenido material, pero la existencia de multimillonarios mercados para las obras de arte, de una poderosa industria cinematográfica o musical, de una industria editorial que difunde la literatura con sus técnicas de marketing, nos deja bien claro que la cultura de nuestros días tiene un soporte material, empresarial, sin el cual difícilmente existiría y desde luego no sería la misma. Esto ha sido así siempre; pero la era de la producción en serie y el consumo de masas cambió la forma de producir y consumir diversos productos que antes eran elitistas y pasaron a ser populares; y esta transformación afectó también a la producción y consumo de bienes artísticos y culturales. (p. 21)

Asimismo, el profesor Santos introduce más adelante la distinción entre cultura y entretenimiento. Distinción que considera relativa ya que depende exclusivamente del punto de vista del consumidor (y consumidores existen miles de millones en el mundo). Argumentación que no deja de ser una forma original (un curioso planteamiento intelectual) de plantear las relaciones entre la Cultura (con mayúsculas) y otras manifestaciones humanas como el Deporte (también con mayúsculas). Santos resalta la distinción histórica entre alta cultura y cultura de masas, objeto de reflexión para intelectuales como nuestro querido Ortega y Gasset. Concretamente, Santos (2011) dice lo siguiente:

Discusión de ambas, escrita en el momento como economistas, esa delimitación entre cultura y entretenimiento, tal como existe en la realidad, depende también de si el consumidor demanda bienes y servicios para el ocio sin preocuparse por esa distinción, o si por el contrario son consumos muy diferentes para explicarlo con un ejemplo concreto, de si el público que demanda teatro y música o visita los museos es el mismo que acude al fútbol; técnicamente expresado, si existen elevadas elasticidades cruzadas de demanda entre las artes o eventos culturales y otros más puramente de deporte o entretenimiento. Lo mismo cabe decir del lado de la oferta:

¹⁵ Santos Redondo, Manuel (Coordinador) (2011): *La economía de las industrias culturales en español*, Madrid, Fundación Telefónica.

debemos sopesar si el talento de un actor o bailarín es diferente o parecido al de un deportista, o si las técnicas de puesta en escena y difusión del espectáculo son diferentes o similares en el cine o en el deporte. Históricamente, antes que esa dicotomía entre cultura y otros espectáculos se consideraba que había un claro contraste entre la alta cultura, con un canon de excelencia estética, y la cultura popular o cultura de masas. Una buena discusión de ambas, escrita en el momento histórico en que los intelectuales son conscientes de la «democratización» de la cultura, es *La rebelión de las masas*, de Ortega y Gasset (1937). (p. 52)

Por último, Santos se decanta por el modelo amplio de incluir dentro del concepto de Industrias Creativas y Culturales los sectores que estén sujetos a los denominados “derechos de autor”. Aunque el mismo autor es consciente que tal posición expulsa un sector tan importante para la cultura como el denominado “patrimonio”, que probablemente no deja de ser de alguna forma la verdadera esencia de nuestra Cultura. El “patrimonio” incluye una de las actividades, al menos desde nuestro punto de vista, más culturales que existen, en su labor de conservación, explotación y defensa de los monumentos, yacimientos y similares, imprescindibles para la subsistencia e incluso puesta en valor de nuestra Cultura (con mayúsculas). Así expone Santos (2011) esta postura:

La mayor parte de los contenidos culturales están sujetos a derechos de autor, así que consideramos este enfoque como una manera de medir las industrias culturales de un país. La principal diferencia está en que el enfoque de la propiedad intelectual incluye sectores como la publicidad, la informática o el diseño; y excluye el epígrafe «patrimonio», que cubre la explotación de los monumentos históricos, los museos y los yacimientos arqueológicos, y también las actividades de jardines botánicos y parques nacionales. (p. 58)

En consecuencia, hemos tratado de exponer brevemente dos ejemplos doctrinales básicos que resumen dos posturas sobre la definición de las denominadas Industrias Creativas y Culturales. Ambas posturas doctrinales, aunque puedan parecer irreconciliables, en realidad se basan sobre los mismos hechos y cifras, y ambas posturas se pueden considerar razonables y razonadas, aunque en las mismas subyacen planteamientos doctrinales (y claramente políticos) diferentes.

Desde nuestro punto de vista, es cierto que existen, obviamente, intereses no estrictamente académicos, sino más bien comerciales, sectoriales, empresariales o

corporativos que perjudican la objetividad de la información facilitada. Incluso hay que señalar los intereses públicos de política internacional, como la mencionada “defensa del español”, como herramienta del denominado “poder blando” en las relaciones internacionales, sobre todo cuando no se disponen de abundantes recursos económicos (e incluso militares) que permitan influir en las relaciones internacionales.

Pero no es menos cierto que el investigador debe ser capaz de utilizar dichas fuentes, extrayendo los datos objetivos, evaluables y no contaminados por intereses no académicos, para realizar su propia labor investigadora. Desgraciadamente, la información facilitada tanto por fuentes públicas como privadas adolece de una estricta objetividad como podremos observar a lo largo de todo este trabajo.

En todo caso, el objetivo final debería ser común: la promoción de la creatividad y diversidad cultural de nuestra sociedad, a las que deben contribuir las denominadas “Industrias Creativas y Culturales”.

En cuanto a los organismos multinacionales, aunque impregnados de fundamentos filosóficos y políticos inherentes a sus objetivos y fines, es preciso adentrarse en las calificaciones que hacen del fenómeno cultural y la economía referida al mismo.

La Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales del año 2005 ¹⁶ define, de una forma que podemos calificar de clásica, las actividades culturales de la forma siguiente:

Las “actividades, bienes y servicios culturales” se refieren a las actividades, los bienes y los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales. (p. 6)

La definición por tanto permite incluir las industrias básicas del sector audiovisual, como el cine y por supuesto el vídeo. En aquel momento, el sector industrial del vídeo y DVD era un sector extraordinariamente importante desde el punto de vista económico, sobre el que probablemente no se tenía consciencia de las amenazas que se cernían. Amenazas procedentes no sólo por el cambio tecnológico de la digitalización e internet, sino más bien por el impacto tremendo que tuvo la denominada “piratería” entendiendo por tal la puesta a

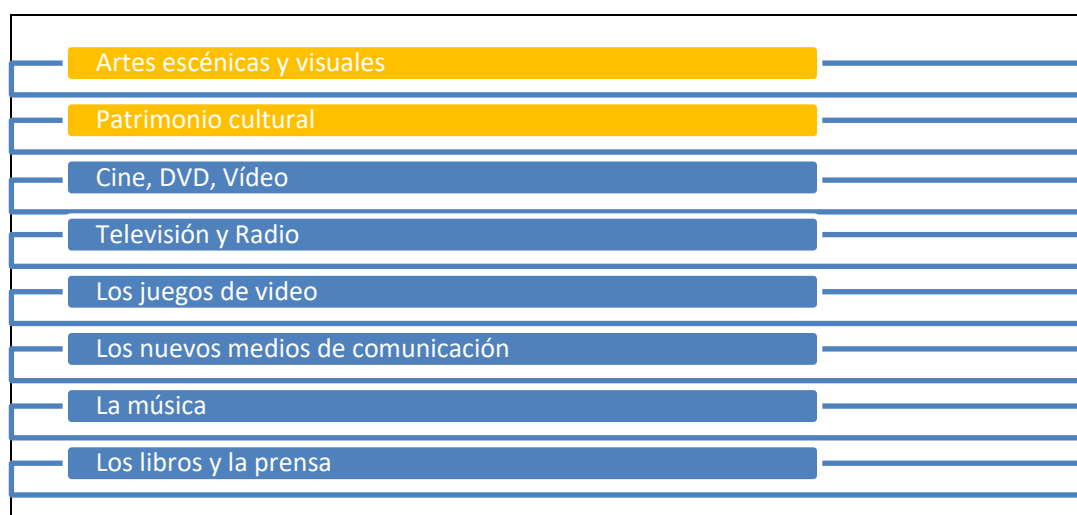
¹⁶ UNESCO (2013): *Textos fundamentales de la Convención de 2005 sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*.

disposición sin autorización de los legítimos titulares de derechos de sus obras en internet por parte de terceros.

El auge y caída del mercado videográfico es un magnífico ejemplo de “disrupción tecnológica” que precedería a las “disrupciones” que empresas como la famosa plataforma UBER iba a protagonizar en los años siguientes de la explosión de internet y demás plataformas similares en diferentes parcelas de los sectores económicos (en su inicio, extrañamente denominadas “colaborativas”¹⁷)

El modelo de descripción de las actividades culturales que ofrece la UNESCO se puede reflejar en la siguiente figura 1, distinguiendo los sectores tradicionales de la cultura, como son las artes escénicas y culturales y el patrimonio cultural, del resto de sectores, que tienen un marcado carácter industrial.

Figura 1. Definición de las actividades culturales según la UNESCO (2005).



Fuente: Elaborado a partir de la definición de las actividades culturales según la UNESCO.

Existen variadas definiciones de lo que son las Industrias Culturales y Creativas ofrecidas por distintas organizaciones internacionales, como la Conferencia de las Naciones Unidas para el comercio y el desarrollo (UNCTAD)¹⁸, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y otras regionales, como la Comisión Económica para la

¹⁷ Se suponía que se colaboraba para el bien de los implicados, aunque luego resultó que la colaboración supondría la obtención de unos beneficios estratosféricos en bolsa para los propietarios de las plataformas. Afortunadamente los poderes públicos han intentado reaccionar para evitar la destrucción “creativa” del sistema... Pero esta es otra historia...

¹⁸ Ver el informe sobre la economía creativa de la UNTAD (2010).

América Latina y el Caribe (CEPAL)¹⁹. La Comisión Europea también se ha atrevido a entrar en el difícil reto de las definiciones, mediante la publicación del denominado Libro Verde de la Comisión Europea (en adelante Libro Verde), que significativamente fue titulado “*Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*”, publicado en 2010 (Bruselas, 27.4.210 COM (2010)183 final)²⁰.

Pero antes de la publicación del Libro Verde en 2010, hay que remontarse a 2007, cuando la Comisión solicita a la UE “que aproveche el potencial de la cultura en cuanto catalizador de la creatividad y la innovación en el marco de la Estrategia de Lisboa para el crecimiento y el empleo” (Comunicación de la Comisión sobre una Agenda Europea para la Cultura en un Mundo en vías de Globalización, COM (2007) p. 242)²¹.

La Agenda Europea fue aprobada por el Consejo en noviembre de 2017 y el Consejo Europeo en diciembre 2017, reconociendo el mismo “la importancia de los sectores culturales y creativos en el marco de la Agenda de Lisboa, así como la necesidad de reforzar su potencial”. En otras Conclusiones del Consejo se pidieron, entre otras cosas, “maximizar el potencial de las PYME en los sectores culturales y creativos” (Conclusiones del Consejo sobre la contribución de los sectores culturales y creativos a la consecución de los objetivos de Lisboa, 2007) y “mejores sinergias entre el sector cultural y otros sectores de la economía” (Conclusiones del Consejo sobre la Cultura como catalizador para la creatividad y la innovación, 2009).

Posteriormente, la Comisión elaboró en mayo de 2018 una Comunicación sobre la denominada “Nueva Agenda europea para la Cultura”²², que se convierte en el nuevo referente de la política europea respecto de la cultura. Tal y como se expone en la Introducción de la citada Comunicación:

¹⁹ Ver el interesante resumen de las definiciones en Buitrago Restrepo, Felipe y Duque Márquez Iván (2015): *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. En 2018, Iván Duque fue elegido presidente de la República de Colombia, lo que supuso un decidido apoyo institucional a la denominada “economía naranja” en Colombia. Hay que señalar que el concepto “economía naranja” se acerca al planteamiento amplio de incluir todas las industrias creativas en su ámbito.

²⁰ El Libro Verde constituye, desde el punto de vista jurídico, una verdadera constitución de las Industrias Culturales y Creativas, suponiendo un paso decisivo de la Unión Europea en pro del desarrollo de las mismas.

²¹ La Comunicación de la Comisión sobre una Agenda Europea para la Cultura en un Mundo en vías de Globalización, COM (2007) p. 242) incluye en su encabezamiento una preciosa sentencia de Denis de Rougemont: «La cultura es el conjunto de sueños y esfuerzos que tienden a la total realización del hombre. La cultura exige este pacto paradójico: hacer de la diversidad el principio de la unidad, celebrar las diferencias, no para dividir, sino para enriquecerla aún más. O Europa es una cultura o no es nada».

²² Comisión Europea (2018): Comunicación a la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Una Nueva Agenda europea para la cultura. Bruselas, 22.5.2018 COM (2018) 267 final.

La Nueva Agenda Europea para la Cultura (“la nueva Agenda”) responde a la invitación de los líderes europeos a hacer más, a través de la cultura y la educación, por construir sociedades cohesionadas y ofrecer una visión de una Unión Europea atractiva. La Agenda tiene por objeto aprovechar plenamente el potencial de la cultura para ayudar a construir una Unión más integradora y justa, apoyando la innovación, la creatividad y el crecimiento y el empleo sostenible. (p. 1)

El apoyo al “crecimiento” (que entendemos se refiere claramente al “económico”), y el “empleos sostenibles” es expresamente citado en la Nueva Agenda, junto con el apoyo a la “innovación” y la “creatividad”, con el fin de construir una Unión Europea más integradora y justa. Y continúa la Nueva Agenda señalando de forma clarividente:

La fragmentación del mercado, el acceso insuficiente a la financiación y la incertidumbre de las condiciones contractuales siguen obstaculizando los sectores culturales y creativos y debilitando los ingresos de sus profesionales. (p. 2)

De forma que el “acceso insuficiente a la financiación” sigue siendo uno de los tres grandes obstáculos para el crecimiento económico del sector, junto con la “fragmentación del mercado” y “la incertidumbre de las condiciones contractuales”.

La Nueva Agenda establece tres objetivos estratégicos, con una dimensión social, económica y externa, consistente en el “refuerzo de las relaciones culturales internacionales”. Nos vamos a detener en las primeras dos dimensiones, la social y la económica.

La primera dimensión, definida como social, pretende “utilizar el potencial de la cultura y la diversidad cultural para el bienestar y la cohesión social”.

Bienestar y cohesión social que se pretende alcanzar mediante tres grupos de acciones que pivotan sobre tres ejes (oferta cultural, movilidad profesional y fomento del patrimonio cultural europeo) expresadas de la forma siguiente:

En primer lugar, fomentando “las capacidades culturales de todos los europeos ofreciendo un amplio abanico de actividades culturales y proporcionando oportunidades para una participación” (p. 2). En segundo lugar, impulsando “la movilidad de profesionales en los sectores culturales y creativos y eliminar los obstáculos para su movilidad” (p. 2). Y, en tercer lugar, protegiendo y promoviendo “el patrimonio cultural europeo como recurso

compartido, con el fin de sensibilizar a las personas en torno a nuestra historia y valores comunes y reforzar el sentido de la identidad común europea” (pp. 2-3).

Respecto del segundo objetivo estratégico, de carácter económico, se define como de “apoyo de la creatividad basada en la cultura en los ámbitos de la educación y la innovación y para el empleo y el crecimiento”. Y a su vez se vertebra en otros tres ejes vinculados con la “educación cultural”, el impulso de “ecosistemas favorables” y el fomento de “competencias”.

Respecto del primer eje, se propone “fomentar el pensamiento artístico, cultural y creativo en la educación formal y no formal, en la formación a todos los niveles y en el aprendizaje permanente”. En cuanto al segundo se pretende “impulsar ecosistemas favorables para las industrias culturales y creativas, fomentando el acceso a la financiación, la capacidad de innovación, la remuneración justa de autores y creadores y la cooperación intersectorial”. Y, por último, respecto del tercero, se decide “fomentar las competencias necesarias para los sectores culturales y creativos, incluidas las competencias digitales, empresariales, tradicionales y especializadas” (p. 4).

Asimismo, la Comunicación resalta la importancia económica de la cultura y creatividad, actualizando los datos macroeconómicos de la Unión Europea, citando para ellos un informe de una prestigiosa consultora multinacional²³ y alabando los beneficios que suponen para la sociedad en múltiples aspectos, de forma que se desliza claramente hacia la consideración más amplia de la cultura como fenómeno económico que hemos mencionado anteriormente, mezclándola con las denominadas “industrias creativas” y superando ampliamente el hecho cultural en sentido estricto. Reproducimos una parte de su exposición por su claro interés, aunque los datos sobre empleo y económicos están sujetos a constante actualización y cambio²⁴:

La cultura y la creatividad son activos importantes para la economía. La cultura contribuye directamente al empleo, el crecimiento y el comercio exterior. El empleo cultural en la UE aumentó de forma constante entre 2011 y 2016, cuando alcanzó los 8,4 millones²⁵. Existe un superávit comercial de 8 700 millones EUR²⁶ en bienes

²³ EY (2014): *Creating growth Measuring cultural and creative markets in the EU*.

²⁴ Todas las estadísticas culturales europeas se pueden consultar en EUROSTAT.

²⁵ Según EUROSTAT en 2019 existían 7,4 millones de empleos generados por las ICC. En 2017 existían 1,1 millones de empresas culturales que generaban 145.000 millones € de valor añadido,

culturales, y se estima que los sectores de la cultura y la creación contribuyen con un 4,2 % al producto interior bruto de la UE. Los sectores económicos innovadores también necesitan creatividad para mantener sus ventajas competitivas. Las comunidades urbanas y rurales confían cada vez más en la cultura para atraer a empleadores, estudiantes y turistas.

La cultura, las artes, la creatividad y las industrias creativas son interdependientes. La combinación de competencias y conocimientos específicos de los sectores culturales y creativos con los de otros sectores ayuda a generar soluciones innovadoras, también en los ámbitos de las tecnologías de la información y la comunicación, el turismo, la fabricación, los servicios y el sector público. Para aprovechar este potencial de transformación, la Comisión propone centrarse en tres ecosistemas concretos: la educación y la formación, las ciudades y las regiones y las industrias culturales y creativas propiamente dichas, con vistas a generar entornos que apoyen la innovación impulsada por la cultura (pp. 4-5).

Por último, la Comunicación se detiene en un aspecto muy importante para el contenido de esta Tesis, el acceso a la financiación, haciendo referencia al Mecanismo de Garantía ya creado y a las iniciativas en *crowdfunding* y la financiación privada, a través del patrocinio y fundaciones y asociaciones público-privadas:

El acceso a la financiación sigue siendo un desafío importante para un sector compuesto en su mayoría por PYME y microempresas. El Mecanismo de Garantía del sector cultural y creativo, al que se puede acceder desde el programa Europa Creativa, ha supuesto un inicio alentador y será objeto de refuerzo. Seguirán analizándose otros instrumentos como la microfinanciación colectiva y la financiación privada a partir de patrocinios, fundaciones y asociaciones público-privadas. (p. 6)

Respecto de la última de las dimensiones, la externa, relativa al “refuerzo de las relaciones culturales internacionales”, tan solo hay que señalar que también se vertebra en tres ejes, de los cuales el primer es que el resulta más interesante al efecto de nuestra Tesis: el “apoyo de la cultura como motor de un desarrollo económico y social sostenible”. Seguido de la “promoción del diálogo cultural e intercultural para lograr unas relaciones

²⁶ En 2018 el superávit comercial en bienes culturales fue de 3.600 millones € frente a los 5.187 millones € de superávit en 2013, lo que demuestra la sensibilidad de la balanza comercial europea en este tipo de bienes.

intercomunitarias pacíficas” y por último el “refuerzo de la cooperación en torno al patrimonio cultural”²⁷

Es el momento de dar un paso atrás desde el punto de vista cronológico, y volvernos hacia el ya quizás antiguo y algo desfasado por estas nuevas iniciativas europeas, Libro Verde, con el fin de adentrarnos en la definición de las industrias culturales y creativas a fin de poder llegar a un cierto consenso en el ámbito teórico de estudio de las mismas.

En aquel ya clásico Libro Verde se recalcaba que las ICC son uno de los sectores más dinámicos de Europa, que contribuye a aproximadamente el 2,6 % del PIB de la UE, con un gran potencial de crecimiento, y que proporciona empleos de calidad a unos cinco millones de personas en la EU-275 (KEA (2006): *The economy of Culture in Europe*, Bruselas: Comisión Europea²⁸). En relación con la conexión entre los contenidos culturales y la sociedad de la información, el Libro Verde resalta lo siguiente:

Además, los contenidos culturales desempeñan un papel crucial en la implantación de la sociedad de la información, fomentando las inversiones en infraestructuras y servicios de banda ancha, en tecnologías digitales y en nuevos aparatos de telecomunicaciones y electrónicos de consumo. (p. 3)

La definición de ICC ofrecida por el Libro Verde es un magnífico ejemplo de delimitación de sectores, que evita la dispersión extrema que, a veces, es ciertamente dañina para la comprensión del problema. Ofrece una imagen extraordinariamente amplia e incluso poderosa desde el punto de vista económico, del verdadero ámbito de las ICC. El Libro Verde adopta la definición de la UNESCO (2005) de lo que son las industrias culturales, que define de la forma siguiente:

Las «industrias culturales» son las que producen y distribuyen bienes o servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener. Además de los tradicionales sectores artísticos (artes escénicas y visuales, o patrimonio cultural, incluido el sector público), también abarcan el cine, el sector del DVD y el vídeo, la televisión y la radio, los juegos de

²⁷ Comisión Europea (2018): Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Una Nueva Agenda europea para la cultura. p 7.

²⁸ El estudio de KEA es absolutamente prolijo y detallado, suponiendo un verdadero clásico en el estudio del impacto de las ICC en Europa.

vídeo, los nuevos medios de comunicación, la música, los libros y la prensa. Este concepto se define en relación con las expresiones culturales en el contexto de la Convención de la UNESCO de 2005 sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales²⁹.

Distinguiéndolas de las “industrias creativas”, que es un concepto que pretende comprender actividades que se encuentran un poco más allá del ámbito de las industrias culturales propiamente dichas, ya que su producción es principalmente funcional, como son el diseño gráfico y la publicidad. Concretamente define las “industrias creativas” de la forma siguiente:

Las “industrias creativas” son aquéllas que utilizan la cultura como material y tienen una dimensión cultural, aunque su producción sea principalmente funcional. Entre ellas se incluyen la arquitectura y el diseño, que integran elementos creativos en procesos más amplios, así como subsectores tales como el diseño gráfico, el diseño de moda o la publicidad. (p. 6)

Por último, el Libro Verde considera “periféricas”, terminología que consideramos muy bien elegida, otras industrias que realmente no tienen nada de culturales, por mucho que tengan una estrecha relación económica con la cultura. Este es el caso del turismo y el sector de las nuevas tecnologías. Ambos sectores económicos son extraordinariamente potentes desde el punto de vista económico y no deberían “contaminar” las acciones de política cultural, como quizás ocurre en algunos momentos. Una cosa es incluirlos en el discurso sobre la importancia que la cultura tiene en la economía actual y otra muy diferente confundir cultura con turismo y tecnología. El turismo es un gran aliado de la cultura, por lo que supone de puesta en valor económico de la misma. Y la tecnología es imprescindible para el desarrollo de la cultura, pero de la misma forma, quizás, que otros sectores industriales como el de la energía (al que nadie se le ocurre vincular con la cultura, por razones obvias) De hecho, el Libro Verde excluye estas industrias (turismo y nuevas tecnologías) de su concepto de ICC, tal como manifiesta expresamente:

A un nivel más periférico, muchas otras industrias se basan en la producción de contenido para su propio desarrollo y, por consiguiente, presentan un cierto grado de interdependencia con las ICC. Se trata, entre otros, del turismo y el sector de las

²⁹ Comisión Europea (2010): *LIBRO VERDE Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*, p. 6.

nuevas tecnologías. Sin embargo, estas industrias no están explícitamente contempladas por el concepto de ICC utilizado en el presente Libro Verde. (p. 6)

Sin embargo, en España, estos sectores “periféricos” sí se incluyen a la hora de realizar cálculos oficiales sobre las magnitudes económicas de las ICC, como son el turismo cultural³⁰ y las nuevas tecnologías³¹. Incluso se menciona otros sectores como el de la tauromaquia³² precisamente produciendo el efecto que anteriormente señalábamos de incrementar de forma, creemos sinceramente, artificial lo que constituye la verdadera esencia de las ICC. Esta postura es compartida por muchos autores relacionados con la definición de industrias creativas y culturales (Bustamante, 2011).

Una cosa es la producción cultural, incluso en su formato industrial, como lógicamente ocurre en el sector editorial y audiovisual, y otra bien distinta el impacto en otros sectores absolutamente ajenos al fenómeno cultural, como el turismo o el desarrollo tecnológico. Y en este punto, ni siquiera queremos entrar en debates como el de si el turismo descontrolado e intensivo puede causar efectos perjudiciales para la conservación del patrimonio cultural. O si el apetito comercial de las empresas tecnológicas puede llevar a un deterioro, no necesariamente deseado por estas empresas, de las remuneraciones justas de los autores, productores y demás agentes de la cadena de valor de la propiedad intelectual.

En consecuencia, el sector audiovisual, y especialmente el subsector cinematográfico, en el que, a su vez se encuentra incluida la producción cinematográfica, se encuentran encuadrados en el concepto de producción cultural, aunque con formato industrial, distinguiéndose de los otros sectores, denominados “periféricos” que más bien se benefician, en el mejor sentido de la palabra, de la explotación de la producción cultural. El ejemplo más claro se observa en el denominado “turismo cultural”, que tiene su principal base en la existencia del rico patrimonio cultural que la industria turística aprovecha para su explotación económica³³. Así como en el denominado “desarrollo tecnológico”.

³⁰ En el Anuario de Estadísticas Culturales (2019) publicado por el MCD, se dedica tradicionalmente un capítulo al Turismo Cultural, que ofrece unas cifras (para 2018) francamente impresionantes de visitantes nacionales (14,6 millones) y extranjeros (12,6 millones) por motivos culturales, y gasto asociado a los mismos (7.726 millones € para los visitantes nacionales y 13.341 millones € para los extranjeros). (p 33)

³¹ En el citado Anuario de Estadísticas Culturales (2019) se cita la aportación al PIB de actividades vinculadas con la propiedad intelectual, como la informática y la publicidad, y excluyendo en este cálculo el patrimonio (página 392). A efectos didácticos es muy interesante el cuadro que se reproduce indicando las actividades características y auxiliares según sectores y fases.

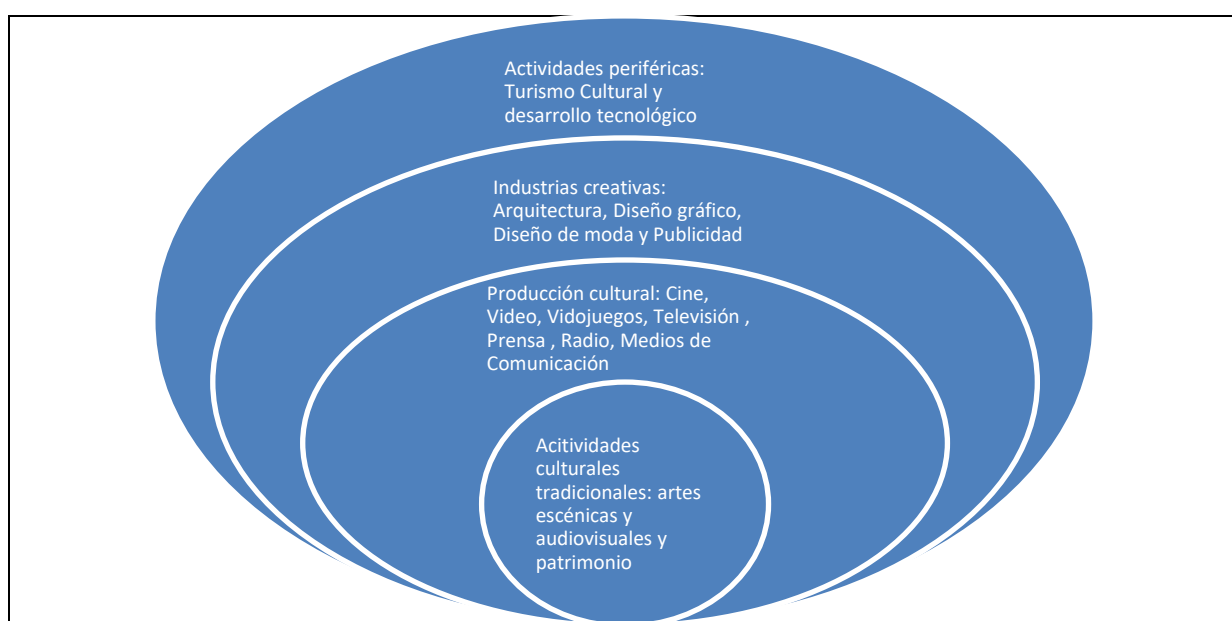
³² En el citado Anuario, también se dedica, como fenómeno cultural, un capítulo a los denominados Asuntos Taurinos (p, 367 y sigs.).

³³ Véase el interesante artículo de Herrero Prieto, Luis César (2011): El turismo cultural en España: Un sector estratégico. Papeles de Economía Española, N° 128, 2011, pp. 172-187.

En consecuencia, la relación entre las industrias culturales y creativas se podría reflejar (figura 2) en forma de círculos concéntricos que muestran de forma muy ilustrativa el concepto de la Comisión Europea al respecto de la definición de las industrias creativas y culturales.

El primer círculo corresponde al de las “actividades culturales tradicionales” (artes escénicas y audiovisuales, así como el patrimonio). El segundo engloba la denominada “producción cultural” (Cine, Video, Videojuegos, Televisión, Prensa, Radio, Medios de Comunicación). El tercer círculo incluye las denominadas “Industrias Creativas” (Arquitectura, Diseño gráfico, Diseño de moda y Publicidad). Y el último las actividades denominadas “periféricas” (turismo cultural y desarrollo tecnológico).

Figura 2. Definición del Libro Verde de la Comisión Europea (2010) de las actividades incluidas dentro del ámbito de las industrias culturales y creativas.



Fuente: Elaborado sobre la base del Libro Verde de la Comisión Europea, “*Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*” (2010).

Una vez definido el ámbito conceptual de las ICC, el informe se plantea uno de los que señala como principales problemas para el crecimiento de las mismas, que es el acceso a la financiación de las ICC.

El Libro Verde destaca que el sector de las ICC está nutrido de micro, pequeñas y medianas empresas, con limitados recursos financieros y de recursos humanos, y un modelo de negocio basado en el prototipo o proyecto, sin que tengan una verdadera estructura empresarial, dependiendo de forma quizás excesiva de su talento con un alto nivel de asunción de riesgos:

Muchos empresarios de la cultura y la creación son pequeñas y medianas empresas. Entre ellas, las empresas formadas por una o dos personas representan la gran mayoría de las empresas del sector e incluyen este nuevo tipo de «individuos emprendedores» o de «trabajadores culturales emprendedores», que ya no encajan en los anteriores modelos típicos de profesiones a tiempo completo.

Las ICC se enfrentan a desafíos específicos en lo que respecta a su disposición a invertir por diferentes motivos; falta de información acerca de las fuentes pertinentes de financiación y de comprensión de estas, dificultad para desarrollar y presentar un plan empresarial de manera convincente, o bien utilización de un modelo empresarial caduco.

Además, estas empresas, en su mayor parte, se basan en prototipos o proyectos y dependen en gran medida de sus servicios o productos «estrella» así como del talento individual y la asunción de riesgos. (p. 13)

El Libro Verde también destaca que las razones de la limitación de acceso a la financiación vienen dadas por la infra capitalización crónica de las empresas y la falta de métodos de valoración del intangible, que forma parte sustancial de sus balances:

El acceso de las ICC a la financiación es limitado, ya que muchas empresas sufren de una infra capitalización crónica y se enfrentan a graves problemas para obtener una estimación adecuada de sus valores inmateriales, como por ejemplo los derechos de autor (como en el caso de los artistas que han firmado un contrato con una empresa discográfica, o los escritores que lo han hecho con una editorial, o bien los catálogos de obras musicales o cinematográficas), cuando quieren obtener financiación.

Contrariamente a las empresas en los ámbitos tecnológicos, los valores inmateriales de las ICC no tienen ningún valor reconocido en los balances y sus inversiones para desarrollar nuevos talentos e ideas creativas no se corresponden con el concepto estándar de «investigación y desarrollo. (p.13)

El Libro Verde ya anunciaba unas medidas que hoy día están, bien en fase de desarrollo y gran explosión creativa y regulatoria (*crowdfunding*), bien en pleno funcionamiento y con una cierta madurez tanto operativa como regulatoria (sistema de garantías), medidas sobre las que nos detendremos en los capítulos siguientes:

Los inversores y los bancos necesitan una mejor sensibilización acerca del valor y el potencial económico de las ICC. Deberían existir sistemas de garantía y otros mecanismos de ingeniería financiera para alentar la financiación en las ICC.

El mundo de la creación y el mundo de las finanzas, que, en muchos casos, son mundos separados, deben encontrar un lenguaje común, a través del cual las ICC tengan un acceso más justo a la financiación.

En este contexto, una serie de instrumentos financieros innovadores, tales como el capital riesgo y garantías y otros instrumentos para compartir el riesgo que se aplican a través de actores del mercado, pueden desempeñar un importante papel a la hora de facilitar el acceso de las PYME a la financiación. Este tipo de instrumentos se están aplicando en el contexto de los programas de gasto de la UE orientados al mercado (tales como el Programa para la Innovación y la Competitividad). Han demostrado su eficacia a la hora de ayudar a las PYME a acceder a la financiación, pero han tenido como objetivo una amplia gama de PYME sin centrarse específicamente en las empresas de las ICC.

Han surgido a nivel nacional o regional interesantes nuevos modelos financieros específicamente destinados a las ICC. Algunos de ellos facilitan el acceso a los préstamos al compartir la experiencia de diferentes sectores para evaluar a las empresas y sus proyectos. Otros reúnen a inversores y empresas que necesitan capital riesgo para crecer, incluido a través de la financiación colectiva (*crowdfunding*). (pp. 13-14)

Por último, también se anunciaba en el Libro Verde el estudio por la Comisión de la creación de un fondo específico de garantía de la producción para el sector audiovisual en el contexto de la aplicación del programa MEDIA, denominado *Media Production Guarantee Fund* (MPGF).

EL MPGF³⁴ se lanzó en 2010 y se adjudicó su gestión a dos entidades financieras europeas, de las que hablaremos más adelante, el francés *Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles* (IFCIC) y la española CREA SGR (en aquel momento denominada AUDIOVISUAL AVAL SGR).

Posteriormente, y como consecuencia de los resultados positivos de dicho Fondo, se estructuró dentro del programa Europa Creativa (2014-2020) un Fondo específico para el sector audiovisual. Dado el éxito de la iniciativa dicho Fondo se ha prorrogado para el periodo 2021-2027³⁵.

2. La financiación de las ICC y específicamente del sector de la producción de los contenidos audiovisuales en la Unión Europea

La Unión Europea ha prestado históricamente una especial atención al sector cinematográfico y, en general, al audiovisual, tanto a causa de su importante efecto económico como por evidentes razones de índole cultural, social y política. Dicho apoyo institucional europeo ha sido puesto de manifiesto por la doctrina española (Marcos Recio, 2000, García Leiva, 2016)³⁶, especialmente el atento enfoque de las instituciones europeas en la política audiovisual³⁷. Por otro lado, existen acertados comentarios basados en el exhaustivo análisis del contenido de los tratados de la Unión Europea, en los que se expone una cierta falta de protección jurídica de la cultura europea (Anguita Villanueva, 2004)³⁸.

En 2014 la Comisión emitió una comunicación donde realizaba una detenida exposición sobre la economía de la industria del cine europeo y la revisión del marco financiero para la industria cinematográfica (Comunicación de la Comisión al Parlamento

³⁴ El denominado *Media Production Guarantee Fund* fue creado en abril de 2010 en el marco del Programa Media 2007.

³⁵ El 16/12/2020 el Parlamento Europeo y los Estados Miembros llegaron a un acuerdo político sobre el nuevo programa Europa Creativa 2021-2027, siendo el siguiente paso la aprobación final de los textos legales por parte del Parlamento y el Consejo de la UE.

³⁶ Marcos Recio analiza brillantemente el dominio de las *majors* norteamericanas en Europa en Marcos Recio, Juan Carlos (2000): *Europa quiere preservar su identidad lingüística y social: Cine y televisión educativa, mito o realidad*. Cuadernos de documentación multimedia, 11. pp. 1-28. ISSN 1575-9733, Universidad Complutense de Madrid,

³⁷ Ver las interesantes propuestas de García Leiva, María Trinidad (2016): *Política audiovisual europea y diversidad cultural en la era digital*. Comunicación y sociedad. 2016; 27(27):221-241 así como de Alborno L, García Leiva Ma. Trinidad, eds. (2017): *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*, Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

³⁸ Ver el crítico artículo de Anguita Villanueva, Luis (2004): *La cultura en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea*, incluido en los Estudios sobre la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, pp. 83-116.

Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. *El cine europeo en la era digital. Tender puentes entre la diversidad cultural y la competitividad*, Bruselas, 15.5.2014, COM (2014) 272 final).

En dicha comunicación se reconocía que el apoyo europeo sólo puede complementar los mecanismos nacionales de apoyo, y que el futuro no estriba en el incremento de ayudas directas sino en “optimizar su valor añadido general”, extraordinario concepto con el que no podemos estar más de acuerdo, pero de gran indefinición y tremendamente difícil de concretar en la práctica:

Los mecanismos nacionales de apoyo a la producción, la creación y la distribución de películas tienen un impacto —directo o indirecto— en las estructuras y prácticas de la industria y en el tipo de películas que se producen y distribuyen. El apoyo europeo únicamente puede complementar estos mecanismos nacionales, pero no aporta la base fundamental. Ante los cambios que trae consigo el entorno digital y las nuevas expectativas del público, es necesario reexaminar los regímenes de ayudas públicas, en conformidad con las normas sobre ayudas estatales⁴⁰. En general, el reto no es aumentar el nivel de apoyo público en el sector, sino optimizar su valor añadido general, además de maximizar la complementariedad entre las políticas y los instrumentos a distintos niveles. (p. 10)

Las propuestas que la Comisión realiza van más allá del aspecto financiero, y entran más bien en el concepto de desarrollo y viabilidad económica de los proyectos cinematográficos, de forma quizás muy generalista. Concretamente desarrolla siete propuestas muy interesantes, y que constituyen toda una declaración de principios que, como veremos más adelante al referirnos a la situación en España, creemos todavía tienen plena validez, a pesar de las transformaciones económicas y de mercado, y que deberíamos tener que seguir teniendo en cuenta a la hora de elaborar nuestras políticas cinematográficas.

En primer lugar, propone la potenciación de la fase desarrollo de los proyectos, con especial atención a la capacidad comercial de los mismos, sin entrar en la distinción y debate, que personalmente consideramos pernicioso, de distinguir calidad artística y comercial como si fueran elementos totalmente incompatibles:

Hacer más hincapié en la fase de desarrollo a fin de aumentar la calidad y la rentabilidad de los proyectos financiados. Garantizar que el proyecto se desarrolla de modo que alcance a su público destinatario, teniendo en cuenta las especificidades del

proyecto concreto, tanto a nivel nacional como a nivel de la UE y mundial. (pp. 10-11)

En segundo lugar, propone apoyar que exista distribución y promoción para la producción, característica absolutamente fundamental para la difusión del proyecto:

Hallar un equilibrio adecuado y desarrollar vínculos más eficientes entre el apoyo a la producción y el prestado a la distribución y promoción. Por ejemplo, hacer que los proyectos subvencionados con fondos públicos vayan acompañados de una estrategia idónea de distribución y comercialización o proporcionar incentivos para que los productores y las empresas de producción insistan en una difusión a públicos más amplios. (p. 11)

En tercer lugar, propone garantizar que las películas se exploten y el público pueda acceder a ellas, lo cual puede parecer obvio para dar sostenibilidad económica al sistema, en detrimento de un modelo más “cultural” basado en el concepto de autoría: “Garantizar que las películas que se benefician de financiación pública se exploten de manera eficaz y accesible al público” (p. 11).

En cuarto lugar, propone aumentar la transparencia en los datos de espectadores obtenidos, que, aunque es prácticamente total en lo que se refiere a los datos de la taquilla en salas cinematográficas, siempre ha sido muy opaca en el mundo del Video (VHS y DVD) y sigue siendo en la explotación del *pay per view* de la televisión de pago y en las actuales plataformas de VOD:

Aumentar la transparencia de los resultados obtenidos por estas películas. Un ejemplo podría ser el requisito de presentar cifras de espectadores en los diferentes canales de distribución. Esto permitiría publicar datos de visionado en todas las plataformas de distribución para cada película que recibe apoyo público. (p.11)

En quinto lugar, sugiere dar coherencia a todos los apoyos públicos que se conceden a todos los niveles territoriales para que comprendan toda la cadena de explotación del proyecto, ya que no sólo evitarían duplicidades, sino que incrementarían su eficacia. Todo ello supone una gran labor de coordinación no sólo técnica sino, sobre todo, de política audiovisual y, por tanto, cultural e industrial entre las diferentes Administraciones.

En el caso de España fundamentalmente entre el Estado y las Comunidades Autónomas, sobre todo las más activas en esta materia, ya sea por razones lingüísticas e industriales (Cataluña, Galicia, País Vasco, Valencia, Baleares) o eminentemente industriales (Canarias, Navarra, Andalucía):

Reforzar la complementariedad y coherencia generales del apoyo público para aumentar su eficacia. Esto se haría a los niveles regional, nacional y supranacional de financiación, e implicaría la financiación de las diferentes actividades (desarrollo, producción, distribución, promoción y comercialización). (p.11)

En sexto lugar, considera necesario reforzar las estrategias de crecimiento empresarial de los productores, para crear una industria sólida y solvente económicamente: “Capacitar a los productores y otros operadores para pasar de enfoques por proyectos a estrategias de crecimiento empresarial” (p.11).

Por último, señala que es preciso garantizar el depósito y posterior uso educativo de las películas: “Garantizar por contrato el depósito de las películas financiadas y desarrollar mecanismos para facilitar su uso educativo después de su vida comercial, en cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual” (p.11).

Después de hacer una referencia al subprograma MEDIA, dentro del nuevo programa Europa Creativa, y su apoyo a los servicios a la carta, expone la que entiende prometedora participación de los nuevos operadores en la cadena de valor, realidad que en el momento de escribir estas líneas (noviembre de 2018) resulta profética por la gran implicación de dichas plataformas OTT (*Over The Top*) en las producciones nacionales:

Con la aparición de nuevas formas de distribución, en particular la TV a la carta, una de las cuestiones clave en relación con el panorama cambiante de los medios de comunicación es cómo evolucionará el actual modelo de financiación y qué papel desempeñarán los nuevos agentes en la financiación de nuevos contenidos. Las plataformas globales de TV a la carta, como Netflix, tienden a invertir en contenido original, principalmente en series, pero también, cada vez más, en otros géneros, como los documentales y la comedia en vivo. Queda por ver si, en general, estos agentes desarrollan un interés comercial por implicarse más en la producción de otros tipos de contenidos audiovisuales, incluidas las obras cinematográficas. (pp.11-12)

Asimismo, anuncia el debate sobre la participación en la financiación por ley de la producción de los nuevos operadores de servicios de TV a la carta frente a los operadores tradicionales de televisión:

El dinámico crecimiento de los servicios de TV a la carta y la actual contribución de las cadenas de televisión a la producción de obras europeas en algunos países, además de la legislación que impone tales obligaciones, han dado lugar a debates en los Estados miembros afectados. En algunos casos, esto plantea cuestiones de aplicación

de la legislación nacional a operadores establecidos en otros Estados miembros o fuera de la Unión Europea. (p. 12).

Por último, dicha Comunicación dedica su atención al acceso a financiación privada a través de los instrumentos financieros de la UE, haciendo referencias a las bondades de los fondos de garantía y anunciando la puesta en marcha del instrumento de garantías de Europa Creativa y los programas ya existentes en el mercado, que califica de transversales, como son el Programa COSME y programas de Horizonte 2020:

Los riesgos especiales y las incertidumbres vinculados a la producción cinematográfica suelen dificultar el acceso a los préstamos bancarios para las empresas del sector⁴². Los instrumentos de ingeniería financiera (en particular los fondos de garantía) han demostrado su capacidad para abrir el acceso a la financiación privada. Tales instrumentos de garantía también pueden ser beneficiosos para reunir capitales destinados a proyectos de infraestructura (salas de cine, patrimonio cultural y nuevas plataformas tecnológicas). Al mismo tiempo, es esencial reforzar la competitividad general de la industria cinematográfica europea para liberar el acceso a los préstamos.

A partir de 2016, el instrumento de garantía del programa Europa Creativa para los sectores cultural y creativo contribuirá a este proceso, facilitando el acceso a la financiación privada por medio de préstamos. El cine podrá también recurrir a más instrumentos horizontales para el desarrollo comercial (como los del Programa COSME en apoyo de las PYME), las inversiones (Fondo de Cohesión, instrumentos financieros de COSME y programas de Horizonte 2020), la creación de contenidos y su presentación con nuevas tecnologías («Liderazgo en tecnologías industriales y de capacitación» dentro de Horizonte 2020) y el fomento de la reutilización innovadora de material cinematográfico de archivo. (p. 12)

El Programa Europa Creativa, fue aprobado mediante Reglamento (UE) 1295/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2013 por el que se establece el Programa Europa Creativa (2014 a 2020) y se derogan las Decisiones no 1718/2006/CE, no 1855/2006/CE y no 1041/2009/CE.

Dicho Programa tendrá vigencia durante el periodo 1/1/2014 a 31/12/2020.

Respecto de la agrupación de los programas MEDIA, Cultura y MEDIA Mundus anteriores, la razón de esta es conseguir el diseño de un modelo que pueda ser más eficaz en sus objetivos de apoyo al sector. El Reglamento (UE) 1295/2013 dice literalmente:

El hecho de agrupar los actuales programas MEDIA, Cultura y MEDIA Mundus relativos a los sectores cultural y creativo dentro de un programa marco único y global (el «Programa»), apoyaría de forma más eficaz a las PYME y a las micro, pequeñas y medianas organizaciones en sus esfuerzos para aprovechar las oportunidades que ofrecen la globalización y la transición al entorno digital y les ayudaría a abordar los problemas que actualmente conducen a la fragmentación del mercado. Para ser eficaz, el Programa debe tener en cuenta el carácter específico de los distintos sectores, sus distintos grupos destinatarios y sus necesidades particulares, por lo que son precisos planteamientos hechos a medida, dentro de dos subprogramas independientes y un capítulo intersectorial. En concreto, es importante establecer sinergias, en el nivel de la ejecución, entre el Programa y las estrategias nacionales y regionales para la especialización inteligente. Para ello, el Programa debe establecer una estructura de apoyo coherente para los distintos sectores culturales y creativos, compuesta por un régimen de subvenciones complementado con un instrumento financiero. (p. 223)

Por último, se anuncia la creación de un novedoso instrumento financiero denominado *Instrumento de Garantía de los Sectores Cultural y Creativo* («el Instrumento de Garantía»).

Esta nueva herramienta financiera tiene el objetivo fundamental de facilitar el acceso a la financiación de las pequeñas y medianas empresas del sector de las industrias culturales, mediante el establecimiento de un sistema de concesión de garantías y/o avales. Se trata de una entidad que en el argot financiero se denomina de “segundo piso”, en cuanto que no tiene relación directa con los solicitantes de los avales, sino que avala a las entidades que conceden los créditos o préstamos. También puede ocurrir que dicho aval se preste a una entidad que a su vez avala a las entidades de crédito que conceden los préstamos a los solicitantes, en cuyo caso se tratará de un reaval o reaseguramiento del riesgo del primer avalista. Como veremos en esta investigación con más detalle, este es el caso español, en el que la garantía europea se concede a la empresa pública CERSA (Compañía Española de Reaseguramiento), que a su vez reaval a la empresa privada, aunque con participación pública, CREA SGR (Sociedad de Garantía Recíproca) que es la que presta el aval a la entidad de crédito que concede el préstamo o crédito a la empresa solicitante.

En consecuencia, dicha medida favorece el apalancamiento financiero de las compañías del sector. Asimismo, facilita a las entidades financieras la creación de una cartera diversificada de préstamos a empresas del sector, animando de esta forma la colaboración público-privada y mitigando el riesgo de las operaciones por la mencionada diversificación.

Debe posibilitar el crecimiento de los sectores cultural y creativo en general y, en particular, debe brindar suficiente apalancamiento para emprender nuevas acciones y aprovechar nuevas oportunidades. Los intermediarios financieros seleccionados deben favorecer los proyectos culturales y creativos para garantizar una cartera de préstamos equilibrada en términos de cobertura geográfica y representación sectorial. Además, en este contexto, las organizaciones públicas y privadas desempeñan un importante papel a la hora de lograr un planteamiento más amplio al amparo del Instrumento de Garantía³⁹.

En una reciente publicación de la Unión Europea sobre el ecosistema financiero de las empresas de las denominadas ICC, se expone una detallada y didáctica exposición de este, describiendo las mejores prácticas al respecto.

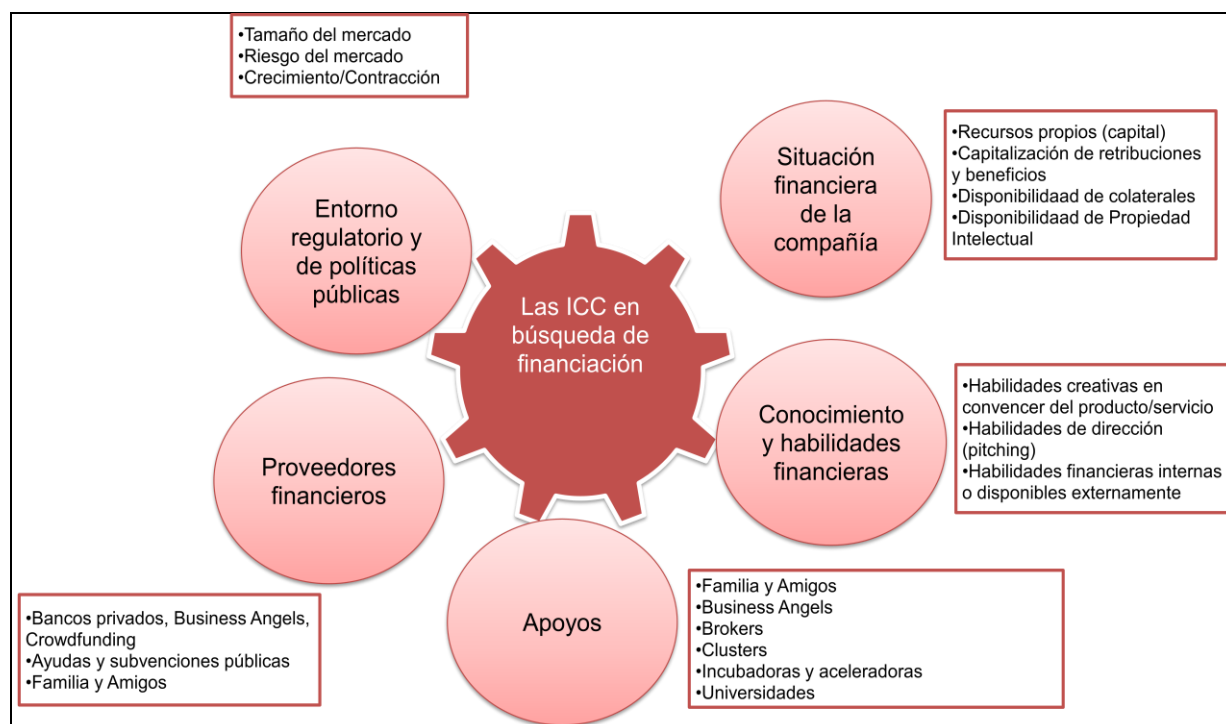
Es manifiesta la complejidad que ha ido adquiriendo el modelo de financiación de las ICC, en línea con la sofisticación de la economía financiera en todos los ámbitos. En realidad, el sector de las ICC comparte unos modelos de financiación similares a los de otras industrias en las que prevalece la propiedad intelectual (IP) como elemento originario de las mismas. Y que, por tanto, precisan del apoyo de inversores en sus distintas fases, desde la creación a partir de la idea original, al desarrollo, la producción y la explotación. Ya sea una película cinematográfica, una serie de televisión o un videojuego. Es un modelo financiero similar al de una nueva app o una disruptiva plataforma de intermediación en el suministro de bienes de consumo (desde la entrega de comida a domicilio, la reserva de hoteles o la contratación de un servicio de transporte con conductor⁴⁰).

A continuación, se reproduce en la figura 3, traducida al español del original, el denominado ecosistema financiero de las ICC.

³⁹ Considerando 22 del Reglamento (UE) 1295/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2013 por el que se establece el Programa Europa Creativa (2014 a 2020) y se derogan las Decisiones no 1718/2006/CE, no 1855/2006/CE y no 1041/2009/CE.

⁴⁰ Obviamente no se pretende abrir una vía de análisis, estudio y discusión de un fenómeno tan interesante y actual como el del papel de las plataformas de intermediación de servicios, app y demás actividades “disruptivas”, aunque se harán someras menciones a las mismas a lo largo de la investigación.

Figura 3. *El ecosistema financiero de las ICC.*



Fuente: Unión Europea (2016): *Good practice report towards more efficient financial ecosystems: innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS)*. Traducción propia del cuadro de la página 13.

Dicho modelo se estructura sobre la base de la necesidad de obtener financiación por parte de las compañías del sector de las ICC para iniciar un negocio, innovar (desarrollando nuevos productos o servicios) para investigar y desarrollar, o acceder a nuevos mercados, de la forma siguiente. Se expone de forma sistemática siete conceptos fundamentales, ordenados de izquierda a derecha empezando por el centro de la imagen:

1) **Situación financiera de la compañía.** Se incluye desde el capital inicial y recursos propios aportados por el promotor o socio del proyecto cultural, los posibles beneficios reinvertidos, la capacidad de generar liquidez de la compañía, la disponibilidad de colaterales para conseguir financiación, así como la disponibilidad de la propiedad intelectual (IP) por parte de la sociedad. lo que implica la propiedad de esta.

2) Habilidades y conocimientos financieros. Tanto habilidades creativas (para ser capaz de vender productos y servicios) como habilidades de dirección para vender proyectos culturales (*pitching*⁴¹) así como capacidades internas financieras o disponibles en el mercado.

3) Apoyos. Desde los clásicos de familia y amigos⁴², a los *business angels*⁴³, intermediarios financieros, *coaches* y entrenadores, incubadoras, *clústeres*⁴⁴, aceleradoras y universidades.

4) Proveedores de financiación. Las fuentes de financiación pueden ser clasificada según su origen sea privado (bancos y entidades de crédito en general, *business angels*, plataformas de *crowdfunding*) o público (tanto ayudas y subvenciones directas como deducciones fiscales). Así como su carácter de proveedores de financiación individuales (*business angels*) o colectivos (familia y amigos, *crowdfunding*).

5) Regulación y política. Desde la crisis financiera de 2008 se ha extendido de forma generalizada en el mundo occidental, y fundamentalmente en Europa, la intervención pública como fórmula de control para proteger a los inversores de posibles daños a su inversión, así como, al mismo tiempo, de la protección de la libre competencia e intervención del Estado en la economía. Desde las normas bancarias Basilea III a las normas de la UE sobre “*minimis*”⁴⁵, la legislación sobre la propiedad intelectual, la normativa fiscal y la regulación de la financiación alternativa, que es aquella no realizada por las entidades financieras tradicionales, como por ejemplo el *crowdfunding*. En suma, toda una maraña de regulación que afecta decisivamente al sector.

⁴¹ El *pitching* es como se denomina la actividad de presentación de proyectos ante inversores de forma concreta, rápida y efectiva. Una buena capacidad de *pitching* es esencial para captar inversores en el sector de la producción cinematográfica. Ver el interesante artículo sobre la materia de García Serrano, Federico (2009) *Las técnicas del "pitching" en el mercado audiovisual español: del caramelo al guion*. En el Congreso Internacional Brand Trends, 16/02/2009, Valencia.

⁴² El acrónimo, siguiendo la terminología anglosajona, FFF se refiere a los apoyos de la familia, amigos e incautos (*Family, Friends and Fools*), que suelen caracterizarse por convertirse en las primeras fuentes de financiación de un proyecto, junto con la inversión del promotor del mismo.

⁴³ Los *business angels* son inversores privados, profesionales, que ofrecen financiación en las primeras etapas de un proyecto, por importes no muy altos, pero relativamente importantes para el inicio de proyecto, de forma que mantienen una cartera diversificada de inversiones, de alto riesgo, y fundamentalmente en los sectores tecnológicos y creativos. La Asociación Española de *Business Angels*, creada en 2008, reúne 35 redes de *business angels* que agrupan a 3.000 inversores (ver <https://www.aeban.es/>).

⁴⁴ En España los *clústeres* audiovisuales gozan de cierto prestigio, sobre todo en Galicia, País Vasco, Cataluña, Valencia, Madrid, Andalucía, entre otros territorios, por su trabajo agrupando empresas de producción de contenidos y servicios audiovisuales con el fin de promover el sector audiovisual en sus territorios. Han existido iniciativas de agrupación sectorial (II Foro de Clústeres Audiovisuales).

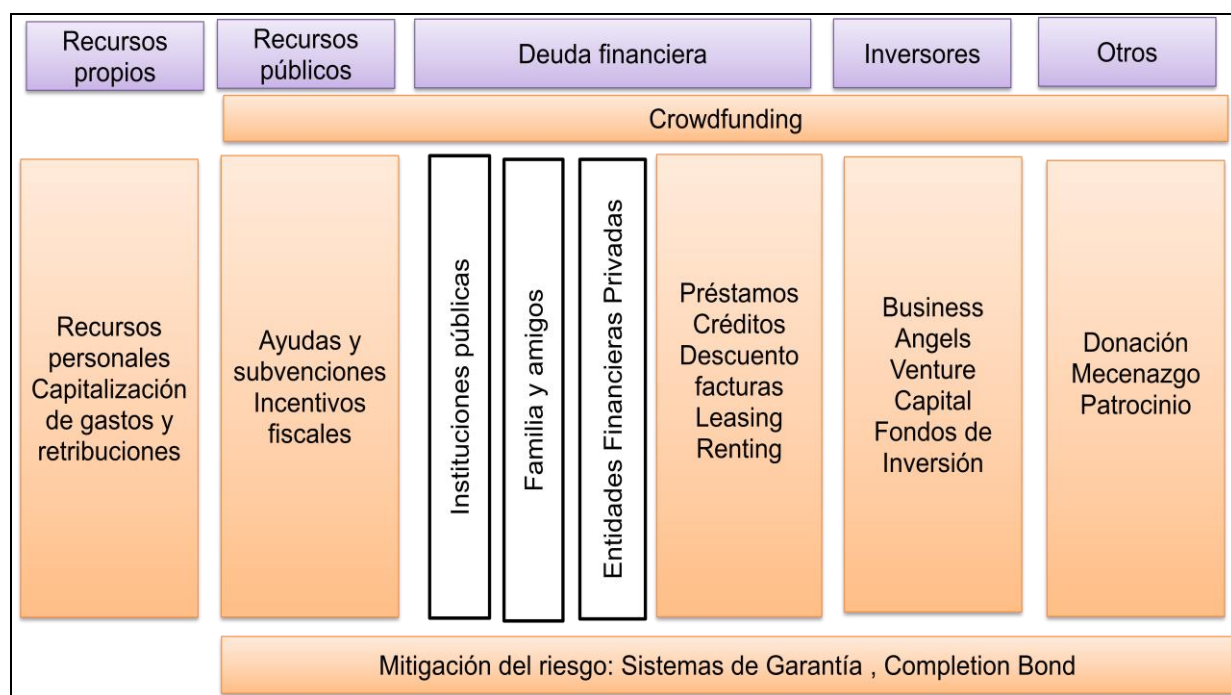
⁴⁵ Las ayudas de *minimis* se refieren, de hecho, a pequeñas ayudas estatales para empresas que los países de la UE no tienen que notificar a la Comisión Europea. El importe máximo es de 200 000 € por empresa a lo largo de un periodo de 3 años. De acuerdo con el Reglamento (UE) n.º 1407/2013 de la Comisión, de 18 de diciembre de 2013, relativo a la aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a las ayudas de *minimis* Texto pertinente a efectos del EEE.

6) Reputación del sector de las industrias creativas y culturales. En este punto se refiere a asuntos como la opinión pública imperante, la opinión de los medios de comunicación, la postura de los líderes de opinión (que en general perciben un cierto riesgo económico y financiero en las ICC), de los creadores de políticas, de los analistas (que analizan los datos del mercado de las ICC) y de los institutos financieros. Hay que señalar que el sector cultural suele gozar de un impacto mediático superior al de otros sectores más “aburridos”, fundamentalmente en cuestiones de posicionamiento político y social.

7) Dinámica del mercado objetivo. Nos encontramos con cuestiones tan significativas como el tamaño del mercado, el riesgo relacionado con el mercado, así como su estado de crecimiento o disminución.

Asimismo, en el mismo estudio citado de la Unión Europea, se incluye un modelo muy didáctico del actual panorama de financiación de las ICC en Europa, modelo que reproducimos, traducido, a continuación, en la figura 4.

Figura 4. Tipología de modelos de financiación.



Fuente: Unión Europea (2016): *Good practice report towards more efficient financial ecosystems: innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS)*. Traducción propia del cuadro de la página 23.

En el citado estudio, se analizan nuevas herramientas que permitan la obtención de financiación a las empresas, y especialmente pequeñas y medianas empresas, culturales y creativas, mostrando ejemplos europeos en marcha. A continuación, trataremos de resumir para dar una idea del panorama global del sistema y de la riqueza de este, sobre todo en cuanto a inventiva y creatividad en el diseño de herramientas financieras, incluidas algunas experiencias españolas (ICEC). La tabla completa se reproduce en el anexo 1.

1. El apoyo público. Incluidas ayudas y subvenciones de carácter directo así como indirecto, a través de incentivos fiscales (a través de sus diversas modalidades).
2. Financiación a través de entidades bancarias y financieras en general, tanto créditos como micro financiación.
3. Captación de capital de inversores, a través de diferentes herramientas como el *venture capital*, el capital semilla y los *business angels*.
4. La denominada en Europa financiación participativa o más ampliamente, *crowdfunding*.
5. Modelos de cobertura del riesgo (sistemas de garantías a través de sociedades de garantía y la concesión de avales a través de entidades financieras).
6. Y, por último algunas herramientas financieras como el *venture philanthropy* y el patrocinio y, en general, los habituales modelos de colaboración público-privada, mediante acuerdos y convenios.

A continuación, el estudio desarrolla detenidamente con ejemplos de toda la Unión Europa cada una de las grandes categorías.

Del total de los modelos incluidos en el informe (76), sólo se citan cinco ejemplos españoles: ICEC⁴⁶ (ayudas y préstamos), MICROBANK de LA CAIXA⁴⁷ (micro financiación), CREA SGR (garantías), GOTE⁴⁸ (*crowdfunding*) y FUNDACIÓN ARCO⁴⁹

⁴⁶ El ICEC, Institut Català de les Empreses Culturals, es un organismo dependiente del Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña con el fin de promover y trabajar en beneficio de la cultura en su territorio. En consecuencia, concede subvenciones y realiza labores de diversa índole en relación con el desarrollo de la cultura catalana (<http://icec.gencat.cat/ca/inici>). Entre otras muchas actividades, es responsable de la Filmoteca de Cataluña, colabora con el Festival de Sitges y es socio protector de Avalis (Sociedad de Garantía Recíproca de ámbito catalán).

⁴⁷ MicroBank se constituye en el 2007 como "banco social" para canalizar la actividad de microcréditos que hasta ese momento venía realizando "la Caixa" a través de su Obra Social, "con el objetivo de potenciar esta labor con el rigor y sostenibilidad propios de una entidad bancaria".

⁴⁸ La plataforma GOTE⁴⁸ tiene naturaleza jurídica de fundación y tiene el carácter de plataforma de *crowdfunding* de donación y recompensa. Según indican en su página web (<http://fundacion.goteo.org/>) la misión de su fundación se encuentra vinculada a "principios de transparencia, progreso y mejora de la sociedad".

⁴⁹ La Fundación ARCO, constituida en 1987, tiene por objeto el fomento del coleccionismo y la investigación y difusión del arte contemporáneo. Impulsada por IFEMA y constituida por sus entes consorciados - Ayuntamiento de Madrid, Comunidad de Madrid, Fundación Montemadrid y Cámara de Comercio de Madrid -,

(colaboración público-privada). Los cinco casos son absolutamente distintos entre ellos, y a lo largo de este trabajo sólo desarrollaremos los casos de GOTEÓ y de CREA SGR de forma detallada en los apartados correspondientes al estudio del *crowdfunding* y de los sistemas de garantías.

Aun siendo un estudio francamente interesante, creemos que es demasiado ambicioso en su planteamiento, de forma que enumera una gran relación de iniciativas, instituciones y herramientas que, en realidad, son absolutamente dispares en su origen, modos de funcionamiento y, por supuesto, éxitos en su aplicación. Sin embargo, es un magnífico elemento de trabajo inicial para seguir en el diseño de instrumentos de financiación dedicados a la promoción de las ICC europeas que esperamos tenga su continuidad de forma permanente.

Otro estudio interesante sobre la financiación del sector es el realizado en 2009 por la consultora Peacefulfish sobre las entidades financieras europeas financiadoras del sector de las ICC (*Study on the Role of Banks in the European Film Industry*) y elaborado por Thierry Baujard, Marc Lauriac, Marc Robert y Soizic Cadio. En dicho informe se describe el panorama europeo con gran detalle, y respecto a España, incluye referencias tan solo a tres entidades. Por un lado, a una Sociedad de Garantía Recíproca (SGR), entidad especializada en la concesión de avales al sector, denominada Audiovisual Aval SGR (la actual CREA SGR) y de la que hablaremos en esta investigación.

En segundo lugar, a una entidad financiera clásica como Caja Madrid, actualmente integrada dentro de la entidad financiera fruto de las fusiones de distintas entidades bancarias denominada BANKIA, que a su vez se absorbe a partir de 2020 por CAIXABANK.

Y, por último, a una entidad sin ánimo de lucro, concretamente con la naturaleza jurídica de fundación, como es la oficina Media Desk (actualmente denominada Europa Creativa⁵⁰).

Además del cambio de las denominaciones originales de las entidades citadas, hay que destacar la falta de referencias a una banca más especializada en el sector de las ICC más allá de los ejemplos mencionados. En contraste, otros países de nuestro entorno muestran unos ejemplos, ya en el año 2009, francamente avanzados.

es una estructura que complementa el carácter divulgativo de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo, ARCOmadrid y por extensión ARCOLisboa.

⁵⁰ Tal y como indican en su página web; “la Oficina Media Oficina MEDIA España es una Fundación Cultural que informa, orienta y asesora sobre MEDIA a los profesionales del sector audiovisual. Tiene como patronos al ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales de España), a EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales), a IVC (Instituto Valenciano de Cultura), a AGADIC (Agencia Gallega de las Industrias Culturales) y a Canarias Cultura en Red.

3. Panorama de la financiación de las ICC en España

En España, según datos ofrecidos por el entonces denominado Ministerio de Cultura⁵¹ correspondientes al año 2006 y anteriores, (*Anuario de estadísticas culturales 2007*), el segundo milenio empezó de forma relativamente optimista para el sector de la cultura. Sin embargo, a partir de 2007 los datos empezaron a ofrecer un aspecto más negativo en sintonía con el efecto de la Crisis Financiera y la Gran Depresión posterior que se abatió sobre España⁵² y resto de países de nuestro entorno, en mayor o menor grado, salvo el caso destacable de la primera potencia económica europea (Alemania) y la saneada Europa rica del norte (Escandinavia) y centro de Europa (Austria, Suiza). Sin habernos recuperado de dicha crisis, la Pandemia de 2020 se abatió sobre nuestra Europa y resto del mundo.

Las posteriores ediciones y avances del Anuario de Estadísticas Culturales reafirman la anterior manifestación, tal y como se expondrá a lo largo de la presente investigación de forma detallada.

Como indicaba muy agudamente el profesor Bustamante (2013) hay que señalar una disminución del papel público respecto de la cultura, como consecuencia de la Crisis, quizás debido a posturas políticas muy concretas de orden neoliberal:

El examen detallado de las políticas culturales españolas públicas en los últimos años evidencia un profundo deterioro del papel del Estado central y de las comunidades autónomas y los grandes municipios. Por todas las vías, -ayudas directas, subvenciones cruzadas entre sectores, tratamiento fiscal, etc.- el apoyo a la cultura española se desmorona mientras las promesas de nuevos modelos centrados en el mecenazgo privado no llegan nunca a materializarse, situando a la cultura española al

⁵¹ Tal y como comentamos al inicio de esta tesis, en España, en los últimos años, se ha convertido en práctica habitual de los partidos políticos, en función de su ideología, en cuestionar la existencia de un Ministerio específicamente dedicado a la Cultura. Concretamente el partido conservador (Partido Popular) suele proponer la existencia de un Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en el que la Cultura tenga rango de Secretaría de Estado. Mientras que el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) se decanta por independizar a la Cultura con su propio Ministerio de Cultura y Deporte. Desde nuestro humilde punto de vista, y por razones de un cierto respeto a lo que representa la Cultura, creemos que es más adecuado dotarla de su propio Ministerio. Dicho lo cual, el hecho de que competencialmente la Cultura está delegada en las Comunidades Autónomas convierte al Ministerio de Cultura (y Deporte) en uno de los más pequeños presupuestariamente hablando. Además, el hecho de su caracterización como Ministerio o Secretaría de Estado no parece que haya afectado tanto a su habitual funcionamiento administrativo, sino que parece más bien que tiene un efecto mediático de cara a la opinión pública sobre la consideración que tiene la Cultura para el partido político encargado del Gobierno de la Nación en cada momento.

⁵² Ver Bustamante Ramírez, Enrique (2013): *La cultura en tiempos de crisis. Fuentes financieras y políticas públicas*, Madrid: Fundación Alternativas.

borde del abismo. Una situación que contradice frontalmente el artículo 44.1 de nuestra Constitución y que contraviene la letra y el espíritu de nuestros convenios internacionales, como el de la Convención por la Diversidad de la UNESCO de 2005. (p. 5)

Todo ello enmarcado en la clásica polémica de hasta dónde debe llegar la actuación pública en materia de cultura: protección o intervención privada (aunque financiada por el Estado vía políticas de deducción fiscal).

En este sentido, no podemos menos que resaltar la opinión del profesor Bonet (2016) sobre las políticas culturales en España⁵³:

En síntesis, las prácticas de las políticas culturales en España, más allá de su inevitable heterogeneidad, presentan un marcado sesgo sectorial centrado en políticas de oferta más que de demanda y formación cultural. La cultura política que caracteriza el conjunto de la acción gubernamental española tiene una escasa propensión a innovar y a planificar de forma estratégica y sostenible a largo plazo. En general, deja la interpretación del interés general al juego de influencias clientelares entre el sistema político y los grupos de interés, tanto a escala local como autonómica o central. En consonancia con ello, ni las estructuras orgánicas de los departamentos de cultura ni los recursos dedicados a los distintos sectores en los presupuestos públicos presentan en términos relativos grandes cambios en el último cuarto de siglo, más allá de su ampliación progresiva y a la adaptación a épocas de bonanza o depresión. La crisis, gran ventana de oportunidad –desaprovechada–, recorta por encima de la media el gasto público y los beneficios fiscales destinados a cultura, mostrando la fragilidad y baja legitimidad de este cuarto pilar de desarrollo. El excesivo peso de la dimensión sectorial en la conformación de la política cultural, en particular a escala central y autonómica, explicita la baja madurez del sistema de apoyo gubernamental a la cultura. (p. 42)

Siguiendo la misma postura doctrinal, Rius-Ulldemolins y Martínez-Illa (2016) manifiestan su escepticismo ante la bondad y eficacia del actual modelo de funcionamiento en lo que se refiere a la política cultural entre el Estado y las administraciones territoriales.

⁵³ Bonet, Lluís (2016): “La dimensión sectorial de las políticas culturales en España”, en Rius-Ulldemolins, Joaquín y Rubio Arostegui, Juan Arturo (eds.) (2016): *Treinta años de políticas culturales en España. Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, Valencia: PUV Universitat de Valencia.

Consideran dicho modelo, sujeto a las presiones políticas y nacionalistas, tanto del Estado como de las Comunidades Autónomas⁵⁴:

Por todo ello, nos equivocáramos si presentáramos el sistema de la política cultural como un todo articulado, autónomo y básicamente consensual (...). Por el contrario, el análisis del sistema de la política cultural nos revela un componente central en su fundamentación que se asocia a los procesos diversos de construcción de la identidad nacional (las llamadas periféricas y también la nacionalista española), con la pervivencia y asimetrías de las administraciones territoriales (comunidades autónomas y diputaciones), así como las luchas políticas que en ellas se desarrollan. (pp. 152-153)

Por nuestra parte, no podemos más que coincidir con dichas apreciaciones de estos autores, aunque no es menos cierta que la reacción de las instituciones a los efectos de la Pandemia de 2020 ha sido sorprendentemente positiva. Tal y como veremos a lo largo de esta investigación, desde el Estado español, siguiendo las iniciativas europeas (NEXT GENERATION) a las Comunidades Autónomas y administración local, todos han considerado la Cultura (con mayúsculas) como un bien a proteger. Y a las industrias culturales como especialmente perjudicadas por los efectos económicos desastrosos del confinamiento y de las medidas sanitarias. Nunca se ha estado en España más cerca de un pacto de estado sobre la Cultura como en estos momentos de crisis por la Pandemia.

Siguiendo el esquema propuesto por el Anuario de Estadísticas Culturales citado, los conceptos de análisis del sector cultural son los que se recopilan de forma sistemática en la tabla 1⁵⁵. Constituye un ejemplo de generosidad en la inclusión de las actividades medibles como culturales, sobre todo en capítulos como el consumo cultural de los hogares (incluyendo el internet).

⁵⁴ Rius-Ulldemolins, Joaquín y Rubio Arostegui, Juan Arturo (2016): “El sistema de la política cultural en el estado español desde la recuperación de la democracia. Articulación y concurrencia entre las administraciones públicas”, en Rius-Ulldemolins, Joaquín y Rubio Arostegui, Juan Arturo (eds.) (2016): *Treinta años de políticas culturales en España. Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, Valencia: PUV Universitat de Valencia.

⁵⁵ Hay que señalar que la citada tabla incluye dentro de su análisis los denominados “asuntos taurinos”, que, tradicionalmente, se encajan dentro de dicho Anuario, aunque las competencias sobre su gestión han sido compartidas por autoridades tan dispares como el Ministerio del Interior. Sin entrar en una detallada exposición sobre los motivos por los que los asuntos taurinos forman parte de dicho estudio, es una realidad que la “Fiesta Nacional” forma parte de nuestra realidad socioeconómica y cultural, aunque pueda ser considerada por sectores de la población como un fenómeno extraordinariamente alejado de lo que debe incluir la Cultura (con mayúsculas). Como este trabajo en realidad está centrado sobre la financiación de la industria de contenidos nos permitimos alejarnos de la citada polémica, aunque no nos resistimos a reflejarla en estas breves líneas.

Tabla 1. *Conceptos y magnitudes culturales analizadas de acuerdo con el Anuario de Estadísticas Culturales (2017).*

1.	Empleo cultural.
2.	Empresas culturales.
3.	Financiación y gasto público en cultura.
4.	Gasto de consumo cultural de los hogares.
5.	Propiedad intelectual.
6.	Comercio exterior de bienes culturales.
7.	Turismo cultural.
8.	Enseñanzas de ámbito cultural.
9.	Hábitos y prácticas culturales.
10.	Patrimonio.
11.	Museos y colecciones museográficas.
12.	Archivos.
13.	Bibliotecas.
14.	Libro.
15.	Artes escénicas y musicales.
16.	Cine y contenidos audiovisuales.
17.	Asuntos taurinos.
18.	Cuenta satélite de la cultura.

Fuente: Elaborado con la información del MECD (2018) *Anuario de estadísticas culturales 2017*.

A continuación, vamos a analizar brevemente una serie de magnitudes globales (fundamentalmente relacionadas con el PIB, el empleo y la financiación pública) que nos indiquen cuál ha sido el impacto de la crisis en el sector de la Cultura, centrándonos posteriormente al sector audiovisual y fundamentalmente en el de la producción cinematográfica. Todo ello con el fin de poner en contexto la necesidad de unas políticas de apoyo a la financiación absolutamente necesarias y proporcionales a nuestra posición internacional y momento en que vivimos.

3.1. La aportación al PIB de las actividades culturales y las actividades vinculadas con la propiedad intelectual

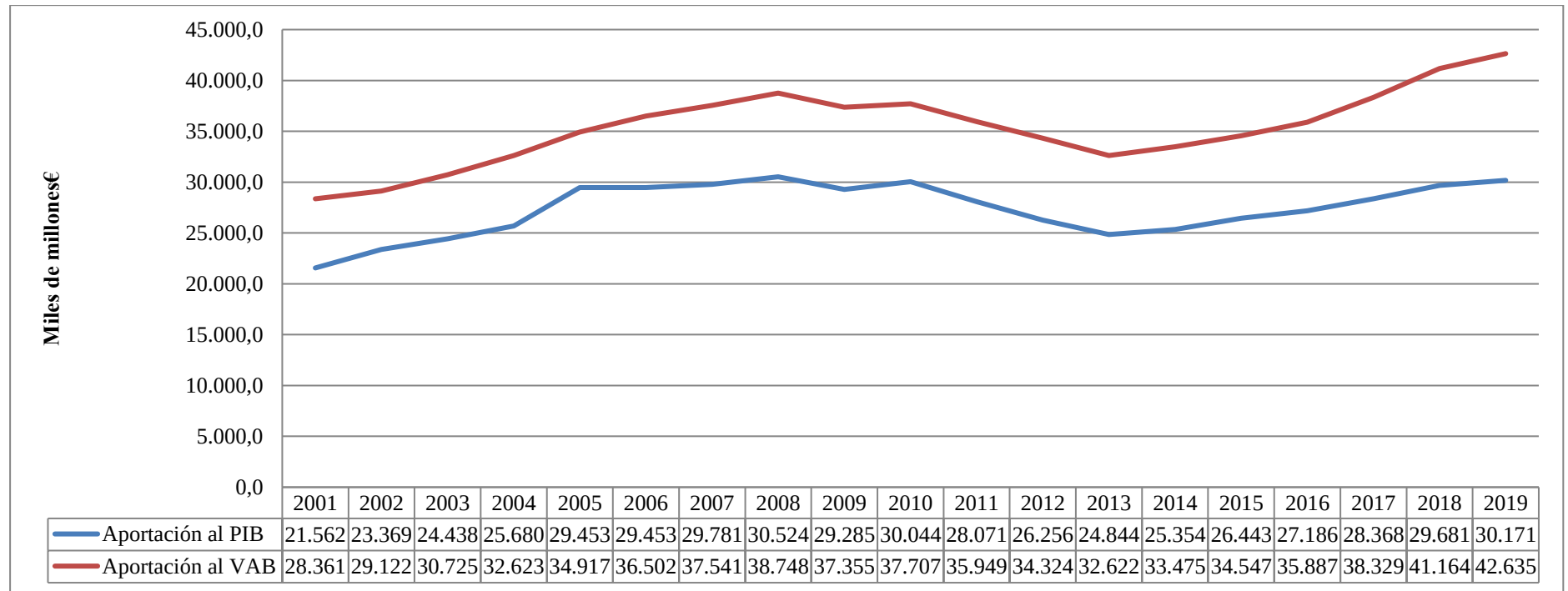
Después de estar creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2000, el valor de la aportación al PIB de las actividades culturales y las actividades vinculadas con la propiedad disminuyó, en valores absolutos, en el período 2017, respecto del año 2008 (que fue el año con los valores más altos de la historia) en 2.225 millones de euros y 505 millones de euros, respectivamente (una reducción del 7,29% y 1,38%, respectivamente). Es decir que casi diez

años después, todavía no se habían ni siquiera recuperado las cifras económicas del año de inicio de la Crisis Financiera.

Según se puede observar en la figura 5, en 2015 se inició la recuperación, que se ha continuado desde 2016 a 2019. En 2018 se consiguió alcanzar prácticamente las cifras de 2017 (100 millones de euros menos) y en 2019 se superó en 390 millones de euros (un heroico incremento del 1,31% en valores absolutos).

Recuperación económica truncada, a falta de datos oficiales, por el impacto de la pandemia iniciada en 2020. Sin perjuicio de las referencias que haremos a lo largo de esta investigación, podemos adelantar que lo que nadie había previsto era la profunda crisis económica causada por la pandemia del coronavirus del primer trimestre de 2020 en España.

Figura 5. Aportación de las actividades culturales vinculadas con la propiedad intelectual al PIB español (2000-2018) en miles de millones €.



Fuente: Elaborado con los datos facilitados por MECD (2021) *Anuario de Estadísticas Culturales 2021* y años anteriores.

3.2. El empleo cultural

El empleo cultural durante el período (2008-2012), que fue el más acentuado en la pérdida de empleo, disminuyó en 137,1 miles de empleos (19,41%), iniciándose la recuperación en 2014 (figura 6).

Según las cifras publicadas por el Ministerio de Cultura en la Cuenta Satélite de la Cultura, el empleo ascendió en 2019 a 710,2 miles de empleos superando por primera vez de la serie el máximo de 706,3 miles de empleos en 2008. Por lo que realmente la disminución del volumen de empleo no parece tan acusada en relación con el impacto de crisis. Este fenómeno se debe, por una parte, a que el empleo “público” es significativo en el sector cultural, aunque no mayoritario como se pudiera pensar. Concretamente, sectores como el de Museos y colecciones museográficas (14.508 personas en 2020), Archivos (536 personas solo en los estatales en 2020) y Bibliotecas (24.941 en 2018) son generadores prácticamente en su totalidad de empleo público.

A ello hay que añadir la proporción de servicios externos y profesionales sin relación laboral, frente a la mayor laboralidad quizás de otros sectores productivos. Hay que señalar que la industria cultural se caracteriza por la externalización masiva en áreas como, por ejemplo, la producción audiovisual, las artes escénicas y musicales, frente a sectores más tradicionales como el editorial, donde las relaciones laborales estaban más consolidadas. Asimismo, y en lo que respecta a la producción audiovisual, a partir de 2016-2017 se empieza a recuperar el empleo en el sector audiovisual por la entrada de las nuevas plataformas de servicios OTT (concretamente Netflix⁵⁶) que disparan la necesidad de profesionales para la producción de series y películas en un entorno cada vez más competitivo básicamente entre los diversos operadores privados que ven un gran competidor por la audiencia con la entrada de Netflix en España⁵⁷. Fundamentalmente se trata de tres

⁵⁶ En abril 2019 Netflix era la mayor plataforma de OTT en abonados del mundo (139 millones en 190 países), con un valor en bolsa de 160.600 millones \$, aunque sus ingresos en 2018 fueron de 15.749 millones €. Recuperado de <https://www.netflixinvestor.com/ir-overview/profile/default.aspx> (Consultado el 1/4/2019). A lo largo de 2022 entró en una crisis, postpandemia, que le causó una reducción del número de suscriptores, que habían llegado a más de 200 millones y sobre todo de ingresos. La compañía lo achacó a la compartición de claves entre los usuarios. Aunque sigue siendo la primera plataforma en número de abonados se siente perseguida por Amazon y a cierta distancia Disney y HBO. La guerra está servida (Neira ha acuñado el término “*streaming wars*” al que haremos referencia en esta investigación de forma recurrente).

⁵⁷ Netflix entra en España el 20/10/2015. Ver noticia en El Mundo. Recuperado del <https://www.elmundo.es/tecnologia/2015/10/20/562527b122601da85c8b4670.html> (Consultado el 1/4/2019).

grandes operadores que cotizan en bolsa: Movistar⁵⁸, marca del Grupo Telefónica que explota la televisión de pago, Atresmedia⁵⁹, grupo de medios español que incluye compañías como la cadena de televisión Antena 3, además de otras, y Mediaset⁶⁰, grupo multinacional italiano, que incluye la cadena Telecinco en España entre otras. Todos estos grandes grupos ven amenazada su posición en España por la entrada de las Plataformas OTT (además de Netflix, se encuentra Amazon Prime, HBO, Sky y a lo largo de 2019 las nuevas plataformas de Disney y Apple).

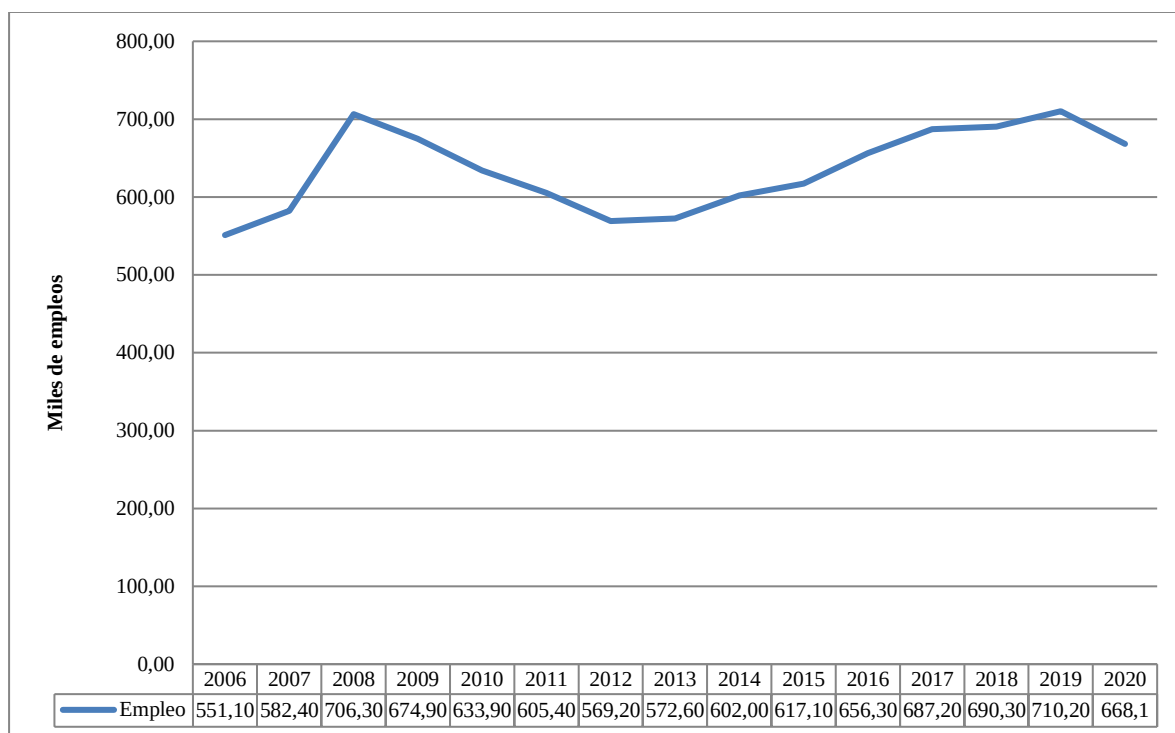
Sin embargo, este camino triunfal de crecimiento en el empleo se vio sacudido por el impacto de la crisis provocada por la Pandemia, al igual que el resto de los sectores económicos. En este caso de la Cultura quizás más acentuado por el cierre físico de los locales de sectores tan demandantes de mano de obra como las salas de cine y, muy señaladamente, las artes escénicas y musicales (cierre de salas de teatro, cancelaciones de conciertos y festivales).

Unas primeras estimaciones publicadas por la Cuenta Satélite de la Cultura (2021) calculan en 2020 una reducción del 5,39% del empleo respecto a 2019, hasta los 668,1 miles de empleos. A falta de actualizaciones en los datos, lo que sí podemos deducir es que 2021 supondrá una significativa recuperación del empleo en el sector, acorde con el resto de los sectores económicos españoles, que están volviendo a niveles del 2019. Las medidas de estímulo económico y, sobre todo, la necesidad de los ciudadanos por recuperar sus espacios culturales hará el resto. Aunque los festivales serán los primeros beneficiados, las salas de teatro y cine parecen resistirse a la recuperación.

⁵⁸ Como veremos en el capítulo de la televisión, Telefónica es la propietaria del negocio de Movistar, televisión de pago por cable y satélite. Recuperado de <https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors> (Consultado el 1/4/2019) Telefónica es una de las mayores empresas españolas y el primer grupo de comunicaciones español, que opera en 16 países y tiene presencia en 24 más, con 121.853 empleados, y un volumen de negocio de 48.693 millones € (2018) y más de 336 millones de accesos totales, y un valor en bolsa de 38.105 millones € (2018). Los ingresos de vídeo totalizan 2.881 millones € en 2018 (+0,5%), y representan el 42% de los ingresos de servicios digitales. La base total de accesos de vídeo asciende a 9,8M (8,9M TV de pago, +5% interanual impulsados por IPTV, y 0,9M accesos activos del servicio OTT “Movistar Play” en Latam). En el 4 trimestre 2018 destaca el lanzamiento de IPTV en Argentina, la integración de Netflix en el portfolio convergente de España y el lanzamiento de “Movistar Play” en Uruguay. Recuperado de <https://www.telefonica.com/documents/162467/142176240/rdos18t4-esp.pdf/5a135145-c128-2f11-d917-685fc84dceea> (Consultado el 1/4/2019). Al 31/12/2017 Movistar tenía 3.846.172 abonados a la televisión de pago (frente a un total de 6.681.305).

⁵⁹ Como veremos en el capítulo dedicado a la televisión, el Grupo Atresmedia es el mayor grupo de comunicación de España, que ingresa alrededor de 1.000 millones € (1.042 millones € en 2017). Recuperado de <https://www.atresmediacorporacion.com/accionistas-inversores/> (Consultado el 1/4/2019).

⁶⁰ En el capítulo de la televisión hablaremos del Grupo MEDIASET ESPAÑA, perteneciente a MEDIASET ITALIA, que junto a ATRESMEDIA dominan la televisión en abierto en España, con una facturación de alrededor de 1.000 millones € (981,6 millones € en 2018). Recuperado de <https://www.mediaset.es/inversores/es/> (Consultado el 1/4/2019).

Figura 6. Empleo cultural en España (2006-2020) en miles de empleos.

Fuente: Elaborado con los datos facilitados por MECD (2021) *Anuario de Estadísticas Culturales 2021* y años anteriores.

3.3. La financiación pública a la cultura

El primer dato que señalar es que la financiación pública a la cultura durante el período (2006-2012)⁶¹ disminuyó en 1.154 millones € (14,54%). Dicha disminución fue de 108 millones € en el caso del Estado (-12,27%), 533 millones € de las CCAA (-29,50%) y 519 millones € de los entes locales (-15,99%).

La disminución frente al año con la cifra más alta de financiación (2008) fue de 2.314 millones € (25,43%), de los cuales 303 millones € correspondían al Estado (-28,19%), 855 millones € a las CCAA (-40,16%) y 1.160 millones € (-29,85%) a los entes locales. En 2016 se produjo una leve recuperación en el total (6.816 millones € frente a 6.785 millones € de 2015).

⁶¹ Se facilitan los datos de todas las Administraciones Públicas en los períodos 2006-2012 y 2015-2017, quedando pendiente el período 2013-2014.

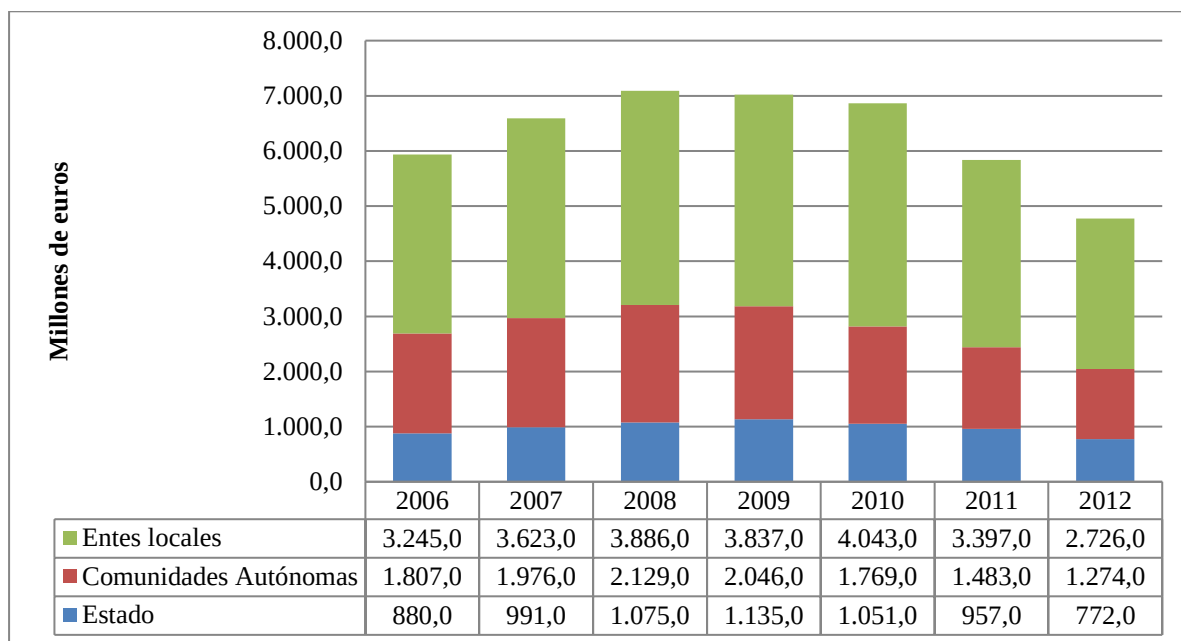
Hay que señalar el enorme peso que supone la financiación no estatal, y sobre todo local sobre el total de la financiación al sector. Las competencias en cultura de las Comunidades Autónomas hacen que las mismas sean muy protagonistas en la financiación a la cultura, y especialmente en el cine, como veremos más adelante.

El gran impacto de la administración local tiene mucho que ver con la descentralización de la competencia de cultura y probablemente con la asunción del concepto “fiestas populares” en los ámbitos sobre todo locales, donde gozan de extraordinario predicamento y se encuentran encuadrados dentro de los presupuestos de cultura. Por eso, aunque la caída porcentual más fuerte se produce en el ámbito estatal, el volumen en cifras absolutas más alto es el correspondiente al autonómico y local. Este comentario no tiene intención de desmerecer la labor que respecto de las actividades culturales realizan sobre todo las entidades locales (Ayuntamientos, Diputaciones, Cabildos...). Simplemente quiero señalar que se dirigen a actividades muy conectadas con sus ámbitos de actuación y suelen dirigirse, por ejemplo, a la contratación de actuaciones artísticas, conciertos, galas y, en menor medida, a actividades relacionadas con la producción audiovisual. Aunque cada vez es más frecuente la preocupación de estas entidades por el audiovisual, como por ejemplo las Diputaciones Forales del País Vasco o el Ayuntamiento de Madrid, por citar tan solo algunos ejemplos.

En el caso del sector audiovisual, al estar la inversión más condicionada por políticas estatales y autonómicas, y con presencia muy poco significativa en el ámbito local, el impacto de la Crisis económica del 2008 ha sido relativamente significativo. Los ingresos públicos (vía impuestos) se redujeron de forma significativa y los gastos sociales (pensiones, desempleo, sanidad) no solo no disminuyeron, sino que en algunos casos (como el desempleo) aumentaron significativamente. Pero, indudablemente, la Cultura siempre es un sector susceptible de los primeros recortes económicos públicos por razones obvias de política social. Es preferible recortar en Cine que en Sanidad... Y creo que en un planteamiento así expuesto todo el mundo puede estar de acuerdo. Otra cosa es cuando se analiza el impacto en la economía y en la sociedad de las políticas de recorte de la inversión o el gasto público, ya que generan más desempleo y menos ingresos para todo el Estado (impuestos y contribuciones a la Seguridad Social). Este último análisis es el que se aplicó como reacción a la crisis desatada por la Pandemia de 2020.

En la figura 7 se puede observar la evolución del gasto en dicho período 2006-2012 en el que disponemos de cifras de todas las Administraciones Públicas.

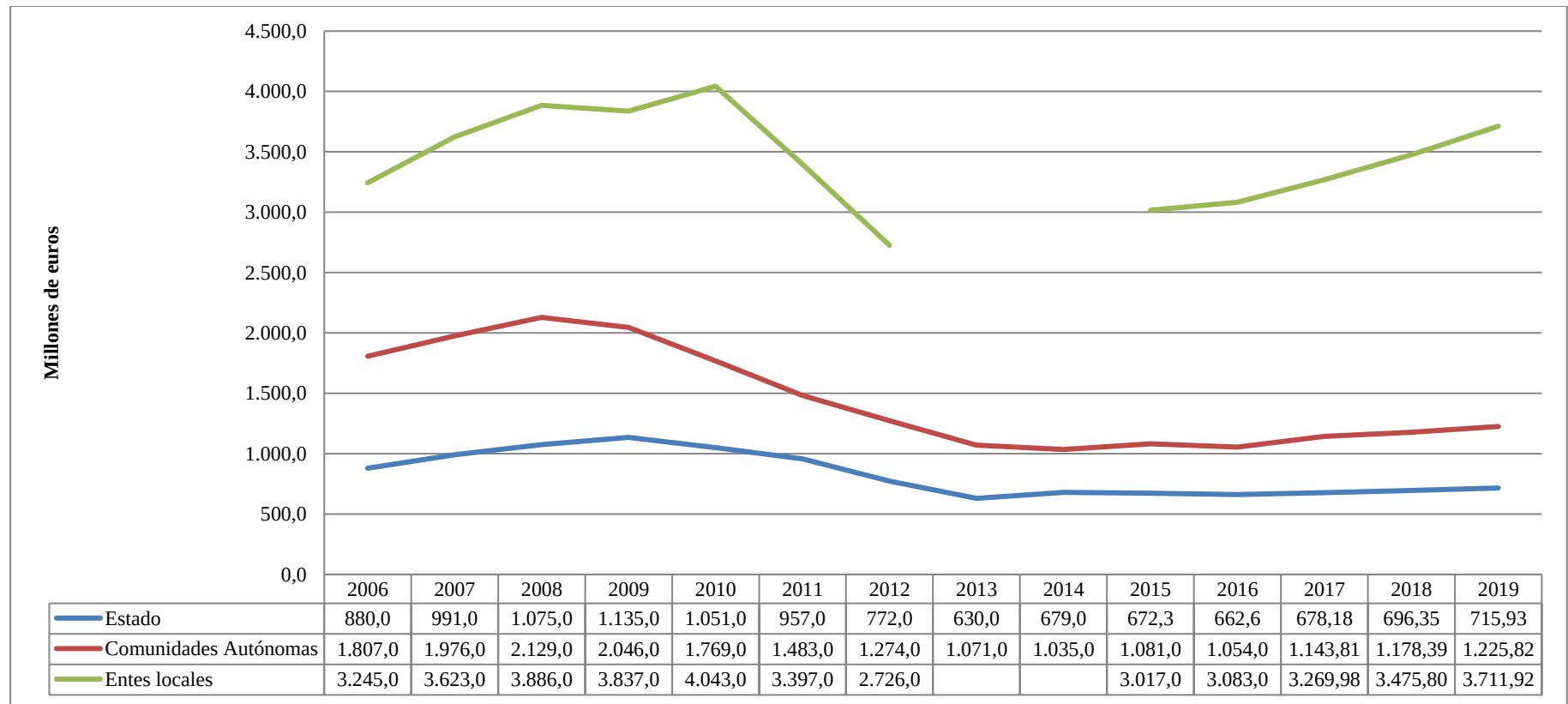
Figura 7 . Financiación en cultura de las Administraciones Públicas (2006-2012) en millones de euros.



Fuente: Elaborado con los datos facilitados por MECD (2021) *Anuario de Estadísticas Culturales 2021* y años anteriores.

No disponemos de la información completa de todas las Administraciones Públicas en los años 2013 y 2014, incluidas las Comunidades Autónomas, pero sí para el periodo 2015-2019. En dicho período se muestra una significativa recuperación de la inversión en cultura de todas las Administraciones Públicas, tal y como se puede ver en la figura 8.

Figura 8. Financiación en cultura de las Administraciones Públicas (2015-2019) en millones de euros.



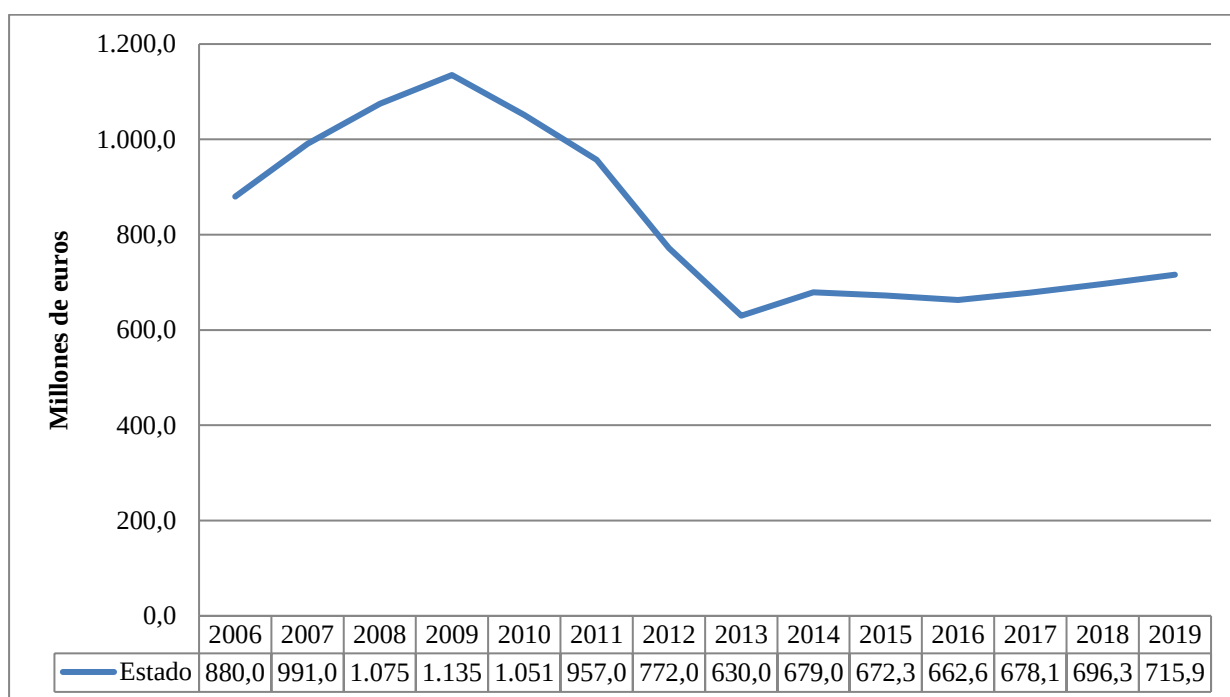
Fuente: Elaborado con los datos facilitados por MECD (2021) *Anuario de Estadísticas Culturales 2021* y años anteriores.

No se dispone de la información de la inversión de los Entes Locales para los años 2013 y 2014.

Afortunadamente para nuestro análisis, y tal y como podemos ver en la siguiente figura 9, disponemos de datos de la financiación del Estado correspondientes al periodo completo 2006-2019.

En dicho gráfico, podemos observar que la recuperación no se inicia hasta el año 2013, pero que en ningún caso se recuperan las magnitudes de inversión que estábamos acostumbrados a ver antes de la crisis. En 2016, tan sólo se alcanzan los 663 millones € de inversión, lo cual supone una disminución en números absolutos de 217 millones € menos que en 2006 (-24,66%). Reducción que resulta todavía más drástica (de 472 millones € menos con un 41,59% de reducción) si la comparación la realizamos respecto del año en el que se alcanzó el importe más alto de financiación al sector, que fue 2009. En 2018 y 2019 aunque continua la recuperación no se llegan a alcanzar las cifras máximas anteriores.

Figura 9. Financiación en cultura por el Estado (2006-2019) en millones de euros.



Fuente: Elaborado con los datos facilitados por MECD (2021) *Anuario de Estadísticas Culturales 2021* y años anteriores.

La brusca caída general de la actividad económica en 2018 provocó en España de forma rápida una depresión en toda regla. El cierre de empresas, el incremento del número de parados y la reducción de las cotizaciones sociales produjo un enorme incremento del gasto público para cubrir las prestaciones por desempleo y mantener el sistema de prestaciones

sociales en general, La caída del consumo interno, junto con el extraordinario repunte de los tipos de interés de la deuda pública española y europea, afortunadamente atajada por las declaraciones del BCE en apoyo del euro, provocó no sólo la caída de la actividad económica (disminución del PIB y aumento del desempleo, con la inflación y tipos de interés a niveles mínimos nunca vistos) sino la consiguiente elevación de la deuda pública española hasta niveles cercano al 100% del PIB (desde un razonable 35% de los años previos a la crisis. El incremento del déficit público fue espectacular, a pesar de los severos recortes en el gasto del Estado, Comunidades Autónomas y entidades locales. La reducción del gasto público es difícil de llevar a cabo de forma estructural por la necesidad de mantener el estado del bienestar construido a lo largo de todo el siglo XX y lo que llevamos del XXI (sistema de pensiones públicas, educación y sanidad pública, estructura territorial del Estado y Autonomías, y similares). Es prácticamente imposible dismantelar a estas alturas de nuestra historia moderna una construcción de nación como la que se ha llevado a cabo en España, desde el final de la Guerra Civil, y la restauración monárquica, con la denominada Transición y vuelta a la democracia constitucional. Con el agravante doctrinal de que no está del todo claro que el estado del bienestar sea la causa de la crisis, sino más bien una víctima de un estallido económico provocado precisamente por la desregulación financiera, la llamada desintermediación de los mercados, globalización de la actividad económica, y, sin caer en el radicalismo intelectual, en el pavoroso avance del capitalismo depredador. Sinceramente, sólo con una vuelta a la “normalidad” económico financiera, evitando la creación de riqueza exclusivamente financiera ficticia, y tratando de recuperar los buenos hábitos del crecimiento económico basado en la creación de riqueza sostenible, redistribución de esta en el más clásico modelo liberal e incluso socialdemócrata, del que fue su máximo ejemplo la recuperación europea y mundial posterior a la Segunda Guerra Mundial, podemos evitar generar crisis de tal envergadura. Dicho lo cual, es perfectamente predecible las sucesivas crisis que la historia económica se encarga de mostrarnos de forma recurrente (desde la famosa burbuja de la bolsa de tulipanes de Holanda a la crisis de las hipotecas *subprime* en Wall Street, no hay muchas diferencias...⁶²).

Volviendo al caso español, la foto de la situación en el momento inmediatamente anterior al estallido de la crisis mostraba un endeudamiento privado (familias y empresas) disparado.

⁶² Ver Tooze, Adam (2018): *Crash. Cómo una década de crisis financieras han cambiado el mundo*, Barcelona: Crítica.

En el caso de las familias fundamentalmente por la inversión en inmuebles y en cierto modo con el crédito al consumo, y en el caso de las empresas, por el recalentamiento de la actividad económica. Fruto también del boom inmobiliario y de políticas agresivas de crecimiento nacional e internacional, vía fusiones y adquisiciones apalancadas financieramente, de las grandes multinacionales españolas, anunciando las más sonadas quiebras de la historia económica de España. Como, por ejemplo, la crisis de las Cajas de Ahorros y resto del sistema financiero, calificado poco tiempo antes como de los más saneados y fuertes del mundo.

El insoportable déficit de la balanza de pagos española (con un disparado crecimiento de las importaciones por el tirón del consumo interno), junto con el déficit presupuestario desbocado en los años 2007-2008, nos llevaban irremediablemente a ser intervenidos por las autoridades europeas por la consecuyente (y afortunadamente temporal) imposibilidad de obtener financiación en los mercados de capitales.

En los mercados de capitales se llegaron a alcanzar cifras disparatadas de la denominada “prima de riesgo” de la deuda pública española (que es como se denomina el coste adicional de obtención de crédito en el mercado frente a la deuda pública alemana). La prima de riesgo, concepto hasta el momento desconocido para el gran público, abrió las noticias de nuestros medios de comunicación de forma permanente en aquellos días aciagos, prima que llegaría a alcanzar los 700 puntos básicos.

Fue el momento de la modificación constitucional, por la vía rápida y en pleno verano, para introducir la limitación del gasto en las cuentas públicas, con un histórico acuerdo entre el gobierno y el principal partido de la oposición que pocas veces se ha presenciado. Modificación que indudablemente suponía la prevista desaparición del partido socialista en aquel entonces en el poder (PSOE) del mapa político nacional, para ser sustituido por el partido conservador (PP).

El PP afrontaría la siempre desagradable labor de aplicar las recetas clásicas económicas y políticas marcadas por las autoridades europeas (o mejor dicho para los países en crisis, fundamentalmente del sur de Europa) basadas en la contención y reducción del gasto público, como principal antídoto contra la crisis económica. Medidas de austeridad cuyos resultados ya todos conocíamos a principios del año 2018, y a las que se ha acusado de favorecer, lo que se ha denominado por parte de la doctrina económica como el “austericidio”.

A partir del primer trimestre de 2014 las cifras macroeconómicas españolas muestran un inicio de recuperación con un crecimiento del PIB notable, basado en el efecto de la devaluación interna de salarios y precios, que fundamentalmente han permitido incrementar las exportaciones. Todo ello sumado a la bajada del precio de petróleo y las materias primas favorecieron la recuperación económica.

Mejora también debida, fundamentalmente, a los extraordinarios bajos tipos de interés fruto de la política monetaria expansiva del Banco Central Europeo (BCE), que veía que Europa se rompía económica y políticamente entre la “rica, trabajadora , industriosa y austera” del Centro y Norte europeo y la “pobre, perezosa, atrasada y despilfarradora” Europa del Sur, fundamentalmente situada en la periferia del sur de Europa y básicamente bañada por el Mar Mediterráneo (los países despectivamente denominados PIGS). Aunque la recuperación seguía lastrada por lo males endémicos de la economía española: baja productividad e innovación, debilidad industrial, pérdida de protagonismo internacional, bajos salarios y baja calidad del empleo.

Afortunadamente para la economía española, el crédito fluía en gran cantidad en el sistema bancario español (y europeo) con un EURIBOR en mínimos históricos casi negativo (- 0,1 %, en abril 2018) debido a la fijación del precio del dinero por parte del BCE en el 0%, con lo que el coste financiero de las empresas se redujo de forma espectacular.

El PIB creció de forma sostenida desde 2015 (3,2% en 2016, 3,0 % en 2017 y 2,5 % en 2018) así como el empleo (3,0% en 2016, 2,9% en 2017 y 2,5% en 2018). Situación positiva que el Banco de España ⁶³estimaba que siguiera produciéndose al menos en los próximos tres años (2019 – 2021) aunque, lógicamente con una disminución en las tasas de crecimiento.

Por otro lado, de acuerdo con los datos ofrecidos por el mismo BCE (en su *Informe Anual 2017*, publicado en abril de 2018), la economía europea había mostrado en 2017 síntomas de reactivación (incremento del 2,6% PIB y del 1,6% el empleo) pero con una inflación todavía por debajo del objetivo 2% (1,5%).

⁶³ https://www.bde.es/bde/es/secciones/informes/Publicaciones_de/boletin-economic/
https://www.bde.es/bde/es/secciones/prensa/notas/Briefing_notes/#x94c5

Esta baja inflación impedía que el citado organismo finalizara su programa de compra masiva de activos financieros (tanto deuda pública como privada), aunque fue reducida de 60 mm € a 30 mm € en enero de 2018 y prorrogada hasta septiembre 2018.

En octubre 2019, la situación económica y financiera parecía que no evolucionaba de la forma esperada en los que se refiere al crecimiento de la actividad económica.

Tanto las cifras de crecimiento del PIB de España como de la UE mostraban signos de agotamiento. Las nuevas estimaciones (no tan lejanas de las reflejadas en las líneas anteriores) proyectaban unas perspectivas menos halagüeñas, tal y como podemos ver en las siguientes tablas actualizadas publicadas por el Banco de España en septiembre de 2019 (tabla 3)⁶⁴.

Si a esta situación, que podríamos calificar de financiera/presupuestaria, añadimos las tensiones internacionales fruto del aumento de las políticas proteccionistas que se manejaban, fundamentalmente por Estados Unidos desde la elección de su presidente Donald Trump, nos encontramos con un escenario económico político muy distinto del que teníamos en el momento de iniciar este trabajo académico (allá por 2017).

En suma, a finales de octubre de 2019 nos encontrábamos ante un panorama de tipos de interés negativos, financiación abundante barata y disponible, inflación baja por debajo del 2% y una posible recesión del comercio internacional, consecuencia de las políticas proteccionistas de la administración Trump fundamentalmente contra China y su poderío económico. Entonces, no podíamos imaginar que en China también se estaba gestando el inicio de la próxima crisis económica, en este caso no financiera, sino debida a la propagación de un coronavirus por todo el planeta. En este punto sólo los guionistas cinematográficos se atrevían a pronosticar una situación de estas características que arrasaría las economías mundiales en 2020.

Y en lo que respecta a España también se producía un ajuste a la baja en las estimaciones de crecimiento por parte del Banco de España, estimaciones que serían pulverizadas a la baja en el fatídico año 2020.

⁶⁴ Según indicaba el Banco de España, “las proyecciones macroeconómicas de la economía española se elaboran con carácter trimestral por la Dirección General de Economía y Estadística. Los Informes trimestrales de la economía española publicados al final del primer y tercer trimestre incorporan una actualización de las proyecciones macroeconómicas de la economía española y las proyecciones macroeconómicas de junio y diciembre, realizadas en el ámbito de los ejercicios conjuntos de previsión del Eurosistema, son objeto de publicación independiente”. Disponible en: https://www.bde.es/bde/es/areas/analisis-economi/analisis-economi/proyecciones-mac/Proyecciones_macroeconomicas.html (consultado el 8/10/2019).

Con posterioridad a estas ya de por sí no muy optimistas previsiones macroeconómicas, nos encontramos con el tremendo efecto sanitario, social y económico que ha provocado la pandemia causada por el virus SARS-CoV.2, que ha provocado la infección COVID-19 que a la hora de escribir estas líneas (5/10/2020) había causado más de 1 millón de muertos en el mundo y según estimaciones estadísticas alrededor de 50.000 en España⁶⁵.

Cifras que se doblarían en los siguientes meses, a causa de las segundas y terceras olas que azotaron Europa y España, hasta alcanzar el 17 marzo 2021 los más de 2,6 millones de muertos en el planeta y 100.000 en España. Afortunadamente a finales de 2020 se anunciaron la próxima fabricación de vacunas que empezaron a administrarse de forma masiva con el fin de alcanzar, al menos en España, una cierta protección global para septiembre de 2021.

En ningún momento se pretende entrar en una exposición detallada del fenómeno de la pandemia ocasionado con el virus, aparecido en China en noviembre 2019 y descubierto oficialmente en enero 2020⁶⁶, sino tan sólo manifestar que ha sido la causa de una extraordinaria depresión en las economías prácticamente mundiales de consecuencias en estos momentos inimaginables. De lo que sí disponemos información abundante, aunque no del todo precisa, es del impacto sanitario (en enfermos y fallecidos⁶⁷) así como social y económico (caída de la actividad económica general consecuencia de las restricciones a la movilidad, y por tanto incremento del paro, caída del consumo y en consecuencia caída del

⁶⁵ La cifra de alrededor de 50.000 fallecidos era el resultado de cálculos de institutos como el Carlos III sobre la base de las cifras oficiales de defunciones comparándolas con los mismos períodos de años anteriores. El Instituto Carlos III estima en 47.138 fallecidos en exceso en base al Sistema MoMo. El Sistema de Monitorización de la Mortalidad diaria (MoMo) reporta periódicamente las diferencias de fallecimientos sobre la base de las declaraciones de 3.929 registros civiles de España que representan el 93% del total de la población nacional. Tal y como el Instituto explica “las estimaciones de mortalidad esperada se realizan mediante modelos restrictivos de medias históricas basados en la mortalidad observada de los últimos 10 años. Las defunciones observadas en los últimos 28 días se corrigen por el retraso en la notificación, teniendo en cuenta tres factores: el número de defunciones notificadas diariamente, la distribución de observadas en los últimos 28 días se corrigen por el retraso en la notificación, teniendo en cuenta tres factores: el número de defunciones notificadas diariamente, la distribución de defunciones notificadas diariamente y del número promedio de fallecidos por día, aplicando una regularización a la estimación por máxima verosimilitud. Disponible en línea en: https://www.isciii.es/QueHacemos/Servicios/VigilanciaSaludPublicaRENAVE/EnfermedadesTransmisibles/MoMo/Documents/informesMoMo2020/MoMo_Situacion%20a%2028%20de%20septiembre_CNE.pdf (consultado el 5/10/2020).

⁶⁶ Ver una detallada explicación oficial del proceso por parte del Instituto Carlos III en <https://www.conprueba.es/sites/default/files/informes/2020-07/EVOLUCI%C3%93N%20DEL%20CORONAVIRUS%20SARS-CoV-2.pdf> (consultado el 5/12/2020).

⁶⁷ Las cifras oficiales de la pandemia son las ofrecidas por el Ministerio de Sanidad, y se refieren a casos diagnosticados de sufrir COVID-1, 789.932 infectados acumulados y 32.86 fallecidos (2/10/2020). https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/documentos/Actualizacion_220_COVID-19.pdf (consultado el 5/10/2020).

PIB, a pesar de las políticas gubernamentales de cada Estado, y de la Unión Europea⁶⁸, expansivas monetariamente hablando.

En consecuencia, las nuevas proyecciones que incorporan el efecto de la pandemia son extraordinariamente preocupantes, especialmente para España, que tiene el honor de encabezar los puestos de cabeza en cuanto a reducción del PIB, junto con el Reino Unido⁶⁹. Concretamente, el Banco de España realiza unas previsiones para con dos escenarios de reducción del PIB entre el 10,5% y el 12,6% con incrementos del PIB en los años posteriores. El consumo público aporta entre el 5,4% y el 5,6% con el fin de contrarrestar el desplome del resto de factores como el consumo privado y exportaciones, pero es claramente insuficiente. Aun así, el esfuerzo permite compensar el efecto depresivo de la crisis, actuando las medidas públicas como contracíclicas en una situación de crisis y abandonando, afortunadamente, el mantra de la “austeridad”, que ha desaparecido del lenguaje político tanto nacional como europeo y mundial. En consecuencia, la foto es muy distinta a la de 2008: se utilizan todos los recursos públicos para dinamizar la economía y evitar la catástrofe económica y social. Todo esto es importante de cara a nuestro análisis de las políticas de financiación del sector de las ICC y del audiovisual en particular, porque también se verán afectados por medidas de estímulo financiero con el fin de afrontar el golpe y que veremos más adelante.

En lo que se refiere a la situación del sector de las ICC, en España, los poderes públicos han afrontado el problema de la financiación de las ICC en paralelo a las propuestas europeas, al menos desde el punto de vista teórico, dado que la insuficiencia presupuestaria ha sido crónica desde el estallido de la Gran Crisis Financiera, tal y como se verá más adelante cuando se analicen las aportaciones del Estado y resto de administraciones públicas a la cultura.

⁶⁸ Tal y como se expone por el Banco de España LA RESPUESTA DE LA POLÍTICA MONETARIA DEL BANCO CENTRAL EUROPEO FRENTE A LA CRISIS DEL COVID-19 (2020) Documento ocasional nº 2026, “dichas medidas se han centrado en sus programas de compra de activos (APP y PEPP) y en sus operaciones de financiación a largo plazo (LTRO, TLTRO-III y PELTRO) con un triple objetivo: i) garantizar que la orientación general de su política monetaria fuese lo suficientemente acomodaticia; ii) apoyar la estabilización de los mercados financieros para salvaguardar el mecanismo de transmisión de la política monetaria, y iii) proporcionar una amplia liquidez, especialmente para mantener la provisión de crédito bancario (página 13). Disponible en línea en: <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriadas/DocumentosOcasionales/20/Fich/do2026.pdf> (consultado el 5/10/2020).

⁶⁹ Ver la intervención del Gobernador del Banco de España Pablo Hernández de Cos, en Banco de España (2020): *La economía española ante la crisis del COVID-19 Comparecencia ante la Comisión de Asuntos Económicos y Transformación Digital del Congreso de los Diputados 18 de mayo de 2020*, Documentos ocasionales nº 2023. Disponible en línea en: <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriadas/DocumentosOcasionales/20/Fich/do2023.pdf> (consultado el 5/10/2020).

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, a través de su Secretaría de Estado de Cultura presentó un *Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2016* y , posteriormente, un *Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2017*, más elaborado gráficamente, aunque prácticamente con la misma estructura y contenido que el anterior, lo cual no quiere decir que prácticamente todo lo que se decía en pro de la Cultura merece, al menos desde mi punto de vista, el máximo apoyo. Otra cosa son los hechos.

En el *Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2016* se enumeraban detalladamente los ocho desafíos a los que se enfrentaban las ICC:

- 1) Insuficiencia de financiación.
- 2) Escasa cooperación intersectorial derivada, en la mayor parte de los casos, de una falta de conocimiento del resto de las empresas y proyectos que se desarrollan.
- 3) Escasa cooperación intersectorial por el desconocimiento de las ventajas que implica la creación de sinergias.
- 4) Dificultades de salida al mercado internacional.
- 5) Escasa adecuación de la formación de los profesionales del sector a las nuevas necesidades de las empresas.
- 6) Cambio a un modelo de negocio digital.
- 7) Nuevos comportamientos de los consumidores.
- 8) Violación de la propiedad intelectual y ausencia de modelos para su valoración económica. (p. 10)

Posteriormente (marzo de 2017) el mismo Ministerio de Educación Cultura y Deporte, a través de su Secretaría de Estado de Cultura, sometido a una profunda renovación de los cargos ministeriales, con la sustitución tanto del titular del Ministerio⁷⁰ (Sr. D. Ignacio Wert) como del secretario de Estado de Cultura (Sr. Don Losé María Lasalle)⁷¹, presentó su *Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2017*.

En el *Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2016* también se decía textualmente en relación con el ecosistema financiero de las ICC lo siguiente:

⁷⁰ En junio 2015 se realizó un cambio ministerial fruto del cual el Ministro de Educación Cultura y Deporte D. José Ignacio Wert Ortega fue cesado (<https://www.boe.es/boe/dias/2015/06/26/pdfs/BOE-A-2015-7092.pdf>) y sustituido por D. Iñigo Méndez de Vigo y Montojo (<https://www.boe.es/boe/dias/2015/06/26/pdfs/BOE-A-2015-7093.pdf>) (Consultados el 29/3/2019).

⁷¹ el 18 de noviembre 2016 el secretario de Estado de Cultura D. José María Lassalle (<https://www.boe.es/boe/dias/2016/11/19/pdfs/BOE-A-2016-10875.pdf>) fue sustituido por D. Fernando Benzo (<https://www.boe.es/boe/dias/2016/11/19/pdfs/BOE-A-2016-10880.pdf>) (Consultados el 29/3/2019).

Las empresas de las ICC desarrollan su actividad dentro de un ecosistema financiero que cuenta con:

- componentes internos: situación financiera y activos de la empresa, tamaño, habilidades y conocimientos de sus trabajadores, plan de negocio, bienes y servicios ofertados, etc.,
- componentes externos: ayudas/aporte financiero de otras entidades, demanda de sus bienes y servicios, dinámica del mercado, marco regulador en el que operan, reputación del sector, etc.

Los problemas de acceso a financiación de las empresas de las ICC están relacionados directamente con los componentes mencionados, pero también con la falta de diálogo entre el sector y los agentes financiadores. Las causas de la asimetría y desequilibrio en la comunicación entre las partes que impiden el correcto funcionamiento del ecosistema financiero son: la ausencia de planes de negocio sólidos en las empresas de las ICC, la escasez de formación en estrategia y finanzas de sus trabajadores, el desconocimiento de sus propios activos de propiedad intelectual, la ausencia de recursos y conocimientos para predecir la demanda del mercado o el periodo de tiempo tras el que la empresa será capaz de generar valor, la imagen preconcebida negativa del sector y de los riesgos de invertir en proyectos de alta innovación que poseen los distintos agentes financiadores, la dificultad de las entidades financieras para valorar activos de propiedad intelectual debido a su intangibilidad. (p. 10)

A pesar de las buenas intenciones del citado Plan, las únicas medidas financieras destinadas a subsanar el anterior y acertado diagnóstico de la situación consistían en mantener la política de subvenciones y becas que más o menos se había consolidado a lo largo de los años, sin introducir ninguna medida efectiva que sirviera de revulsivo a la penosa situación descrita.

Los importes concedidos eran simplemente escasos si los ponemos en relación con los objetivos perseguidos y el tamaño y posición de España en el contexto internacional. Como ejemplo se puede ver los importes de las siguientes ayudas: ayudas para la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas (1.864.190€), ayudas de acción y promoción cultural (1.900.000€), ayudas HIPANEX (180.000€), ayudas del programa IBEREX (80.000€), ayudas a la edición de libros (1.000.000€), ayudas a la edición de revistas culturales (930.000€), ayudas para el fortalecimiento de la industria editorial

(395.000€), ayudas para la modernización y renovación cultural de las librerías (150.000€) y ayudas a la traducción a lenguas extranjeras (260.000€) .

En relación con la financiación, se seguía manteniendo una ayuda directa a la cobertura de los gastos de aval de la sociedad de garantía recíproca CREA SGR (participada por el mismo ICAA) por un importe de 260.000€.

Y, como en años anteriores, se contemplaba presupuestariamente una línea de financiación de préstamos a pequeñas y medianas empresas del sector, por importe de 11 millones de € que nunca ha sido habilitada en la práctica por el Ministerio de Cultura y por tanto siempre se ha devuelto sin emplear a los Presupuestos Generales del Estado. La razón era que el Ministerio, concretamente su Dirección General de Industrias Culturales, carecía de la capacidad técnica necesaria para instrumentar una línea de estas características. Ya que dicha operativa implicaba, como mínimo analizar riesgos y conceder créditos, además de realizar su seguimiento y recuperación. La situación se mantuvo desde la creación de la línea en la legislatura de José Luis Rodríguez Zapatero hasta el ejercicio 2019 donde se decidió encargar al ICO su puesta en marcha efectiva y su funcionamiento, aunque nunca se tomó decisión práctica al respecto.

Es verdad que, por un lado, las competencias de cultura están cedidas, de acuerdo con nuestro sistema constitucional, a las Comunidades Autónomas, con lo que la política de ayudas se incrementa sustancialmente si añadimos los presupuestos dedicados a Cultura por las Comunidades Autónomas.

Y también es verdad, que las entidades locales dedican tradicionalmente un significativo aporte al capítulo de la Cultura en sus presupuestos, sobre todo conectado con los festivales de música, conciertos, bandas de música, espectáculos taurinos y fiestas populares en general.

Y por supuesto también es verdad que los años de crisis económica han mermado sensiblemente los recursos públicos destinados a la Cultura. Pero no es menos cierto que estamos compitiendo en un mundo globalizado en el que nuestras industrias culturales se enfrentan a competidores de primer nivel. Y, además, no hay que olvidar que la Cultura es siempre más que economía y *soft power*. Es la representación de nuestra identidad en el mundo.

Con todos estos antecedentes, en el marco del citado Plan 2020, el entonces denominado Ministerio de Educación Cultura y Deporte (MECD) presentó la siguiente “Estrategia 1.1” dedicada específicamente a mejorar el acceso a la financiación de las industrias culturales y creativas. Parecía que consistía en el lanzamiento de un ambicioso programa que, desgraciadamente y salvo alguna honrosa excepción, que veremos más adelante, se queda excepcionalmente corto, no solo en los objetivos sino en los recursos que posteriormente se dedican a los mismos.

Es la misma conclusión respecto a la acción del Estado de los últimos años (previos a la Pandemia de 2020). Por un lado, se formulan por determinadas partes interesadas del gobierno (Cultura) grandes declaraciones de principios y, por otro lado, se generan en las partes administradas (ciudadanos y agentes culturales) expectativas frustradas por la escasez de los recursos aplicados.

Se percibe claramente la limitación de los responsables de la Cultura a la hora de elaborar los Presupuestos Generales del Estado, que es consecuencia de las políticas de recortes, política y técnicamente dirigidas por el Ministerio de Hacienda correspondiente, que se convierte en el verdadero árbitro de las políticas públicas en tiempos de crisis⁷².

En consecuencia, la radiografía del sector sigue mostrando una debilidad estructural de las políticas públicas que no pueden ser escondidas debajo de la elaboración y publicación de ambiciosos y generosos Planes y Estrategias. Esperemos que dicha situación no se repita en la respuesta a la Pandemia 2020, que luego analizaremos con más detalle.

Reiteramos que el contenido de dichos documentos es loable en muchos sentidos, y, como ejemplo, solo hay que analizar la siguiente tabla 2 en la que se reproducen literalmente el contenido de los objetivos de la denominada “Estrategia 1.1”.

Dicha estrategia ha sido tomada en cierta forma en posteriores acciones ligadas a la respuesta a la Pandemia 2020, por lo que entendemos que no ha sido un ejercicio vacío el realizado por nuestras Administraciones Públicas en todos estos años de endémica limitación presupuestaria.

⁷² Esta afirmación tiene que ser matizada precisamente en 2020 como consecuencia de la crisis económica desatada por la Pandemia, que ha obligado a un esfuerzo presupuestario sin precedentes al Estado español y resto de países de nuestro entorno.

Tabla 2. *Estrategia 1.1 incluida en el Plan 2020 del MECD para 2018-2020.*

Estrategia 1.1 Mejorar el acceso a la financiación de las industrias culturales y creativas. ◀ Proyecto 1.1.1 Puesta en marcha de una nueva línea de préstamos participativos para las industrias culturales y creativas. Objetivo específico del proyecto: Asegurar la fortaleza financiera del mayor número posible de industrias culturales y creativas. ◀ Proyecto 1.1.2 Refuerzo de la línea de avales para facilitar el acceso a la financiación de las industrias culturales y creativas. Objetivo específico del proyecto: Asegurar el acceso al crédito del mayor número posible de industrias culturales y creativas. ◀ Proyecto 1.1.3 Puesta en marcha de un nuevo instrumento de garantía financiera en colaboración con CERSA, Compañía Española de Reafianzamiento, y la Comisión Europea. Objetivo específico del proyecto: Ampliar la oferta de los servicios financieros específicos para las pymes del sector.

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría de Estado de Cultura (2017): *Plan Cultura 2020*.

Del citado plan, se deducen tres proyectos muy concretos, uno de los cuales es una novedad, la puesta en marcha de una nueva línea de préstamos participativos para el sector, y los otros dos son reforzamiento de los ya existentes: reforzar la línea de avales al sector y la puesta en marcha del instrumento de garantía previsto en el programa EUROPA CREATIVA.

Podemos adelantar que, al menos hasta el primer trimestre de 2022, el primer proyecto no consta que se haya realizado, sin perjuicio de las tradicionales líneas de préstamos participativos ofrecidas por ENISA⁷³. Hay que señalar que ENISA es una entidad

⁷³ ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.) <https://www.enisa.es/>, es una empresa pública dependiente del Ministerio de Industria Comercio y Turismo, a través de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa.

<https://cdn.enisa.es/News/92918B2CA2F3007A19CEC18958E34E5D/ATTACHMENT/7D7A2806575F04C401417D57BFAE92F5/2d663e12c4cd93e0fff9c16b1bfa66914373a761.pdf> (consultado el 29/3/2019).

Aunque la Empresa Nacional de Innovación (ENISA) fue creada en 1982 para invertir de forma directa en el capital de empresas de base tecnológica, a partir de 1995 se orienta a la asignación de préstamos participativos.

acostumbrada a analizar proyectos con un componente más de innovación tecnológica con fuerte inversiones realizadas con el capital riesgo más que con el modelo cinematográfico basado en las preventas.

El segundo tampoco se había puesto en marcha, aunque posteriormente explicaremos cómo se convirtió en la medida estrella para paliar la crisis económica provocada en el sector cultural por la Pandemia en 2020.

Y el tercero sí ha sido implementado desde 2017 mediante la creación por parte de la Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA) de una línea específica para la financiación de las ICC, reafianzada a su vez por el Fondo Europeo de Inversiones (FEI)⁷⁴. Las condiciones básicas del acuerdo entre CERSA y el FEI es una línea para el período 2017-2018, para pymes del sector de las ICC, para el aval de operaciones de más de 12 meses y un importe máximo de 2 millones €. Actualmente, el período del acuerdo ha sido ampliado a 2019-2020, debido al éxito del programa.

En lo que respecta al sector audiovisual y más concretamente al cinematográfico (producción, distribución y exhibición), el Plan 2020 incluye proyectos específicos dentro de las estrategias correspondientes (tabla 3).

Todas estas estrategias son muy razonables, interesantes y defendibles, como en general ya hemos afirmado respecto de los planes y proyectos gubernamentales, pero, en este caso concreto, adolecen de medidas dirigidas de forma efectiva para mejorar la financiación del sector tal y como veremos a continuación.

No deja de ser un nuevo catálogo de buenas intenciones de nuestras autoridades, siempre condicionadas por las necesidades presupuestarias y la escasez sistemática de recursos públicos.

Otra cosa es que el año 2020 no se presentara a partir de marzo de una forma que empujaría a nuestros gobernantes a actuar con una decisión nunca vista en los últimos años.

Los préstamos participativos son préstamos a largo plazo con un interés variable, que depende de los resultados de la empresa, estando subordinados al resto de los préstamos de la empresa. Además, computan como recursos propios a efectos de análisis financiero y de reducción de capital y liquidación de sociedades. De hecho, sólo es posible su amortización anticipada si se compensa con una ampliación de capital de igual importe.

⁷⁴ <http://www.cersa-sme.es/seccion/acerca-de-cersa/el-reafianzamiento-publico-1/fondo-europeo-de-inversiones-fei> (Consultado el 29/3/2019).

Tabla 3. Estrategias incluidas en el Plan Cultura del MECD para el período 2018-2020, específicamente dirigidas al sector audiovisual.

Estrategia 1.8: Promover el desarrollo tecnológico y la difusión del sector cinematográfico y audiovisual español.
Estrategia 1.9: Intensificar el papel de agente cultural dinamizador de la Filmoteca Española.
Estrategia 2.1: Mejorar la fiscalidad de la cultura.
Estrategia 2.2: Reforzar el marco jurídico y los recursos y actuaciones para la defensa y protección de los derechos de la Propiedad Intelectual.
Estrategia 2.5: Atraer y facilitar la realización de rodajes en España.
Estrategia 2.6: Fomentar una financiación sostenible y transparente para el cine.
Estrategia 3.2: Poner en marcha actuaciones de sensibilización sobre la oferta legal de contenidos culturales y sobre la defensa de la Propiedad Intelectual.
Estrategia 3.11: Fomentar el interés por la cinematografía con la educación en España.
Estrategia 4.7: Consolidar la difusión del cine español en el mundo.
Estrategia 4.8: Incrementar la internacionalización de los archivos filmicos españoles.
Estrategia 5.6: Fomentar la creación cinematográfica y audiovisual.

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría de Estado de Cultura (2017): *Plan Cultura 2020*.

Las únicas dos medidas dirigidas expresamente a mejorar la financiación del cine español son las incluidas en las denominadas estrategia 2.1.y estrategia 2.6.

La estrategia 2.1. (tabla 4) incluye la reducción del denominado IVA cultural⁷⁵ al tipo reducido del 10% frente al general del 21% que le estaba siendo aplicado. El objetivo de la medida era promover el consumo de bienes y servicios de carácter cultural, y que era tradicional reivindicación tanto del sector de la producción del cine como del de la distribución y exhibición cinematográfica. Aunque suponga una medida que directamente

⁷⁵ Aunque no compartimos la citada denominación de “IVA cultural”, con dicha denominación se suele identificar el tipo aplicable a las actividades culturales, que ni es el mismo ni está definido de forma omnicompreensiva. En el caso del IVA aplicable a las entradas de cine, se redujo en 2018 del tipo general del 21% al reducido del 10%, mientras que los libros siguen manteniendo el tipo superreducido, que actualmente es del 4%.

favorezca más a la producción de origen norteamericano que a la de nacionalidad española, por el dominio que esta primer ostenta en el mercado de exhibición de salas.

En segundo lugar, al establecimiento de una deducción fiscal para el sector de los videojuegos, para equipararlo con el sector de la producción cinematográfica, tal y como vienen constantemente reclamando las empresas del sector de los videojuegos, que se sienten injustamente tratadas frente al cine (en línea con los países de nuestro entorno, como la misma Francia).

Y, por último, la clarificación del sistema de deducción fiscal actualmente aplicable al cine y teatro instrumentado mediante la constitución de AIEs al que luego haremos referencia. Sin perjuicio de que se trate más adelante en esta investigación, es preciso señalar que dicho modelo de AIEs adolece de gravísimos problemas de interpretación por la falta de una regulación legal y reglamentaria efectiva, lo que conlleva una tremada inseguridad jurídica.

Tabla 4. *Estrategia 2.1 incluida en el Plan Cultura del MECD para el período 2028-2020.*

Estrategia 2.1 Mejorar la fiscalidad de la cultura

◀ **Proyecto 2.1.1** Disminución progresiva de la imposición indirecta que afecte al ámbito cultural en colaboración con el Ministerio de Hacienda y Función Pública.

Objetivo específico del proyecto: Incrementar la demanda de productos culturales

◀ **Proyecto 2.1.2** Establecimiento de un incentivo fiscal en el Impuesto de Sociedades para las inversiones en producciones de videojuegos en colaboración con el Ministerio de Hacienda y Función Pública.

Objetivo específico del proyecto: Impulsar la producción nacional y la inversión internacional en videojuegos.

◀ **Proyecto 2.1.3** Clarificación, en colaboración con el Ministerio de Hacienda y Función Pública, de criterios para las deducciones fiscales a las producciones cinematográficas y series audiovisuales.

Objetivo específico del proyecto: Hacer el actual sistema más claro, accesible y aplicable sobre las producciones cinematográficas, sobre todo para aquellas de doble duración como son las de animación y efectos visuales.

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría de Estado de Cultura (2017): *Plan Cultura 2020*.

La estrategia 2.6, que se reproduce en la tabla 5, está dirigida de forma expresa a fomentar una financiación sostenible y transparente para el cine y se concreta en dos medidas que, en principio deberían tener un impacto significativo en la financiación del sector.

En primer lugar, la modificación de regulación de las ayudas⁷⁶ y, en segundo lugar, el establecimiento de la obligación de inversión en cine europeo a las nuevas plataformas transnacionales de VOD (como Netflix, HBO, Amazon y similares) para igualarlas en la obligación legal europea de los prestadores de servicios de telecomunicaciones y operadores de televisión⁷⁷.

Es preciso señalar que concretamente Netflix está realizando desde 2017 un agresivo plan de adquisición y financiación de producciones cinematográficas y series de televisión españolas con el cual ha revitalizado de forma significativa la situación, en cierto modo, agónica del sector. De forma que la citada multinacional se ha convertido en un agente muy importante en la producción audiovisual española en competencia con otros operadores españoles como la plataforma de IPTV Movistar (Telefónica) y las televisiones públicas nacionales (TVE) y privadas (Atresmedia y Mediaset). Este camino es el que están siguiendo otras plataformas internacionales de *streaming* con implantación en España como Amazon Prime o HBO, como estrategia de mercado decisiva para su implantación y desarrollo en los mercados locales. Por tanto, no es difícil suponer que la aprobación de dicha obligación jurídica de inversión en producción local (europea) no supondrá de facto un gravamen para dichas compañías, por mucho que se puedan lamentar sus equipos de comunicación y jurídicos. Ya que la política de inversión en producción local forma parte de la esencia de penetración de las multinacionales del entretenimiento mundial como una forma más de posicionarse en los mercados. De hecho, el término globalización no solo consiste en lanzar un producto global para el consumo mundial, sino también su adaptación cultural y social para los diversos mercados. Basta analizar las campañas de marketing de cualquier lanzamiento cinematográfico estadounidense con impacto mundial para ver cómo se adaptan a la cultura y sociedad de los mercados locales (nacionales) correspondientes.

⁷⁶ Realizada en septiembre de 2018, pero se sigue sin aumentar el importe de las ayudas al cine que se considera por unanimidad de todos los agentes del sector, e incluso reconocido por los responsables de la política cinematográfica como claramente insuficientes. Dicha situación se palió como consecuencia de la Pandemia de 2020.

⁷⁷ En octubre 2018, la Unión Europea ya está exigiendo unas cuotas de cine europeo a dichas plataformas, así como en Alemania y Francia. A lo largo de los años siguientes se ha ido implantando dicha medida en toda Europa.

Tabla 5 . Estrategia 2.6 incluida en el Plan Cultura 2020 del MECD para el período 2018-2020.

Estrategia 2.6 Fomentar una financiación sostenible y transparente para el cine.

◀ **Proyecto 2.6.1** Modificación de la Orden de Bases reguladora de las ayudas al cine.

Objetivo específico del proyecto: Revisar, actualizar y clarificar los criterios de evaluación de proyectos, mejorar las líneas de ayudas selectivas a la producción de largometrajes sobre proyecto y establecer la plurianualidad de las ayudas selectivas.

◀ **Proyecto 2.6.2** Establecimiento de un sistema de cuotas de inversión para producción cinematográfica y audiovisual en las nuevas plataformas.

Objetivo específico del proyecto: Implicar en la producción cinematográfica y audiovisual a las nuevas plataformas, incluyendo medidas especiales para jóvenes y nuevos realizadores

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría de Estado de Cultura (2017): *Plan Cultura 2020*.

En todo caso, todos estos ambiciosos Planes fueron superados por la realidad de la Pandemia que se desató en el primer trimestre de 2020 y que obligó al estado a enfrentarse a una emergencia sanitaria sin precedentes en España ni Europa, al menos desde la Pandemia desatada por la mal llamada Gripe Española de 2018.

3.4. Medidas públicas especiales consecuencia de la COVID-19

Como consecuencia de la Pandemia de 2020 se han puesto en marcha por parte del Estado (fundamentalmente a través del Ministerio de Cultura) de una serie de medidas transversales, para todos los sectores económicos, y específicas para cubrir las necesidades especiales de determinados colectivos, incluido el audiovisual. Concretamente se publicaron dos normas al respecto, a la que se harán mención en otras partes de esta investigación (en la parte de la descripción de las ayudas públicas a la cinematografía y respecto de los sistemas de garantías).

3.4.1. Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019

El Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo (se reproduce íntegramente por su interés en el Anexo 4) incluye medidas por un lado transversales al sector cultural (capítulo I), y también específicamente a sectores culturales como el sector de la cinematografía y de las artes audiovisuales (capítulo III).

En el citado Real Decreto, se establecen una serie de medidas generales para apoyar a empresas y trabajadores del sector cultural en su totalidad. En primer lugar, facilitando la financiación del sector, puesto que los mecanismos habituales establecidos al efecto en anteriores reales decretos-leyes, como el que estableció las líneas ICO, no parecían haber resultado tan eficaces como cabría haber esperado, por no garantizar a las pequeñas empresas y autónomos del sector cultural, el acceso a la financiación y liquidez necesarios. Así, concede dos subvenciones a la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR (CREA SGR) con el fin de ampliar su fondo de provisiones técnicas (FPT) y subvencionar el coste de la comisión de apertura de los avales de los préstamos al sector cultural, de forma que pueda abrir una línea de acceso a la financiación de los agentes del sector en las condiciones más favorables, con el apoyo del instrumento de garantía financiera del programa Europa Creativa de la Comisión Europea.

En segundo lugar, se articula el apoyo a los trabajadores del sector cultural que no han quedado amparados por los mecanismos de cobertura establecidos hasta la fecha. De este modo se da respuesta al colectivo de artistas en espectáculos públicos encuadrados en el Régimen General de la Seguridad Social, especialmente vulnerables en las circunstancias actuales, dado que por la intermitencia que caracteriza a la actividad artística, no alcanzan a reunir los requisitos para tener derecho a la prestación por desempleo. Para ello, se habilita un acceso extraordinario a la prestación por desempleo, de la que se podrán beneficiar ante la falta de actividad por el cierre establecido de los locales o instalaciones, ya sean abiertos o cerrados, donde desarrollan sus actividades profesionales, como consecuencia del COVID-19.

Las medidas de apoyo a la cinematografía y a las artes audiovisuales consisten básicamente en adaptar trámites administrativos a la situación excepcional del momento. El sistema de ayudas a la cinematografía está basado en una serie de hitos, como el inicio del rodaje, la calificación de las películas, la obtención de la nacionalidad, el estreno comercial de las películas en salas de cine y el reconocimiento del coste, que generan obligaciones de cumplimiento sucesivo, de modo que el eventual incumplimiento de alguna de ellas acarrea

necesariamente el de las posteriores. Por ello, se flexibilizan y adapta el cumplimiento de dichos requisitos, dando la oportunidad a las empresas de cumplir con sus obligaciones en un contexto que no les es imputable. También se adapta transitoriamente la definición de “estreno comercial” de las películas cinematográficas, permitiendo que, hasta que las salas de exhibición vuelvan a estar en funcionamiento, se pueda considerar como tal el realizado a través de servicios de comunicación audiovisual televisiva, servicios de comunicación electrónica que difundan canales de televisión y servicios de catálogos de programas. La idea es reconocer la realidad en el estreno comercial de las mismas, dadas las circunstancias del confinamiento y limitaciones de movimiento y aforo establecido.

Por último, se establece la concesión directa de ayudas a las salas de exhibición cinematográfica, cuya actividad se ha visto lógicamente suspendida, para hacer frente tanto a los gastos subsistentes, como a la necesaria promoción para la vuelta a la actividad; habilitando igualmente un crédito extraordinario para su financiación. Medidas que en todo caso se demostrarán muy limitadas dado el impacto del confinamiento en las salas.

También se acuerdan, en línea indicada de promover y facilitar la financiación privada, una serie de modificaciones normativas. Así, la disposición final primera modifica el artículo 36 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, incrementando los incentivos fiscales relacionados con la producción cinematográfica.

Igualmente, en dicha norma se modifica la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, con el fin de incrementar en cinco puntos porcentuales los porcentajes de deducción previstos para las donaciones efectuadas por contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Dicho incremento resulta igualmente aplicable a los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español sin establecimiento permanente, por una lógica justicia tributaria no discriminatoria.

3.4.2. Real Decreto-ley 34/2020, de 17 de noviembre, de medidas urgentes de apoyo a la solvencia empresarial y al sector energético, y en materia tributaria

Mediante la Disposición final quinta de Modificación de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, se adapta la deducción por inversiones en producciones extranjeras de largometrajes cinematográficos o de obras audiovisuales a la

Comunicación de la Comisión Europea sobre ayuda estatal a las obras cinematográficas y otras producciones del sector audiovisual. En este sentido, se incorpora la fase de producción para la aplicación del incentivo en las producciones de animación y se mantiene la aplicación de dicho incentivo a la ejecución en España de la parte de las producciones internacionales relacionada con los efectos visuales, siempre que el importe de dicha deducción no supere la cuantía establecida en el Reglamento (UE) 1407/2013 de la Comisión, de 18 de diciembre de 2013, relativo a la aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a las ayudas *de minimis*.

3.4.3. El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Los componentes 24 y 25. El Plan “España, Hub Audiovisual de Europa”

Con el fin de combatir los efectos económicos y sociales de la Pandemia, el gobierno de España elaboró el denominado Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que se organizaba alrededor de cuatro ejes (transición ecológica, transformación digital, igualdad de género y cohesión social y territorial). Ejes que a su vez incluyen nada más y nada menos que 212 inversiones y reformas. De esta forma, se pretenden conseguir de la Unión Europea la extraordinaria e histórica cifra de 140.000 millones de euros de recursos financieros (50% en subvenciones a fondo perdido y 50% en financiación). Estos recursos procederían del denominado Fondo de Recuperación Next Generation EU, dotado con la también histórica cifra de 750.000 millones de euros⁷⁸.

Asimismo, el Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia presentado por el Gobierno de la Nación⁷⁹ a las instituciones europeas el 30/4/2021 y aprobado por el ECOFIN el 13/7/2021 incluye dos componentes específicamente dirigidos al Ministerio de Cultura y Deporte (los números 24, 25 y 26).

⁷⁸ Tal y como expone la Comisión, “El presupuesto a largo plazo de la UE, junto con NextGenerationEU, instrumento temporal concebido para impulsar la recuperación, será el mayor paquete de estímulo jamás financiado en Europa. Un total de 2,018 billones de euros a precios corrientes (1,8 billones a precios de 2018) ayudarán a reconstruir la Europa posterior a la COVID-19. El 17 de diciembre de 2020 se llegó a la última etapa de la adopción del próximo presupuesto a largo plazo de la UE. https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_es (Consultado el 20/12/2021)

⁷⁹ https://www.lamoncloa.gob.es/temas/fondos-recuperacion/Documents/160621-Plan_Recuperacion_Transformacion_Resiliencia.pdf

El Ministerio de Cultura y Deporte presentó los componentes 24, 25 y 26, que son los que afectan directamente a su ámbito de actuación⁸⁰. El componente 24⁸¹, denominado “revalorización de la industria cultural” está dotado con 325 millones de euros y el componente 25⁸², “España Hub audiovisual de Europa (*Spain AVS Hub*)”, con 200 millones de euros. El componente 26 se refiere al Plan del fomento del sector del deporte y está dotado con 300 millones de euros.

Según expone el mismo Ministerio, los tres principales retos abordados por el componente 24 (“revalorización de la industria cultural”) son los siguientes:

- a) La mejora de la competitividad.
- b) La dinamización y cohesión del territorio.
- c) La digitalización y sostenibilidad de los grandes servicios culturales.

Asimismo, el componente 24 tiene los siguientes ocho objetivos:

- 1) Reformar y actualizar el marco legislativo laboral, tributario y de la propiedad intelectual para mejorar las condiciones de trabajo de los trabajadores de la cultura, así como fomentar la inversión privada en el sector cultural.
- 2) Incentivar el crecimiento del tejido empresarial cultural para apoyar el desarrollo del sector aumentando su productividad y competitividad.
- 3) Reforzar las capacidades y resiliencia de los trabajadores de la cultura para dotar al sector cultural y creativo de la formación necesaria para incrementar sus competencias y habilidades profesionales y empresariales.
- 4) Apoyar la promoción e internalización del sector cultural para que, a través de la utilización de herramientas de difusión, pueda alentarse el crecimiento de los profesionales y las industrias culturales.
- 5) Promover la modernización, sostenimiento y readecuación de las estructuras e infraestructuras del sector.
- 6) Impulsar el papel de la cultura, especialmente el patrimonio, como dinamizador y cohesionador del territorio y favorecer su contribución a otros sectores económicos mediante sinergias.

⁸⁰ <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/cultura/Documents/2021/210514-%20plan%20de%20recuperaci%C3%B3n%20transformaci%C3%B3n%20y%20resiliencia.pdf>

⁸¹ <https://www.lamoncloa.gob.es/temas/fondos-recuperacion/Documents/16062021-Componente24.pdf>

⁸² <https://www.lamoncloa.gob.es/temas/fondos-recuperacion/Documents/16062021-Componente25.pdf>

- 7) Facilitar el acceso a la cultura y fomentar el tránsito hacia el nuevo entorno digital que permita la incorporación de nuevas posibilidades y realidades.
- 8) Promover la sostenibilidad; consolidar la digitalización e impulsar los grandes servicios culturales, tales como el Museo Nacional del Prado, el Museo Nacional, Centro de Arte Contemporáneo Reina Sofía, los sistemas de archivos, inventario y registros del patrimonio histórico y el servicio de bibliotecas públicas estatales.

Todos los objetivos son básicamente transversales (al menos los siete primeros anteriormente enunciados) por lo que tendrán efecto en todo el ámbito cultural, incluido el sector audiovisual, aunque este último disponga de un componente específico como es el componente 25: España Hub Audiovisual de Europa (*Spain AVS Hub*). El detalle de los 325 millones de euros de inversiones del componente 24 es el que se reproduce en la tabla 6 siguiente.

Tabla 6. *Financiación de las inversiones del componente 24 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*

Enumeración de las reformas e inversiones		Financiación	% sobre total	COFOG
C24.R1	Desarrollo Estatuto del Artista y Fomento de la inversión, el mecenazgo cultural y participación	0		N.A.
C24.R2	Refuerzo de los derechos de autor y derechos conexos	0		N.A.
C24.I1	Impulso de la competitividad de las industrias culturales	110.875.000	34,12%	08.2
C24.I2	Dinamización de la cultura a lo largo del territorio	141.065.000	43,40%	08.2
C24.I3	Digitalización e impulso de los grandes servicios culturales	73.060.000	22,48%	08.2
Total componente		325.000.000	100%	

Fuente: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. p. 4.

Respecto al componente 25, con anterioridad a la publicación del mismo, el presidente de Gobierno, Pedro Sánchez (PSOE) presentó el 24/3/2021 el denominado Plan “España, Hub Audiovisual de Europa”⁸³.

El documento, de 43 páginas, es publicado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital⁸⁴. En el anexo 5 se reproduce íntegramente la totalidad del documento. Tal y como resume el propio Ministerio:

El Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” (Plan “Spain AVS Hub”), es uno de los ejes de la agenda España Digital 2025 y tiene como objetivo convertir España en el principal Hub audiovisual de Europa mediante el impulso de la producción audiovisual nacional y la atracción de inversión y actividad económica, el refuerzo de las empresas del sector mejorando su competitividad a través de la digitalización y el apoyo del talento, reduciendo la brecha de género.

El Plan considera el conjunto de actividades y servicios del sector audiovisual en su totalidad y en todos sus formatos: cine, series, cortos, publicidad, videojuegos o animación, entre otros. Tiene prevista una inversión pública de 1.603 millones de euros para el periodo 2021-2025 y su meta es aumentar un 30% la producción audiovisual realizada en España al final del periodo.

Las medidas están articuladas en cuatro ejes basados en tres prioridades: convertir España en polo de atracción de la producción audiovisual, reduciendo los costes administrativos y regulatorios; mejorar la competitividad de las empresas a través de la aplicación de nuevas tecnologías que les permitan competir en un mercado digitalizado; y generar talento reduciendo la brecha de género. (reproducido de la página web <https://portal.mineco.gob.es/es-es/TID/hub-audiovisual/Paginas/el-plan.aspx>)

En consecuencia, el componente 25 (publicado el 18/6/2021) ya incorpora el contenido del Hub Audiovisual presentado meses anteriores por el presidente de Gobierno, aunque centrado en dos aspectos: la reforma del marco regulatorio del sector audiovisual y el programa de fomento, modernización y digitalización del sector audiovisual, al que destina una inversión de 200 millones de euros (que es solo una parte de los 1.603 millones de euros estimados en el Plan España Hub Audiovisual).

⁸³ https://portal.mineco.gob.es/es-es/comunicacion/Paginas/210324_np_hub.aspx

⁸⁴ <https://portal.mineco.gob.es/RecursosArticulo/mineco/teleco/comun/ficheros/plan-de-impulso-al-sector-audiovisual.pdf>

Tabla 7. Financiación del Componente 25 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (en millones de euros)

Enumeración de las reformas e inversiones		Financiación	% sobre total	COFOG
C25. R1	Reforma del marco regulatorio del sector audiovisual	0	0	
C25.I1	Programa de fomento, modernización y digitalización del sector audiovisual	200M€	100%	
Total componente		200	100%	

Fuente: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, p. 2.

Tabla 8. Periodificación (2020-2023) de las inversiones del componente 25 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (en millones de euros).

% sobre el total del Plan			0,3%				
Periodificación	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Financiación Plan	8	135	30,3	26,7	-	-	-
Otra financiación	0	0	0	0	-	-	-
Total	8	135	30,8	26,7	-	-	-

Fuente: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, p. 2.

Los principales retos que se afrontan son tres:

- Fortalecer las capacidades económicas, tecnológicas y digitales del sector.
- Apoyar la expansión internacional.
- Atraer inversiones.

Con el fin de fortalecer las capacidades económicas, tecnológicas y digitales del sector, es preciso apoyar la expansión internacional de mismo, así como atraer inversiones. Porque si no somos capaces de expandirnos internacionalmente va a ser difícil fortalecer el sector con nuestros recursos internos (nacionales) y si no atraemos inversiones ni vamos a ser capaces de expandirnos ni de fortalecernos. En realidad, los tres factores constituyen un círculo virtuoso (o vicioso, según se mire) en el que la inversión es fundamental. Sin

inversión no hay fortalecimiento del sector posible. Y esa inversión solo puede ser pública en sus inicios (bien de forma directa o indirecta), y lógica y necesariamente privada (cuando la inversión sea capaz de ofrecer beneficios a los inversores).

Según indica el documento, “la dinamización y fortalecimiento del sector audiovisual se conseguirá a través de tres vías”, que, sinceramente, vuelven a ser un enunciado de grandes principios recurrentemente puestos de manifiesto en los últimos años por el sector, lo cual no deja de ser en cierto modo reconfortante. Concretamente consisten en:

- 1) La mejora del clima empresarial y de inversión.
- 2) La internacionalización del sector.
- 3) Y el apoyo a la digitalización e innovación de las actividades de producción de los contenidos audiovisuales y de la digitalización de las herramientas de gestión de la remuneración de los creadores.

Y a continuación, el documento expone detalladamente cómo se va a instrumentar a denominada “reforma normativa”, a través de tres instrumentos. Por un lado, la modificación legislativa de dos leyes vigentes (la Ley General de Comunicación Audiovisual y la Ley del Cine). Y, por otro lado, mediante la aprobación de un Plan (el Plan, curiosamente denominado con un peculiar anglicismo, “España Hub Audiovisual Europeo”). Plan que supondremos que tendrá consecuencias legislativas, por razones evidentes...

Respecto de la puesta en marcha de los tres instrumentos, el documento expone que “se espera comenzar la tramitación parlamentaria de la Ley General de Comunicación Audiovisual en el segundo periodo de sesiones del Congreso del año 2021 y que la Ley esté aprobada en el primer trimestre de 2022. El anteproyecto de reforma de la Ley general del cine se abrirá a consulta pública en abril de 2021 y se prevé su aprobación definitiva en el verano de 2023”. En cuanto al Plan España Hub Audiovisual de Europa, tal y como se ha indica, ya se presentó por el Gobierno el 24/3/2021, con anterioridad a la aprobación del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de 15/6/2021.

Respecto de la descripción de la inversión del componente 25, se centra en tres programas:

1. Programa de fomento, modernización y digitalización del sector audiovisual.
2. Programa de promoción e internacionalización del sector audiovisual.
3. Programa de atracción de rodajes e inversión exterior.

El documento se inicia con una introducción a las bondades de España y su sector audiovisual. Sin embargo, parece entenderse en una primera lectura, que esta descripción se centra especialmente en la producción dirigida a las plataformas internacionales de VOD (*streaming/OTT*), lo que parece centrar el esfuerzo inversor en un solo sector. Pareciera que se minusvalora otras áreas tradicionales de la producción audiovisual como son las tradicionales de producción de largometrajes cinematográficos. Asimismo, no se menciona la exhibición en salas, que quizás ya parece caducada para ciertos sectores de la sociedad y propia de tiempos pasados. Aunque la explotación en salas sigue siendo importante, económicamente, por dos razones fundamentales: para impulsar los grandes estrenos de grandes producciones y para dar salida a las películas independientes que precisen de una vida comercial más allá de la ofrecida por las plataformas. Y por supuesto, no hay que olvidar un sector clave si queremos que nuestra producción audiovisual, en general, encuentre su posición en el mercado mundial, que es la distribución, para no dejarla exclusivamente en manos de las grandes compañías internacionales.

Respecto del “colectivo objeto de la inversión” el documento incluye, ahora sí, a todos los agentes del sector, no solo a las productoras de ficción para las plataformas. Con lo que quizás se pretende corregir la exposición anterior tan centrada en la producción para las plataformas de *streaming*.

Incluso se cita a un sector como el de videojuegos, tan propio y dotado de características intrínsecas muy distintas a de la producción cinematográfica y de televisión. De hecho, el sector de los videojuegos tiene unas características muy propias en cuanto a la importancia del “software” en su producción, que alimenta una polémica entre distintos sectores de la misma industria de los videojuegos sobre su caracterización como una industria más dentro del sector audiovisual en su conjunto o considerarse una industria distinta. Esta discusión tiene muchísima importancia, por ejemplo, en lo que se refiere a las ayudas al audiovisual (incluidos los beneficios fiscales de los que dispone la producción cinematográfica desde hace años y que, en 2022, todavía reclama la producción videográfica) y los derechos de propiedad intelectual. La propiedad intelectual no es un tema baladí, por la gran y diversa cantidad de agentes implicados en la misma como consecuencia de su labor (guionistas, directores, músicos, productores, intérpretes y ejecutantes).

En cuanto a la “implementación de la inversión” el documento expone un catálogo completo de acciones muy interesante y prolijo que reproducimos por su interés en la tabla 9.

Tabla 9. *Acciones del Componente 25.*

- *Firma de convenios con entidades públicas y/ o privadas.*
- *Convocatorias de ayudas para la incorporación de tecnologías digitales a los productos y servicios audiovisuales y de digitalización de las herramientas de gestión de la remuneración de los creadores, para participación en festivales y ferias del sector.*
- *Convocatorias de ayudas para la innovación en la creación y desarrollo de contenidos audiovisuales y digitales en sus diversos formatos (series, videojuegos, animación y otros), la difusión y explotación de las producciones, y la interacción y fidelización de los públicos.*
- *Digitalización y análisis de datos del sector audiovisual.*
- *Implementación de nuevos instrumentos de promoción internacional y marketing digital de contenidos audiovisuales, como herramientas online B2B y B2C que permitan el acceso a los contenidos por parte de compradores y profesionales internacionales de una manera ágil, sin intercambio de links o copias digitales, con garantías de seguridad para una circulación controlada de las obras; y herramientas orientadas a facilitar información online a espectadores extranjeros sobre la posibilidad de acceder a producciones españolas.*
- *Creación de foros de negocio y de comercialización de producciones audiovisuales españolas, apoyo a su distribución en el extranjero y mayor apoyo a las empresas y profesionales para su participación en festivales, ferias y laboratorios de desarrollo de proyectos.*
- *Dinamización de la actividad audiovisual en la región iberoamericana.*
- *Contratación del diseño y puesta en servicio de un portal web (punto centralizado de información) y del punto único de contacto.*
- *Convenios de colaboración con los agentes públicos competentes en temas audiovisuales en diferentes niveles de la administración pública (ej. Oficinas de atracción de rodajes de las CCAA y las ciudades españolas más importantes) y con las asociaciones más representativas.*
- *Contratos de Compra Pública de Innovación para la creación de tecnologías avanzadas en nuestro país (etiquetado de contenidos, verificación de identidad digital para el acceso condicionado).*

Fuente: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Algunas son de carácter general (como la primera acción, consistente en la firma de convenios con entidades públicas y privadas) y otras muy precisas (como la creación de foros de negocios). Hay que señalar medidas muy ambiciosas territorialmente (como la dinamización de la actividad audiovisual en la región iberoamericana) y otras más limitadas a España y su arquitectura institucional autonómica y local. En todo caso, ya se han llevado a cabo algunas acciones concretas que a continuación expondremos.

Volviendo al citado Plan España Hub Audiovisual de Europa, hay que señalar lo siguiente. Como ya se ha dicho fue aprobado por Consejo de ministros el 24/3/2021, antes de la aprobación del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, aunque forma parte del mismo. El Plan fue elaborado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital⁸⁵. Es un Plan muy detallado, reproduciendo y completando lo establecido por el también citado componente 25. A continuación reproducimos las partes que creemos se pueden considerar más interesantes junto con algunos comentarios a las mismas.

En el resumen ejecutivo del mismo se expone claramente que “el objetivo es impulsar la industria audiovisual española, incrementar la competitividad del sector y favorecer su desarrollo al ritmo que marca el crecimiento global”⁸⁶.

Asimismo, el concepto de “audiovisual” es francamente de carácter extensivo, ya que “considera un concepto amplio de contenidos, englobando no sólo los contenidos audiovisuales tradicionales (ficción, producción de contenidos televisivos, etc.), sino también el entorno digital multimedia e interactivo, como son el desarrollo de software, los videojuegos (como los eSports) y los contenidos transmedia o los que incorporan experiencias inmersivas con efectos visuales o realidad virtual”⁸⁷. Esta amplitud no dejará previsiblemente de plantear una serie de problemas, derivados de la misma naturaleza de las actividades mencionadas, ya que en realidad los procesos de producción y distribución son realmente distintos. Y no digamos los modelos de financiación y explotación comercial de los mismos. Dicho lo cual, es de alabar la intención de la Administración para impulsar actividades industriales que consideramos claramente de futuro ya muy inmediato y no tan lejano, si no queremos perder el tren de la competitividad “digital”.

⁸⁵ Es interesante que haya sido dicho Ministerio “económico” a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales la encargada de elaborar el Plan. Por lo que lo “cultural” pasa en lo que refiere al “audiovisual” (incluida la “producción cinematográfica”) a estar subordinado a lo “económico”. Se puede entender que dicho modelo si al final genera ingresos para la producción será bienvenido, pero sí supone un menoscabo de la misma, las críticas serán inmediatas. Que es lo que ha ocurrido en el trámite parlamentario de la modificación de la Ley de Comunicación Audiovisual con la definición de “productor independiente”.

⁸⁶ Plan España Hub Audiovisual de Europa, página 5. Disponible en: https://portal.mineco.gob.es/RecursosNoticia/mineco/prensa/noticias/2021/210324_np_plan.pdf (recuperado el 4/2/2022)

⁸⁷ Plan España Hub Audiovisual de Europa, página 5. Disponible en: https://portal.mineco.gob.es/RecursosNoticia/mineco/prensa/noticias/2021/210324_np_plan.pdf (recuperado el 4/2/2022)

Respecto de los recursos públicos destinados a estos proyectos, se estima que el Plan movilizará la ciertamente significativa cifra de 1.603 millones de euros, a lo largo del período 2021-2025.

Con estos recursos, se pretende financiar las siguientes actuaciones, desglosadas en los siguientes cuatro ejes, que componen el Plan, que a su vez se componen de dieciséis medidas, que reproducimos literalmente en la siguiente tabla 10.

Tabla 10. *Ejes y medidas del Plan España Hub Audiovisual.*

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

Fuente: Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (2021). Plan España Hub Audiovisual de Europa, página 9.

Las medidas definidas en el Plan “España, Hub Audiovisual de Europa”, se reproducen literalmente en el anexo 6.

Lo que sí podemos concluir es que algunas de ellas ya se han puesto en marcha. Como la concesión de 20 millones de euros al ICEX para promoción internacional del audiovisual español o los 5 millones de euros para el fomento de rodajes extranjeros en España para la Spain Film Commission⁸⁸.

Asimismo, se ha impulsado las áreas de negocio de los Festivales de Málaga y San Sebastián (XXL Screenings) mediante la concesión de 4,2 millones de euros de subvenciones a ambos Festivales⁸⁹.

En cuanto a la formación, se ha realizado una acción específica de dotación al Instituto de RTVE de 76,8 millones de euros para formación de 40.800 profesionales para el sector⁹⁰.

Respecto de la modificación de la Ley General Audiovisual, hay que señalar la polémica desatada por la aprobación del proyecto de Ley presentado al Congreso de los Diputados y aprobado para su tramitación en el Senado, a principios de junio de 2022.

⁸⁸ Real Decreto 937/2021, de 26 de octubre, por el que se regula la concesión directa de una subvención a Spain Film Commission en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Según el Artículo 1. Objeto y finalidad.

1. Este real decreto tiene por objeto regular la concesión directa de una subvención a Spain Film Commission para la atracción de rodajes internacionales e inversión directa extranjera a España. La atracción de dichos rodajes e inversión directa extranjera a España deberá apoyar, al menos, a 30 pymes del sector audiovisual español a 31 de diciembre de 2023.

2. Las actuaciones que se lleven a cabo con cargo a la subvención aprobada mediante este real decreto permitirán a Spain Film Commission alcanzar el cumplimiento de las siguientes finalidades de interés público, social y económico en beneficio de una mejora de la competitividad de España como destino de rodajes internacionales: fortalecer el tejido empresarial del sector audiovisual español, mejorar el clima de inversión mediante la internacionalización de las empresas españolas del sector y consolidar a España como plataforma de inversión audiovisual a nivel mundial y país exportador de productos audiovisuales.

⁸⁹ <https://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2022/01/220119-spanish-screenings.html>

⁹⁰ La subvención se concedió mediante Real Decreto 219/2022, de 29 de marzo, por el que se regula la concesión directa de una subvención a la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A., para la formación en capacidades digitales en el marco del componente 19 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Según el artículo 3:

1. Será beneficiaria de la correspondiente subvención la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A., para la formación de al menos 40.800 personas en capacidades digitales a través del Proyecto HAZ.

2. Se entenderán como gastos subvencionables todos aquellos que se destinen a alcanzar el objetivo de la subvención, recogido en el apartado 1, que serán establecidos en la orden de concesión de la subvención. Siempre y cuando se cumpla el objetivo final de personas formadas, serán subvencionables los gastos generales e indirectos en la parte que razonablemente corresponda de acuerdo con los principios y normas de contabilidad generalmente admitidas, y siempre que se correspondan o estén relacionados con el período en el que efectivamente tengan que realizarse las distintas actuaciones, hasta un límite máximo del 10 % de los fondos percibidos. 3. El importe total de la subvención regulada en el presente real decreto asciende a 76.879.830 euros distribuidos, correspondiendo 38.439.915 euros a 2022, y 38.439.915 euros a 2023.

Concretamente la modificación de la definición de “productor independiente” ha llevado a los representantes de la producción independiente española a manifestar su oposición a la norma. El artículo 110.1 establece literalmente:

Se considera productor independiente a efectos de este capítulo a la persona física o jurídica que no está vinculada de forma estable en una estrategia empresarial común con un prestador del servicio de comunicación audiovisual obligado a cumplir con lo establecido en los artículos 115 a 117 y que asume la iniciativa, la coordinación y el riesgo económico de la producción de programas o contenidos audiovisuales, por iniciativa propia o por encargo, y a cambio de una contraprestación los pone a disposición de dicho prestador del servicio de comunicación audiovisual.

La modificación que desató la indignación fue la sustitución de la frase “**dicho** prestador del servicio de comunicación audiovisual” en lugar de la original del proyecto de Ley de “**un** prestador del servicio de comunicación audiovisual”. Se considera que con la redacción propuesta se abre la puerta a la concentración definitiva de la producción en filiales de las empresas de televisión y en las plataformas de OTT. Sinceramente, dicho proceso de concentración ya se ha producido hace años alrededor de ATRESMEDIA (Antena 3) y MEDIASET (Tele5 y demás cadenas, con su productora MEDITERRANO y “amigas”). Se considera que con la futura norma cualquier productora, filial de una televisión o plataforma de *streaming*, que contrate con otra televisión o plataforma distinta de la que depende, será considerada independiente⁹¹.

⁹¹ Los productores manifiestan públicamente en el Festival de Cannes su oposición. Ver noticias en la prensa especializada y generalista.

<https://produccionaudiovisual.com/produccion-cine/la-definicion-de-productor-independiente-en-riesgo-con-la-nueva-ley-general-de-comunicacion-audiovisual/> (consultado el 6/6/2022) (<https://elpais.com/cultura/2022-05-25/los-productores-independientes-amenazan-al-gobierno-por-la-ley-audiovisual-esto-es-la-guerra.htm> 1 (consultado el 6/6/2022) https://www.eldiario.es/cultura/ley-audiovisual-traiciona-productores-independientes-ultimo-momento_1_9005739.html (consultado el 6/6/2022). <https://www.espinof.com/cine-espanol/sentencia-muerte-para-industria-productores-cine-independiente-espanol-denuncian-cannes-nueva-ley-audiovisual> (Consultado el 6/6/2022). <https://www.rtve.es/noticias/20220523/ley-audiovisual-productores-independientes/2350861.shtml> (Consultado el 6/6/2022).

Capítulo 2. El sector audiovisual en Europa.

1. Introducción. Descripción de los principales subsectores

El sector audiovisual europeo constituye uno de los sectores más significativos de las denominadas ICC en el panorama europeo. De acuerdo con los datos de la Unión Europea, el sector se puede clasificar básicamente de la forma siguiente, en función de las siguientes fuentes de negocio:

- recaudación en salas de cine (taquilla),
- ingresos procedentes del video físico (tanto en alquiler como en venta directa al consumidor),
- ingresos de VOD (en sus diversas modalidades),
- gasto de los consumidores en TV,
- ingresos netos de las operadoras de televisión (incluye publicidad y subvenciones públicas) e
- ingresos del sector de los videojuegos.

El volumen de negocio de todo el sector audiovisual europeo ha conseguido mantenerse firme e incluso, en algunos momentos, crecido de forma sostenida en todo el período de la gran crisis financiera de 2008, ya que la misma ha afectado de forma desigual a los diferentes países de la Unión Europea. Alemania, centro y norte de Europa, Reino Unido y Francia, han mostrado unos datos mucho más robustos que los países del sur (España, Italia y Grecia). En la tabla 11 y la figura 10 se presentan las cifras oficiales del período 2009-2013. Dichas cifras anuncian lo que vendría en los años siguientes.

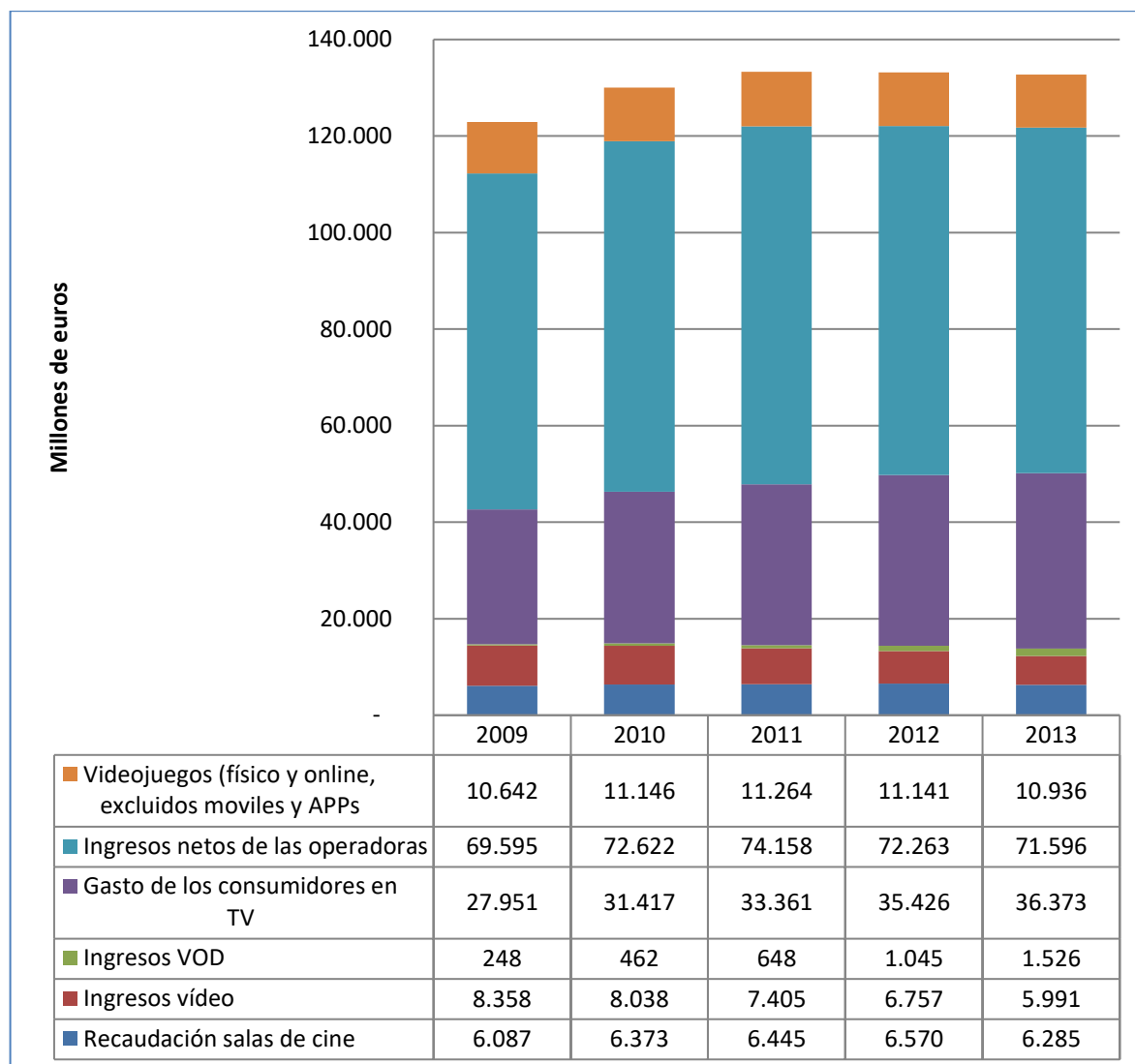
Sin querer entrar en un detalle pormenorizado de las cifras, si nos gustaría señalar la fortaleza en este período de los operadores de televisión, así como el incremento del pago por visión de la televisión de pago. También es importante destacar la madurez del mercado de salas y el deterioro continuado de los ingresos de alquiler y venta del DVD. A lo que hay que añadir el extraordinario incremento porcentual de los ingresos procedentes del VOD, que anuncia la entrada del negocio de las plataformas internacionales de *streaming*. Respecto de los videojuegos, incluidos en este informe como una parte del sector audiovisual europeo y no un sector específico, constituye uno de los sectores con mayores tasas de crecimiento hacia futuro. Incluye tanto la comercialización del software como del hardware preciso para su disfrute.

Tabla 11. *Volumen de negocio del sector audiovisual en Europa (2009-2013). En millones de euros.*

Millones de €	2009	2010		2011		2012		2013
Ingresos netos de las operadoras	69.595	72.622	4,3%	74.158	2,1%	72.263	-2,6%	71.596
Emisoras públicas	33.474	33.851	1,1%	33.724	-0,4%	32.664	-3,1%	32.547
TV en abierto	19.613	21.163	7,9%	21.713	2,6%	21.151	-2,6%	20.656
Canales temáticos	9.341	10.047	7,6%	10.996	9,4%	10.713	-2,6%	10.835
Canales de televenta	2.453	2.610	6,4%	2.719	4,2%	2.792	2,7%	2.813
TV local est.	1.326	1.395	5,2%	1.350	-3,2%	1.278	-5,3%	1.138
Radio privada est.	3.388	3.556	5,0%	3.656	2,8%	3.665	0,2%	3.607
Gasto de los consumidores en TV	27.951	31.417	12,4%	33.361	6,2%	35.426	6,2%	36.373
Cable	11.212	11.844	5,6%	12.201	3,0%	12.790	4,8%	12.869
Satélite	13.874	15.689	13,1%	16.336	4,1%	16.913	3,5%	17.255
IPTV	1.785	2.375	33,1%	3.222	35,7%	4.029	25,0%	4.525
DTT	1.080	1.509	39,7%	1.602	6,2%	1.694	5,7%	1.724
Recaudación salas de cine	6.087	6.373	4,7%	6.445	1,1%	6.570	1,9%	6.285
Ingresos vídeo	8.358	8.038	-3,8%	7.405	-7,9%	6.757	-8,8%	5.991
Venta DVD	6.691	6.180	-7,6%	5.511	-10,8%	4.868	-11,7%	4.214
Alquiler DVD	1.154	1.024	-11,3%	876	-14,5%	722	-17,6%	563
Venta Blu-ray	499	807	61,7%	980	21,4%	1.118	14,1%	1.170
Alquiler Blu-ray	14	27	92,9%	8	40,7%	49	28,9%	44
Ingresos VOD	248	462	86,3%	648	40,3%	1.045	61,3%	1.526
VOD TV	189	345	82,5%	462	33,9%	673	45,7%	938
VOD Películas	59	117	98,3%	186	59,0%	372	100,0%	588
Videojuegos (físico y online, excluidos móviles y APPs)	10.642	11.146	4,7%	11.264	1,1%	11.141	-1,1%	10.936
Total	122.881	130.058	5,8%	133.281	2,5%	133.202	-0,1%	132.707

Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2015): *Territoriality and its impact on the financing of audiovisual works*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

Figura 10. Volumen de negocio del sector audiovisual en Europa (2009-2013). En millones de euros.



Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2015): *Territoriality and its impact on the financing of audiovisual works*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

2. El sector de la producción cinematográfica en Europa y su posición respecto a los mercados internacionales.

Siguiendo al Observatorio Europeo del Audiovisual, en el período 2007- 2016 hay que destacar las siguientes tendencias de la producción cinematográfica en Europa, que se reproducen literalmente en la tabla 12 por su importancia. Dichas tendencias se pueden

suscribir a lo largo de los años siguientes, tal y como veremos a lo largo de la presente investigación.

Tabla 12. *Tendencias del sector de la producción cinematográfica en Europa (2007-2016).*

- Se han producido más de 18.000 películas, incrementándose la producción en un 47%, desde 1.444 películas (2007) hasta 2.124 películas (2016)⁹².
- La producción de largometrajes de ficción subió un 33%. Los documentales casi se han duplicado. En 2016 se produjeron 698.
- Los cinco países más productores (Francia, Reino Unido, Alemania, Italia y España) constituyen el 53,6% del total de la producción de los 36 países analizados. Dieciocho países analizados producen menos de 25 películas al año.
- España y Alemania lideran la producción de documentales en Europa.
- Los títulos del Top 10 de países productores implican el 73% del volumen total.
- España (12%) es el segundo país europeo que más títulos coproduce.
- El aumento más significativo de la producción se encuentra en Europa del Este
- Los países europeos que más han coproducido son Francia (15%), España (12%) y Alemania (11%).
- Los países europeos han coproducido con 150 países, siendo en un 60% coproducciones con otros países europeos.
- Fuera de Europa, el país con el que más se ha coproducido es Estados Unidos. La colaboración Francia - Bélgica encabeza la lista de coproducciones más frecuentes.
- La interacción entre países europeos para la coproducción cinematográfica ha sido del 60% del total de las interacciones realizadas.
- Solo once países con coproducción mayoritaria han interactuado con más de 30 países a lo largo del período analizado.
- A nivel europeo, las coproducciones de varios países generan habitualmente más entradas de cine que las producciones nacionales.
- Las coproducciones de varios países presentan más lanzamientos internacionales en otros países que las películas de una sola nacionalidad.
- La cuota de estreno en otro país de películas de una sola nacionalidad está en el 39% mientras que la de las coproducciones entre varios países está en el 63%.

Fuente: Talavera Milla, Julio (2017): *Film production in Europe – Production volume, co-production and worldwide circulation*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

⁹² Aunque en esta cifra se incluyen duplicidades por las coproducciones europeas. Las cifras netas de producción de la Europa de los 28 son las siguientes: 1.631 (2014), 1.699 (2015), 1.741 (2016) y provisionalmente 1.676 (2017) según el Observatorio Europeo del Audiovisual, FOCUS 2018.

Se puede concluir que Europa ha obtenido un verdadero éxito desde el punto de vista de la cantidad de películas producidas (más de 18.000 en dicho periodo), con un dominio de más del 50% en los cinco principales países en el total de 36 analizado. También señalar la extraordinaria importancia de la coproducción europea en el rendimiento comercial de las películas.

Según datos de 2018 y 2017, Europa (tomando en cuenta la Europa de los 28) es la primera y segunda entidad del mundo, respectivamente, en volumen de producción de obras cinematográficas.

En 2019 se han producido en Europa 1.847 películas, incluyendo documentales (746). El incremento es realmente sustancial, frente a las 1.047 producciones de 2007. A efectos de este cálculo, se ha eliminado o las duplicidades por coproducción entre países europeos. Los documentales crecen de forma extraordinaria, desde los 242 de 2007 a los 746 de 2019.

Las películas de ficción han ascendido a la nada despreciable cantidad de 1.135 películas, desde las 804 producciones de 2007, cifra que por sí sola colocaría a Europa en la segunda posición mundial. Este nivel de producción está en línea con el de los últimos años, con un crecimiento sostenido, pero no disparado, como sí está ocurriendo con la producción de documentales, que crece sin parar.

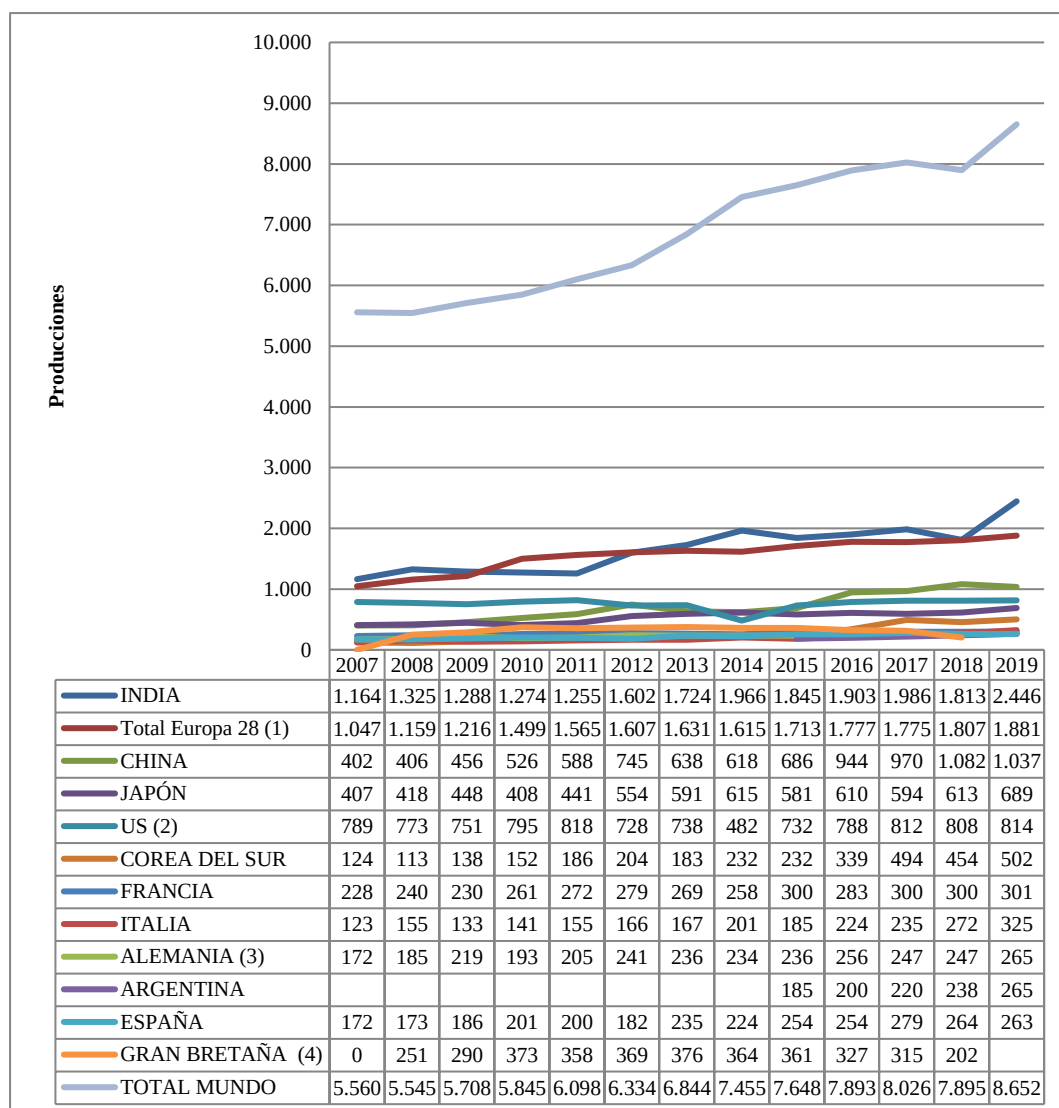
El primer puesto del ranking mundial en 2019 correspondió a la India, con la extraordinaria cantidad de 2.446 películas producidas, como ya es habitual en los últimos años. Lógicamente debido a su enorme mercado doméstico, que consume prácticamente toda su producción nacional.

Indudablemente, las políticas europeas han creado el marco perfecto para estimular la producción nacional. En el gráfico 11 y la tabla 13 se puede observar la evolución del volumen de producción de los principales territorios mundiales. La producción mundial de películas sigue creciendo hasta las 8.652 de 2019 frente a las 5.560 de 2007, fundamentalmente, como ya hemos mencionado, a la producción de la India, que se ha duplicado en dicho periodo. Pero también ha sido especialmente fructífera en otros países, como China, que incrementa su producción de las 402 películas de 2007 a las 1.037 de 2019, o Corea del Sur, que pasa de las 124 producciones de 2007 a las 502 de 2019. En consecuencia, se constata un fenómeno de alta producción cinematográfica mundial que

implica una mayor oferta de contenidos, y, por tanto, mayor lucha por conseguir una distribución, tanto nacional como internacional, eficiente.

Aunque el incremento de producción también se debe a la necesidad de producto de las nuevas plataformas de *streaming*, que se han unido a los operadores tradicionales de televisión en la demanda de contenidos. Podemos concluir que España ocupa un puesto significativo en el panorama de producción mundial en los últimos años que es preciso capitalizar y mantener en un entorno sumamente competitivo.

Figura 11. Volumen de producción cinematográfica de los principales territorios mundiales (2007-2019). En número de producciones.



Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

Tabla 13. *Volumen mundial de producción de películas (2007-2019).*

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
INDIA	1.164	1.325	1.288	1.274	1.255	1.602	1.724	1.966	1.845	1.903	1.986	1.813	2.446
Total Europa 28 (1)	1.047	1.159	1.216	1.499	1.565	1.607	1.631	1.615	1.713	1.777	1.775	1.807	1.881
CHINA	402	406	456	526	588	745	638	618	686	944	970	1.082	1.037
JAPÓN	407	418	448	408	441	554	591	615	581	610	594	613	689
US (2)	789	773	751	795	818	728	738	482	732	788	812	808	814
COREA DEL SUR	124	113	138	152	186	204	183	232	232	339	494	454	502
FRANCIA	228	240	230	261	272	279	269	258	300	283	300	300	301
ITALIA	123	155	133	141	155	166	167	201	185	224	235	272	325
ALEMANIA (3)	172	185	219	193	205	241	236	234	236	256	247	247	265
ARGENTINA									185	200	220	238	265
ESPAÑA	172	173	186	201	200	182	235	224	254	254	279	264	263
GRAN BRETAÑA (4)	n/d	251	290	373	358	369	376	364	361	327	315	202	
TOTAL MUNDO	5.560	5.545	5.708	5.845	6.098	6.334	6.844	7.455	7.648	7.893	8.026	7.895	8.652
Total Europa 28 (1) (ficción)	804	803	839	1.072	1.096	1.103	1.100	1.080	1.114	1.169	1.140	1.117	1.135
Total Europa 28 (1) (documentales)	242	356	377	427	451	462	531	535	599	608	635	690	746
Total Europa 28 (1)	1.047	1.159	1.216	1.499	1.565	1.607	1.631	1.615	1.713	1.777	1.775	1.807	1.881
Notas:													
(1) Hasta 2009 los datos corresponden a la Europa de los 27.													
(2) No incluye documentales con presupuestos inferiores a 200.000\$ ni películas de estudiantes. A partir de 2012 la MPAA no recoge datos de películas con presupuesto de producción inferior a 1 millón de \$. Desde 2014 solo aparecen películas con presupuestos superiores a 1 millón \$.													
(3) Películas de ficción que hayan sido estrenadas en salas.													
(4) Existe un decalaje de tiempo para identificar las películas con presupuesto inferior a 500.000 Libras.													

Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

3. La distribución cinematográfica en Europa y su posición en relación con el resto de los mercados mundiales

Otro asunto es el potencial comercial de la potente producción cinematográfica europea. En primer lugar, en relación con lo que se refiere a sus cuotas de pantalla nacionales y penetración internacional.

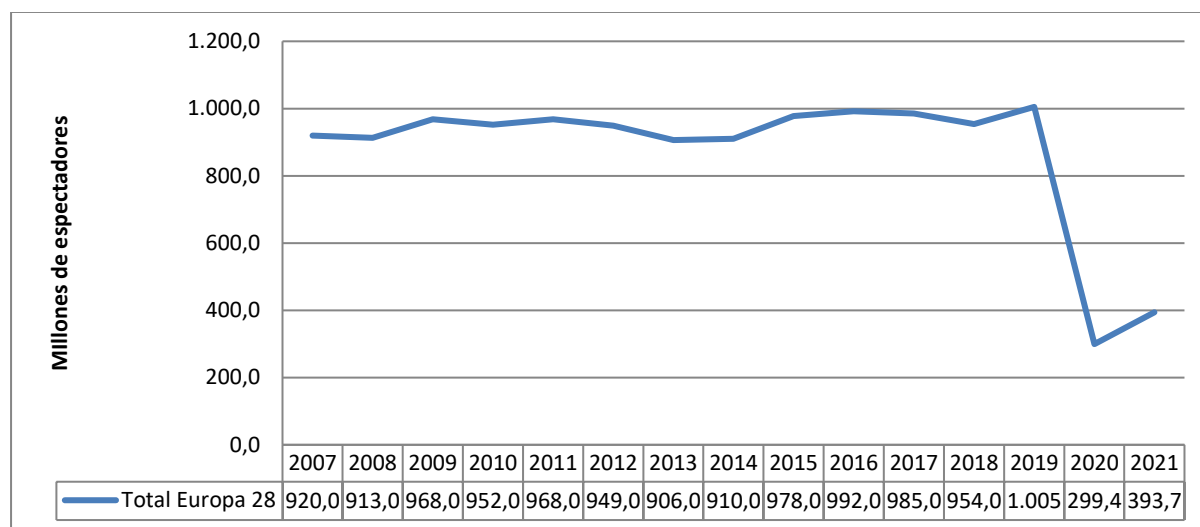
Podemos adelantar que la cuota nacional solo es relevante en algunos pocos países europeos (como la siempre bien posicionada Francia), razonable en unos cuantos (entre los que podemos considerar que se encuentra España) y muy mejorable en el resto.

Esta es una reflexión que se viene realizando de forma permanente prácticamente desde el final de la Segunda Guerra Mundial y que no encuentra una conclusión satisfactoria, a pesar de las políticas europeas de promoción del cine nacional.

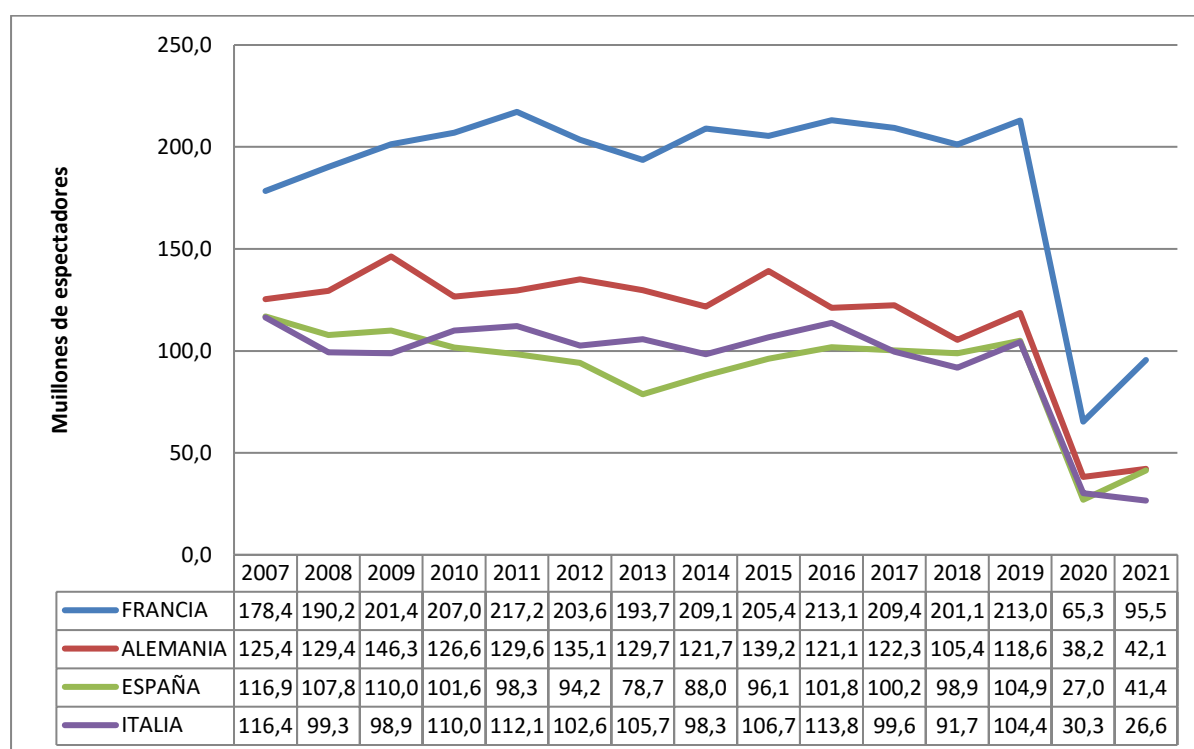
En toda la Europa de los 28, se incrementa en dicho período (2007-2019) la asistencia, pasando de 920 millones de espectadores (2007) a 1.005 millones de espectadores (2019), con un cierto descenso en 2013, 2014 y 2018, alcanzando la cifra mágica de los 1.005 millones en 2019, tal y como se puede ver en la figura 12.

Esta trayectoria se verá truncada en 2020 por efecto de la pandemia tal y como comentaremos a lo largo de toda esta investigación⁹³. Concretamente los espectadores disminuyeron en 2020 nada más y nada menos que alrededor del 70%, hasta los 299,4 millones. La recuperación de 2021 no ha sido suficiente, alcanzando los 393,7 millones de espectadores, un 60% del nivel de 2019.

⁹³ El 7/4/2022 se publica el Yearbook 2021-2022. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). Ver datos adelantados en https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home/-/asset_publisher/wy5m8bRgOygg/content/limited-recovery-of-theatrical-markets-in-the-eu-and-the-uk-in-2021-cinema-attendance-up-by-31-5-year-on-year-?inheritRedirect=false (consultado el 16/5/2022)

Figura 12. Espectadores de salas de cine en la Europa de los 28 (2007-2021)

Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

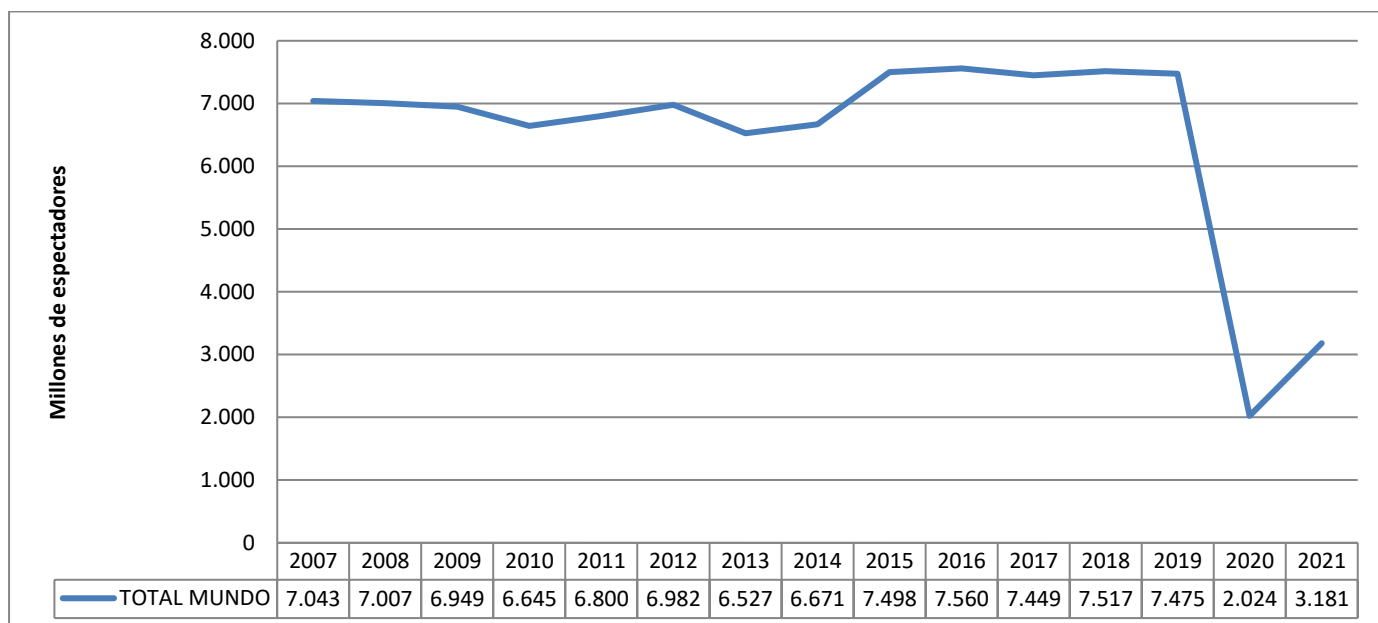
Figura 13. Espectadores de salas de cine en los cuatro principales países de la UE (2007-2021)

Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

Estos datos colocan a la Europa de los 28 en la cuarta posición mundial en número de espectadores (tomando como referencia el año 2019), después de China (1,727 millones de espectadores), India (1.561 millones de espectadores) y Estados Unidos/Canadá (1.242 millones de espectadores).

La asistencia mundial a las salas de cine ha ido creciendo de forma significativa hasta llegar a los cerca de 7.500 millones de espectadores, sufriendo una estrepitosa caída por la Pandemia en los años 2020 y 2021 (figura 14).

Figura 14. Volumen de asistencia en salas en el mundo (2009-2021), En millones de euros.

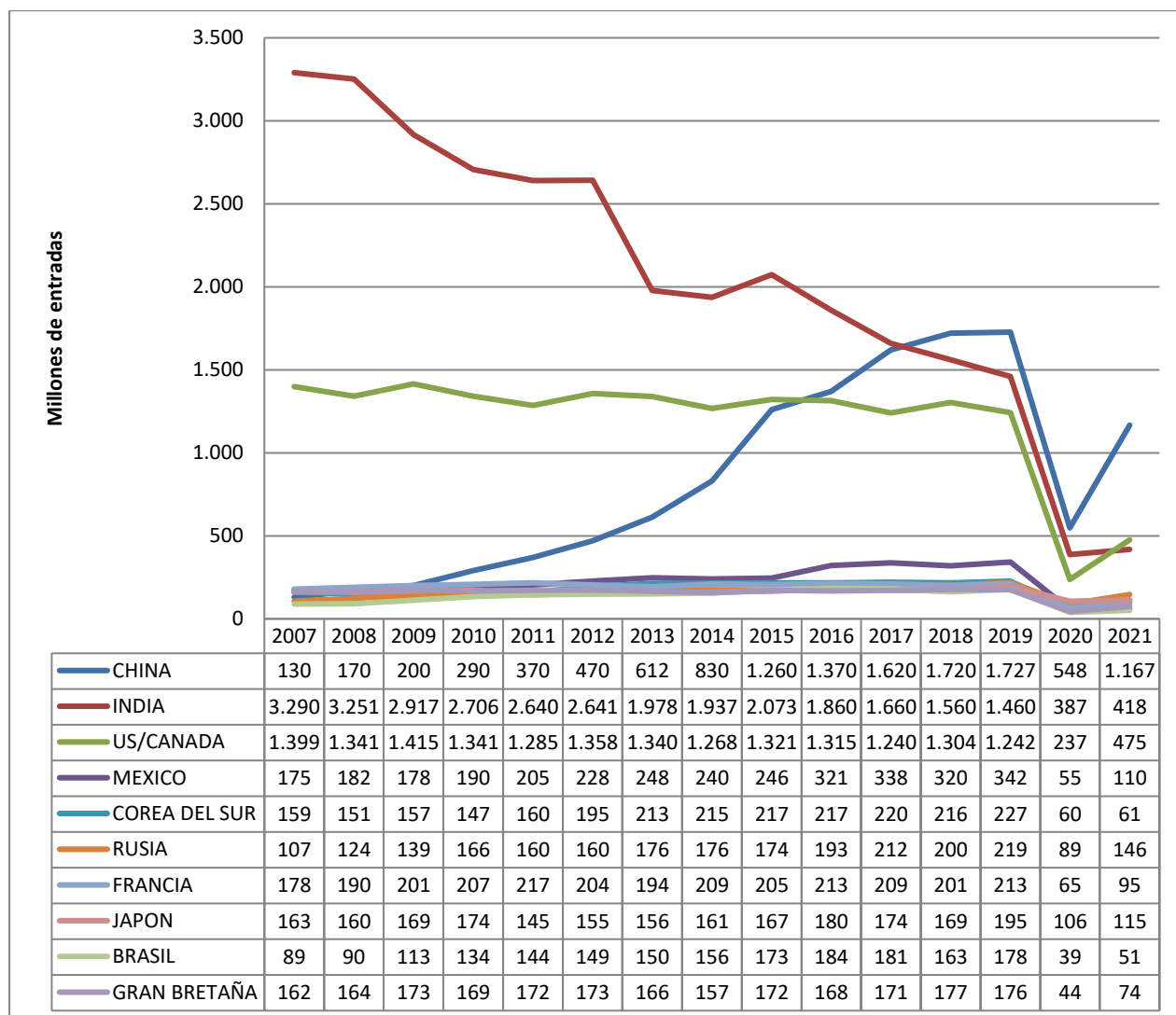


Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

Hay que señalar que todos los mercados están muy maduros, siendo el crecimiento mundial medio del periodo 2014-2019 del 0,5%, excepto China, que bate todas las marcas (20%) y a la larga distancia México con un crecimiento de 7,5% y 320 millones de espectadores, según se puede ver en la figura 15.

El año 2020 supuso un desastre para todos los mercados, recuperándose solamente de forma significativa el chino, debido a su política de tolerancia cero respecto de la expansión de la infección, lo que permitió la reapertura de las salas y la asistencia a las mismas de forma más rápida y masiva que en Europa y otras partes del mundo.

Figura 15. Mercados principales mundiales por espectadores de salas de cine (2007-2021).

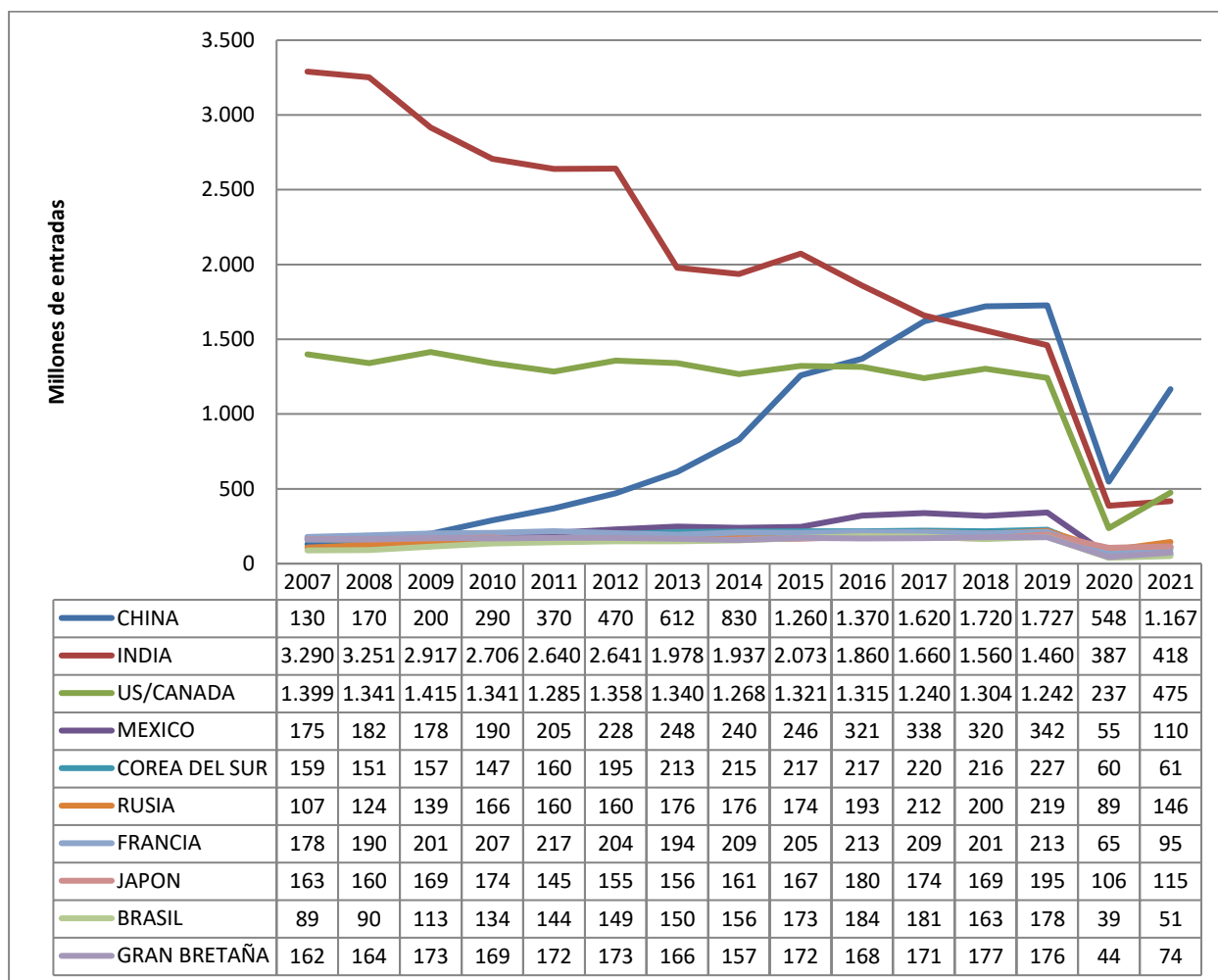


Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

En lo que respecta a las cifras mundiales de asistencia a los cines, es evidente que el efecto de crecimiento espectacular de China compensa la caída, también espectacular, de la India. Estos dos países determinan todos los análisis del mercado mundial, ya que el resto de principales territorios (USA y la vieja Europa) mantienen unas cifras relativamente constantes. En suma, la asistencia a los cines se incrementa en 600 millones de espectadores en el período 2007 a 2019 analizado, pasando de los 7.043 millones de espectadores (2007) a los 7.644 millones de espectadores (2019), según se puede ver en la figura 15. Se puede observar la caída fruto de la crisis de 2008, con la fuerte recuperación a partir de 2014. Dicha

recuperación quedará truncada por efecto de la pandemia declarada en el primer trimestre de 2020 que causaron el cierre mundial y escalonado de las salas de cine de todo el mundo, empezando por China (aunque su recuperación en 2021 es espectacular).

Figura 16. Volumen mundial de espectadores de salas de cine (2007-2021). En millones de entradas.

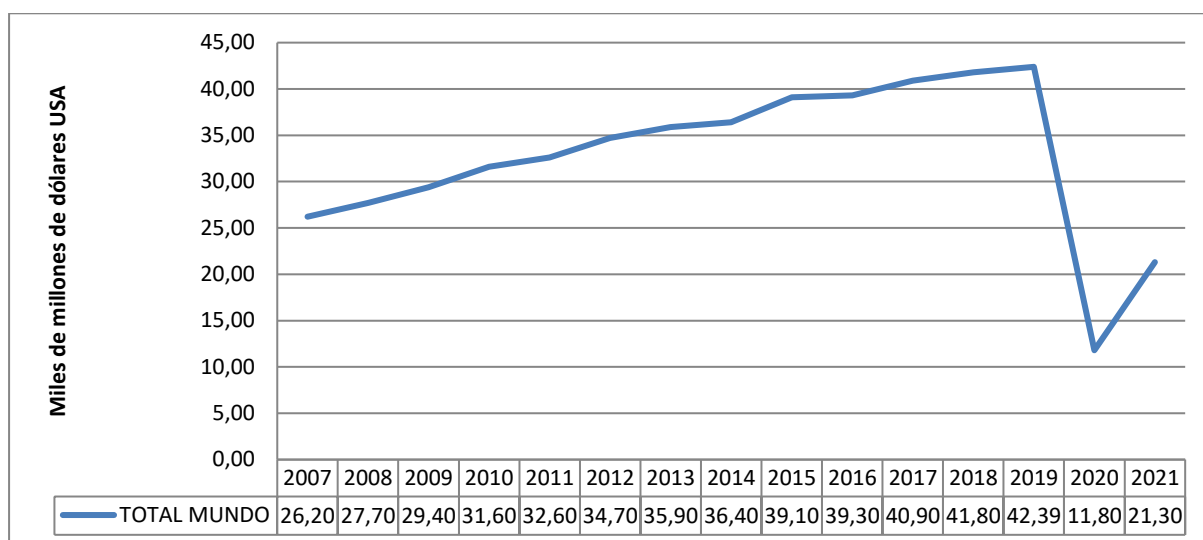


Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

Sin embargo, si el análisis lo realizamos respecto de la recaudación en taquilla, el orden en el ránking mundial es distinto. La taquilla mundial ha crecido en cifras absolutas de forma significativa, desde los 26.200 millones de dólares USA (2007) a 42.200 millones de dólares USA (2019). En 2020, por efecto de la pandemia cayó de forma estrepitosa hasta los 11.800 millones, recuperando los 21.300 millones en 2021 (figura 16). La denominada Europa de los 28 se colocaría en segunda posición del ranking de taquilla mundial, después

de la región de Estados Unidos/Canadá con 7.070 millones de euros de recaudación (figura 17).

Figura 15. Volumen mundial de recaudación en salas de cine (2007-2021). En miles de millones de dólares USA.

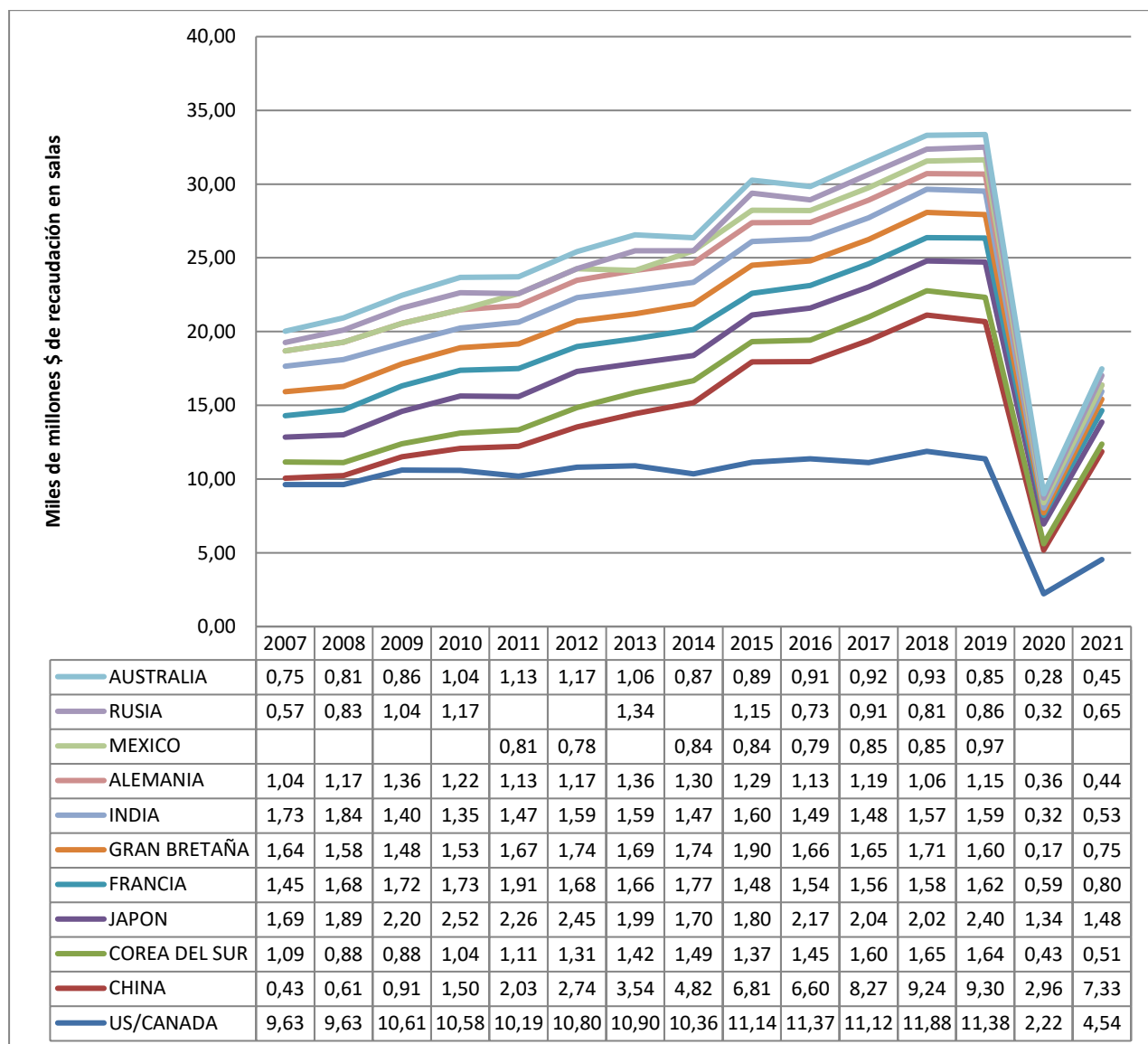


Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

A continuación, en la figura 18 se puede observar el importe de los diez mercados más importantes (en \$ USA), siendo el mercado más importante en recaudación los Estados Unidos/Canadá, con 11.880 millones \$ USA (2007) muy por delante de China (9.274 millones \$ USA). Siempre tomando como referencia los datos de 2019, anteriores al impacto de la Pandemia de 2020. La Pandemia ha supuesto que China supere en 2020 y 2021 a Estados Unidos en el volumen de recaudación. Concretamente en 2021 China alcanzó los 7.330 millones de \$ USA frente a los 4.540 millones de \$ USA de Estados Unidos.

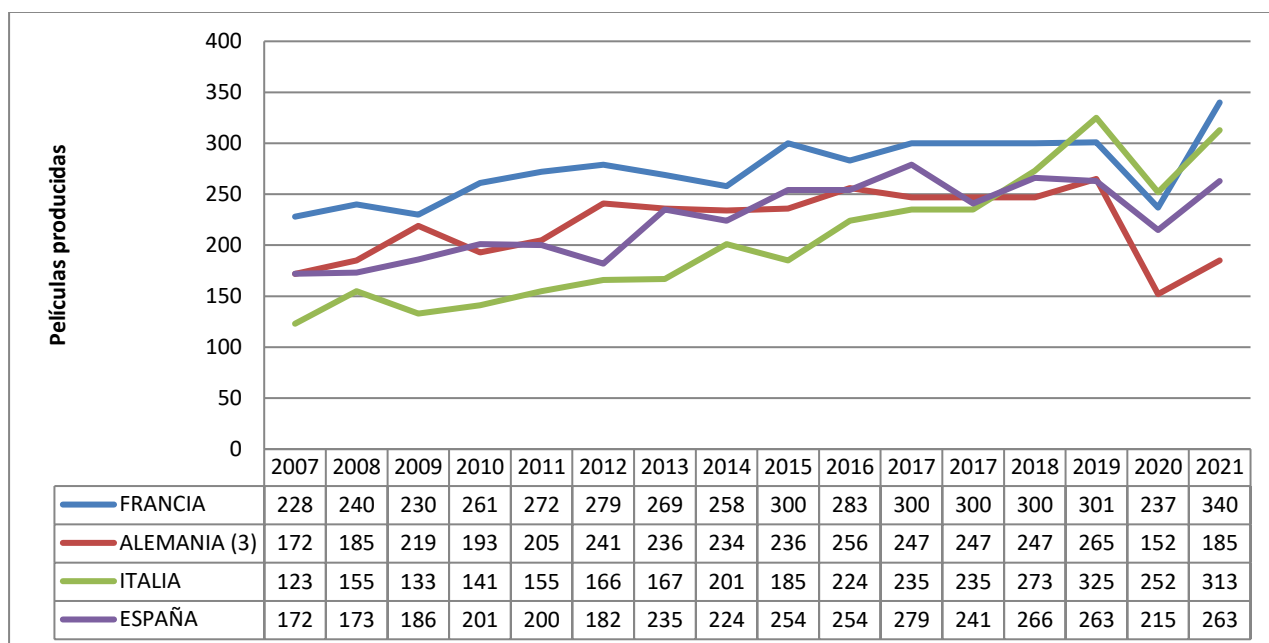
La posición en el ranking no coincide exactamente con el de volumen de espectadores, ya que está en función del precio de entrada en cada país, que a su vez está afectado por el nivel de vida de cada territorio, así como por el tipo de cambio respecto del dólar. De ahí que el primer mercado del mundo haya sido hasta la Pandemia de 2020 el mercado de Estados Unidos/Canadá, por delante de India y China (primera y segunda en el ranking de espectadores), y dos mercados como los de Japón o Gran Bretaña hayan estado tradicionalmente en puestos más altos en cuanto a recaudación que a la asistencia de espectadores.

Figura 16. Mercados principales mundiales por recaudación en salas de cine (2007-2021). En miles de millones de dólares USA.



Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

En cambio, si analizamos el número de películas nacionales europeas (según se puede ver en la figura 19), las cifras se han incrementado en todos los países de forma más o menos proporcional. Por lo que podría concluirse que la industria de producción española sigue razonablemente fuerte, si la comparamos con el resto de los países europeos. Es decir, en España seguimos produciendo muchos títulos, en comparación con los países de nuestro entorno, pero con menos potencial comercial en salas que ellos.

Figura 17. Producciones nacionales en los principales países de la UE (2007-2021).

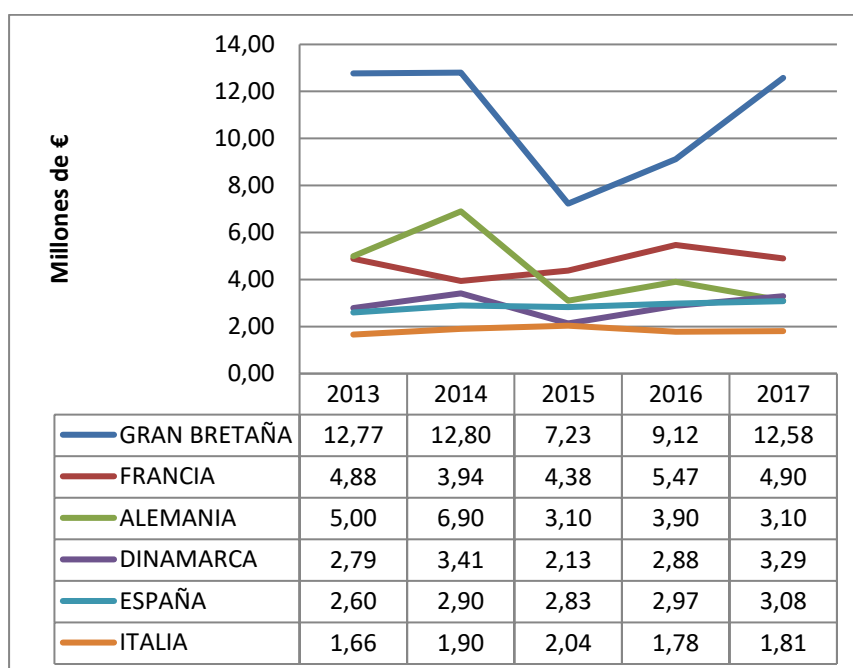
Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

Sin embargo, el análisis no es tan sencillo, ya que habría que matizarlo con la tipología de las producciones registradas. Fundamentalmente debido al hecho del gran peso que supone el número de producción anual de documentales en España. La producción documental habitualmente se realiza con unos presupuestos económicamente bajos tanto en números absolutos como relativos, si los comparamos con las producciones de ficción. Estas producciones que son normalmente de bajo presupuesto (salvo honrosas excepciones) también generan unos resultados de explotación en taquilla muy alejados de los conseguidos por las producciones de ficción. En consecuencia, España puede considerarse una potencia europea en lo que respecta a la producción cinematográfica, pero debido fundamentalmente al peso de los documentales en el cómputo de las cifras. También hay que decir que el mercado cinematográfico no tiene capacidad de absorber todas las películas que se producen en ningún país europeo. Se trata más que de producir en cantidad de producir en calidad. Es decir, con mejores presupuestos y más calidad artística y comercial.

4. Los costes de producción cinematográfica y su financiación en Europa y España.

Respecto de los costes medios de producción de películas, según datos oficiales ofrecidos por las autoridades cinematográficas de cada país, que se reflejan en el gráfico 20, España (3,08 millones € en 2017) se encuentra en una posición media respecto del resto de los países de nuestro entorno. Muy lejos de Gran Bretaña (12,58 millones €) y ciertamente alejada de la producción media de Francia (4,9 millones €), pero relativamente cerca de otros países como Alemania (3,1 millones €) y Dinamarca (3,29 millones €). Y, por último, muy por encima del coste medio de Italia (que está alrededor de los 2 millones €).

Figura 18. Coste de producción medio de los principales países europeos (2013-2017). En millones de euros.



Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

Respecto de los costes globales de inversión en producción, las instituciones cinematográficas españolas no ofrecen datos oficiales, al contrario que otros países de nuestro entorno (según se refleja en el gráfico 18), pero podemos estimar que se encuentra en alrededor de los 250/300 millones € de inversión en producción anuales, en línea con los datos italianos. Muy por debajo de las sustanciales cifras de inversión de Gran Bretaña

(alrededor de los 2.000 millones € anuales) y Francia (alrededor de los 1.300 millones € anuales).

Este cálculo de la inversión cinematográfica española podemos realizarlo tomando como base el número de producciones realizadas en España y cuyos costes son analizados por el ICA de acuerdo con la tabla 9 siguiente. Asimismo, con el fin de completar las cifras de costes de producción de todas las películas, hemos estimado que las producciones cuyos costes no han sido analizados por el ICAA tienen un coste de producción medio del 20% del analizado en la muestra del ICAA. Este porcentaje es absolutamente hipotético, ya que puede haber producciones, sobre todo documentales, de costes inferiores a ese 20%.

El resultado obtenido lo hemos comparado con aquellas fuentes de financiación de las que disponemos datos oficiales: subvenciones del ICAA y CCAA, inversiones de los operadores de televisión en cine español y deducciones fiscales.

En realidad, dichas cifras de inversión no tienen por qué coincidir en el tiempo con el de los costes de producción, pero de forma agregada en el período 2007-2017 nos pueden ofrecer una visión global que nos sirva para nuestro análisis. Además, hay que señalar que existen otras fuentes de financiación que en los últimos años han adquirido enorme importancia, como son las procedentes de plataformas OTT y ventas internacionales. A las que hay que añadir las tradicionales de posibles anticipos de distribución y subvenciones internacionales.

Todo ello se desarrolla detenidamente en los correspondientes apartados de esta investigación. El resultado final (que puede observarse en la tabla 11), es que podemos estimar una inversión histórica en cine español de alrededor de 200 millones € anuales, que en el último periodo 2016-2018 puede haberse incrementado significativamente hasta los 300 millones € de inversión anual. Es muy probable que el aumento nominal de la inversión en los últimos años se vea afectado por la inclusión de los gastos de lanzamiento de las películas en salas de cine como mayor coste del productor, con el fin de beneficiarse de las deducciones fiscales a la inversión.

En realidad, históricamente la inversión para el lanzamiento en salas de cine, aunque pudiera ser anticipado por el distribuidor, se recuperaba de los ingresos del productor, salvo que la película no cubriera dichos gastos y la pérdida corriera contractualmente por cuenta del

distribuido. Por lo que en general siempre ha sido un coste en última instancia soportado por el productor.

Podemos avanzar que es complicado disponer de datos oficiales sobre la fuente de financiación de la producción española, objeto de esta investigación. Al contrario de lo que ocurre en otros países de nuestro entorno europeo, donde se han publicado recientemente estudios analizando el modelo de financiación de producciones del año 2017⁹⁴. El estudio es único y muy interesante, ya que incluye el análisis de 576 producciones de ficción europeas (sin incluir ni animación ni documentales), estrenadas en salas de cine en 2017 y originarias de 24 países europeos (sin incluir España, que no participó en el estudio). Supone una inversión total de 1,85 billones de euros y cubre el 49% de los estrenos de 2017 convirtiéndose en el mejor estudio hasta la fecha sobre la financiación de las películas europeas.

Los resultados respecto del coste de producción son los siguientes:

- El coste medio de una película con estreno en salas de cine (3,21 millones de euros) es superior al coste medio de producción europea (2,01 millones de euros).
- El coste medio depende del tamaño del mercado cinematográfico del país. Destaca el grupo de Francia, Alemania, Italia, Polonia y Gran Bretaña (3,2 millones €) frente a los mercados medianos, entre 10 y 50 millones anuales de entradas (1,15 millones de euros) y pequeños, de menos de 10 millones de entradas anuales (0,9 millones de euros).
- Las coproducciones internacionales tienden a disponer de presupuestos superiores a las producciones 100% nacionales, entre 250.000 y 350.000 euros.

En cuanto a la estructura de la financiación de las producciones, las conclusiones son las siguientes:

- Las principales fuentes de financiación son cinco: Ayudas públicas directas (alrededor del 25%) inversión de los operadores de televisión (alrededor del 25%), inversión del productor (entre el 15% y 18%), preventas (entre el 15% y 18%) e incentivos fiscales (12%). Otras fuentes financieras, como recursos propios, deuda financiera e inversión en especie no son significativos.

⁹⁴ Kanzler M., *Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2017*, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2019.

- El caso francés es distorsionador debido a sus propias características. El apoyo público es más alto (36%) lejos de la inversión del productor (18%) y las preventas (14%), mientras que la inversión de los operadores de televisión y los incentivos suponen el 11%, respectivamente.

- El tamaño del mercado nacional y el importe del coste de producción son dos factores determinantes del modelo de financiación.

- Cuanto más pequeño es el mercado nacional, más importante es la ayuda pública directa. Pasando del 21% en los grandes mercados a los 43% y 54% en los medianos y pequeños mercados, respectivamente. Al contrario de las ventas internacionales, que representan el 17% en los territorios grandes, frente al 10% y 6% de los medianos y pequeños, respectivamente.

- Las películas de menor presupuesto, inferior a 3 millones de euros, tienen más participación de ayuda pública (40%) frente a las películas de coste entre 3 y 10 millones de euros (23%) y superiores a 10 millones de euros (13%).

- Las preventas están en función del presupuesto, desde el 25% de las películas de más de 10 millones de euros de presupuesto al 6% de las inferiores a 500.000 euros. Lo mismo ocurre con la inversión del operador de televisión, que pasan del 7% de las pequeñas producciones al 33% de las películas de alto presupuesto.

- Los incentivos fiscales son importantes para películas de medio y alto presupuesto, frente a las de bajo presupuesto.

- Por último, la inversión del productor es más significativa en producciones de bajo coste, aunque si se excluyen las producciones francesas no existe una tendencia clara.

En 2020, se publicó un segundo estudio⁹⁵ correspondiente a películas estrenadas en 2018 por 23 países europeos y por un coste total de 1,8 billones de euros. Tampoco España participó en este estudio, al igual que tampoco participó Polonia (países que junto con Reino Unido, Francia, Italia y Alemania se consideran los mercados más grandes de Europa). Tampoco participaron Hungría (entre los medianos) ni otros nueve países de pequeño tamaño. Las conclusiones son similares a las del estudio de las películas estrenadas en 2017.

- El presupuesto medio de una película de ficción estrenada en 2018 asciende a 3,16 millones de euros, mientras que la media de presupuesto de todas las películas es de 1,93

⁹⁵ Kanzler, Martin (2020): *Fiction Film Financing in Europe: A sample analysis of films released in 2018*. European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg.

millones de euros. Dado el pequeño número de películas de alto presupuesto, esta última media es más representativa de la mayoría de la producción europea.

- La media de los presupuestos depende de los países, siendo más alto en los mercados más grandes y con mayor potencial de recaudación en salas de cine, ya que la recaudación local sigue siendo una clave importante de la explotación de las películas nacionales.

- La media de las películas de ficción de los mercados grandes (Francia, Alemania, Italia y Gran Bretaña) es de 2,8 millones de euros, frente a los 1,7 millones de euros de los mercados medianos (aquellos entre 10 y 50 millones de entradas de cine vendidas por año). Y muy superior a los 1,2 millones de euros de los países con mercados pequeños (con menos de 10 millones de entradas a salas de cine vendidas por año).

- Las coproducciones internacionales tienden a disponer de presupuestos más altos que el 100% de las películas nacionales, excediendo su presupuesto entre 500.000 y 800.000 euros.

- En 2018, las fuentes de financiación fundamentalmente eran cinco: ayudas públicas directas (26% del total), inversión de los operadores de televisión (21% de la financiación), inversión del productor (17%), preventas (15%) e incentivos fiscales (15%). Otras fuentes financieras, como recursos propios, deuda financiera e inversión en especie no son significativos.

- El caso francés es distorsionador debido a sus propias características. El apoyo público es más alto (36%) lejos de las preventas (18%) y de la inversión del productor (16%). La inversión de los operadores de televisión y los incentivos suponen el 11% y 10%, respectivamente.

- Cuanto más pequeño es el mercado nacional, más importante es la ayuda pública directa. Pasando del 20% en los grandes mercados a los 43% y 54% en los medianos y pequeños mercados, respectivamente. Al contrario de las ventas internacionales, que representan el 17% en los territorios grandes, frente al 8% de los medianos y pequeños.

- Las películas de menor presupuesto, inferior a 3 millones de euros, tienen más participación de ayuda pública (38%) frente a las películas de coste entre 3 y 10 millones de euros (26%) y superiores a 10 millones de euros (13%).

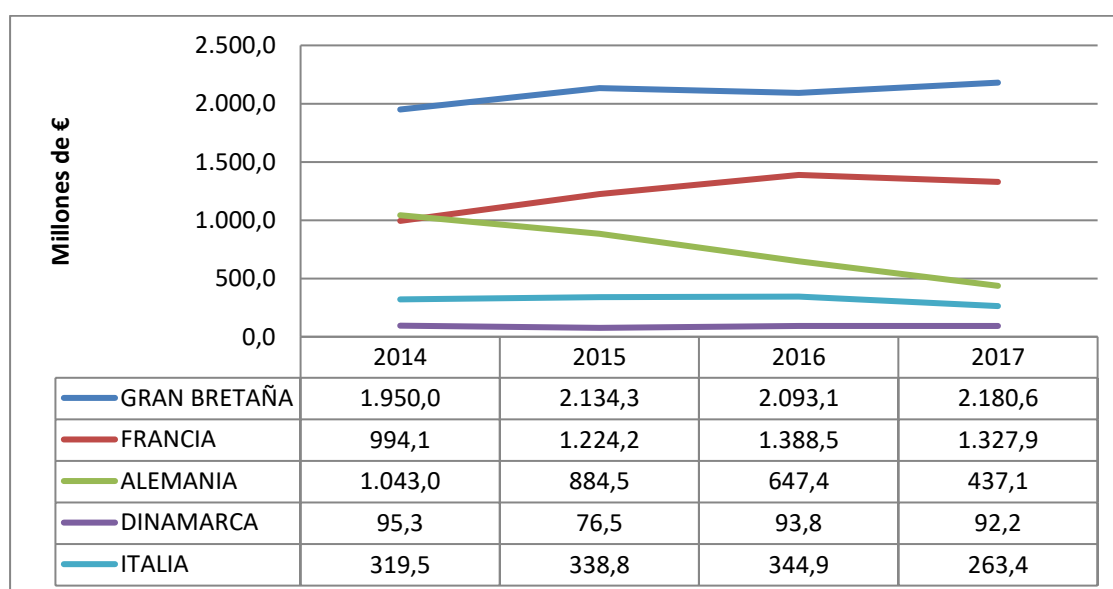
- Las preventas están en función del presupuesto, desde el 20% de las películas de más de 10 millones de euros de presupuesto al 4% de las inferiores a 500.000 euros. Lo mismo ocurre con la inversión del operador de televisión, que pasan del 3% de las pequeñas producciones al 27% de las películas de alto presupuesto.

- Los incentivos fiscales son importantes para películas de medio y alto presupuesto, frente a las de bajo presupuesto.
- Por último, la inversión del productor es más significativa en producciones de bajo coste, aunque si se excluyen las producciones francesas no existe una tendencia clara.

Con el fin de comparar la inversión en producción cinematográfica en España con la de los países de nuestro entorno, se ha elaborado una tabla (tabla 14) con las principales magnitudes de inversión y financiación de la producción cinematográfica española en el período 2007 a 2019. Los datos ofrecen un volumen de inversión en España de alrededor de 300 millones de euros anuales en 2017 y 2018 alcanzando los 355 millones de euros en 2019.

Se puede ver en la figura 19, que España se encuentra muy lejos de Gran Bretaña (alrededor de 2.000 millones €), Alemania (que, aunque ha descendido de los 1.000 millones € se mantiene en alrededor de 500 millones €) y Francia (más de 1.300 millones €). Y mantiene una posición comparable a la de Italia (alrededor de 300 millones €).

Figura 19. *Inversión anual en producción cinematográfica de los principales países europeos (2013-2017). En millones de euros.*



Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

Tabla 14. *Volumen de inversión y financiación en producción cinematográfica en España (2007-2018). En euros.*

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total media costes producción películas analizadas por el ICAA	2.529.810	2.619.000	3.201.000	2.464.800	3.016.840	2.302.220	2.561.530	2.898.190	2.833.060	2.972.120	3.081.290	2.794.120	3.411.390
Muestra largometrajes	48	26	15	25	25	23	22	48	21	44	64	64	64
Total coste analizado	121.430.880	68.094.000	48.015.000	61.620.000	75.421.000	52.951.060	56.353.660	139.113.120	59.494.260	130.773.280	197.202.560	178.823.680	218.328.960
Resto producción	124	147	171	175	174	159	209	168	234	210	177	202	201
Media inversión 20%	505.962	523.800	640.200	492.960	603.368	460.444	512.306	579.638	566.612	594.424	616.258	558.824	682.278
Total inversión estimada	62.739.288	76.998.600	109.474.200	86.268.000	104.986.032	73.210.596	107.071.954	97.379.184	132.587.208	124.829.040	109.077.666	112.882.448	137.137.878
Total inversión en cine	184.170.168	145.092.600	157.489.200	147.888.000	180.407.032	126.161.656	163.425.614	236.492.304	192.081.468	255.602.320	306.280.226	291.706.128	355.466.838
Inversión TV	112.791.366	106.417.044	58.836.012	62.200.858	98.837.602	75.814.709	72.814.411	56.041.876	58.693.348	58.839.533	75.306.386	70.324.255	76.468.229
Subvenciones ejecutadas ICAA	61.218.117	67.794.378	75.792.760	81.068.307	70.510.937	44.475.310	33.846.551	61.694.369	42.245.438	67.118.071	70.342.906	79.876.600	79.260.900
Subvenciones CCAA	41.962.366	42.389.142	44.950.948	47.540.044	34.299.874	22.562.439	17.170.834	19.385.893	19.153.095	25.053.000	36.105.848	29.139.730	28.110.980
Deducciones fiscales									2.630.000	2.970.000	20.630.000	30.720.000	34.030.000
Total financiación	215.971.849	216.600.564	179.579.720	190.809.209	203.648.413	142.852.458	123.831.796	137.122.138	122.721.881	153.980.604	202.385.139	210.060.585	217.870.109
Financiación/Inversión	117,27%	149,28%	114,03%	129,02%	112,88%	113,23%	75,77%	57,98%	63,89%	60,24%	66,08%	72,01%	61,29%

Fuente: Elaboración propia con información procedente del ICAA (Subvenciones ejecutadas), de FAPAE (Subvenciones CCAA), CNMC (Inversión 5% ingresos operadores de TV) y Presupuestos Generales del Estado (Deducciones fiscales).

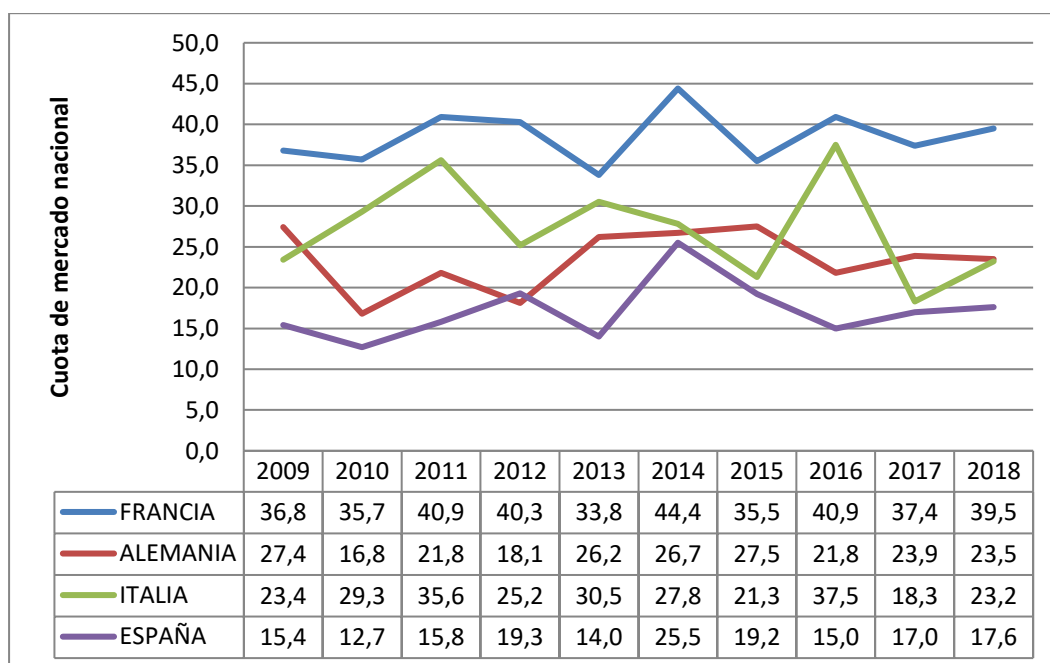
5. Las cuotas de mercado del cine nacional en Europa.

En cuanto a otro concepto muy significativo cuando se analizan las magnitudes cinematográficas de un país, que son las cuotas de mercado del cine nacional, las mismas oscilan cada año dependiendo del éxito del producto nacional de cada país.

Respecto de la cuota de mercado nacional de cuatro de los principales países europeos analizados (en este caso nos centramos en Francia, Alemania, España e Italia) la situación es dispar, manteniéndose tradicionalmente en el primer puesto Francia, con una cifra alrededor del 40%, claramente como un triunfo de sus políticas audiovisuales.

España está por debajo de los otros tres países analizados a pesar del esfuerzo permanente en la promoción del cine español (sin perjuicio de las dotaciones económicas empleadas), debido a la escasa potencia comercial del mismo frente a las producciones extranjeras (fundamentalmente estadounidenses) a diferencia de la cinematografía del resto de países de nuestro entorno.

Figura 20. Cuota de mercado nacional europeo (2009-2018).



Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

En cuanto a la recaudación en salas de cine, primera ventana de la explotación de las películas cinematográficas, del análisis de las cifras de recaudación de las salas de cine, correspondiente al período 2007-2017, de los principales países europeos de nuestro entorno (Francia, Alemania e Italia), podemos señalar la debilidad en el crecimiento de España e Italia, frente al incremento realmente potente de Alemania y Francia.

En dicho período, España ha pasado de 643,7 millones € a 591 millones €, mientras que Alemania la incrementó de 757,9 millones € a 1.056 millones € en el mismo periodo. Y Francia de 1.061 a 1.380 millones €. Las cifras lo dicen todo. Quizás no es solo más que un reflejo de lo que ha pasado en el global de la economía española, o al menos en muchos sectores de esta a consecuencia de la Gran Depresión.

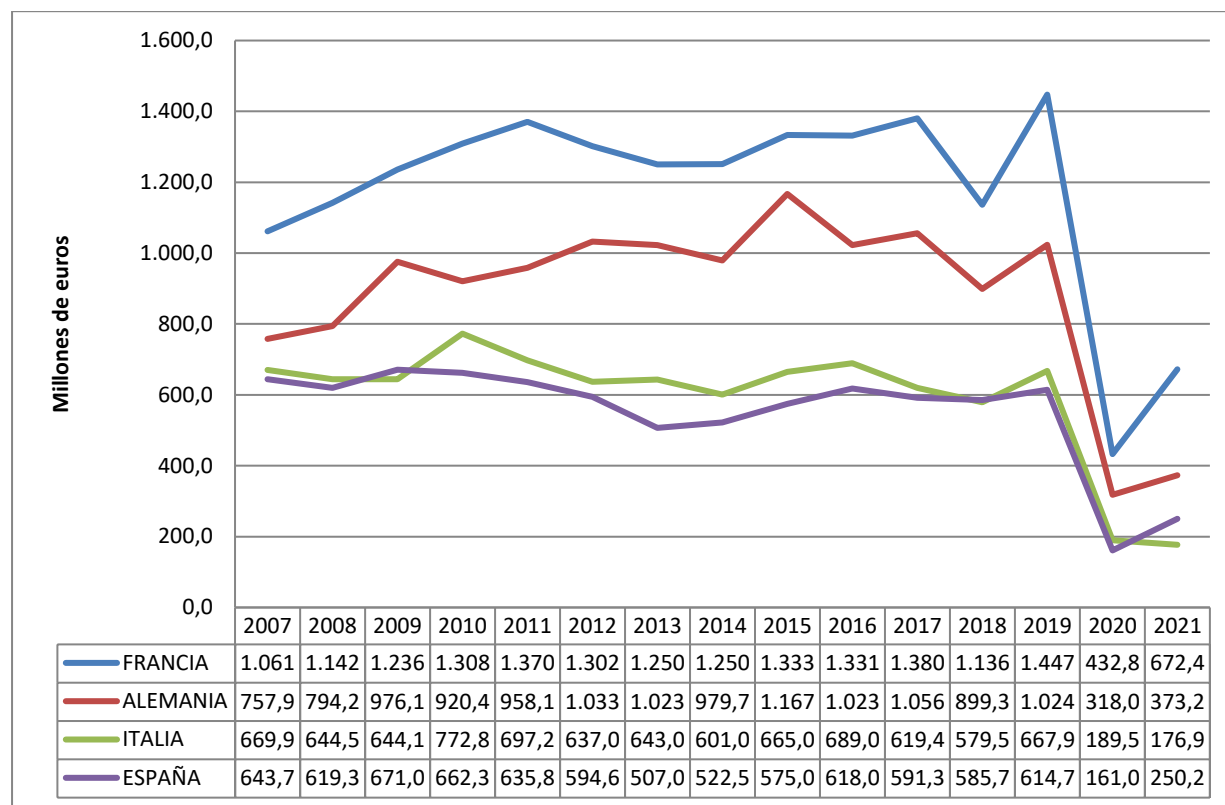
No es quizás este trabajo la herramienta para analizarlo, pero lo que está claro es la pérdida de peso competitivo y presencial de España en el mercado cinematográfico europeo y mundial, al menos en lo que se refiere al consumo de cine en salas. Y lo peor del análisis es que dicha conclusión se puede extraer en otros sectores y aspectos de las industrias culturales, creativas y en particular audiovisuales y cinematográficas.

Por ejemplo, las cifras del video (tanto en alquiler como en venta directa) mostraron un derrumbamiento más súbito y acusado que en el resto de los países de nuestro entorno, y todo el sector conoce que la causa fundamental fue el extraordinario auge e impacto en la denominada piratería por internet (es decir, el disfrute de películas mediante su acceso a las mismas sin autorización de sus legítimos titulares).

La recaudación española ha pasado de suponer el 85 % de la obtenida en Alemania al 60%. Asimismo, su proporción ha disminuido del 61 % de la recaudación de Francia a un mínimo del 42 %. Ha sido una pérdida de peso en Europa francamente impresionante. Solo la diferencia con Italia se mantiene en los mismos niveles, quizás debido a nuestra cercanía en el sufrimiento económico y social de la Gran Depresión, según se puede ver las tablas 15 y 16 y la figura 23.

El impacto de la Pandemia 2020 sobre la asistencia a las salas de cine ha acentuado la diferencia entre España y Francia y Alemania, aunque no sobre Italia que, de acuerdo con las cifras publicadas pareciera que ha sido más afectada por la Pandemia que España.

Figura 21. Recaudación de las salas de cines en los mayores territorios de la Unión Europea (2007-2021). En millones de euros.



Fuente; Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe) y Focus 2022.

García Santamaría (2015) ya apuntaba certeramente que por una serie de razones no tan “cinematográficas” ni “demográficas” sino más bien financieras e inmobiliarias, España se había convertido en una potencia en el sector de la exhibición cinematográfica en la primera década del siglo XXI:

La proliferación de grandes recintos cinematográficos alcanzó una magnitud tal, que España ya se había convertido en el año 2005 en el país de la Unión Europea con el mayor número de multiplexes y megaplexes. Y en el año 2010, albergaba nada menos que el 20 por 100 del total de recintos de la UE y disponía de 25 megaplexes (16 o más pantallas) sobre un total de 79; es decir, casi un tercio de los mayores complejos europeos estaban radicados en nuestro país. Un fenómeno de tales características no es comprensible, por tanto, apelando a variables clásicas como población, asistencia por habitante o calidad de las proyecciones, sino que hunde sus raíces en motivaciones económico-financieras (pág. 16).

Tabla 15. *Recaudación de los principales mercados europeos continentales (2007-2021). En millones de euros.*

	<u>2007</u>	<u>2008</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>
FRANCIA	1.061,5	1.142,2	1.236,0	1.308,9	1.370,8	1.302,3	1.250,0	1.250,9	1.333,3	1.331,3	1.380,6	1.136,9	1.447,4	432,8	672,4
ALEMANIA	757,9	794,2	976,1	920,4	958,1	1.033,0	1.023,0	979,7	1.167,0	1.023,0	1.056,1	899,3	1.024,0	318,0	373,2
ITALIA	669,9	644,5	644,1	772,8	697,2	637,0	643,0	601,0	665,0	689,0	619,4	579,5	667,9	189,5	176,9
ESPAÑA	643,7	619,3	671,0	662,3	635,8	594,6	507,0	522,5	575,0	618,0	591,3	585,7	614,7	161,0	250,2
España s/ Francia	61%	54%	54%	51%	46%	46%	41%	42%	43%	46%	43%	52%	42%	37%	37%
España s/ Alemania	85%	78%	69%	72%	66%	58%	50%	53%	49%	60%	56%	65%	60%	51%	67%
España s/ Italia	96%	96%	104%	86%	91%	93%	79%	87%	86%	90%	95%	101%	92%	85%	141%
Total 4 países	3.068,5	3.150,2	3.245,0	3.318,9	3.381,8	3.314,3	3.263,0	3.264,9	3.348,3	3.347,3	3.397,6	3.154,9	3.466,4	2.452,8	2.693,4

Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

Tabla 16. *Asistencia a salas de cine los principales mercados europeos continentales (2007-2021). En millones de euros.*

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
FRANCIA	178,4	190,2	201,4	207,0	217,2	203,6	193,7	209,1	205,4	213,1	209,4	201,1	213,0	65,3	95,5
ALEMANIA	125,4	129,4	146,3	126,6	129,6	135,1	129,7	121,7	139,2	121,1	122,3	105,4	118,6	38,2	42,1
ESPAÑA	116,9	107,8	110,0	101,6	98,3	94,2	78,7	88,0	96,1	101,8	100,2	98,9	104,9	27,0	41,4
ITALIA	116,4	99,3	98,9	110,0	112,1	102,6	105,7	98,3	106,7	113,8	99,6	91,7	104,4	30,3	26,6
España s/ Francia	65%	52%	49%	53%	52%	50%	55%	47%	52%	53%	48%	46%	49%	46%	28%
España s/ Alemania	93%	77%	68%	87%	86%	76%	81%	81%	77%	94%	81%	87%	88%	79%	63%
España s/ Italia	100%	92%	90%	108%	114%	109%	134%	112%	111%	112%	99%	93%	100%	112%	64%
Total 4 países	537,1	526,7	556,6	545,2	557,2	535,5	507,8	517,1	547,4	549,8	531,5	497,1	540,9	160,8	205,6
Total Europa 28	920,0	913,0	968,0	952,0	968,0	949,0	906,0	910,0	978,0	992,0	985,0	954,0	1.005,0	299,4	393,7
Total 4 países/Total Europa	58%	58%	58%	57%	58%	56%	56%	57%	56%	55%	54%	52%	54%	54%	52%

Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

6. Conclusiones sobre la situación del mercado cinematográfico europeo y el impacto de la crisis financiera de 2008 y la crisis de la pandemia de 2020.

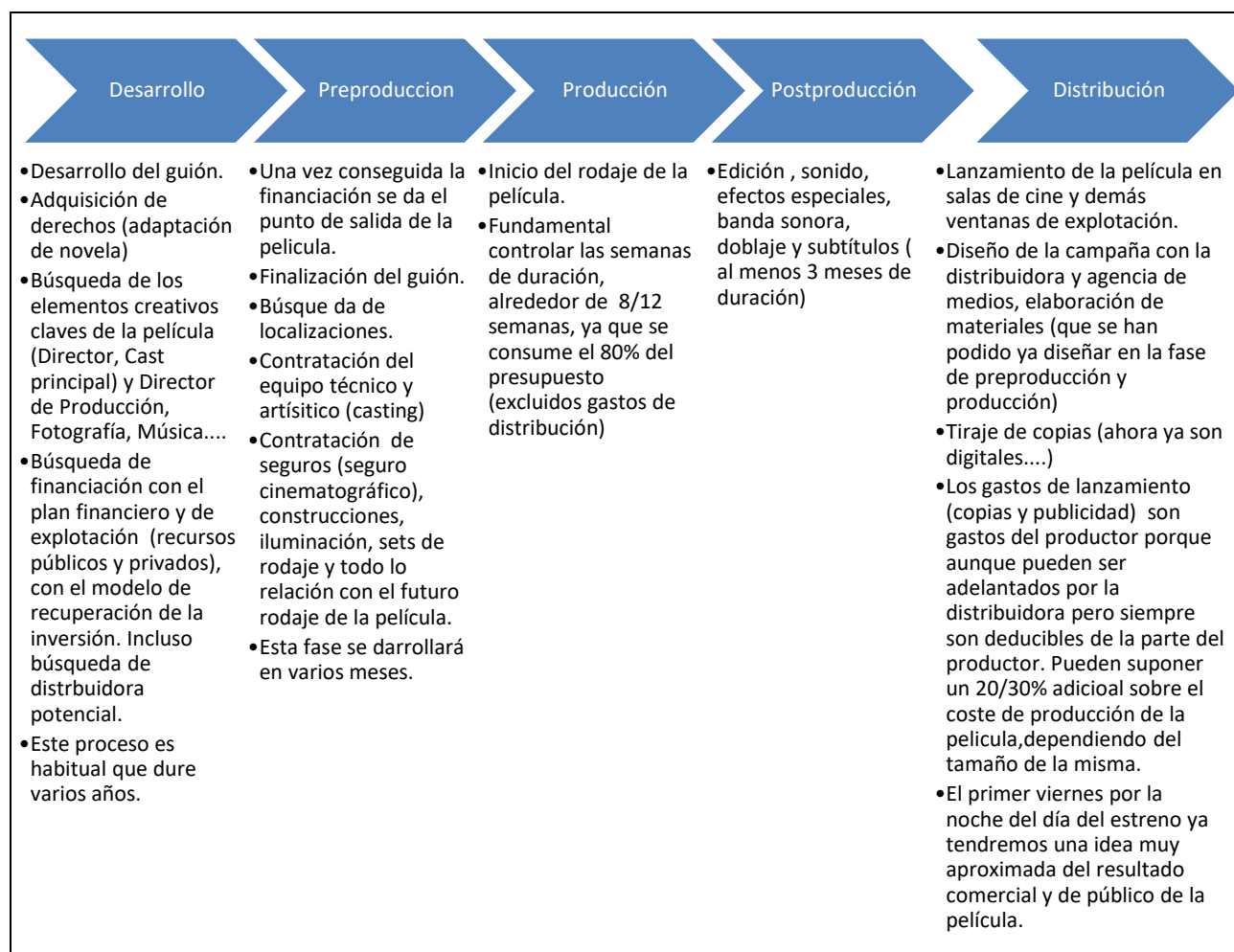
Para finalizar en este breve análisis del mercado cinematográfico europeo, en cuanto a la evolución del número de entradas en el período 2007-2021, las conclusiones son que el mercado ha conseguido, en general, recuperarse de la crisis de 2008 hasta llegar 2019. Francia ha incrementado de forma sustancial la asistencia (19,39%) además de la recaudación (36,35%), mientras que en Alemania la asistencia, aunque permanece estable, con altibajos, produciéndose el incremento de la recaudación (35,11%) por el aumento del precio de entrada. Por su parte, Italia y España pierden espectadores de forma similar, perdiendo ambos 12 millones de espectadores y una caída de 10,3%. Para España supone una disminución de la recaudación de 29 millones de € lo que supone una disminución del 4,51%. Frente a la caída de recaudación de tan sólo 2 millones € de Italia (-0,30%) tal y como se puede observar en la figura 13. Esta recuperación de la crisis de 2008 se ha visto truncada de forma dramática por el efecto del cierre de salas causada por la pandemia de gripe en el primer trimestre de 2020, que ha destruido el mercado de salas cinematográfico europeo.

La caída de la asistencia a las salas tanto por el cierre de estas, la limitación de aforos o el miedo a contraer el coronavirus, ha supuesto la caída en picado de la taquilla.

7. La cadena de valor del sector cinematográfico.

La tradicional cadena de valor del sector cinematográfico se iniciaba en la fase de desarrollo hasta finalizar con la exhibición de la película. En las diferentes fases se realizaban una serie de actividades (tabla 17) que a lo largo de los años han sufrido una transformación.

La revolución digital se ha realizado modificando los métodos y herramientas de trabajo, como por ejemplo abaratando cámaras y eliminado las copias en 35 mm, pero, aunque parezca lo contrario, los procesos en general siguen siendo similares a los que se realizaban antes de la denominada disrupción digital.

Tabla 17. Las fases tradicionales de la producción cinematográfica.

Fuente: Elaboración propia.

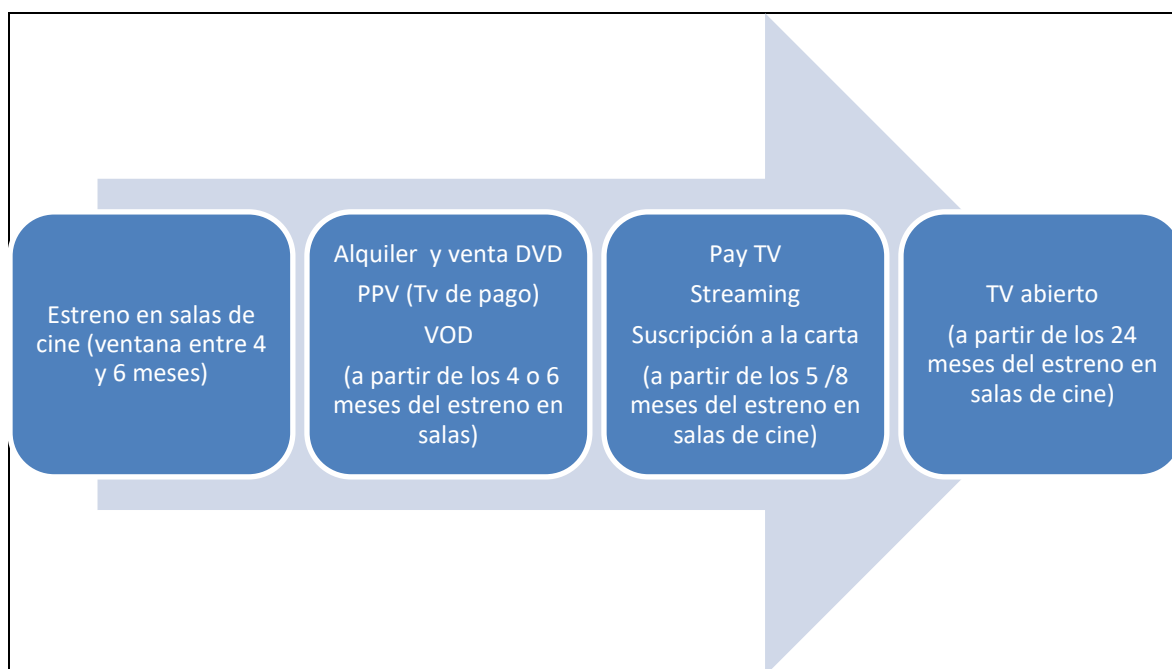
Respecto del sistema clásico de comercialización de la película, consistente en la existencia de las denominadas “ventanas de explotación” se puede considerar vigente, desde la aparición de internet y sobre todo de las plataformas de distribución multinacionales que ofrecen el servicio de *streaming*, la presión para reducir e incluso eliminar las mismas ha sido constante. En el gráfico 18 se presenta de forma muy simplificada el panorama actual.

Tradicionalmente las salas de exhibición cinematográfica eran la primera ventana de explotación y muy importante, en cuanto a las posibilidades de obtener unos ingresos sustanciales, si la película triunfaba entre el público, y, en todo caso, el impacto mediático que le daría valor en todo el plan de explotación posterior, que fundamentalmente se concretaba en el video (en principio VHS y luego DVD), tanto en alquiler (que era el canal que más margen ofrecía al distribuidor y productor) como en venta directa (menos margen

pero más volumen). También impactaba en los precios tanto para la televisión de pago (tanto en su modalidad de pago por visión como de *premium pay*) como en el abierto. Era, y todavía sigue siendo frecuente, el establecimiento de escalados en función del éxito en taquilla para premiar a las producciones que obtengan taquillas sustanciales.

La explotación internacional se iniciaba a los seis meses del estreno, o al menos nunca del mismo para no colisionar, en todas las ventanas de explotación de los países correspondientes, aunque la realidad es que los estrenos de cine que no sea *mainstream* o de alta calidad artística en países distintos de su país de origen en el extranjero son francamente escasos, realizándose las adquisiciones más para el mercado del video y la televisión. Con la aparición de internet, el modelo empieza a transformarse de forma decisiva, primero con la irrupción de la piratería, que permite obtener la película prácticamente en el momento de su estreno en salas y alimentar el mercado ilegal de la copia física (denominado en España muy castizamente el “top manta”) hasta el fenómeno del *streaming*. Ello supuso la destrucción del mercado del video, que ha quedado residual, y, afortunadamente, el despegue de las plataformas de VOD que están normalizando el mercado, adquiriendo los derechos para su explotación legal en internet a través de las diversas modalidades.

Figura 22. Ventanas tradicionales de explotación en el sector cinematográfico



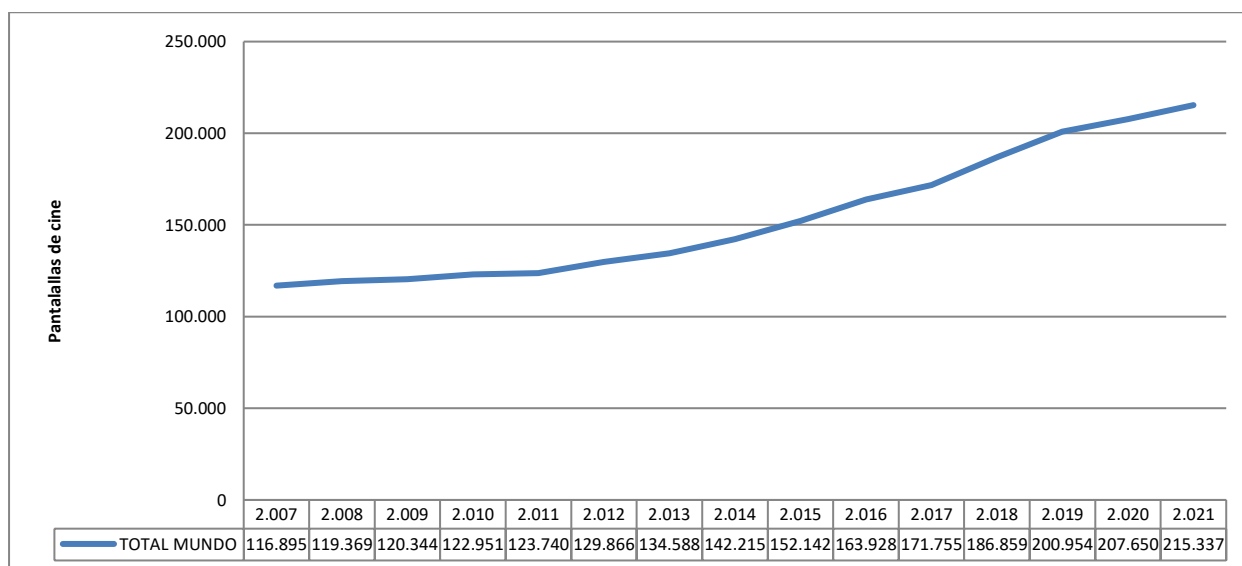
Fuente: Elaboración propia

Existe un interesante estudio de KEA para la Comisión Europea (*Mapping the Creative Value Chains. A study of the economy of culture in the digital age*) donde se exponen las actuales cadenas de valor de las industrias culturales en la era digital, entre las que se encuentra la industria cinematográfica⁹⁶.

En suma, lo que se expone es cómo se está evolucionando del modelo tradicional de la industria en la que intervenían múltiples agentes con responsabilidades distintas, aunque complementarias, a un modelo en que los nuevos agentes, personificados en las plataformas de *streaming* asumen el control de la mayor parte de la cadena de valor del negocio.

Aunque no es objeto de esta investigación, si cabe mencionar la evolución y adaptación constante del sector de la exhibición cinematográfica a los cambios tanto tecnológicos como de hábitos de consumo en salas. Respecto del parque de pantallas en salas de cine las magnitudes siguen siendo significativas tanto en España (que se sigue manteniendo históricamente dentro de los primeros diez países en número de pantallas) como en resto del mundo. El número de pantallas ha crecido de forma sostenida desde 2007 por efecto de China de forma espectacular alcanzando las 200.000 pantallas en 2019 (figura 26).

Figura 23. Evolución del número de pantallas de cine en el mundo (2007-2021).



Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

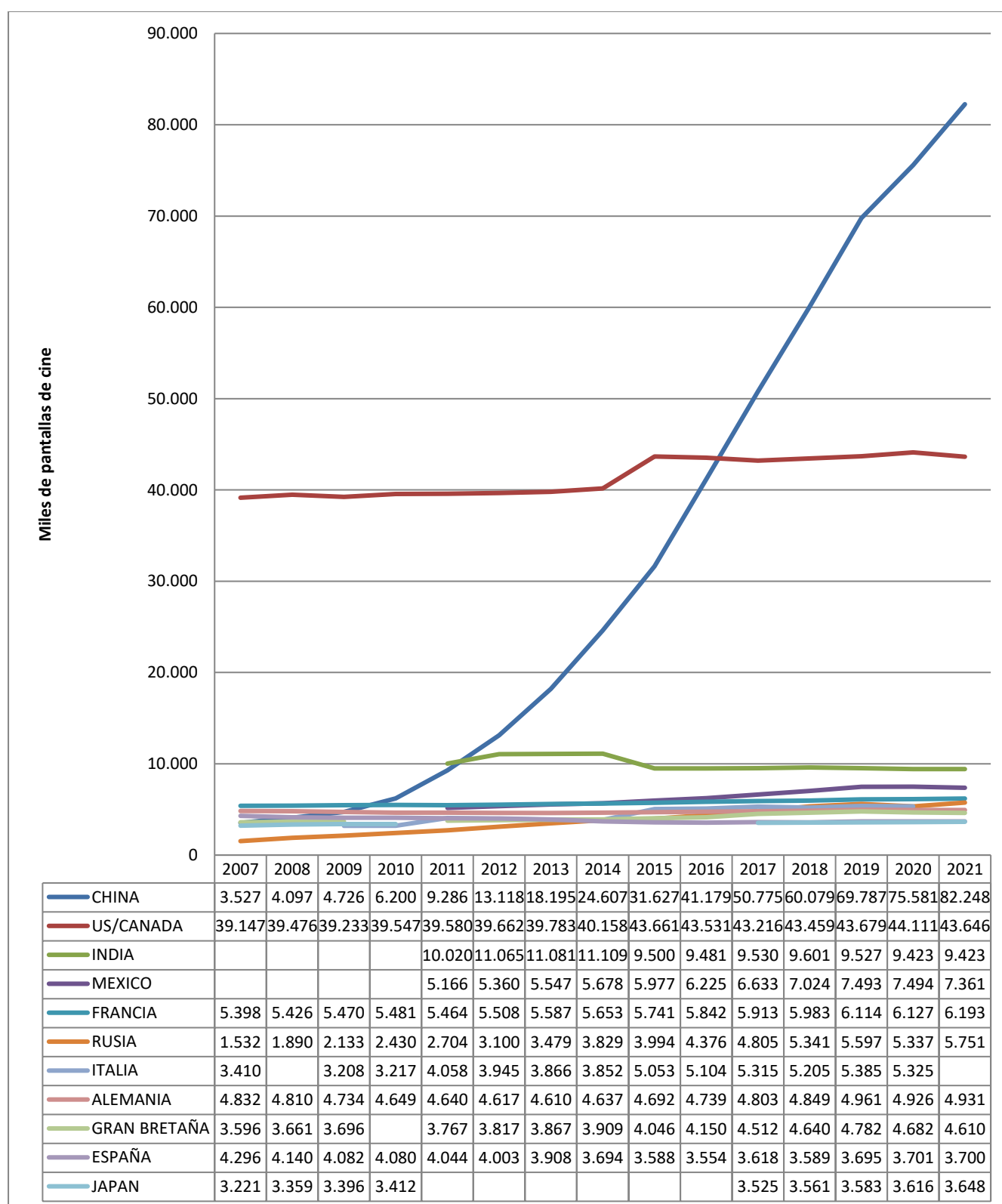
⁹⁶ KEA/ IDEA/ imec-SMIT-VUB (2017): *Mapping the Creative Value Chains. A study of the economy of culture in the digital age*, Bruselas: Comisión Europea. Página 155.

La evolución en los principales países del mundo muestra un lógico crecimiento en aquellos territorios con déficit histórico de pantallas en relación con el tamaño de su población y por tanto su potencial de mercado (como China y México), frente a una madurez en Europa y Japón. En América del Norte ha ido creciendo de forma permanente el parque hasta llegar a las 44.000 pantallas, cediendo el primer puesto mundial frente a China en 2017, que ha llegado a alcanzar las 70.000 pantallas en 2019.

También hay que señalar el proceso de modernización y adaptación digital de las salas de exhibición, que, aunque no es objeto de esta investigación, supone que el mercado de las salas de cine siga siendo una primera ventana esencial para la explotación de las películas cinematográficas, y eso a pesar de la durísima competencia de las plataformas internacionales de VOD. Desgraciadamente, a finales de 2019, en China, y principios de 2020 en Europa y resto del mundo, se desató la Pandemia a la que ya nos hemos referido anteriormente y que ha afectado de forma decisiva al parque de salas de todo el mundo.

El efecto inmediato de la Pandemia se está notando en la disminución de la asistencia a las salas con el consiguiente cierre o riesgo de cierre de estas. Pero en principio, a pesar de las dificultades financieras de las cadenas de exhibición, tanto multinacionales como las cadenas y salas independientes, es previsible que se mantenga el número de pantallas con la esperanza de la vuelta del público, una vez se controle la pandemia. Siempre que la pandemia no haya producido el efecto de alejar definitivamente al público de las salas de cine por el dinamismo de la oferta de las plataformas internacionales de streaming. Hay que señalar que multinacionales como Disney han decidido estrenar algún título importante directamente en VOD causando la ira y el temor del sector de la exhibición⁹⁷ e iniciando un modelo de explotación que realmente va a revolucionar el mercado tradicional. De hecho, las cifras de las pantallas en China no solo no muestran señales de cierre, sino que siguen incrementándose hasta el récord de 82.248.

⁹⁷ Mulan se estrena directamente en Disney+ en septiembre de 2020, abriendo la posibilidad de estrenar grandes títulos sin pasar por las salas de cine. Consultado en: https://www.eldiario.es/cultura/cine/imperio-streaming-contraataca-disney-olvida-salas-cine-tiempos-coronavirus_1_6290275.html (Consultado el 19/1/2021).

Figura 24. Principales países en número de pantallas de cine (2007-2021).

Fuente: Elaborado con los datos de VVAA (2020): Yearbook 2019-2020. Key Trends, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). y Focus 2022.

Capítulo 3. La producción cinematográfica en España como parte esencial del sector cinematográfico español

1. Introducción

La definición de sector cinematográfico engloba tradicionalmente la producción cinematográfica propiamente dicha, la distribución cinematográfica y la exhibición en salas.

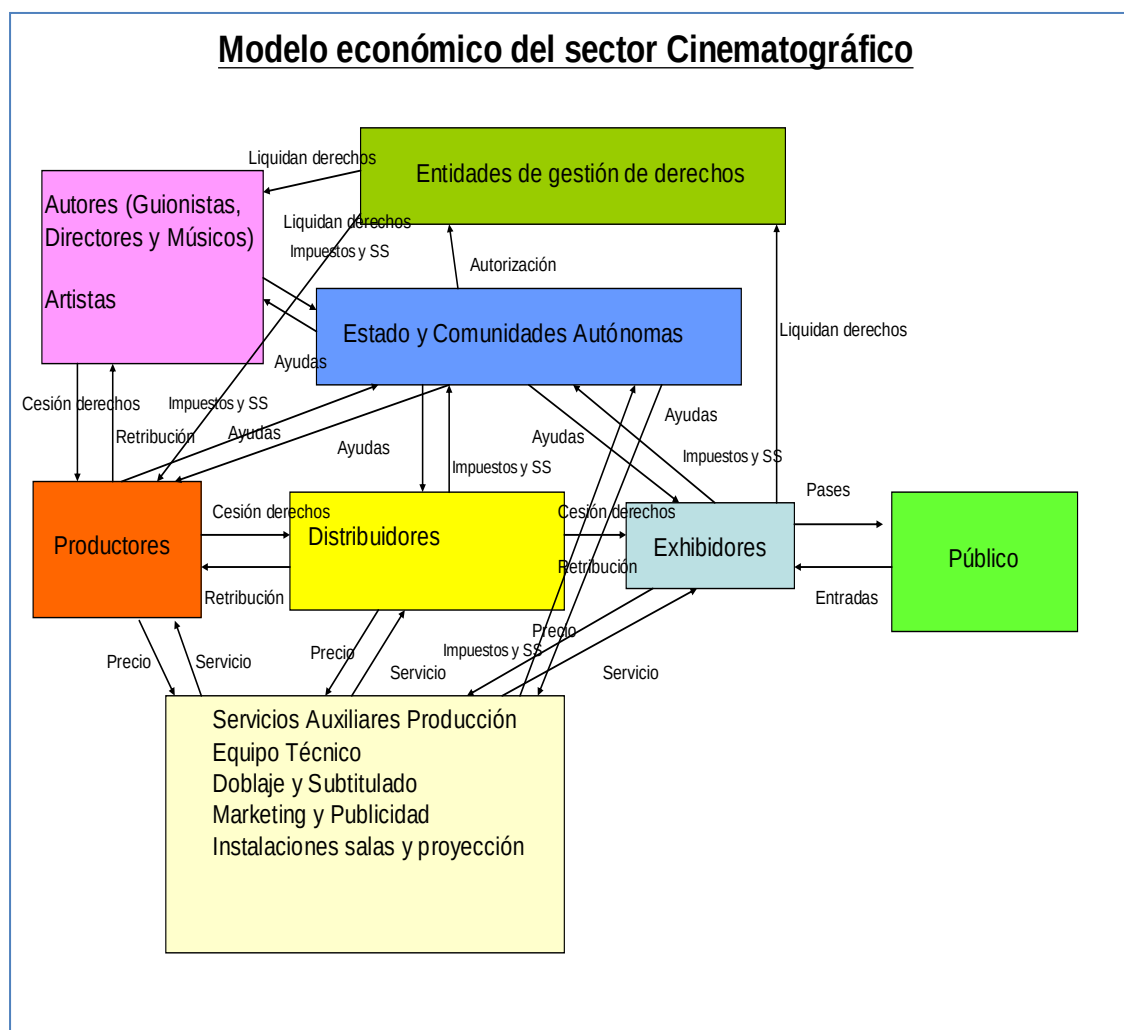
Por otro lado, aunque se incluya al productor “cinematográfico” dentro del sector “cinematográfico”, sus productos audiovisuales son la materia prima para el anteriormente pujante y casi desaparecido sector videográfico.

Actualmente constituyen la base de la oferta al cliente de las plataformas de *video on demand*. Y por supuesto, siguen constituyendo un aprovisionamiento muy importante para los emisores de televisión tanto en abierto como de pago, y tanto públicos como privados.

Por lo tanto, dentro del sector estricto de la producción cinematográfica se hará mención necesaria a la vía de ingresos que suponen los otros sectores (videográfico, televisivo y de VOD) para el productor. Todo ello sin perjuicio del posterior detalle con que se traten todos los sectores con el fin de ofrecer la imagen más completa posible del ecosistema cinematográfico.

En principio, resumimos en la figura 28 el modelo económico general del sector cinematográfico en España, desde la producción de la película hasta su exhibición en salas de cine. Este modelo tradicional, en el que intervienen desde los creadores hasta los exhibidores se volvió mucho más complejo a medida que aparecían nuevas fuentes de comercialización de las películas.

Figura 25. El modelo económico del sector cinematográfico en España.



Fuente: Elaboración propia.

Este modelo “cinematográfico” se sigue manteniendo prácticamente inalterable a pesar de la transformación digital. Los cambios tecnológicos han precipitado cambios en la forma de producir y exhibir las películas (como por ejemplo la desaparición de formato de 35 mm o la forma de rodar) pero las relaciones se mantienen. La creatividad sigue presidiendo el origen del proceso y las relaciones jurídicas y transacciones económicas siguen siendo similares.

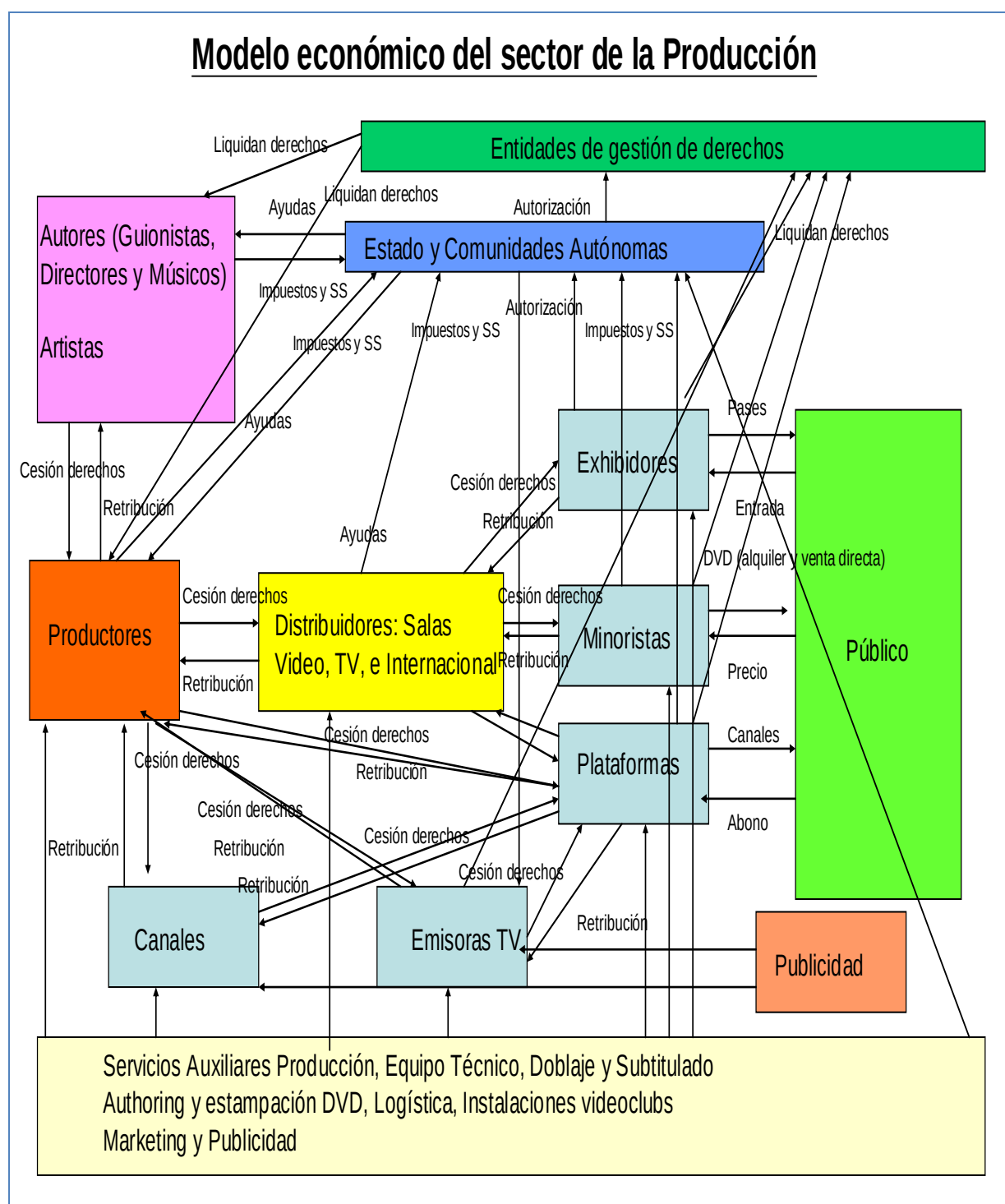
2. La producción cinematográfica en España. El modelo de negocio

El modelo de negocio del sector de la producción cinematográfica (figura 29) se ha mantenido relativamente estable a lo largo de los años, a pesar de las extraordinarias novedades de explotación desde la invención del cinematógrafo. Es posible afirmar que los productores han sido un ejemplo de adaptación a los sucesivos modelos de explotación de sus obras. Han asistido a la llegada, y en su caso desaparición, de modelos de negocio durante todo el siglo XX y primeros años del XXI.

Los productores han presenciado la llegada de la televisión en abierto, que se caracterizaba por emitir de forma gratuita (en paralelo con la de pago que se transmitía por cable), y que amenazaba de muerte (se suponía entonces) a la exhibición en salas de cine. De hecho, el gran divertimento social que constituía la asistencia a las salas se fue sustituyendo por la omnipresente, y en España gratuita, televisión en abierto (en principio, pública).

Posteriormente el soporte videográfico (VHS y DVD) volvieron a amenazar de muerte la supervivencia de las salas de cine. Es posible que ya estuvieran tan acostumbradas a las amenazas que quizás la televisión de pago no les afectó tanto, aunque sí de forma decisiva a principios del siglo XXI el internet y las plataformas de *video on demand*.

Figura 26. El modelo económico del sector de la producción cinematográfica en España.



Fuente: Elaboración propia.

3. La producción de largometrajes en España

Afortunadamente, disponemos de múltiples estudios de alto nivel sobre la producción española de largometrajes para su exhibición en salas de cine, así como interesantísimas aportaciones académicas a la misma. Desde aportaciones centradas en la producción cinematográfica del cine español (García Fernández) hasta excelentes libros sobre sectores concretos como el de la exhibición cinematográfica en España (García Santamaría). Es evidente que la aportación doctrinal ha sido constante y cualificada en todos estos años, mostrando un interés académico que ha ofrecido interesantísimas aportaciones y críticas a la situación de la producción cinematográfica española.

Por ejemplo, señalando que *“el cine español ha tenido una historia rica en aportaciones notables y excelentes más allá de lo que gran parte del público español dice reconocer. El problema que ha derivado en esta apreciación se encuentra en el desconocimiento que se tiene de la producción realizada a lo largo del tiempo”* (García Fernández, Emilio C. y Reyes Moreno, Maribel y Clemente Mediavilla, Jorge: 2013, página 715)⁹⁸.

Asimismo, García Santamaría expone certeramente que *“en la producción cinematográfica no parece aconsejable consumir la mayor parte del presupuesto en mantener una elevada producción de películas anuales, con ratios superiores a los del conjunto de la UE, mientras que el volumen de dinero destinado a actividades de promoción y distribución es claramente inferior al 10% del total. Así, la distribución online exige, al igual que la difusión del cine español en el extranjero, que se la dote de mayores ayudas para crear imagen de marca y estar presente en festivales, certámenes y ferias”* (García Santamaría, J. V. (2018). El cine español en la era digital: transformaciones profundas, actuaciones escasas. En E. Bustamante (Coord.), *Informe sobre el estado de la cultura en España 2018. España y el espacio cultural iberoamericano*. Fundación Alternativas, página 116).

En lo que se refiere a nuestra investigación, hemos analizado la información pública referente a la producción que facilita el ICAA, valorándola y emitiendo nuestra opinión crítica sobre la interpretación de las cifras de producción.

⁹⁸ En este artículo se expone brillantemente la situación de la producción española por García Fernández, Emilio C. y Reyes Moreno, Maribel y Clemente Mediavilla, Jorge (2013) *Público y cine en España. Problemas de identidad y marca para un cine propio*. Estudios sobre el mensaje periodístico, 20 (2). pp. 695-718. ISSN 1134-1629

La producción anual de películas cinematográficas de largometraje (figura 30), incluidas las coproducciones, ha crecido prácticamente de forma ininterrumpida desde 2006 (150 películas).

En 2019 se alcanzaron las 265 películas producidas frente al máximo de las 266 películas producidas en 2018, con un crecimiento sostenido durante los últimos años, superando la caída del año 2012 (182).

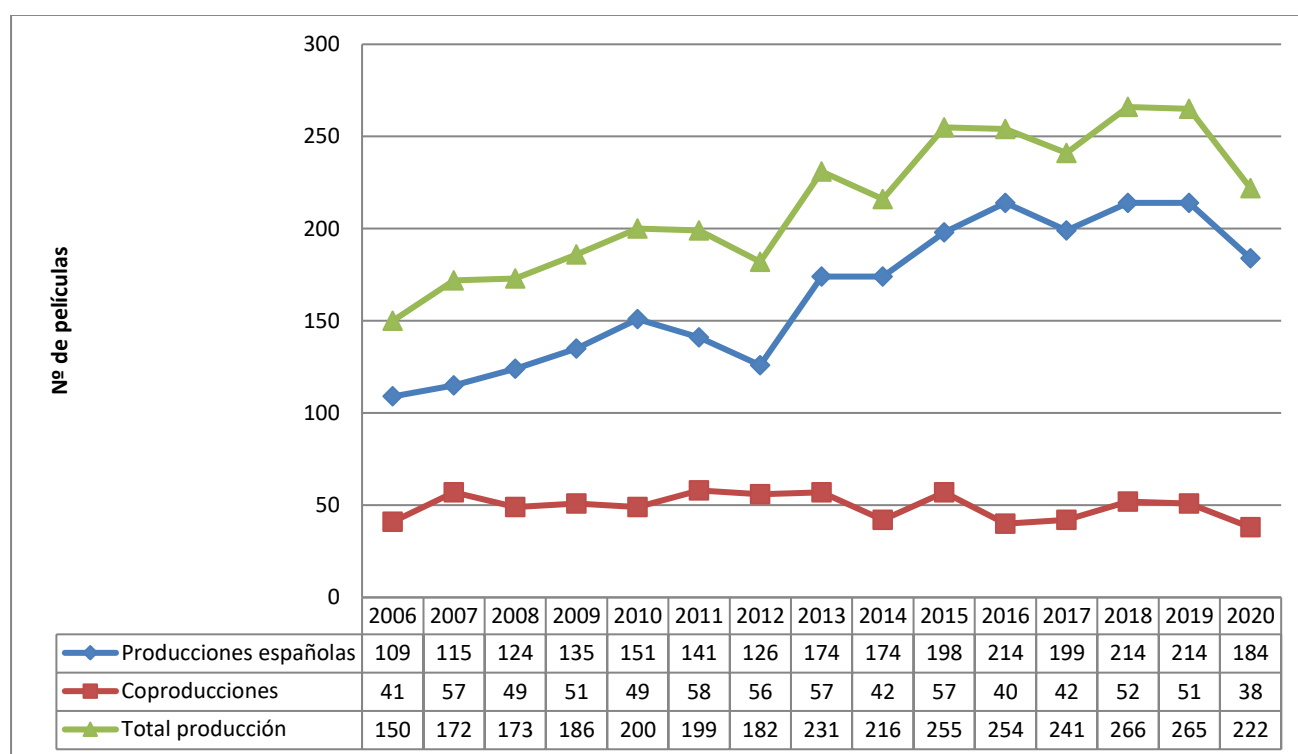
La pandemia de 2020 redujo la producción hasta las 222 producciones, cifra muy significativa dado que el proceso de producción de las películas tiene unos altos costes de interrupción una vez se han empezado las mismas. Los datos oficiales de 2021 todavía no se han publicado (en marzo de 2022) pero las estimaciones son de una recuperación a niveles cercanos a 2019.

Asimismo, hay que señalar que, después de que en el año 2007 se alcanzara un récord (172) con la producción más elevada de los últimos veinticinco años, el crecimiento ha sido permanente.

Ya en el año 2006 (150) se marcó el primer récord en 25 años, después de que 2005 (142) y 2004 (133) superaran la media de los últimos cinco años anteriores (126) y junto con el año 2002 (137) fueran los años de más producción de los últimos catorce años.

En este caso la crisis parece que tan sólo afectó el crecimiento de las producciones españolas manteniéndolas en un cierto nivel que se rompió en el año 2013 (174 producciones), cuando se sobrepasaron ampliamente el nivel de 2012 (126 producciones) similar al de 2008 (124).

Una vez analizada la serie estadística 2006-2020 (figura 27) se puede considerar como un principio general que las producciones españolas se han establecido en el rango de las más de 200 anuales a partir de 2015, número francamente alto.

Figura 27. Evolución de la producción y coproducción española (2006-2020).

Fuente: Elaborado sobre la base de los datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

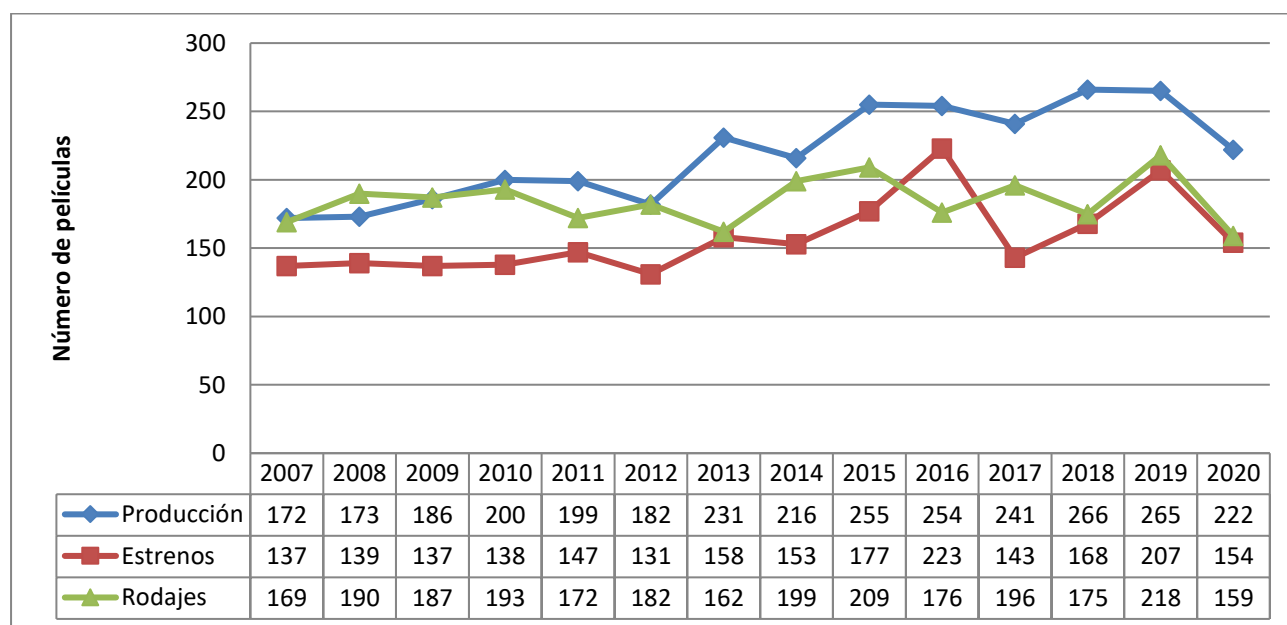
En cuanto al número de producciones estrenadas, también se obtuvieron cifras muy buenas cifras de estrenos de las producciones en las salas cinematográficas españolas (figura 31) en el período analizado. Se llegó a la cifra récord de 223 (2016), aunque el número se desplomó en 2017, con 143 estrenos, cifra más acorde con la realidad y competencia del mercado. En 2018 se recuperó el ritmo de estrenos de películas españolas hasta llegar a los 168 estrenos y en 2019 se volvió a superar hasta los 217. En 2020 los estrenos solo fueron de 154, cifra que sin embargo no es excesivamente negativa, aunque si baja en relación con el alto número de producciones.

Es importante señalar que los estrenos españoles compiten con otros 450 estrenos de películas extranjeras que llegan a nuestras pantallas. Y fundamentalmente se enfrentan comercialmente al poder de las producciones norteamericanas (141 calificadas en 2017). Al final, el mercado de exhibición tiene un límite en el número de salas de cine y pantallas (luego haremos una mención al mercado de salas) así como de semanas de estreno, que lógicamente en el mundo real siguen siendo 52 fines de semana al año.

Y eso que ya se alcanzaron muy buenas cifras en el número de estrenos de películas españolas en el año 2007 (137), en el que se sobrepasaron ampliamente las ya altas cifras tanto de 2005 (120) como de 2002 (122), superando la media de los últimos cinco años anteriores (115).

Es decir, que un número de estrenos entre 150 y 200 anuales son los que parecen razonables para lograr una cierta competencia en el mercado, lo cual no obsta para que todas las películas producidas opten a un lógico estreno en salas de cine. Luego hablaremos de la diferente tipología de las películas (ficción vs. documentales) en lo que se refiere a la comerciabilidad de estas.

Figura 28. Evolución en España de la producción cinematográfica, estrenos en salas de cine y comunicaciones de rodajes (2007-2020).



Nota: Adaptado de ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

Todo ello demuestra una tendencia a lo largo de los años de fortaleza, tanto en el ritmo de producción como en el de estreno, que consolida, desde el punto de vista de las cifras, un crecimiento sostenido que desmiente las señales de crisis que en algunos momentos se han convertido en tópico de la industria española. Al menos en lo que se refiere al número oficial de películas producidas y estrenadas. Dicho lo anterior, todo hay que matizarlo al analizar la tipología de las películas calificadas como cinematográficas.

Las cifras oficiales (figura 32) muestran un elevadísimo peso de los documentales,

que, en general, son producciones de coste de producción en general bajísimo y de escasa rentabilidad económica por la falta de ventanas de comercialización. El hecho de que se califiquen como películas cinematográficas es probablemente consecuencia de las calificaciones jurídicas de cara a ser adquiridos por las televisiones, fundamentalmente Televisión Española, de cara al cómputo legal de obra audiovisual cinematográfica.

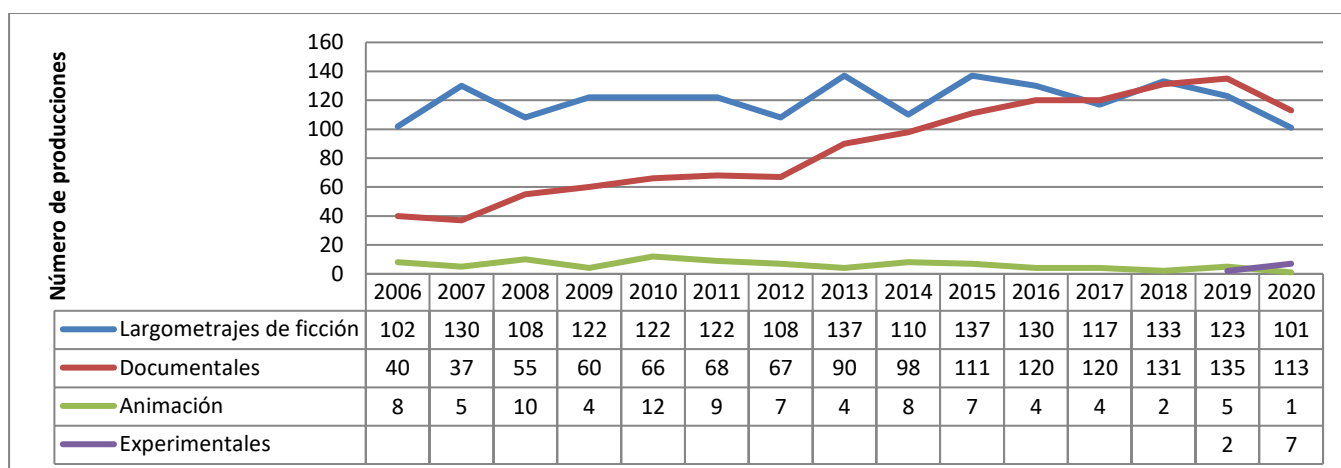
La producción de largometrajes de ficción se ha incrementado un 30% desde 2006 a 2016, mientras que la de documentales lo ha hecho un 300%, pasando de 40 a 120 producciones.

En consecuencia, se puede afirmar que las cifras globales de producción están infladas por el peso de los documentales, manteniendo la producción de largometrajes de ficción en una cifra alrededor de 130 películas por año, las cuales a su vez tienen una tipología de coste muy variada.

En 2019 se introduce una nueva categoría de producción denominada “experimental”, que en 2020 alcanza las películas.

Hay que señalar baja cantidad de producciones de animación en los últimos años, desde las altas cifras de años anteriores.

Figura 29. Evolución en España de la producción cinematográfica de ficción, documentales y animación (2006-2020).



Nota: Adaptado de ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

4. La producción de cortometrajes.

Los cortometrajes, desde el punto de vista industrial, son financiados prácticamente de forma exclusiva por aportaciones públicas, y su difusión es extraordinariamente difícil, y prácticamente inexistente en los circuitos comerciales.

Como bien señala García Fernández (2015), respecto a la dificultad de conseguir una adecuada distribución y exhibición de los cortometrajes:

Sin duda, los espacios adecuados para su proyección fueron y son las salas de cine, lugares que han ido cerrando sus puertas paulatinamente a la programación de cortometrajes porque, básicamente, su tiempo está dedicado a la publicidad (algo sorprendente para el público que asiste a las salas de cine) y los tráileres de los próximos estrenos. Aquí se perdió la gran oportunidad para el sector, pues los ciudadanos españoles se han quedado sin la posibilidad de comprobar la factura de los trabajos realizados (p. 73).

El mismo autor señala que la producción total de cortometrajes, añadiendo los realizados en las escuelas de cine, pueden rondar el millar anual.

Ante tal avalancha de producto podría concluirse que el cortometraje es un producto destinado a desaparecer. Pues la conclusión es la contraria, cada vez se producen más cortometrajes. Parece ser que los problemas anteriormente mencionados de financiación y distribución no son obstáculo para que los directores se lancen de forma permanente a lo que no se puede considerar más que una extraordinaria aventura, que es en lo que se convierte la producción de un cortometraje. En consecuencia, las cifras de producción de cortometrajes son muy altas desde 2006, con sus baches de producción.

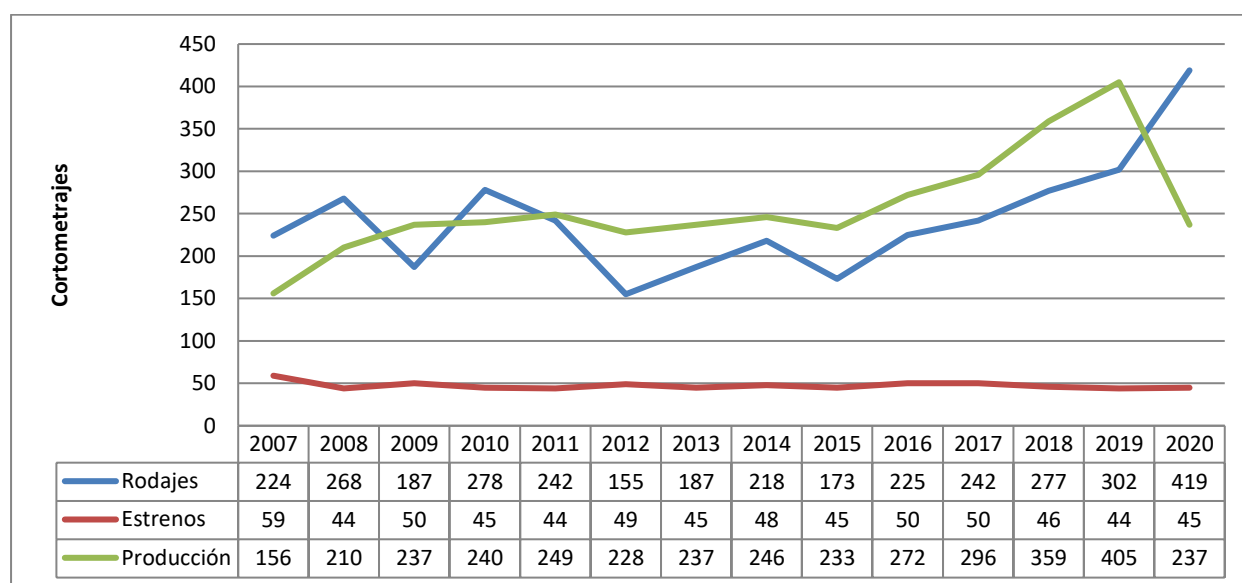
El coste y la rentabilidad de estas producciones son muy escasos. Según datos publicados por especialistas en el mundo de los festivales de cortos⁹⁹, el presupuesto está alrededor de los 5.000/6.000€, aunque seguro que existirán costes inferiores a los citados. Por supuesto también superiores, alrededor de los 25.000€ /35. 000€.Y las fuentes de financiación son básicamente las ayudas públicas, tanto nacionales, como autonómicas y locales, así como las que pueden obtenerse de la asistencia a festivales.

⁹⁹ <http://korterraza.com/hacer-un-corto-rentable/>.

Para el año 2018, se convocaron por el ICAA ayudas públicas nacionales para proyectos por un importe total de 600.000€. Se concedieron ayudas entre 2.520€ y 24.500€ entre 39 proyectos de los presentados. Algunos se quedaron fuera, aunque reunieron los requisitos de puntuación, por exceder el total presupuestario del ICAA. El máximo por proyecto se estableció en 30.500€ y siempre que no superara el 75% del coste¹⁰⁰.

De hecho, los estrenos se han estabilizado en alrededor de 50 al año, cifra francamente muy inferior al volumen de producción, que es prácticamente seis veces superior (296 en 2017). A pesar de la potencialmente escasa rentabilidad económica no se detiene. La producción realmente no se detiene. En 2019 se alcanza un récord de rodajes (302) incluso superado en 2020 (419). Todos estos datos se reflejan en la figura 33.

Figura 30. Evolución en España de los rodajes, estrenos y producción de cortometrajes (2007-2020).



Nota: Adaptado de ICAA. *Anuario de Cine* y SGAE *Anuario de las Artes escénicas, musicales y audiovisuales* (2021).

Los datos de espectadores ofrecidos por SGAE se reproducen en la figura 34.

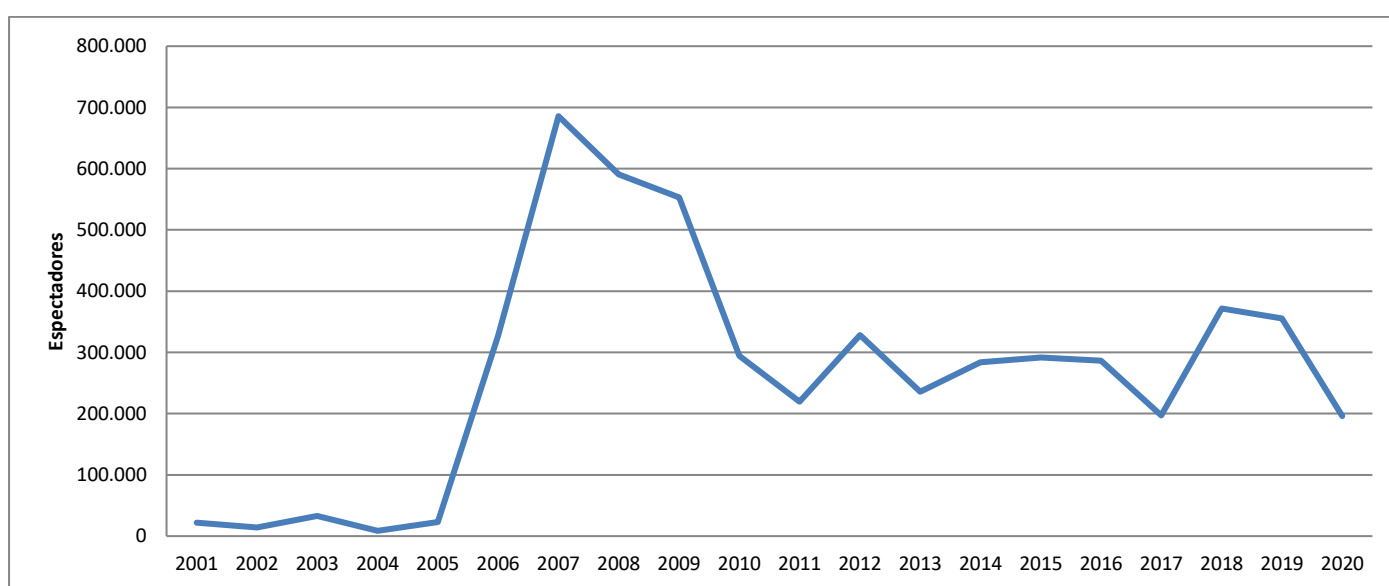
El año 2006 significó un fuerte incremento tanto del número de cortometrajes producidos como de los espectadores, tendencia que llega rápidamente a su máximo en el

¹⁰⁰ Toda la información legal referente a la convocatoria está disponible en línea en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/general/05/051800/ficha/051800-2018.html> (consultado el 1/7/2019). La resolución definitiva está disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:fad951cf-1f2c-4f98-bf15-edd66510e672/resolucion-definitiva-cortometraje-proyecto-2018.pdf>.

siguiente año 2007, y empieza a descender bruscamente en los siguientes años hasta el 2010, manteniéndose desde entonces en una banda entre 200.000 y 300.000 espectadores anuales. Cifra que aun siendo inferior a la alcanzada en 2007 (alrededor de 700.000 espectadores) es extraordinariamente superior a las raquíticas cifras inferiores a los 30.000 espectadores del periodo 2001 a 2006.

La Pandemia de 2020 afectó de forma similar a la exhibición de largometrajes, disminuyendo de los 355.379 espectadores (2019) hasta los 196.192 espectadores (2020).

Figura 31. *Espectadores de cortometrajes en España (2001-2020).*



Nota: Adaptado de SGAE *Anuario de las Artes escénicas, musicales y audiovisuales*. Publicación anual desde 1999 a 2020.

Por último, no podemos más que suscribir la reflexión que realiza el profesor García Fernández (2015) sobre el sector del cortometraje en España:

Así las cosas, sorprende la supervivencia del sector, con una larga nómina de directores y, especialmente, con un amplio marco escenográfico que proporcionan los numerosos festivales de cine corto que hay en España, empezando por el Festival de Alcalá de Henares (Alcine) el más veterano. (p. 73)

5. Panorama de las empresas productoras cinematográficas y audiovisuales.

La figura del productor cinematográfico, concretamente el español, ha sido objeto de análisis doctrinales, sobre todo sobre la base de los datos económicos y mercantiles de las compañías productoras, así como de las memorias de las personas físicas que realizaban las tareas de producción a través de dichas compañías¹⁰¹.

Por un lado, podemos asegurar que, aunque existen investigaciones e interesantes aportaciones al respecto¹⁰², estimamos que sería interesante disponer de un mayor volumen de investigación sobre una figura tan importante en la cinematografía como es la del productor independiente.

Asimismo, en general, se puede percibir que en la doctrina académica la figura del productor cinematográfico se percibe con un cierto recelo respecto del reconocimiento a su labor empresarial. No se trata tanto de que se niegue la indudable calidad artística, técnica e incluso comercial de algunos de los grandes directores/productores, al igual que guionistas, músicos y actores del sector. Se trata más bien de poner de manifiesto las perversiones que el sistema (muy condicionado por las políticas estatales de ayudas al cine) ha creado en el modo de producción a lo largo de los últimos setenta años, al menos desde la finalización de nuestra Guerra Civil.

Sin entrar en una detallada explicación histórica de la evolución del perfil socioeconómico de los productores españoles, sí es significativo señalar que la atomización en el sector es una constante en toda la historia de la producción española.

Como dicen Riambau y Torreiro (2008) al hablar sobre la búsqueda de información sobre los productores y el enorme número de empresas productoras que se encuentran como titulares de la producción en toda nuestra historia del cine en España:

El resultado global arrojaba un volumen ingente e inabarcable de empresas productoras responsables de algún título a lo largo de la historia del cine español, con lo que decidimos poner algún coto, algún límite en que definiera empresas de una mínima consistencia y representatividad. (p. 21)

¹⁰¹ Como buen ejemplo la publicación de Riambau, Esteve y Torreiro, Casimiro (2008): *Productores en el cine español. Estado, dependencias y mercado*, Madrid, Cátedra/Filmoteca Española.

¹⁰² Es muy interesante el estudio de Deltell Escolar, Luis y Clemente Mediavilla, Jorge (2016): “Productoras españolas en la red. Actividad en Twitter y Facebook” *Estudios sobre el mensaje periodístico*, ISSN-e 1134-1629, N° 22, 2, 2016, págs. 969-980. en el que concluye que los resultados son decepcionantes salvo en dos casos: la productora El Deseo y Antena 3 Films.

En el exhaustivo artículo publicado por el profesor García Fernández (2009) sobre “la figura del productor en la industria cinematográfica española”¹⁰³, y refiriéndose al constante apoyo del Estado al sector de la producción cinematográfico desde después de la Guerra Civil hasta prácticamente nuestros días, se expresa con una cierta amargura que:

Las productoras fueron en su mayoría nominales, es decir, de persona física. Las actuaciones de las diversas comisiones y subcomisiones dejaron al descubierto el mal endémico del cine español: el proteccionismo y la reinterpretación de las normas por parte de los implicados en la industria. No se consigue la recapitalización de las empresas productoras porque, en gran medida, se sostienen en la escasez de recursos propios. (p. 41)

En el mismo artículo, García Fernández concluye con una extensa disertación sobre lo que califica, en general, mala praxis de los protagonistas del sector de la producción; es decir, los productores. Debido, fundamentalmente al efecto nocivo del clientelismo que genera a una industria el hecho de depender, prácticamente de forma exclusiva, de los fondos públicos. El autor no ve solución al dilema que se plantea respecto de una industria que no funciona cuando “ha dependido de sus propios recursos” y tampoco despegar cuando “el Estado asume el control de la industria”:

El profesional de la producción se ha desdibujado en la inestable industria de cine española. No sabemos qué fue lo que generó la situación que se ha vivido a lo largo de los años. Estamos ante un perfil indescriptible por cuanto, cuando ha dependido de sus propios recursos, no estaba el mercado al nivel necesario como para abordar la producción de una o varias películas con la creencia –y seguridad– de una rentabilidad a plazo medio (tres-cinco años). Cuando el Estado asume el control de la «industria» se abre una puerta que, a priori, parece garantizar la continuidad del profesional de la producción. No obstante, las circunstancias ambientales –políticas e industriales– dieron origen a un personaje aventurero que se protegía al máximo a la hora de diseñar su viaje empresarial. Los recursos ajenos se convirtieron en la piedra angular en el desarrollo de la profesión, y todo ello más allá de un régimen determinado. (p. 44)

¹⁰³ García Fernández, Emilio C. (2009): “La figura del productor en la industria cinematográfica española”, en Javier Marzal Felici y Francisco Javier Gómez Tarín (editores) (2009): *El productor y la producción en la industria cinematográfica*, Madrid: Editorial Complutense.

Asimismo, considera que ni siquiera el éxito (aunque más que éxito lo denomina “eco”) de algunas películas no significa necesariamente un avance de la industria, sino que han empujado a los productores a seguir adelante en sus posiciones, creando lo que podríamos denominar una “burbuja” en la producción:

Cuando se dan demasiadas facilidades para el desarrollo de un sector industrial, la motivación deja de ser un valor para hacer bien las cosas, para elaborar a la perfección el producto que se tiene entre manos y se va a lanzar al mercado. El eco de algunas películas ha hecho crecer el mercado, muchas veces de manera artificial. El productor al hilo de ciertos resultados se ha envalentonado y afrontado proyectos que le permitan medrar pero que no aportan una imagen relevante. Aunque sumido en el desconcierto emanado de su propia actuación, no fue impedimento para que continuara ejerciendo su profesión como si su presencia resultara imprescindible para sostener la industria. (p. 44)

El autor insiste en lo dañino que resulta para el productor independiente el modelo clientelar que impide crecer y madurar al sector de manera solvente:

Pensamos que fruto de la insolvencia de la mayoría de los protagonistas del sector, de la especulación y la picaresca que le ha dominado, el productor no ha podido existir, crecer, madurar o demostrar una personalidad solvente. Lejos de atribuirse el protagonismo que le corresponde, ha sabido vivir a la sombra de un árbol protector que le ha dado cobijo a lo largo de setenta años. (p. 44)

Por lo que propone una reflexión en profundidad sobre el propio sector a fin de evitar el excesivo intervencionismo o, mejor dicho, proteccionismo y paternalismo estatal. Todo ello en aras del desarrollo de un modelo económico de mercado, entendemos, de corte liberal en el que las decisiones del mercado y del cliente sean las que fijen la oferta de contenidos:

Se hace necesaria y obligada una reflexión en profundidad, saber que las carencias están en el propio sector: que la dependencia estatal no debe existir como tal, que el mercado hay que desarrollarlo y que se deben potenciar con realismo los proyectos más adecuados, maduros y solventes que exige un mercado cada vez más complejo. El problema final es que el productor se encuentra en la encrucijada de un mercado en lento e imparable retraimiento, debido a la existencia de nuevas ventanas de comercialización, una competencia muy fuerte y, sobre todo, con un cliente que

demanda otro tipo de consumo. (p. 44)

Por último, apuesta porque una nueva generación de investigadores pueda aportar más luz al fenómeno de la producción, con lo cual deja un cierto atisbo a la esperanza:

No podemos decir otra cosa que el sector de producción de cine en España ha sido y es complejo, pero que se necesita profundizar en él para entender el porqué de su inestabilidad. Sólo nos queda tener el ánimo suficiente para que los nuevos investigadores decidan entrar en estos territorios con el fin de dar luz sobre un sector poco permeable. ¿Será su opacidad un síntoma de sus males? (p. 44)

Recientes investigaciones como las de Pérez-Rufí, J., & Castro-Higueras, A. (2020)¹⁰⁴ muestran un cierto optimismo al analizar determinadas producciones exitosas desde el punto de vista comercial, aunque al final se vuelve a constatar el escaso tamaño empresarial de las compañías de producción española:

En definitiva, podemos concluir que la situación del sector de la producción cinematográfica en España es el resultado directo de las medidas políticas adoptadas no sólo a nivel nacional, sino también a nivel europeo. De esta forma, la protección y la promoción de la obra española y europea ha incentivado la producción y la industrialización de esta, pero lo ha hecho sólo en un reducido número de empresas con capacidad financiera y alianzas suficientes para abordar la creación de películas capaces de atraer la atención del público y de lograr buenos resultados en su explotación comercial. (p. 180)

La percepción de que la producción cinematográfica ha sido beneficiada por ayudas pública que no han sido empleadas de forma eficaz para desarrollar una industria autosuficiente seguía siendo evidente a principios del nuevo siglo en autores como Pablo Martí, F., & Muñoz Yebra, C. (2001)¹⁰⁵. Dichos autores señalan la contestación del sector a los posibles intentos de eliminación de las medidas de apoyo, reacción por otra parte comprensible en cualquier sector al que se le intente eliminar una política estatal de ayudas. Concretamente dicen:

¹⁰⁴ Pérez-Rufí, J., & Castro-Higueras, A. (2020). Producción de cine en España: el éxito condicionado por las empresas participantes. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(1), 169-182.

¹⁰⁵ Pablo Martí, F., & Muñoz Yebra, C. (2001). Economía del cine y del sector audiovisual en España. ICE, *Revista De Economía*, 1(792).

Los resultados de estas medidas han sido, en general, poco fructíferos, pero no por ello han dejado de ser demandados por las empresas del sector, es más, los tibios esfuerzos para su eliminación realizados desde la Administración han recibido una fuerte contestación. (p. 126)

Asimismo, dichos autores, analizando los resultados de taquilla de las películas de los períodos analizados (la década de los años 90) se concluía manifestando de nuevo la permanente debilidad del sector:

Estos datos nos bosquejan una producción cinematográfica española de marcado carácter artesanal, en la que las empresas se crean, en gran medida, para la realización de un proyecto concreto o para la utilización de un factor productivo específico del que se dispone —como puede ser un director o un actor— y no, como ocurre en otros países, en los que las empresas se conducen con criterios puramente de mercado. Aunque esta estructura puede suponer una mayor riqueza desde el punto de vista cultural o artístico, al generar un cine básicamente «de autor», desde el punto de vista económico genera unos resultados parcos. (p. 127)

Aunque también se pueden encontrar ejemplos de investigaciones más recientes con resultados más positivos para la producción española (Noriega Patiño, María Gabriela (2018):

Afortunadamente, la percepción hacia la cinematografía española está cambiando, gracias a la configuración, igualmente de forma espontánea, de una imagen más positiva. Pero que no escapa de volver a pasar por otras crisis. Para tener un buen manejo y capacidad de control de esta situación, se debe trabajar en construir una mejor imagen y establecer una relación de empatía con el espectador, conectando con todos los públicos, fidelizando a los espectadores cautivos y atrayendo a las audiencias más desalentadas. (p. 406)

En este punto me permito lanzar un mensaje de reconocimiento a la profesionalización que se ha producido, al menos desde principios de los años 90 que fue cuando el que suscribe estas líneas inició su andadura en el sector audiovisual español.

En primer lugar, es obligado citar al siempre querido productor y también distribuidor D. José Antonio Sainz de Vicuña y Soriano, a través de su productora Impala, y su distribuidora Warner Española (para el producto de la *major* Warner) y Sogepaq (para las producciones españolas e independientes). El cual junto a su equipo de socios

(fundamentalmente la familia Vicuña) y directivos, como D. Luis Hernández de Carlos, (que en su última etapa defendió los intereses de la distribución cinematográfica en Fedicine) y D. José Manuel Huerta (con quien me inicié en el mundo de las finanzas cinematográficas), realizaron una encomiable labor de producción y distribución de cine español, con la base que para ello ofrecía disponer de los acuerdos de distribución con las *majors* norteamericanas. De esa etapa se puede señalar la apuesta en la distribución de películas como *Acción Mutante* (1993), de Alex de la Iglesia, y su posterior *El Día de la Bestia* (1995), convertidas actualmente en películas de culto, por su frescura y arriesgados, maravillosos y, en cierto modo, estafalarios planteamientos.

Por supuesto mencionar a los extraordinariamente originales, prolíficos e industriales hermanos Agustín y Pedro Almodóvar (con su productora El Deseo), que consideraron Warner Española como su distribuidora de confianza desde los primeros momentos de su carrera.

También quiero resaltar la figura del maestro José Luis Cuerda (con su productora Producciones El Escorpión), con el descubrimiento que supuso *Tesis* (1995) y el genial Alejandro Amenábar (guionista, director y posteriormente productor) para el resto de los mortales. Así como los entrañables José María Calleja (productor) y Juan Luis Galiardo (actor y productor), llevando a la pantalla los guiones del gran José Luis García Sánchez.

Por supuesto hay que señalar al incansable productor Enrique Cerezo, el mayor tenedor de negativos de producciones españolas y que recientemente lanzó una plataforma OTT, llamada Flixolé, bien pertrechada de películas españolas, en pleno dominio de Netflix. Así como a productores de la talla del prolífico Gerardo Herrero (con una producción de la más constante y permanente del cine español), Eduardo García Campoy, José Manuel Lorenzo (productor no solo cinematográfico, sino también teatral, así como importante ejecutivo en Canal +) o Andrés Vicente Gómez (con su Oscar a *Belle Époque* (1992) de Fernando Trueba y sus proyectos en tierras árabes).

Quiero recordar también aquí a los compañeros del Grupo Prisa, en sus distintas empresas y marcas (Sogecable/Sogecine/Sogepaq), que han seguido su propio y enriquecedor camino, como el gran productor Fernando Bovaira y su socio Pablo Alfaro (Mod Producciones). Los también antiguos compañeros del Grupo Sogecable como la extraordinaria Belén Atienza (y su impresionante labor con el enorme director Bayona), Gustavo Ferrada (Convoy), María Angulo, Enrique López Lavigne (Apache Films), Eduardo

Chapero Jackson y la muy apreciada Beatriz Bodegas.

También señalar aquellos productores con los que colaboré en mi etapa de Vértice Cine, como el genial Tomás Cimadevilla y la eficaz financiera y productora Marta Pastor (ambos socios de Telespán y creadores de exitosas películas como *El otro lado de la cama*, de los que además de producir distribuimos películas como *Pagafantas* y *Una hora más en Canarias*). El exitoso y tenaz Gonzalo Salazar-Simpson (que alcanzaría posteriormente un tremendo éxito de taquilla con sus *Ocho Apellidos Vascos* y *Ochos Apellidos Catalanes*). Los queridos productores andaluces Gervasio Iglesias y Antonio Pérez (incansable y prolífico productor). El incombustible, por su larga y riquísima trayectoria, Francisco (“Paco”) Ramos (pasando de su enriquecedora etapa española a sus labores directivas en Netflix). Los productores de la prolífica productora Morena Films, Juan Gordon, Álvaro Longoria, Pilar Benito y Pedro Uriol, con quien tuve el placer de distribuir películas como *Carne de Neón* y *Bon Appetit*. Así como los grandes productores gallegos Emma Lustres y Borja Pena (de Vaca Films) o los maravillosos Fernando Trueba y Ana Huete (con quienes distribuimos *El Baile de la Victoria*).

Y también resaltar a los distribuidores, no sólo *majors* (que trabajan duramente con el producto internacional referido más sus adquisiciones locales) sino también los independientes, que son decisivos para la producción nacional. Como el mismo José Antonio Sainz de Vicuña, la empresa Filmax (y Castelao) de los hermanos Fernández (y también por Laura Fernández), Tripictures de los hermanos Ortiz (aunque siempre más centrado en producto internacional *mainstream*), Wanda, de José María y Miguel Morales (fundamental con sus maravillosos documentales), Dea Planeta (del Grupo del mismo nombre), Golem, Vértigo, y la actualmente extinta Alta Films, de Enrique González Macho. Señalar que la distribución independiente si a veces parece que está a punto de fallecer, simplemente se reencarna, con nuevas distribuidoras, creadas por personas veteranas en el sector, como Caramel (Enrique González Khun), BTeam (Alex Lafuente, Lara Pérez Camiña y Ania Jones) o AContracorriente (Adolfo Blanco y Amalia Blanco), Syldavia, Elamedia (Butragueño y Silvia Lobo) y todas aquellas que siguen llevando cine de calidad a nuestras pantallas de cine y de televisión, incluidas las plataformas de VOD. No hay que olvidar a los importantísimos agentes de ventas internacionales como Latido Films (Antonio Saura) o Film Factory (Vicente Canales), tan esenciales para la distribución internacional de nuestro cine español.

Así como los otros grandes agentes de la industria, tan fundamentales como los exhibidores, tanto independientes (como Filmax) como las grandes y tradicionales cadenas de exhibición como Cinesa y Yelmo, ambas cadenas ahora en manos de multinacionales.

Todos ellos han ido construyendo una industria española con impacto internacional, que a pesar de todo (crisis económicas, políticas y sanitarias) sigue ofreciendo historias que contar y con las que disfrutar.

Por todo ello, no puedo compartir algunas de las referencias excesivamente pesimistas que a veces se realizan respecto de la falta de solidez de nuestra industria de producción y audiovisual,

Por otro lado, y tal como también indica el citado profesor Emilio C. García Fernández, años después del artículo citado anteriormente, a partir de la irrupción de la televisión privada y sobre todo con la entrada del nuevo siglo es absolutamente innegable el tremendo poder adquirido por los operadores televisión en el sector de la producción y, en consecuencia, en la decisión sobre las historias que se cuentan por nuestros cineastas:

Es un hecho que el sector de producción ha pasado de estar en manos de profesionales de referencia a ser controlado por las empresas de televisión que finalmente, y más allá de la imposición legal, han decidido establecer unas normas en las que han caído las empresas cinematográficas. Producen cine, diseñan buenas campañas publicitarias a través de sus canales y, posteriormente, los explotan en sus propios ámbitos. (p. 51)

Por tanto, seguimos observando centenares de empresas productoras independientes, aunque en la práctica, las principales están dominadas por los grandes grupos de operadores de televisión españoles (básicamente Mediaset y Atresmedia), a pesar de que tanto la legislación europea como la española siguen consagrando la figura central del denominado productor independiente. Posición dominante de los principales operadores de televisión que se traslada actualmente a las nuevas plataformas internacionales de streaming que han irrumpido en los últimos años (Netflix, Amazon, HBO).

En mayo de 2022, las productoras españolas se caracterizan por los rasgos siguientes. En primer lugar, y tal y como ha señalado la totalidad de la doctrina anteriormente citada (Alvarez Monzoncillo, Emilio C. García, Bustamante, entre muchos otros), por una extraordinaria atomización de la producción.

Según datos oficiales del ICAA, en 2020 existían 340 productoras censadas que habían participado en alguna película en España, lo que constituye un altísimo número histórico, aunque el máximo fue de 389 (2018). Hay que tener en cuenta que es habitual que una película pueda ser coproducida por varias productoras, lo que explica que sea muy superior el número de productoras frente al número de películas rodadas.

La evolución del número de productoras operativas desde el año 2000 ha sido imparable desde el medio centenar de el año 1995, alcanzado rápidamente el centenar a principios de 200, y superando en 2017 el nivel de 200 y en 2015 el nivel de 300.

Sin embargo, es destacable que la inmensa mayoría solo producen una sola película al año. En el año 2016 se estableció un récord de 299 empresas que han participado en la producción de una sola película (en 2015 fueron 298). En 2017 la cifra bajó a 282. En 2018 y 2019 se establecieron nuevas cifras máximas de 340 y 316 productoras respectivamente, En 2020 el número disminuyó a 293, lógicamente por efecto de la Pandemia.

Existen productoras que se constituyen especialmente para la producción de una película y luego cesan en su actividad. El ritmo “normal” de producción en aquellas productoras ya establecidas es de un estreno cada dos años. Prácticamente el 85% de las productoras sólo participa en una sola película. Esta tendencia se acentuó desde 2005 (81,25%). El número de empresas que participan en 5 o más películas, es muy bajo, siendo la media de los últimos 13 años de 4 (aunque en 2007 el incremento fue notable, al pasar a 9).

Una de las razones del extraordinario crecimiento de sociedades productoras de una sola película tiene que ver con la constitución de AIEs productoras por razones fiscales. Son productoras jurídicamente hablando, pero participadas por inversores financieros y productoras cinematográficas, con todo lo que ello significa de intereses distintos de los meramente cinematográficos. Los denominados “inversores fiscales” tienen unos intereses absolutamente ligados a la rentabilidad económica de su inversión, más que al buen resultado comercial y artístico del proyecto que financian. De forma que incluso se puede dar la paradoja que para un inversor fiscal la pérdida económica en la producción de una película suponga un beneficio económico, al poder imputarse en sus declaraciones de ingresos de renta o sociedades, las bases imponibles negativas que causen las pérdidas de la actividad comercial de la película. Lo cual no deja de ser un verdadero absurdo comercial y económico, y entra dentro de las consecuencias derivadas de las estructuras fiscales que los Estados diseñan para el impulso de determinadas actividades económicas. En consecuencia, ese número cercano a las 500 productoras tiene más que ver con la creación de entidades

jurídicas para la participación en la producción de las películas por razones fiscales que con un fenómeno de dinamismo empresarial en la producción.

Tabla 18. *Evolución del nivel de producción de las empresas (1995-2020).*

Año	Nº empresas	Nº empresas que han participado en una sola película	Nº empresas que han participado en 2 a 4 películas	Nº empresas que han participado en 5 o más películas
1995	56	43	76,79%	11
1996	91	75	82,42%	12
1997	79	64	81,01%	12
1998	64	57	89,06%	6
1999	62	46	74,19%	10
2000	90	71	78,89%	17
2001	93	70	75,27%	18
2002	141	106	75,18%	30
2003	120	90	75,00%	25
2004	142	111	78,17%	27
2005	160	130	81,25%	27
2006	183	138	75,41%	41
2007	213	167	78,40%	37
2008	217	179	82,49%	34
2009	234	191	81,62%	36
2010	250	199	79,60%	44
2011	259	218	84,17%	37
2012	246	212	86,18%	32
2013	267	226	84,64%	37
2014	276	242	87,68%	31
2015	343	298	86,88%	40
2016	354	299	84,46%	51
2017	329	282	85,71%	43
2018	389	340	87,40%	45
2019	381	316	82,94%	62
2020	340	293	86,18%	45

Nota: Adaptado de ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020 (antes llamado “Boletín Anual”).

En segundo lugar, se caracterizan por el poder de los operadores de televisión en la producción. Las televisiones han intervenido de forma habitual en los últimos años en la producción, bien coproduciendo directamente con empresas productoras independientes (como TV3, EITB, Canal Sur, Televisión de Valencia, Telemadrid y la Televisión de Galicia, como ejemplos más activos de las televisiones de orden autonómico). O bien mediante la constitución de sociedades filiales de las empresas privadas, tanto de televisión en abierto como de pago (Antena3/Atresmedia producciones, Telecinco/ Estudios Picasso/Telecinco Cinema/Mediaset España, Sogecable/Sogecine, Telefónica/Telefónica Estudios/Movistar) de forma que han tenido y siguen teniendo cada vez más una presencia fuerte y significativa en la producción. A los operadores de televisión “convencionales”, les han surgido en los últimos años la competencia de las plataformas de VOD, o denominadas operadores OTT, como Netflix, HBO, Amazon, o la misma Telefónica en España, a través de su marca Movistar (que a su vez adquirió el negocio de Canal +/Digital +).

En tercer lugar, por la competencia internacional en la captación del talento por parte de las multinacionales norteamericanas. Las *majors* han comenzado a producir en España a lo largo de principios de 2000, bien de forma directa mediante productoras filiales (Columbia/Sony, Warner Bros), bien mediante fórmulas de coproducción (Walt Disney). Esta actividad productora responde a una estrategia de impedir que el producto local les arrebatase cuota de mercado, como ha ocurrido con las series de televisión.

En cuanto, al contenido de la producción, los géneros fundamentales son el drama y la comedia, dejando aparte el documental, que se ha convertido desde 2002 en un género propio a efectos estadísticos, pero que, pese a su importancia en cuanto al volumen de producción y emisión, no corre pareja su importancia económica.

Respecto de las fuentes de ingresos, éstas han permanecido constantes prácticamente en los últimos quince años, asimilando desde la inicial explotación en salas de cine, tanto el lanzamiento del VHS, como la aparición de las televisiones autonómicas y privadas, así como la televisión de pago (*pay per view* incluido) como el DVD.

La irrupción de los nuevos modos de disfrute basados en la tecnología digital (Internet, telefonía móvil) modificará sustancialmente los modelos de negocio, pero los principales ingresos todavía son similares a los de los años noventa, a pesar de la disminución de los volúmenes (salas y vídeo), con la notable excepción de la irrupción de las plataformas de VOD (Netflix, HBO, Amazon Prime). Concretamente, se siguen manteniendo las subvenciones públicas (del Estado, fundamentalmente, y cada vez más las de las Comunidades Autónomas). Así como la recaudación en salas de cine. La venta y alquiler de

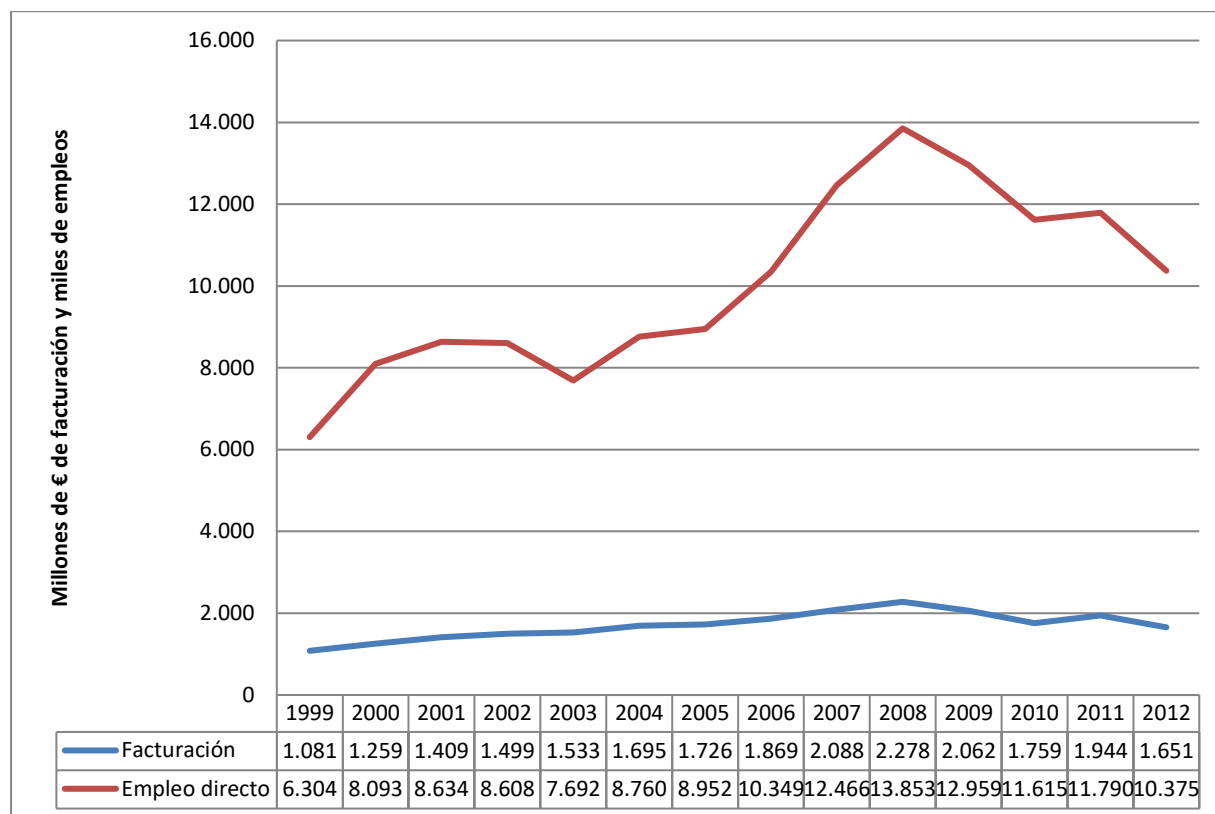
DVD prácticamente es simbólica. Y la cesión para la emisión por televisión, tanto de pago como en abierto, compite con la cesión para la emisión por las plataformas de VOD y las ventas internacionales en todas las ventanas.

En consecuencia, tradicionalmente se considera que las empresas productoras españolas son de escasa entidad económica, en cuanto a activos, recursos propios y volumen de negocio. La realidad no es exactamente así en lo que se refiere a sus activos consecuencia de sus procesos de producción, que fundamentalmente se registran como inmovilizado inmaterial de la sociedad. Lo que ocurre es que el producto cinematográfico es un activo que desde el momento de su estreno se comienza a amortizar, por lo que los activos tienden a reducirse. Lo que sí es cierto es que las empresas no están fuertemente capitalizadas, como sería de desear de un negocio de alta inversión y de recuperación de la misma a plazos superiores a un año. Las cifras de rentabilidad dependen del resultado de los estrenos más que de una gestión eficiente de un negocio en marcha como en otros sectores. Por lo que, a años de altas ventas y beneficios, pueden suceder años de inactividad absoluta.

Respecto del volumen de negocio del sector de la producción española, hay que reconocer una cierta dificultad para conocer datos fiables dada la falta de existencia de informes por partes de las instituciones públicas, como podría ser el ICAA. Sin perjuicio de lo anterior, luego mencionaremos el informe sobre el Sector de los Contenidos Digitales en España que realiza anualmente, desde hace ya 11 años, el ONTSI (Observatorio de Nacional de las Telecomunicaciones y de los Servicios de la Información), organismo dependiente del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (en 2019, el año de emisión del informe).

La que fue durante muchos años la principal asociación de productores españoles y luego asociación de federaciones (FAPAE), realizaba unos estudios anuales sobre el volumen de negocio y el empleo del sector cinematográfico que abarcan el período 1999-2012, según se refleja en la figura 35. Dichas cifras se extraían de los datos mercantiles y por tanto incluían no sólo la producción cinematográfica, sino también la televisiva, tanta ficción como en su caso entretenimiento, y suponían un dato que el mismo sector ofrecía a la sociedad de forma periódica. Los últimos datos, correspondientes a 2012 reflejaban un grave descenso de la facturación, desde los 2.278 millones de euros de 2008 hasta los 1.651 millones de euros de 2012. Mientras que el empleo se mantenía en el nivel de los 10.000 ocupados. Como FAPAE cesó en su actividad, no existen datos posteriores de la citada asociación respecto a la evolución del sector.

Figura 32. Facturación y empleo directo de las productoras audiovisuales españolas (1999-2012).



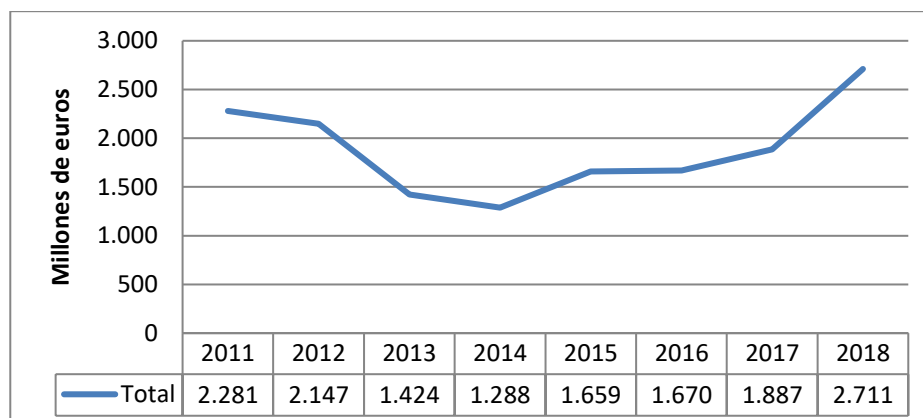
Fuente: Elaborados con los datos de FAPAE (2011). Memoria.

Actualmente, la única información pública sobre el volumen de negocio, o más bien facturación, y empleo del sector de la producción audiovisual española es que el ofrece el organismo público antes citado ONTSI¹⁰⁶ en su informe anual.

Lo que ocurre es que los datos que ofrece ONTSI están muy lejos de los ofrecidos en su día por FAPAE, y esto es porque que las empresas sobre las que toman la información son, probablemente, distintas. Por ejemplo, ONTSI incluye las empresas de exhibición, así como las de distribución y postproducción. Si agregamos tan sólo las que se refiere a la producción de programas de televisión y a las de producción cinematográfica y vídeo, llegamos a unas cifras que siguen siendo superiores a las que ofrecía FAPAE, tal y como se puede ver en la figura 36. En 2018 se alcanzó una cantidad máxima de 2.711 millones de euros.

¹⁰⁶ ONTSI publica la undécima edición del Informe Anual del Sector de los Contenidos Digitales en España. El volumen de alcanza los 13.331 millones de euros, las empresas del sector de las actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, en un 33,3% hasta alcanzar una cifra de 4.608 millones de euros.

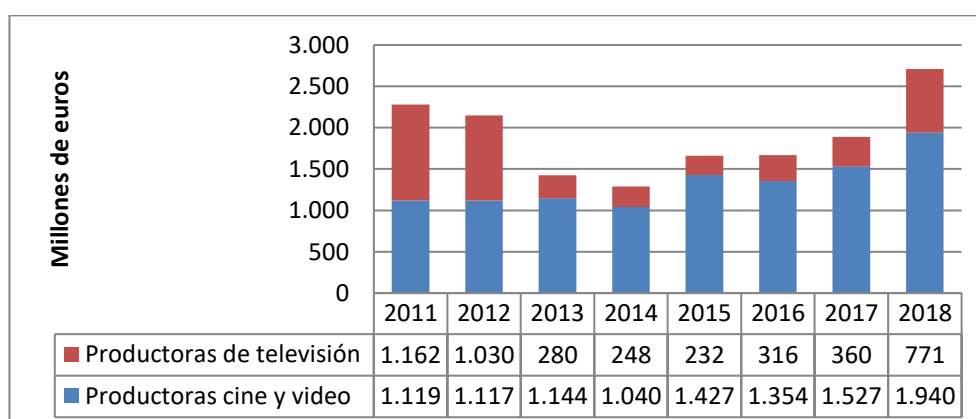
Figura 33. *Facturación total del sector de la producción española de cine y vídeo (2011-2018).*



Fuente: Elaborado con los datos ONTSI (2019): Informe Anual del Sector de los Contenidos Digitales en España.

Asimismo, el informe de ONTSI desglosa la información de la facturación correspondiente a las productoras de cine y vídeo de la procedente de las productoras de televisión. La evolución es similar, produciéndose un significativo despegue en 2018, después de atravesar un bache en el período 2013-2017. De acuerdo con la información de ONTSI la facturación de los dos principales subsectores del sector de los contenidos audiovisuales ha evolucionado de la siguiente forma en el período 2011-2018.

Figura 34. *Facturación desglosada del sector de la producción española de cine y vídeo (2011-2018).*



Fuente: Elaborado con los datos ONTSI (2019): Informe Anual del Sector de los Contenidos Digitales en España.

6. El mercado de salas de exhibición cinematográfica.

El mercado de las salas de exhibición cinematográfica constituye el mercado primario de explotación tradicional de las producciones cinematográficas, y en España ha gozado tradicionalmente de una gran fortaleza, con un público razonablemente fiel en la asistencia, y ha sido objeto de estudios por la doctrina en España en los últimos años. Hay que señalar el magnífico libro de referencia de García Santamaría, J.V. (2015) “La exhibición cinematográfica en España”, en el que se expone de forma detallada la evolución del sector de la exhibición cinematográfica hasta convertirse España en una de las potencias europeas en número de salas. Asimismo se apuntan por García Santamaría interesantísimas ideas sobre el futuro de la explotación económica de las salas de cine, anticipando muchos de los problemas que han surgido en los últimos años.

Efectivamente el panorama de la exhibición se ha ido complicando, sin perjuicio del remate que ha supuesto la Pandemia de 2020. En esta línea de investigación sobre el fenómeno de la exhibición cinematográfica, García Santamaría y Maestro exponen en un clarividente artículo ya en 2015 el futuro de la exhibición:

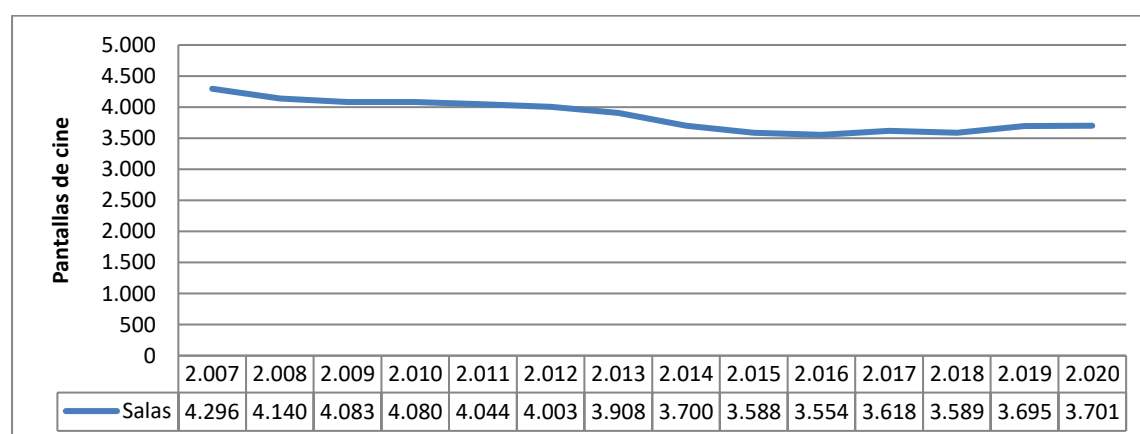
En cualquier caso, no será sencillo recuperar cifras de asistencia cercanas a los 120 millones de espectadores ni recaudaciones de setecientos millones de euros. La variable más preocupante, sin duda, sigue siendo el nivel tan bajo de asistencia por persona/año y la carencia de un plan coordinado entre la distribución y la exhibición para fomentar la asistencia a las salas con precios adecuados a la situación económica española. Y aunque el VoD conozca una situación de escaso desarrollo en España y se desconozca todavía la dimensión que tomarán los videoclubes on line será difícil que podamos ver en España en el corto-medio plazo una recuperación de salas de cine dado que las bases sobre las que se ha asentado el desarrollo de complejos de cine en España (especulación urbanística unida en los años de bonanza a una mayor demanda de complejos) no corresponden a un desarrollo orgánico, similar al que se ha puesto en pie en otros países de la Unión Europea como Bélgica, Francia, Italia o Holanda (p. 95).

Dicho planteamiento de las salas como “mercado primario” o “primera ventana” tenía una validez histórica y universal desde la aparición del cinematógrafo, a pesar de la irrupción de la televisión en abierto, de pago e incluso el video doméstico. Aunque se ha ido cuestionado de forma desde la aparición de la Plataforma de VOD propiedad de Netflix.

El axioma dominante es, o era, que el productor debía conseguir el estreno en salas de la película, para así poder comercializarla con garantía de éxito en los demás canales, de forma que, si una película no se estrena comercialmente en salas, su valor económico es prácticamente nulo, a excepción de aquellas películas tradicionalmente producidas para su estreno directo en vídeo y/o televisión, y actualmente las plataformas internacionales de VOD. La subvención del ICAA también estará en función de su estreno en salas y la obtención de una cantidad mínima de recaudación.

Por lo tanto, la explotación en salas es fundamental, desde el punto de vista económico, para el resultado de la película. La evolución global de la taquilla y espectadores en España ha sufrido directamente de los cambios de los hábitos de consumo, más dirigidos al consumo en el hogar a través de la televisión y demás pantallas, y entre ellos los causados por la denominada piratería audiovisual. El número de pantallas de cine en España se mantiene en niveles que se podrían considerar aceptables, llegando a superar la cifra simbólica de las 4.000 pantallas. Al mismo tiempo con pérdidas de locales en determinadas ciudades fuera de los grandes centros urbanos de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, por razones fundamentalmente económicas, en las que se prima el volumen de asistencia a las salas por encima del mantenimiento de un tejido cultural cinematográfico que ha formado parte de la esencia de todas las poblaciones desde la aparición del cine. La evolución se puede observar en la figura 38, que muestra un descenso desde las 4.296 salas del año 2007 a las 3.701 pantallas del año 2020.

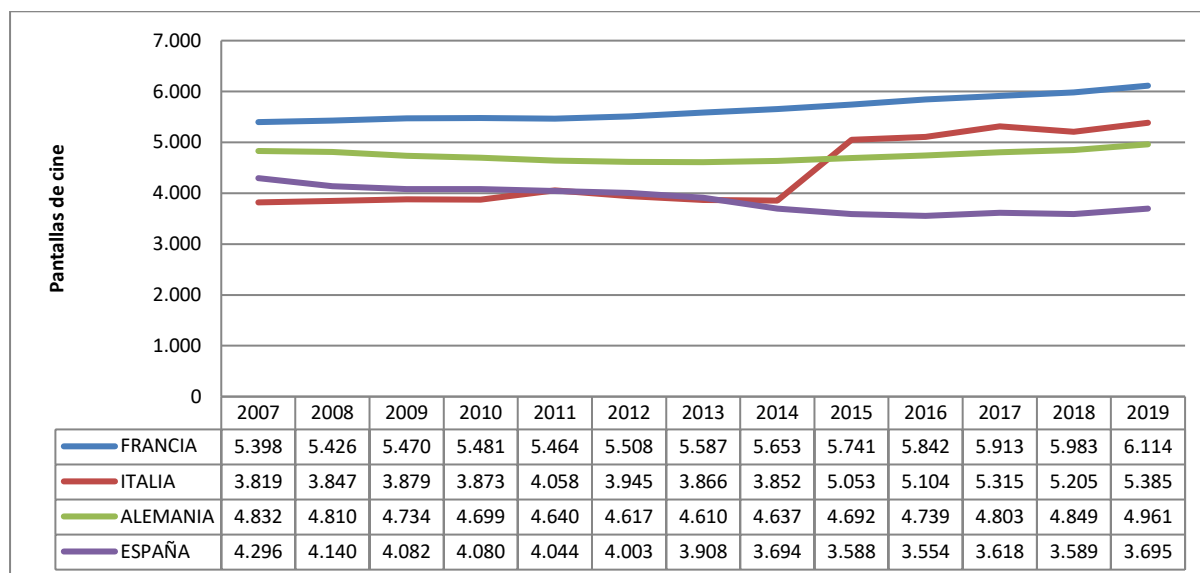
Figura 35. *Pantallas de cine en España (2007-2020).*



Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

En comparación con los países de nuestro entorno, la evolución parece similar, en cuanto que ha ido acompañada de una adaptación tecnológica muy fuerte, consecuencia de la desaparición del soporte físico y su sustitución por el digital.

Figura 36. Pantallas de cine en los principales países europeos (2007-2019).



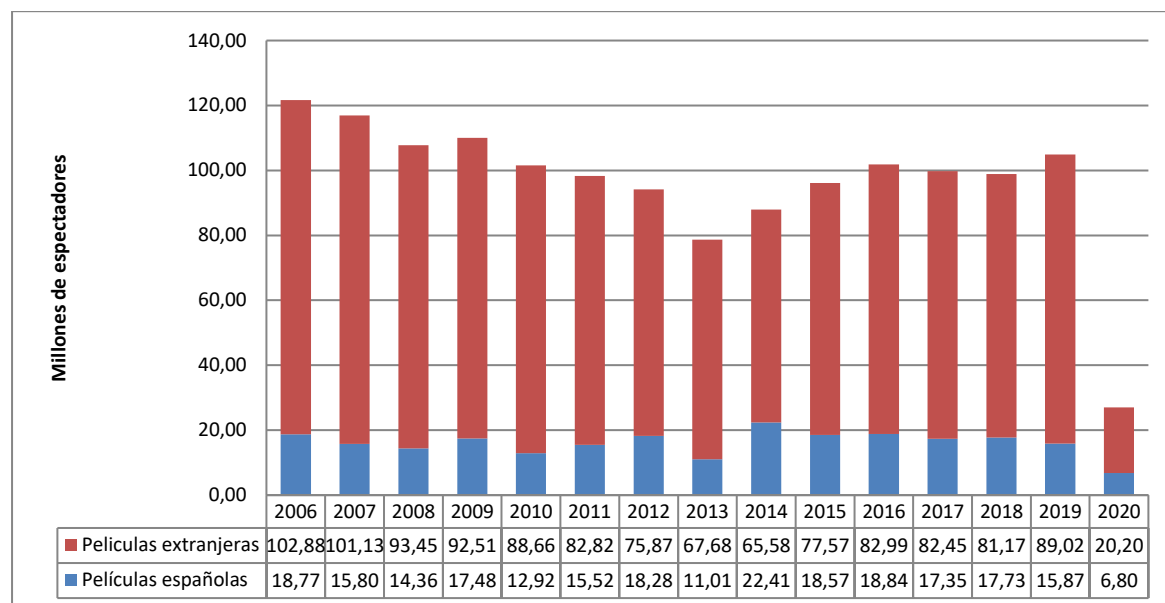
Fuente: Elaboración propia con los datos del OBS.

Hay que señalar el tremendo impacto que ha supuesto la pandemia iniciada en Europa en el primer trimestre de 2020, que ha derrumbado la asistencia a las salas de cine y que, indudablemente afectará a la supervivencia de estas¹⁰⁷.

En cuanto a la asistencia al cine en España, podemos decir que se muestra en los últimos años una cierta madurez y estabilidad de la asistencia en cines en una cifra alrededor de 100 millones de espectadores, después de recuperarse de la caída del año 2013 (79 millones de espectadores) según se puede ver en la figura 39. El impacto de la pandemia en 2020 fue letal, Según datos del ICAA la taquilla cerró el año 2020 con un total de 161 millones de euros de recaudación (caída del 74%) y 28 millones de espectadores.

¹⁰⁷ Ver como ejemplo de la situación del sector de la exhibición cinematográfica española las declaraciones de Fernando Évole, country manager de Yelmo y vicepresidente de la Federación de Entidades de Empresarios de Cine de España (FECE), solicitando 40 millones de euros en ayudas directas para evitar el hundimiento del mismo. Ayudas adicionales a los 10 millones de euros ya habilitados por el Gobierno en el Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019. Recuperado de: https://www-elespanol-com.cdn.ampproject.org/c/s/www.elespanol.com/cultura/cine/20201125/fernando-evole-cines-necesitan-millones-ayudas-sobrevivir/538447154_0.amp.html (Consultado el 14/1/2021).

Figura 37. Evolución de la asistencia al cine en España (2006-2020). En millones de espectadores.

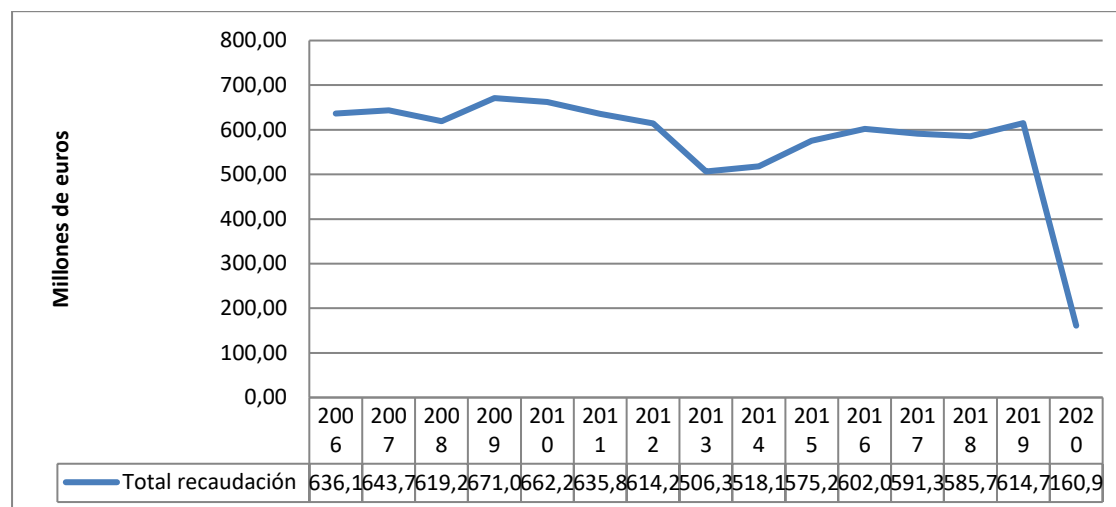


Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

En cuanto a la recaudación total, se ha estabilizado alrededor de los 600 millones €, incluido el IVA, cuyo tipo ha sufrido importantes variaciones a lo largo de los años, según se puede ver en el gráfico 41. El año 2013 se redujo el volumen de recaudación hasta los 506 millones, recuperándose a partir del 2015, hasta alcanzar cifras de alrededor de los 600 millones de euros. Los 170 millones de euros de recaudación del año 2020 suponen un extraordinario golpe a la industria del que no hay registros históricos.

Como ya decía García Santamaría en su libro “La exhibición cinematográfica en España” (2015) respecto del futuro del sector de la exhibición “*la exhibición en sala continuará su declive imparable, y su importancia seguirá disminuyendo como ventana de explotación*” (pág. 346). Y eso que no se podría prever en 2015 la irrupción de una Pandemia como la de 2020.

Figura 38. Evolución de la recaudación de la taquilla del cine en España (2006-2020). En millones de euros.



Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

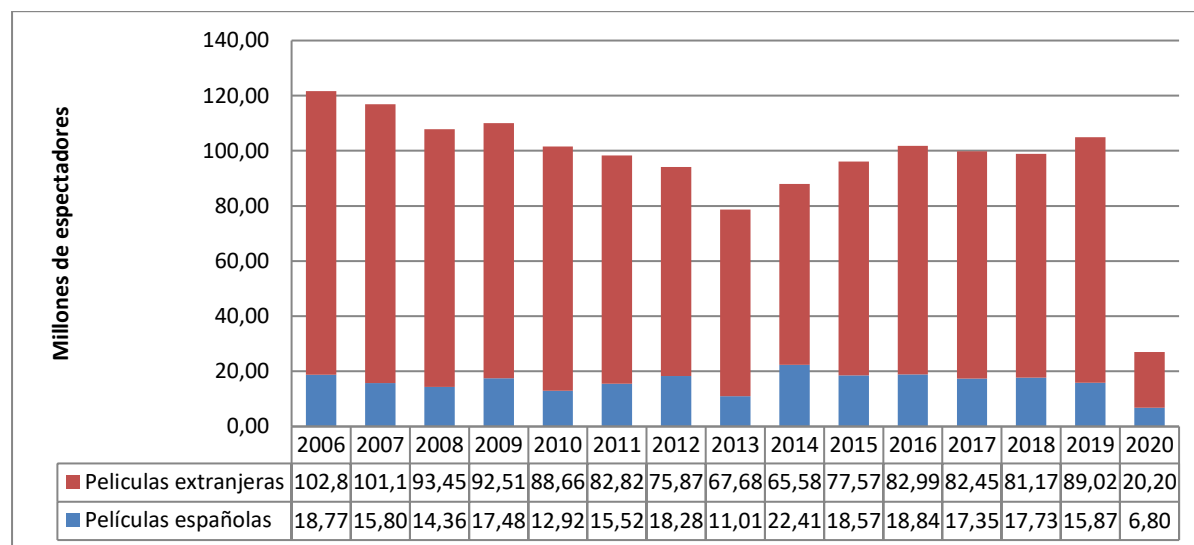
Los espectadores de cine español han variado sustancialmente a lo largo de la secuencia de años reproducida (2006-2020). En principio, se puede decir que en los últimos años la cifra oscilaba alrededor de los 18 millones de espectadores anuales (figura 42), después de recuperarse de las dramáticas caída del año 2010 (13 millones) y 2013 (11 millones).

Es evidente el efecto que tiene la asistencia del público a los grandes acontecimientos cinematográficos que son los que causan estas oscilaciones en el volumen de la taquilla.

En 2020, a partir de marzo, la taquilla se derrumbó, no consiguiendo recuperarse prácticamente en todo el año como consecuencia de las sucesivas olas de la pandemia. La caída fue de un 74,26% (77,89 millones de espectadores). Aunque el golpe para el cine español (9,07 millones de espectadores y una caída del 57,15%) fue inferior que, para el cine extranjero, que perdió nada menos que un 77,31% (68,82 millones de espectadores).

Como también indicaba García Santamaría (2015), “la existencia de los grandes complejos cinematográficos de cine no parece haber afectado, sin embargo, a la recaudación del cine español” (p. 339), por lo que la cuota de cine español en salas dependerá fundamentalmente de lo atractivo que sea percibido por el potencial espectador frente al abrumador impacto mediático de los *blockbusters* americanos.

Figura 39. Espectadores en las salas de cine españolas (2006-2020). En millones de entradas.

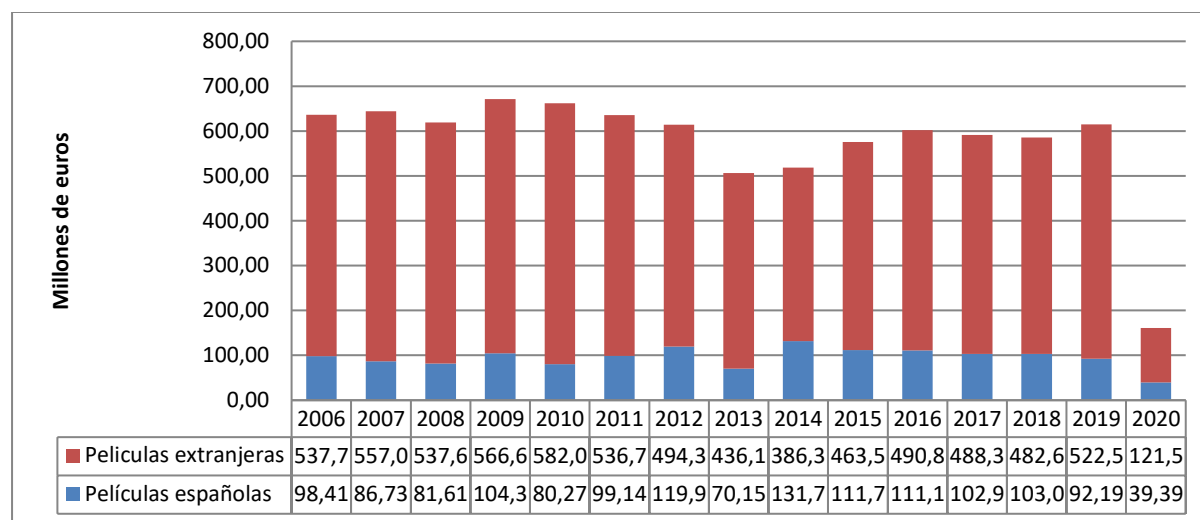


Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

La recaudación del cine español también ha estado sujeta históricamente a grandes variaciones. Sin embargo, parecía que se estaba estabilizando entorno a los 100 millones de euros anuales (figura 43), antes de la irrupción de la pandemia de 2020.

La caída fue de una extraordinaria y nunca vista cifra (desde que existen los registros oficiales de la taquilla) de 73,6% (453,7 millones de recaudación).

Aunque hay que señalar que el golpe para el cine español (52,8 millones de recaudación y una caída del 57,27%) fue inferior que, para el cine extranjero, que perdió nada menos que un 76,73% (401 millones de recaudación).

Figura 40. Recaudación en salas de cine en España (2006-2020).

Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

Con este volumen de ingresos procedentes de la taquilla es obvio que la mayoría de las películas españolas no cubren, con los ingresos procedentes de la taquilla, ni los gastos de lanzamiento de copias (aunque hayan desaparecido las copias en 35 mm) y la publicidad. El ingreso medio, lo cual no significa que todos los productores lo perciban, está en un 8% de la recaudación en taquilla. Tal y como se puede observar en la tabla 15, el porcentaje que representan los cinco primeros títulos con mayor recaudación sobre el total de los estrenados en el año supone de media un 53,5% de la recaudación en los últimos trece años (2007-2019), llegando a alcanzar el 72,54% en 2014. Y si analizamos la recaudación de los 20 primeros títulos los resultados son abrumadores, con una media en el período analizado del 83,19%, (alcanzado el 93,13% en 2014) lo que indica la dificultad del resto de los títulos por conseguir recaudación. Y el proceso se mantiene con altibajos a lo largo de todo el período estudiado, tal y como se puede ver en el gráfico 39. Es decir, que podemos concluir que, sobre una media de producciones estrenadas de 200 películas al año, el 10% de ellas suponen más del 80% de la recaudación total del cine español y el 2,5% de ellas más del 50% del total. Sin entrar en un análisis más profundo, que no es el objeto de esta Tesis, debemos señalar que dichas tendencias son similares en otros países de nuestro entorno, ya que son consecuencia del modelo de comercialización masivo de la producción cinematográfica. Es inherente a su misma naturaleza de bien de consumo masivo e inmediato, en el que el producto exitoso comercialmente expulsa al resto en un fenómeno en el que el ganador se

lleva todo. Esta característica es importante señalarla como premisa para el estudio de los modelos de financiación de la producción cinematográfica, que sí es el objeto central de esta investigación. Con estos resultados es muy difícil la obtención de financiación privada basada en el puro éxito comercial en salas de cine de la película, por lo que es preciso la prefinanciación del proyecto desde distintas fuentes para el cuadro financiero de costes que posibilite su producción. Tan sólo productores con producciones con antecedentes de éxito en taquilla pueden utilizar esa experiencia comercial en taquilla como fórmula de financiación obteniendo anticipos de las distribuidoras¹⁰⁸. Asimismo, es preciso señalar en este punto que las distribuidoras que suelen distribuir el producto español potencialmente exitoso son precisamente las *majors* en prácticamente el 90% de los casos. Los resultados se muestran en las tablas 19 y 20, y la figura 44.

Tabla 19. Distribución de las 20 primeras películas españolas en recaudación de salas de cine según la naturaleza de la distribuidora (2016-2020).

Películas distribuidas	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Majors	17	14	14	14	9
Independientes	3	6	6	6	11
Total	20	20	20	20	20
Películas distribuidas	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Majors	85,0%	70,0%	70,0%	70,0%	45,0%
Independientes	15,0%	30,0%	30,0%	30,0%	55,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Taquilla	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Majors	84.515.725	78.228.748	70.825.419	72.987.595	28.499.166
Independientes	9.967.213	13.678.771	20.071.026	8.562.763	9.798.257
Total	94.482.938	91.907.519	90.896.445	81.550.358	38.297.423
Taquilla	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Majors	89,5%	85,1%	77,9%	89,5%	74,4%
Independientes	10,5%	14,9%	22,1%	10,5%	25,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2019.

¹⁰⁸ Aquí podemos señalar a productores, y en muchos casos también directores, de gran éxito comercial como Santiago Segura (con su franquicia “Torrente”) o a Gonzalo Salazar Simpson con la franquicia de los “Ocho Apellidos”, tanto “vascos” como “catalanes”, o el internacional Bayona.

Se puede concluir que, de las 20 películas analizadas, las *majors* distribuyen alrededor del 70% que suponen prácticamente el 90% de la recaudación, dejando solo el 30% restante con un 10% de recaudación a las distribuidoras independientes.

Durante 2020, dicho equilibrio se rompió a favor de las independientes (11 películas distribuidas frente a 9 de las distribuidoras multinacionales), debido a la parálisis de los estrenos de las *majors* frente al gran esfuerzo en estrenos que realizaron las distribuidoras independientes. Desgraciadamente, la mayor actividad distribuidora de las independientes no supone más que una excepción en el panorama estructural de la distribución. Y solo es un ejemplo de la importancia industrial y social que tiene mantener la existencia de dichas compañías. En un panorama industrial absolutamente dominado por la *majors*, la diversidad y las posibilidades de elección para el espectador quedan extraordinariamente limitadas. Dicho lo cual, las tendencias de la industria muestran una permanente y sistemática concentración de poder en la distribución que parece no tener fin. El detalle de todas las películas analizadas en este estudio se incluye en el Anexo 5.

Es preciso citar de nuevo a García Santamaría (2015) cuando avisa que “*con la escasa digitalización de las salas, España ha perdido la oportunidad de seguir siendo una gran potencia en la exhibición europea*” (p. 337) y que “*se ha perdido también la vasta y extensa red de monosalas del pasado, con lo que más de un 40 por 100 del territorio español no dispone de recinto alguno para ver cine*” (p. 339).

García Santamaría concluye que “*naturalmente, y como afirman las autoridades comunitarias, los más perjudicados por la ausencia de esta red serán los cinemas nacionales, puesto que el cine norteamericano siempre dispondrá de canales de distribución eficaces*” (p. 339).

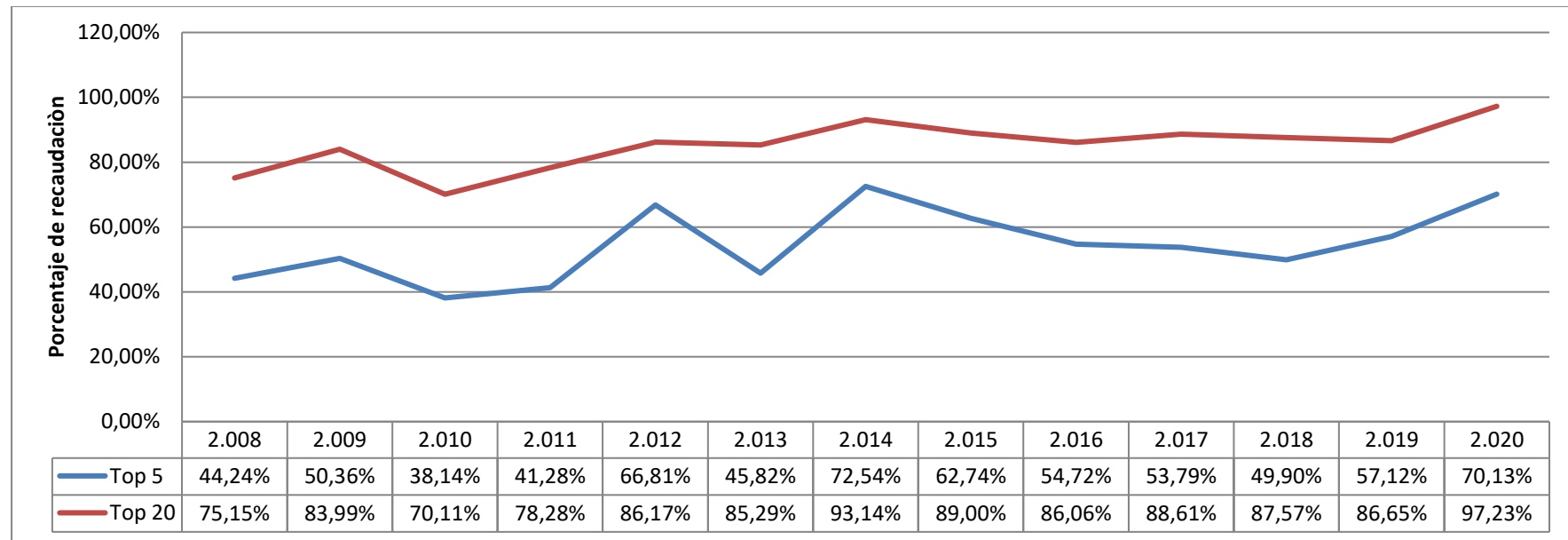
Tabla 20. *Volumen de recaudación en taquilla del cine español en España, top 5 y top 20 (2007-2020). En euros.*

	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	Media período
Total	86.733.351	81.610.589	104.367.061	80.277.622	99.137.131	119.896.466	70.151.039	131.794.104	111.730.833	109.782.568	103.721.266	103.799.709	94.115.228	39.390.000	95.464.783
Top 5	52.557.425	36.103.751	52.557.425	30.620.965	40.923.209	80.098.928	32.142.373	95.597.634	70.096.107	60.069.221	55.796.126	51.797.390	53.757.375	27.625.833	52.838.840
Top 20	61.913.950	61.333.914	87.661.504	56.281.082	77.604.868	103.309.850	59.832.197	122.754.372	99.439.804	94.482.938	91.907.519	90.896.445	81.550.358	38.297.423	80.519.016

	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	Media período
Top 5	60,60%	44,24%	50,36%	38,14%	41,28%	66,81%	45,82%	72,54%	62,74%	54,72%	53,79%	49,90%	57,12%	70,13%	54,87%
Top 20	71,38%	75,15%	83,99%	70,11%	78,28%	86,17%	85,29%	93,14%	89,00%	86,06%	88,61%	87,57%	86,65%	97,23%	84,19%

Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

Figura 41. Evolución del porcentaje de recaudación del Top 5 y Top 20 sobre el total del cine español (2007-2020).

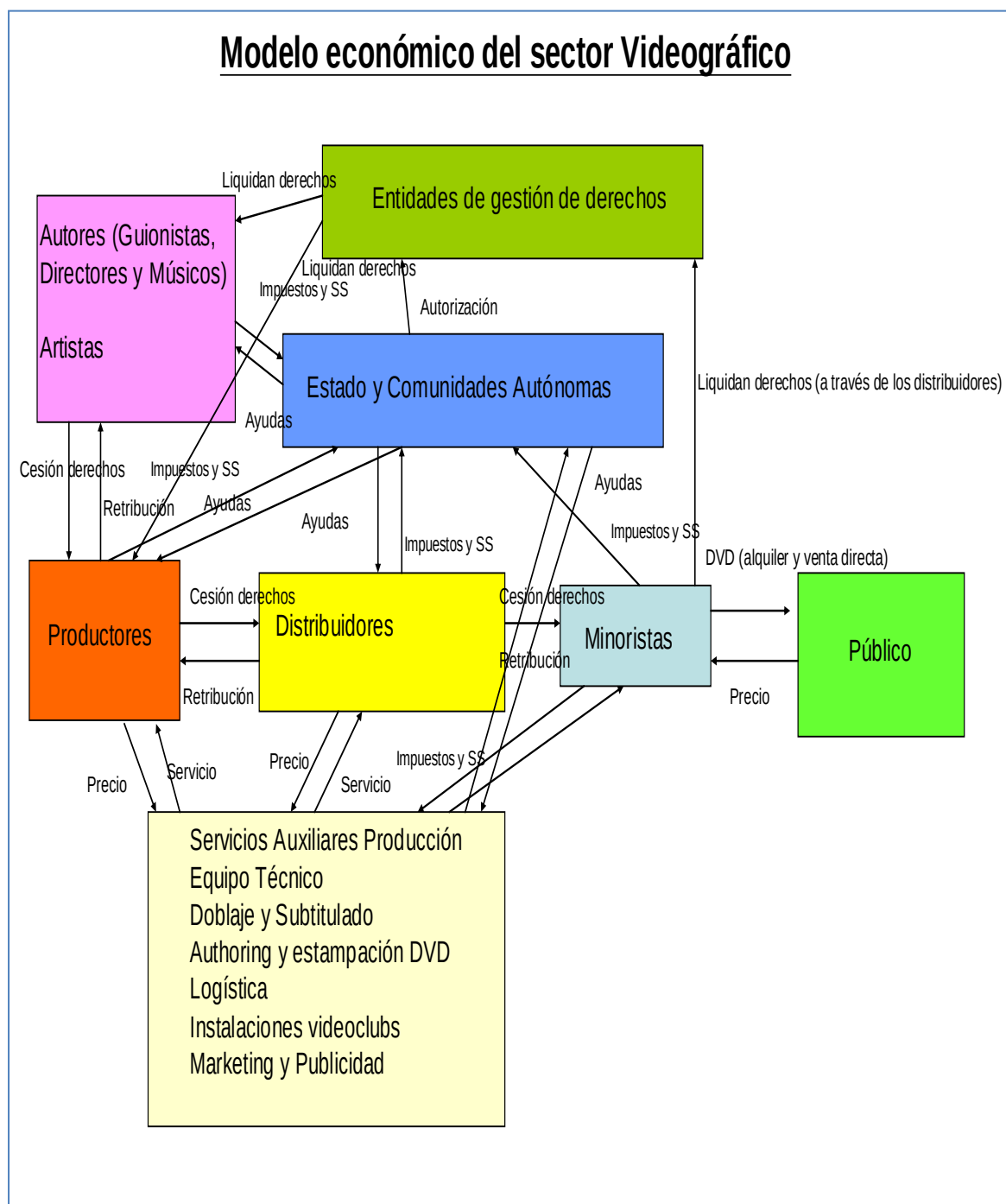


Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

7. El mercado videográfico.

El modelo de negocio del sector videográfico se puede resumir de la forma que se presenta en la figura 44.

Figura 42. Modelo económico del sector videográfico en España



Fuente: Elaboración propia.

Hasta la irrupción de Internet y la descarga masiva de películas a partir de 2003/2004, que han amenazado hasta poner en peligro de desaparición el modelo de negocio del vídeo/DVD, éste se basaba en el lanzamiento a este mercado a los 6 meses del estreno en salas en modalidad de alquiler. El lanzamiento en venta directa vídeo se produce a los 6 meses del lanzamiento en alquiler y a los doce meses del estreno en salas.

Hasta el 2004/2005, el mercado de alquiler era el que ofrecía una mayor rentabilidad, quedando reducido el de venta directa a los títulos de interés masivo y al público infantil. Es un problema de márgenes, más que de volúmenes de venta.

En los alquileres, los videoclubs (aprox. 5.000 llegaron a funcionar en nuestro país) alquilan a los consumidores a un precio entre 1,2€ y 3€ (de los más reducidos de los países de nuestro entorno) lo que permitió aguantar el mercado a base de unos precios bajísimos muy competitivos con la entrada a salas de cine y la televisión de pago y el pago por visión. La media de alquiler de DVD en 2006 fue igual que la de 2005 (2,2€) y un 12% más baja que la de 2002 y 2003 (2,5€)

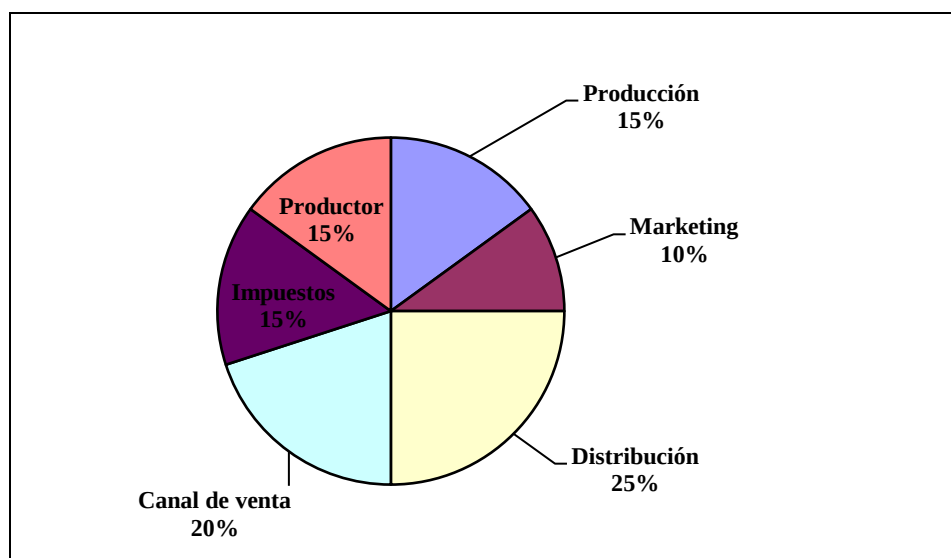
El distribuidor alquila la copia entre 20€ y 60€ (cada vez más a la baja) a los videoclubs (dependiendo del título) La estructura de costes del distribuidor, sin incluir los derechos a liquidar al productor o cedente de los derechos, se divide entre el coste del soporte (que es un coste fijo y ronda 1 €) y los gastos de marketing, que son variables. Con lo que, si los gastos de marketing se contienen en su justa medida, la rentabilidad está asegurada. La fórmula de liquidar al productor o cedente de los derechos puede ser un porcentaje fijo sobre las ventas al videoclub o sobre los ingresos deducidos los costes.

En la venta directa, los costes son similares, pero los precios al minorista rondan los 6€ por lo que los márgenes se derrumban. Y en todos los supuestos los descuentos que se conceden a los minoristas/mayoristas son desde el 5% al 40%.

Por tanto, se trata de un negocio que evolucionó desde un punto de partida de amplios beneficios, a una situación de márgenes estrechos que mantiene el negocio debido fundamentalmente a la rebaja de los costes de producción y los márgenes comerciales de venta.

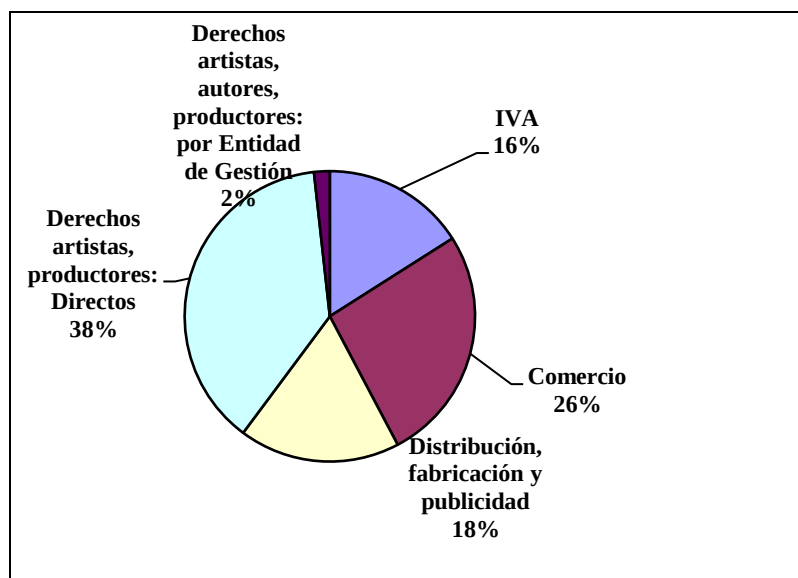
La participación de los productores pueden oscilar entre el 15% y el 38% dependiendo del poder negociador del productor o tenedor de los derechos y la potencia económica del título a comercializar.

Figura 43. Modelo de reparto del PVP de un DVD en venta directa €.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de un modelo teórico de reparto de costes e ingresos de un DVD en venta directa a un PVP de alrededor de entre 6€ y 9€, correspondiente a un título de catálogo y preferentemente de película de producción española.

Figura 44. Modelo de reparto del PVP de un DVD en venta directa €.



Fuente: Elaborado a partir de un estudio reproducido en la página web de UVE, ya desaparecida, (www.uve.es) del desglose del precio de venta de un DVD por 17€.

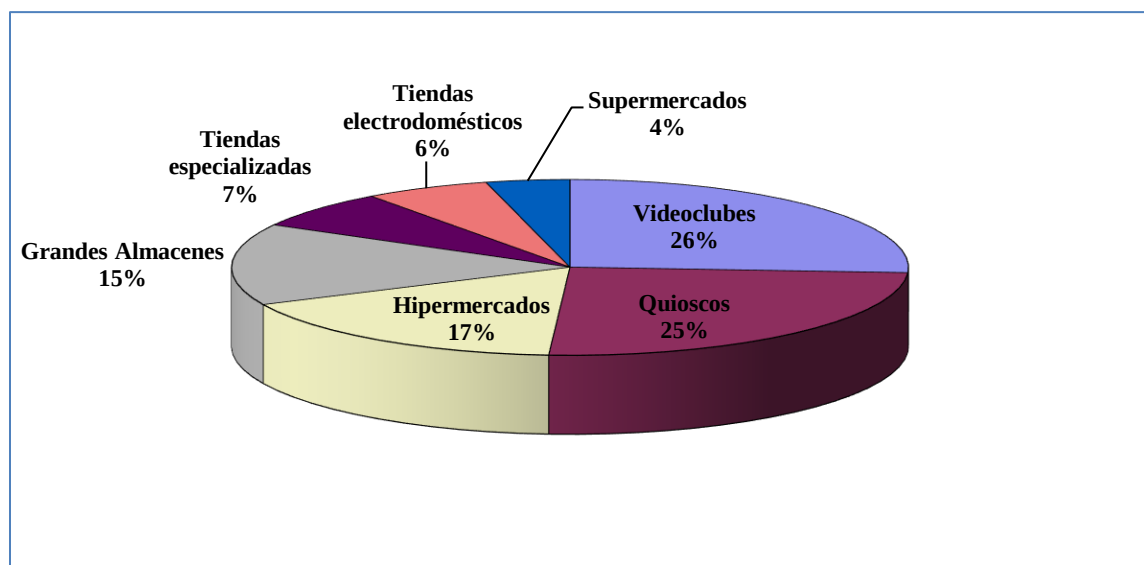
En suma, se trata de un mercado de mucho volumen (prácticamente mueve un valor final idéntico o incluso algo superior al cinematográfico), pero de escasa rentabilidad para los títulos medios/pequeños.

No existen estadísticas públicas sobre las ventas, tan sólo datos parciales de títulos concretos, así como volúmenes de negocio totales y por distribuidoras.

Los datos recogidos y publicados por UVE (Unión Videográfica Española) muestran un incremento durante los últimos años en los ingresos por alquiler, junto con un estancamiento e incluso disminución de la venta directa. Los datos suministrados por UVE sólo recogen los que facilitan las distribuidoras asociadas y no representan el 100% del mercado. Por otro lado, De Luxe Video Services estimó para el año 2000 unas cifras de ventas totales para el mercado muy superior a las cifras anteriores, pero que reflejaban también las mismas tendencias: estancamiento de la venta directa e incremento del alquiler.

La situación actual es la desaparición del VHS en 2005 y el dominio de la venta directa sobre el alquiler (68% frente al 32%).

Figura 45 .Detalle por canales de venta del sector videográfico (2005).



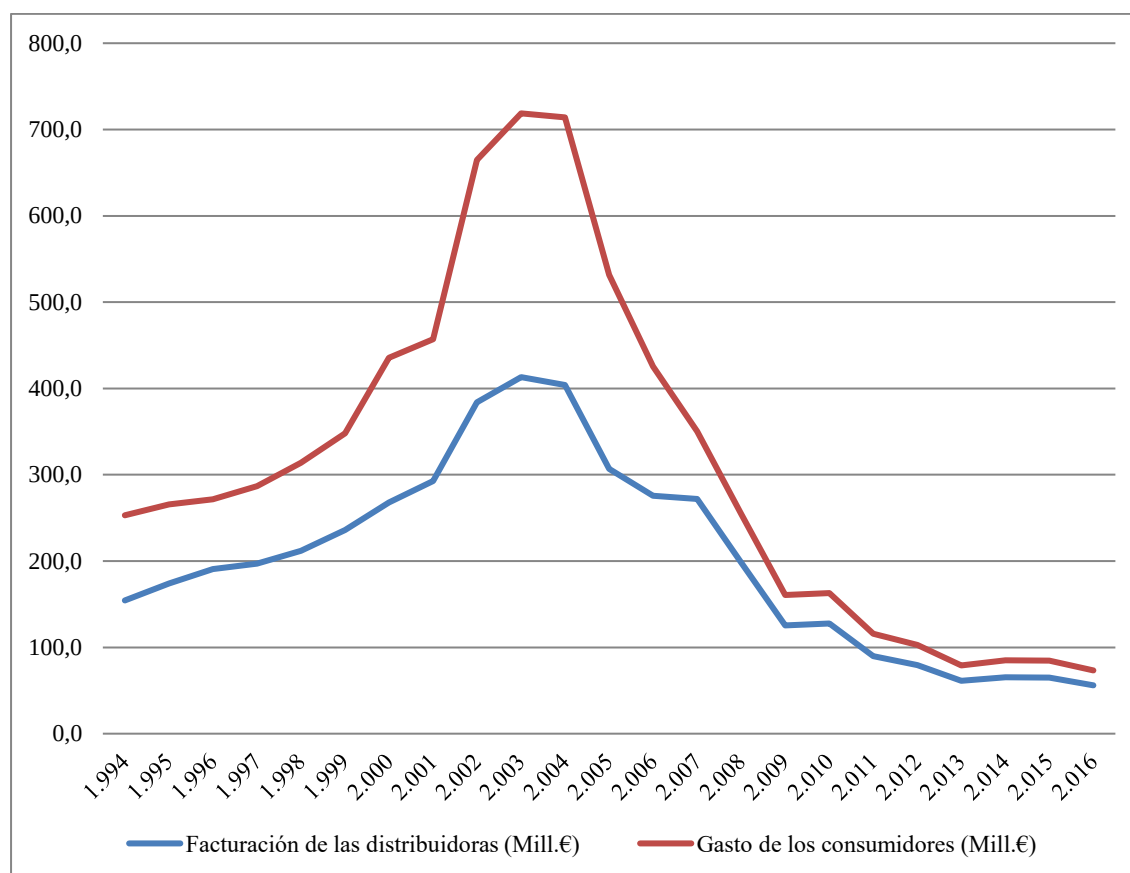
Fuente: Elaborado con los datos de SGAE, *Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, 2006. Citando a su vez como fuente a la Unión Videográfica Española (UVE).

La figura 48 muestra los resultados de 1992 a 2016, desde justo antes del inicio de la explotación del DVD. El auge imparable y su derrumbe son apoteósicos¹⁰⁹. Pocas tecnologías

¹⁰⁹ En 2017 la SGAE, en su *Anuario de las Artes Escénicas y Audiovisuales*, deja de ofrecer los detalles habituales en las cifras de negocio del vídeo. Y en 2019 ya no facilita ningún dato del sector, sino que concluye

(DVD) han triunfado y se han derrumbado con tal rapidez.

Figura 46. Evolución negocio videográfico en España (1992-2016).



Fuente: Elaborado con los datos de SGAE, *Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, 2006. Citando a su vez como fuente a la Unión Videográfica Española (UVE).

La tabla 16, detalla el período 2007-2016, y en el mismo se refleja la caída de las ventas generalizadas hasta mínimos históricos. En 2017 alcanzaron los 36,5 millones €. El alquiler prácticamente desaparecido (722 mil euros) junto con los locales que se dedicaban al alquiler de películas y la venta directa reducida a los nostálgicos y cinéfilos que siguen deseando poseer físicamente los títulos. No hay que olvidar que la oferta por internet (legal,

con la frase siguiente: “El auge de las plataformas de pago y los nuevos hábitos de consumo como el streaming, entre otros factores, están diversificando el sector del vídeo, con implicaciones directas en el mercado físico. Decenas de videoclubes siguen cerrando y algunas entidades relacionadas con el sector se ven profundamente afectadas por estos cambios. Con este complicado escenario, UVE (Unión Videográfica Española) se vio abocada a la inactividad en 2018 y dejó de publicar las cifras del mercado del vídeo en España. En este capítulo reproducíamos algunos de sus datos que, lamentablemente, no hemos encontrado en otras fuentes. Por este motivo, hemos tenido que adaptar este capítulo a la información existente.” (página 5 del capítulo dedicado al Vídeo).

por supuesto) no deja de ser una especie de alquiler que no transmite la propiedad del soporte a perpetuidad para el disfrute del consumidor.

Tabla 21 . Evolución magnitudes Video/DVD y otros formatos en España (2007-2016).

	<u>2007</u>	<u>2008</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>
Venta directa al consumidor DVD										
Facturación de las distribuidoras (Mill. €)	214,5	147,7	96,7	94,1	60,9	50,2	39,2	40,4	39,2	31,8
Títulos comercializados	5.256	3.782	2.762	2.833	1.124	1.136	644	419	626	711
DVD's en circulación (Millones)	27,5	20,2	14,8	11,9	9,4	8,3	9,6	6,2	2,9	11,9
Gasto de los consumidores (Mill. €)	265,9	183,1	120,0	116,7	75,5	62,2	48,5	50,1	48,6	39,5
Precio medio de venta al consumidor (€)	9,7	9,1	8,1	9,8	8,1	7,5	5,1	8,1	17,0	3,3
Alquiler DVD										
Facturación de las distribuidoras (Mill. €)	51,8	38,6	16,1	11,0	8,1	6,2	3,7	2,6		
Títulos comercializados	547	565	457	366	338	539	532	553		
DVD's vendidos para alquiler (Millones)	1,9	1,4	0,6	1,9	1,9	0,3	0,2	0,2		
Precio medio de las cintas para minoristas			n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d		
Gasto de los consumidores (Mill. €)	69,9	52,1	21,8	14,8	11,0	8,3	5,0	3,5		
Venta directa al consumidor Blu Ray										
Facturación de las distribuidoras (Mill. €)	5,1	12,2	12,6	22,4	21,0	22,9	18,4	22,3	25,9	24,1
Títulos comercializados	179	364	248	283	372	397	433	262	415	557
Unidades en circulación (Millones)	0,3	0,7	1,0	1,6	2,2	2,7	2,4	2,6	2,8	1,6
Precio medio	18,6	16,4	12,0	14,4	9,6	8,5	7,5	8,4	9,3	12,2
Gasto de los consumidores (Mill. €)	8,1	19,6	18,9	31,3	29,4	32,1	25,7	31,2	36,2	33,8
Total										
Facturación de las distribuidoras (Mill. €)	272,0	198,5	125,5	127,5	90,0	79,3	61,2	65,3	65,0	56,0
Gasto de los consumidores (Mill. €)	350,4	254,8	160,6	162,9	115,8	102,7	79,2	84,8	84,8	73,3
Unidades de venta (Millones) (1)	29,7	22,4	16,5	15,4	13,5	11,3	12,3	9,0	5,6	13,5
Unidades de alquiler (Millones)	1,93	1,44	0,63	1,93	1,93	0,32	0,24	0,16	0,00	0,00

Fuente: Elaborado con los datos de SGAE, *Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, 2006. Citando a su vez como fuente a la Unión Videográfica Española (UVE).

8. El mercado de la televisión para las producciones cinematográficas. Panorama global del sector de la televisión en España

La televisión es el subsector audiovisual, dentro del sector audiovisual español, más potente económicamente hablando y, por tanto, en muchos sentidos marca la política audiovisual española y la industria de la producción cinematográfica en particular.

Hay que señalar que las televisiones han sido y son esenciales para la producción independiente españolas por razones obvias de posición económica y capacidad financiera en la industria audiovisual española. Tanto la televisión en abierto (pública y privada) como la televisión de pago y las plataformas de OTT son el verdadero motor de encargo, adquisición de derechos y/o coproducciones para el sector de la producción audiovisual independiente española. Fenómeno similar que se produce en el resto de los países de nuestro entorno.

Tal y como apuntan García Santamaría y López Villanueva *“frente a la ‘atomización’ de la producción, que siempre ha distinguido al cine español, y al surgimiento anual de más de cien empresas, que se crean para realizar un proyecto concreto, se levanta el muro de las producciones de canales y plataformas televisivas, públicas y privadas, casi la única estructura sólida de la industria cinematográfica española”* (García Santamaría, J. V. y López Villanueva, J. (2019). Las televisiones en la producción de cine español. En C. F. Heredero (Coord.), *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión (2015-2018)* Festival de Málaga, página 252).

El mismo García Santamaría ya apuntaba en 2013 que *“en España se ha consolidado un duopolio televisivo formado por dos grandes plataformas televisivas (Mediaset España y Atresmedia), que detentan entre ambas el 88% de la facturación publicitaria, el 82% de los GRP comercializados y el 54% de la cuota televisiva (con datos de diciembre de 2012); poseen importantes derechos de retransmisión deportiva, y output deals y volumen deals con las majors de Hollywood* (García Santamaría, J. V. Agosto de 2013. Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia. Palabra Clave 16 (2), pág. 384).

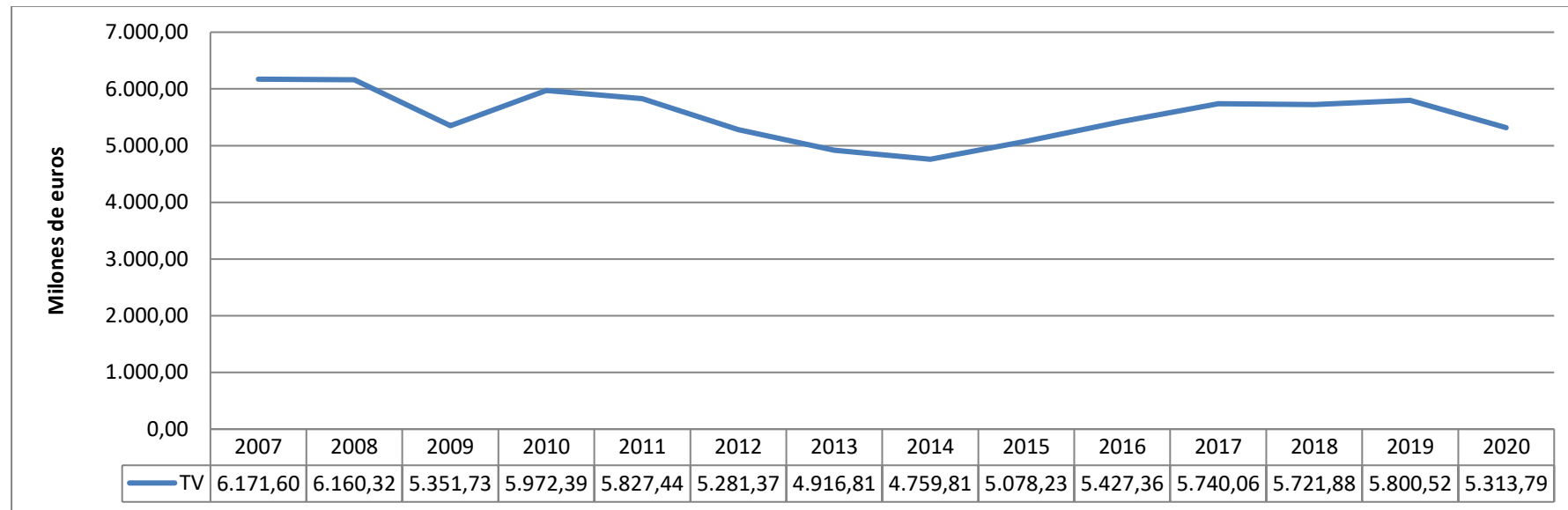
A dicho duopolio televisivo privado habría que añadir el papel de la televisión pública (nacional y autonómica) así como al tremendo poder de las plataformas de OTT.

Es importante analizar la evolución de las magnitudes económicas del sector de la televisión ya que muestran el efecto de las diferentes crisis a lo largo del periodo estudiado y su impacto para la producción independiente.

De acuerdo con los datos ofrecidos por la CNMC, la evolución durante el período 2007-2020 del volumen económico del sector de la televisión se puede resumir de la forma siguiente.

El volumen global de ingresos del sector en España (figura 49) ha pasado del importe máximo histórico alcanzado en 2007 de 6.171 millones € a reducirse hasta 4.759 millones € en 2015, produciéndose una recuperación posterior, fundamentalmente por el incremento de ingresos de la TV de pago. Esta pérdida de 431 millones € de volumen de negocio del sector (7%) se debe a una confluencia de factores, entre ellos, la caída de los ingresos publicitarios y de suscriptores por la crisis económica, y la disminución de los presupuestos públicos de las televisiones públicas. Posteriormente se recuperó el volumen de negocio en consonancia con la recuperación económica hasta llegar a los 5.721 millones € de 2018. Todavía 450 millones € por debajo de 2007. En 2019 ascendió ligeramente a 5.800 millones €, volviendo a caer por efectos de Pandemia a los 5.314 millones €.

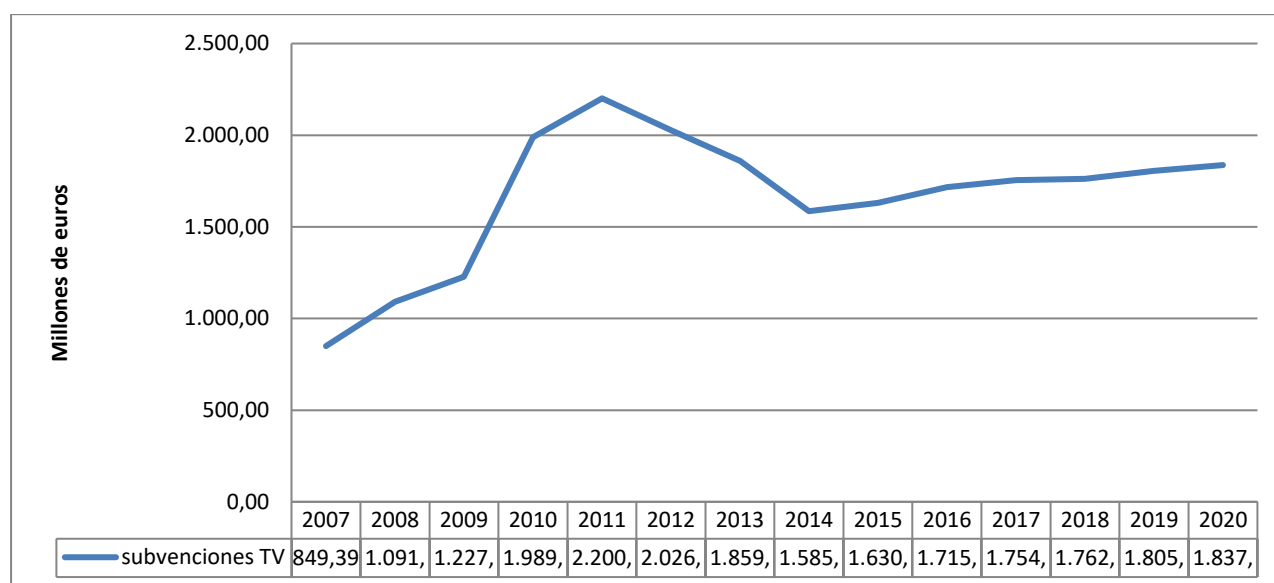
Figura 47. Evolución de los ingresos totales incluidos subvenciones, de la TV en España (2007-2020). En millones €.



Fuente: Elaborado con los datos de la CNMC, Memorias anuales.

Es muy significativo en el análisis global, el papel de las subvenciones al sector, fundamentalmente destinadas a las corporaciones públicas tanto de carácter nacional como autonómicas de radio y televisión. Según se muestra en la figura 50, las subvenciones crecieron de forma sostenida desde 2007 (849 millones €) hasta alcanzar el máximo en 2011 (2.011 millones €). Desde entonces se han reducido de forma significativa llegando a los 1.837 millones € de 2020.

Figura 48. Evolución de las subvenciones a las corporaciones públicas de radio y televisión en España (2007-2020). En millones €.



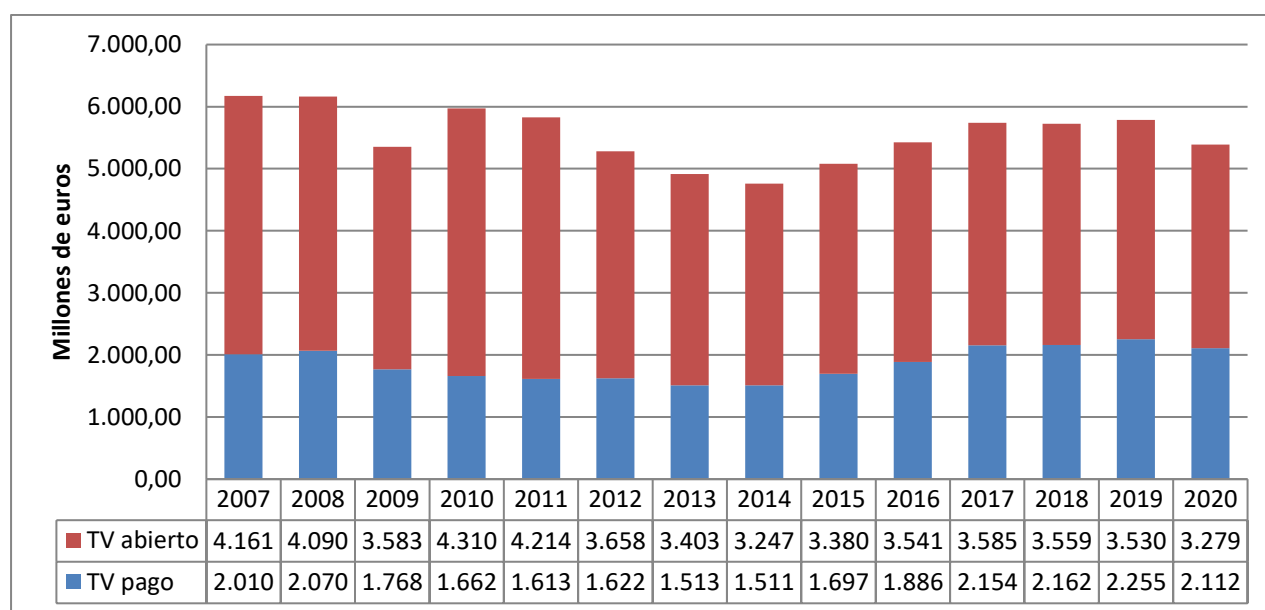
Fuente: Elaborado con los datos de la CNMC, Memorias anuales.

Si analizamos los datos globales distinguiendo la televisión en abierto o gratuita de la televisión de pago (figura 51), veremos que los ingresos de la TV de pago han sufrido una evolución de ida y vuelta, pasando de los 2.010 millones € de 2007 a los 2.154 millones € de 2017, perdiendo por el camino en algunos años los casi 500 millones € de ingresos anuales. Los años 2018 y 2019 fueron de cierta recuperación truncada por el fatídico año 2020, donde volvieron a caer a los 2.112 millones €.

La causa fundamental de la caída inicial radica en la Gran Recesión de 2007. La TV en abierto, ha perdido en el mismo período 2007-2017 la significativa cantidad de 575 millones € en ingresos, que consisten básicamente en publicidad (las privadas y las públicas autonómicas, no la nacional que perdió la publicidad desde 2010) y subvenciones (las públicas), fruto también de la crisis económica y las restricciones presupuestarias. Lo peor de

la tendencia es que en 2018 y 2019 siguieron disminuyendo ligeramente los ingresos globales hasta cerrar el terrible 2020 con una reducción hasta los 3.279 millones €. Según indica la CNMC, “el año 2021, con datos no consolidados agregando los cuatro trimestres, cerró con unos ingresos de los servicios audiovisuales muy similares a los de 2020. Tanto los ingresos de la televisión en abierto como los de la de pago se mantuvieron estables.”

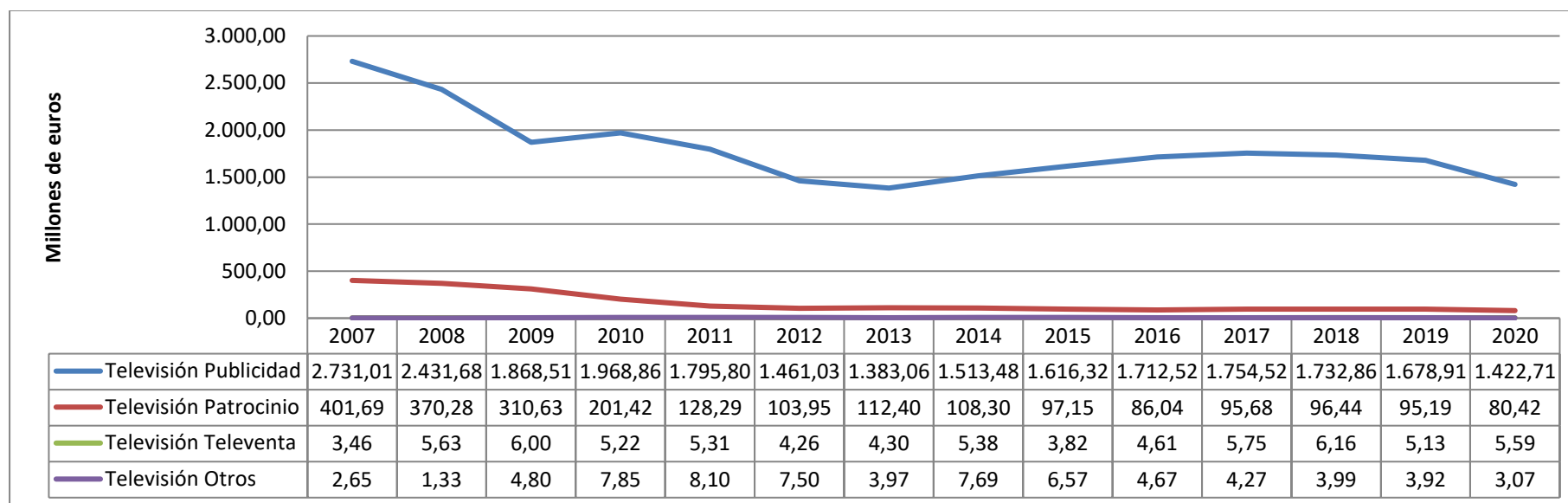
Figura 49. Evolución de los ingresos, incluidas subvenciones, de la TV en España por modalidad de transmisión (2007-2020). En millones €.



Fuente: Elaborado con los datos de la CNMC, Memorias anuales.

Si analizamos la evolución de los ingresos de la TV privada en abierto y concretamente la publicidad (figura 52), veremos que la caída de 2007 (con un máximo de 2.731 millones €) al mínimo marcado en 2013 (de 1.383 millones €) supone un descalabro de nada menos que 1.348 millones €. La recuperación económica solo ha permitido recuperar 350 millones € en 2018. En 2019 continúa la caída (hasta 1.679 millones €) y en 2020 se derrumba por efecto de la Pandemia hasta los 1.423 millones €.

Figura 50. Volumen de negocio de la televisión privada en abierto en España, excluidas subvenciones (2007-2020). En millones €.



Fuente: Elaborado con los datos de la CNMC, Memorias anuales.

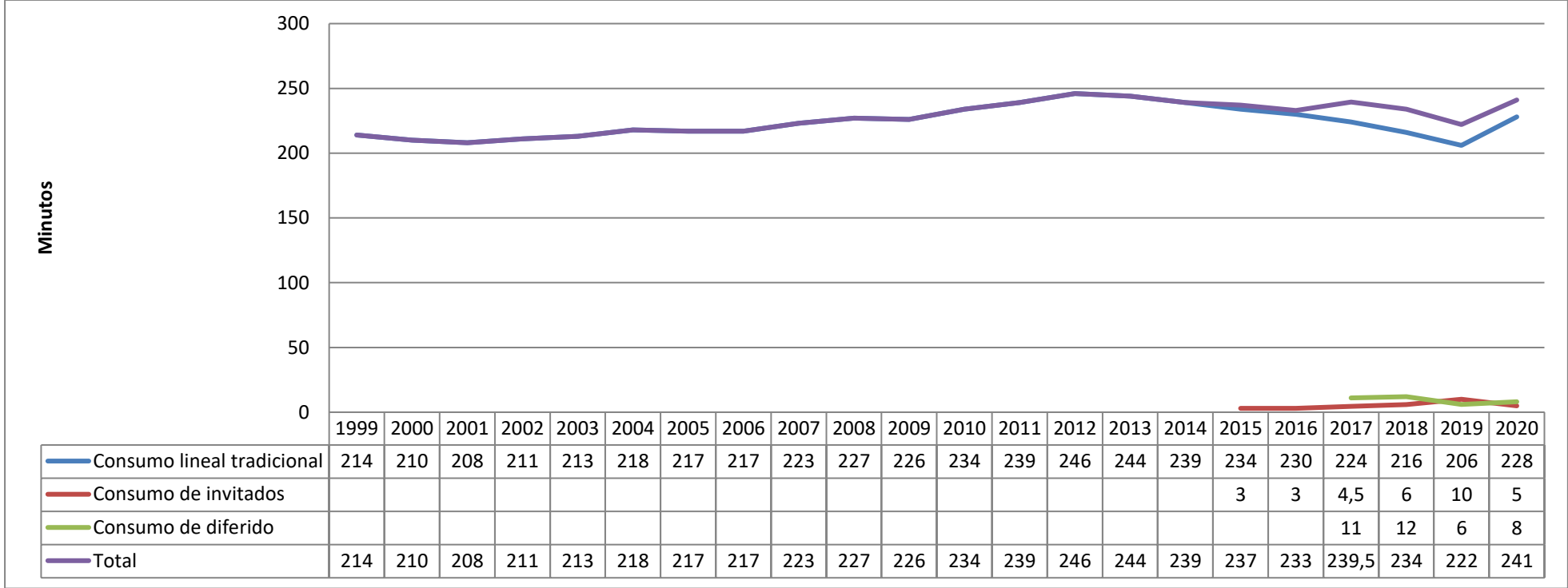
Con lo que el sector se ha dejado más de 1.000 millones € en ingresos que difícilmente recuperará, no tanto por la crisis, sino por el cambio de hábito de consumo del público y el traslado de la inversión publicitaria a internet. Estas cifras afectarán significativamente a la producción española, tanto cinematográfica como de series de ficción, en cuanto que los operadores de televisión, tanto público como privados, son esenciales en el mantenimiento de la industria de producción española.

En cuanto a las audiencias de la televisión en abierto (tanto privada como pública) las estadísticas (figura 54) muestran un pico de máximo en 2013 (246 minutos) hasta caer a los 216 minutos en 2018. Claramente se va derrumbando las audiencias a la televisión lineal por los cambios en los hábitos de consumo en el hogar. De hecho, a partir de 2015 se introduce un nuevo concepto de audiencia, que es el consumo en diferido, que en 2018 aportó 12 minutos adicionales de audiencias (6 minutos en 2019 y 8 en 2020). También se crea el concepto “invitados” que aportan 5 minutos adicionales en 2020 (10 en 2019 y 6 en 2018).

Sin embargo, la tendencia se truncó en 2020. Evidentemente, la Pandemia disparó el consumo de la televisión en abierto hasta los 228 minutos, revirtiendo la tendencia bajista de 2019 (206 minutos). La razón del incremento parece obvia: el confinamiento y las restricciones de aforos son causas suficientes para empujar al ciudadano ante la televisión.

Por otro lado, el dominio actual de la audiencia de los dos grandes grupos privados de televisión en abierto es abrumador, dando lugar a un verdadero duopolio, tal y como muestran los datos de la tabla 22. Desde 2015 el grupo Mediaset, que cuenta con siete canales (de los cuales Telecinco y Cuatro son los principales) mantiene el liderazgo (28,4% en 2020) 2017). Frente al Grupo Atresmedia, con seis canales (los más importantes Antena 3 y La Sexta) con el 26,3 en 2020. Lejos quedan las públicas, con la Corporación RTVE (15,4%) y la Forta (8,2%), que claramente van disminuyendo su importancia en lo que a consumo televisivo se refiere.

Figura 51. Consumo de la televisión en abierto en España (1999-2020). En minutos.



Fuente: Elaborado con los datos de la CNMC, Memorias anuales.

Tabla 22. Evolución de las audiencias de la televisión en abierto en España (2015-2020) por grupo de comunicación y canal de televisión.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Variación 2020/2019
Mediaset	31	30,2	28,7	28,9	28,9	28,4	-0,5
Telecinco	14,8	14,4	13,3	14,1	14,8	14,6	-0,2
Cuatro	7,2	6,5	6,2	6	5,3	5,4	0,1
FDF	3,5	3,2	3,1	2,9	2,8	2,6	-0,2
Energy	1,5	1,9	2	1,9	2,4	2,3	-0,1
Divinity	2,3	2,3	2,2	2	1,9	1,9	0,0
Boing	1,6	1,5	1,4	1,3	1,1	1,1	0,0
Be Mad	n/a	0,4	0,6	0,6	0,5	0,7	0,2
Atresmedia	26,8	27,1	26,5	26,8	26,2	26,3	0,1
Antena 3	13,4	12,8	12,3	12,3	11,7	11,8	0,1
La Sexta	7,4	7,1	6,7	6,9	7	7	0,0
Nova	2,4	2,2	2,2	2,4	2,2	2,5	0,3
Neox	2,6	2,5	2,5	2,4	2,4	2	-0,4
Mega	0,9	1,8	1,7	1,6	1,5	1,5	0,0
Atreseries	n/a	0,8	1,1	1,2	1,4	1,5	0,1
Grupo CRTVE	16,7	16,8	16,7	16,4	15,5	15,4	-0,1
La 1	9,8	10,1	10,4	10,4	9,4	9,4	0,0
La 2	2,7	2,6	2,6	2,7	2,7	2,8	0,1
Clan TV	2,4	2,2	2	1,8	1,9	1,6	-0,3
24H	0,9	0,9	1	0,9	1	1,1	0,1
Teledeporte	0,9	0,9	0,7	0,6	0,6	0,5	-0,1
G. Vocento (NET TV)	3,4	2,9	3,1	2,9	2,9	2,6	-0,3
Paramount Channel	2	1,8	1,9	1,7	1,8	1,8	0,0
Disney Channel	1,4	1,1	1,2	1,2	1,1	0,8	-0,3
U. Editorial (VEOTV)	4,2	2,2	2,7	2,6	2,8	2,5	-0,3
Discovery Max	2,1	1,9	1,7	1,6	1,7	1,7	0,0
GOL	n/a	0,2	1	1	1,1	0,8	-0,3
Trece TV	n/a	2,1	2,1	2	2,1	2,3	0,2

Fuente: Extraído de CNMC. Informe Económico Sectorial de las Telecomunicaciones y el Audiovisual. 2020. pp 154-155.

En abril de 2019, el mapa de las empresas emisoras de televisión en España presentaba la siguiente situación, que se mantienen prácticamente hasta el momento actual (abril 2022).

Por un lado, y en cuanto a la titularidad de la misma, existen las televisiones públicas: una de carácter nacional (CRTVE)¹¹⁰ y trece de carácter autonómico y regional, doce de ellas agrupadas bajo el paraguas de la FORTA¹¹¹:

- La Agencia Pública Empresarial de la Radio Televisión de Andalucía (RTVA)¹¹².
- La Corporació catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)¹¹³.
- RADIO TELEVISIÓN MADRID, S.A. (RTM)¹¹⁴.
- La Corporación Radio y Televisión de Galicia, S.A (CRTG)¹¹⁵.
- El Grupo Euskal Irrati Telebista (EiTB)¹¹⁶.
- La Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC)¹¹⁷.
- El Ente Público Radio Televisión Canaria (RTVC)¹¹⁸.
- El Ente Público Radio Televisión Castilla La Mancha (RTVCM)¹¹⁹.
- La Radiotelevisión de la Región de Murcia (RTRM)¹²⁰.
- La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CART)¹²¹.
- La Radiotelevisión del Principado de Asturias (RTPA)¹²².

¹¹⁰ Según reza en su web: *La Corporación Radiotelevisión Española (RTVE) es una sociedad mercantil estatal con especial autonomía que tiene encomendada la misión de ofrecer y garantizar el servicio público de radio y televisión de titularidad del Estado. Está configurada como sociedad anónima y su capital social es de titularidad íntegramente estatal. RTVE es por ley independiente de cualquier Gobierno, partido o empresa. Solo rinde cuentas ante el Parlamento. Su gestión corresponde a un Consejo de Administración integrado por nueve miembros elegidos por las Cortes.* <http://www.rtve.es/corporacion/> (Consultado el 1/4/2019). Inició sus actividades en 2007, tras asumir las funciones del extinto Ente Público RTVE. Nacida como Televisión Española en 1956, gestiona actualmente La 1, La 2, Canal 24 horas, Clan, TDP, TVE Internacional y Star TVE.

¹¹¹ Creada en 1989, según reza en su web, *La Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas es una asociación sin ánimo de lucro que asocia a organismos o entidades de derecho público creados por las leyes de los respectivos Parlamentos Autonómicos para la gestión directa de los servicios públicos de Radiodifusión y Televisión en las diferentes Comunidades Autónomas del Estado español.* <http://www.forta.es/> (Consultado el 1/4/2019).

¹¹² Gestiona Canal Sur Televisión (creada el 28/2/1989), Canal Sur 2 (creada el 5/6/1998) y Andalucía Televisión, que emite por satélite (creado en febrero 1996) <http://www.canalsur.es/portada-2808.html> (Consultado el 1/4/2019).

¹¹³ Televisió de Catalunya es la empresa de la CCMA que gestiona los canales de televisión: TV 3 (creado en septiembre 1983), Super 3 (creado en octubre 2009), Canal 33 (creado en septiembre de 1988), Canal 3/24 (creado en septiembre 2003), TV3 Cat (creado en junio 2009, sustituyendo a TV Ci, creado en septiembre 1995) <https://www.ccma.cat/> (Consultado el 1/4/2019).

¹¹⁴ Gestiona dos canales de televisión: Telemadrid (TM) y La Otra. <http://www.telemadrid.es/> (Consultado el 1/4/2019).

¹¹⁵ Gestiona los siguientes canales de televisión: Televisión de Galicia (TVG), G2, CTV América y GTV Europa. <http://www.crtvg.es/> (Consultado el 1/4/2019).

¹¹⁶ Gestiona ETB1, ETB2, ETB3 y ETB Sat/Euskadi TV y el Canal Vasco. <https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/transparencia/> (Consultado el 1/4/2019).

¹¹⁷ Gestiona Apuntmedia <https://apuntmedia.es/va/> (Consultado el 1/4/2019).

¹¹⁸ Gestiona tv canaria <http://www.rtv.es/inicio/home.aspx> (Consultado el 1/4/2019).

¹¹⁹ Gestiona Castilla La Mancha Televisión <http://www.cmmedia.es/> (Consultado el 1/4/2019).

¹²⁰ Creada en 2013, es sucesora de Onda Regional de Murcia, S.A. y Televisión Autónoma de Murcia, S.A. y gestiona el canal de televisión 7 Región de Murcia <http://www.rtrm.es/servlet/rtrm.servlets.ServletLink2?METHOD=FRMPRESENTACION&sit=c,4> (Consultado el 1/4/2019).

¹²¹ Gestiona Aragón Televisión (nacido en abril 2006) <https://www.cartv.es/> (Consultado el 1/4/2019).

- El Ente Público de Radiotelevisió de las Illes Balears (EPRTVIB)¹²³.

Al grupo anterior, hay que añadir la Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales (CEXMA)¹²⁴.

Las televisiones públicas se financian fundamentalmente con aportación pública y cánones impuestos a operadores privados audiovisuales y de telefonía (como es el caso de CRTVE, desde que abandonó los ingresos publicitarios en 2010) o aportaciones públicas y publicidad (como es el caso de las autonómicas).

En cuanto a la televisión privada (creada a partir de 1988), en España existen actualmente dos enormes operadores de televisión privada en abierto; es decir, aquella en que su fuente principal de ingresos es la publicidad, que practican un oligopolio, por su poder en el ámbito publicitario (85% de la inversión de publicidad en televisión en 2018¹²⁵), que son Atresmedia¹²⁶ y Mediaset España¹²⁷. Ambas cotizan en la bolsa española (IBEX-35).

De acuerdo con los datos facilitados por la CNMV ambos grupos controlan los ingresos del mercado publicitario en España, una vez eliminada la competencia de TVE a partir de 2010.

¹²² Creada en 2014, asumió la función de tres organismos públicos anteriores, y Gestiona Televisión del Principado de Asturias (TPA) <https://www.rtpa.es/> (Consultado el 1/4/2019).

¹²³ Gestiona IB3 Televisió <https://ib3.org/corporatiu> (Consultado el 1/4/2019).

¹²⁴ Gestiona el Canal Extremadura Televisión <http://www.canalextramadura.es/> (Consultado el 1/4/2019).

¹²⁵ <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-anuales/analisis-televisivo-2018/> (Consultado el 1/5/2019).

¹²⁶ El mismo se califica en su web como “el mayor grupo de comunicación de España <https://www.atresmedia.com/> (Consultado el 1/4/2019) Gestiona siete canales de televisión: Antena 3, Neox, Neox, Nova. Mega, La Sexta y Antena 3 Series.

¹²⁷ También se califica en su web como “la primera compañía de medios en España y cuarta de Europa en rentabilidad” <https://www.mediaset.es/> (Consultado el 1/4/2019). Gestiona siete canales de televisión: Tele 5, Cuatro, Factoría de Ficción, Boing, Diviníy, E, Energy y BeMad.

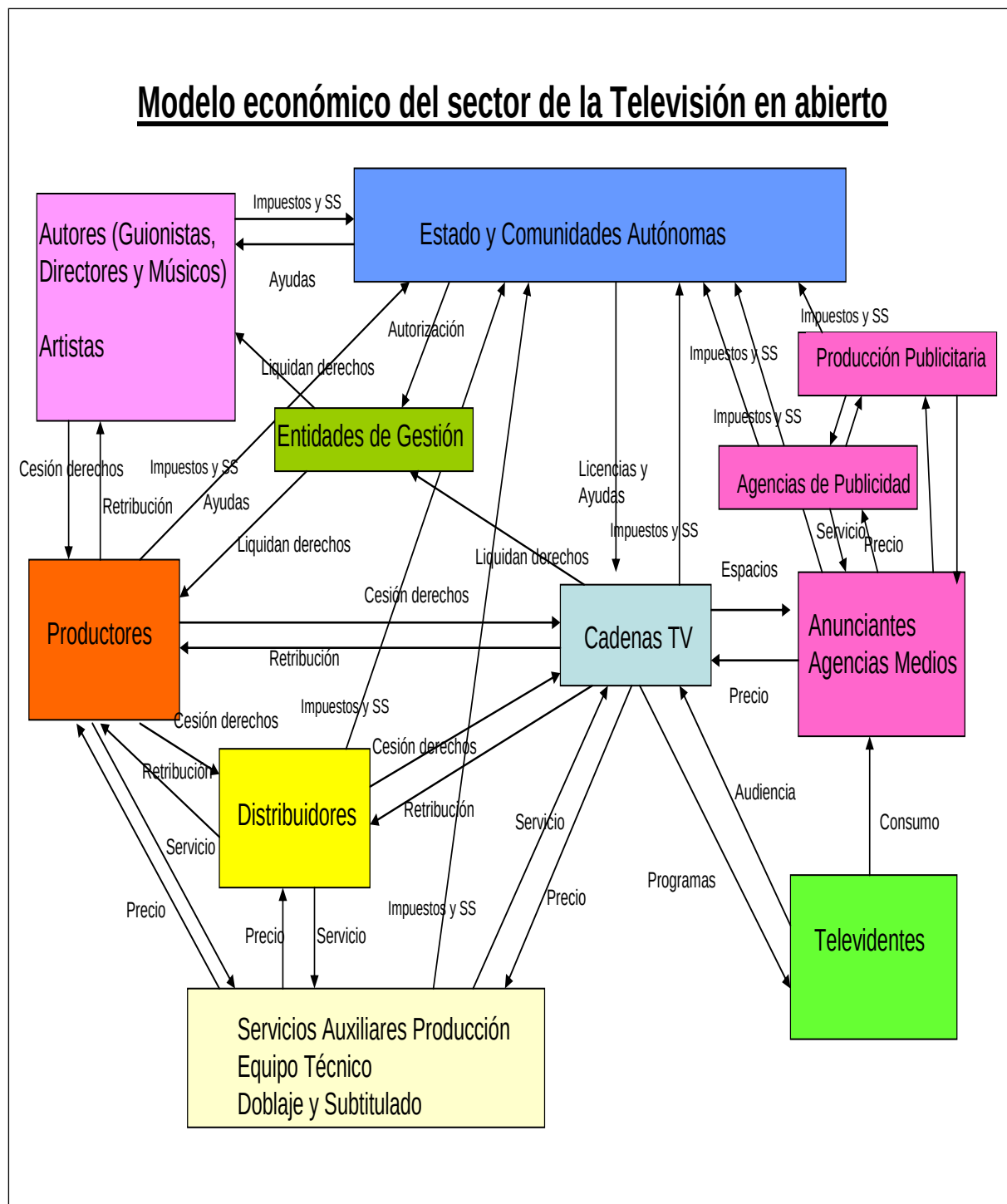
Tabla 23. *Ingresos de publicidad de la televisión privada en España por operador (2010-2020). En millones €.*

Televisión	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Atresmedia	632,88	616,40	575,57	653,98	705,52	765,31	803,66	800,20	774,79	751,04	635,42
Mediaset España	663,93	816,66	685,91	637,28	707,04	736,16	771,83	782,14	777,33	733,67	598,91
Movistar	0,00	2,16	1,46	0,32	0,25	4,82	31,35	28,45	41,45	62,41	79,05
Televisió de Catalunya	89,88	76,88	59,10	53,16	56,37	58,41	56,71	48,72	47,01	44,68	35,86
Grupo Vocento	49,17	47,57	39,45	36,29	38,75	37,38	37,60	39,79	39,61	38,12	26,07
Unidad Editorial	25,00	30,58	23,01	19,56	16,68	12,55	7,78	12,30	12,30	13,38	13,76
13TV	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11,01	11,77	12,12	12,25	12,18
Resto	678,86	316,18	174,06	86,98	93,99	92,47	82,94	134,59	134,85	127,61	110,54
Total	2.139,73	1.906,42	1.558,57	1.487,56	1.618,59	1.707,10	1.802,87	1.857,96	1.839,46	1.783,16	1.511,79

Fuente: Extraído de la CNMC, Memorias anuales.

El modelo económico de la televisión privada en abierto se basa fundamentalmente en los ingresos publicitarios.

Figura 52. Modelo económico de la televisión privada en abierto en España.



Fuente: Elaboración propia.

La TV de pago en España está dominada actualmente por Movistar + (marca perteneciente a Telefónica), fundamentalmente desde el año 2016, cuando Telefónica adquirió la plataforma DTS, sociedad que a su vez fue consecuencia de la fusión de Sogecable, controlada por el Grupo Prisa, y Vía Digital, controlada entonces por Telefónica, que comercializaron tras la fusión la marca Digital +. Se podría decir que desde entonces quedó cerrada la denominada “guerra digital” que había enfrentado prácticamente desde finales de 1996 al Grupo Prisa (junto con otros socios industriales y financieros) , promotor de la plataforma Canal Satélite Digital (CSD) y de la televisión de pago Canal + , al grupo empresarial liderado por Telefónica (con el apoyo de otros socios como Televisa) que, según cuentan la crónicas, representaba la posición gubernamental en aquel momento (dominado por el Partido Popular) de crear una competencia a la posición del Grupo Prisa en los medios de comunicación en España¹²⁸.

De acuerdo con los datos oficiales de la CNMC, los ingresos de la televisión de pago en España, durante el período 2010-2020 distribuidos por operador muestran la evolución que se presenta en la tabla 19. Movistar se convirtió en el operador dominante desde 2016 tras la absorción de las actividades de lo que en su momento era la apuesta de Prisa por la televisión de pago. Dicho lo cual los ingresos muestran una cierta estabilidad en el entorno de los 2.100 millones de euros anuales.

¹²⁸ La doctrina ha realizado numerosas aportaciones sobre la apasionante historia de la televisión de pago, y concretamente el Grupo Prisa, con sus luchas de poder político y económico. Ver un magnífico resumen en García Santamaría, J.V., Pérez Serrano, M.-J., y Alcolea Díaz, G. (2020). Prisa en el sistema mediático español: del liderazgo a la pérdida de centralidad. *Profesional De La información*, 28(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.14>

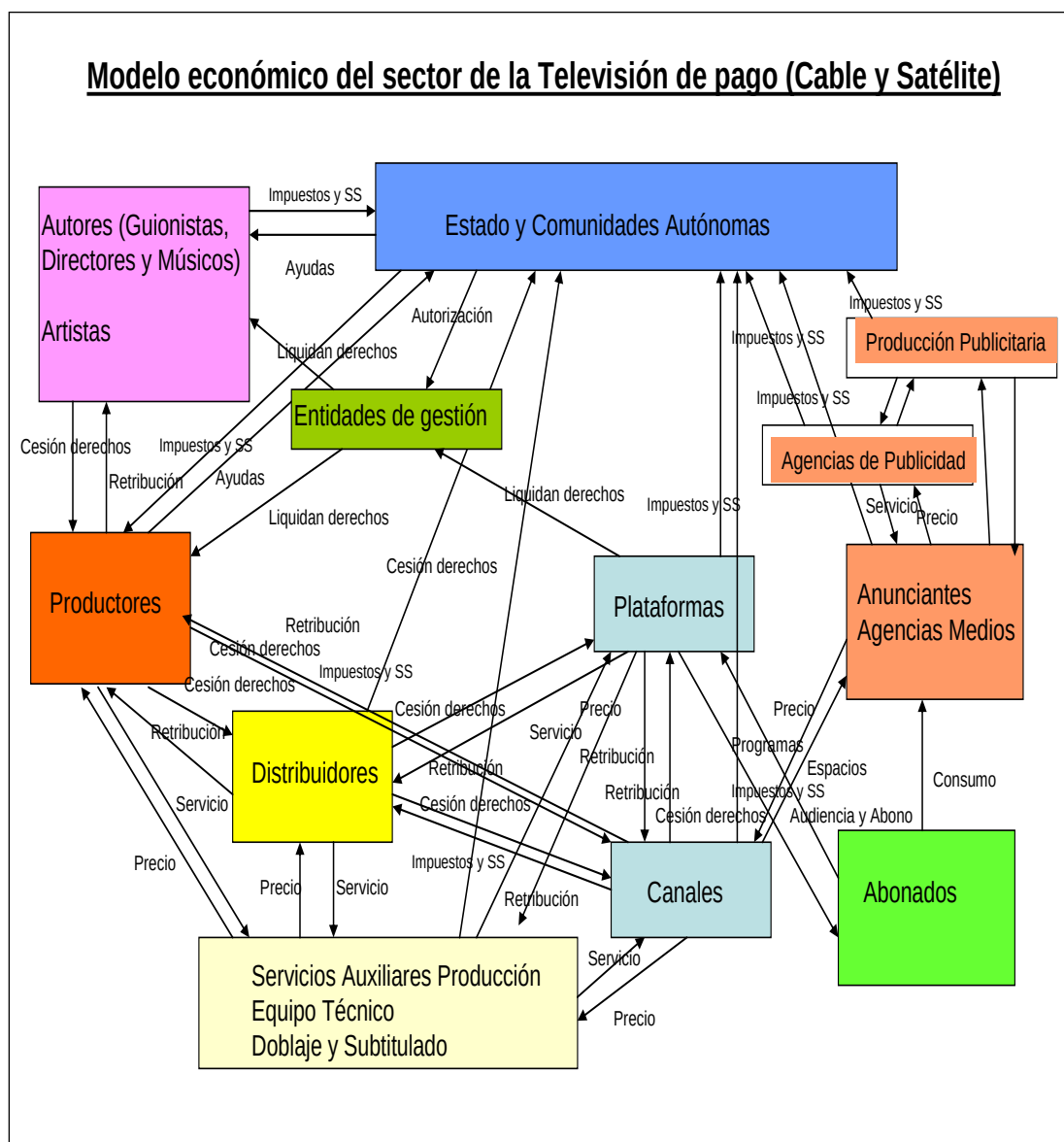
Tabla 24. *Ingresos de televisión de pago en España por operador (2010-2020).*

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Movistar	207,61	222,98	247,01	227,40	304,79	597,77	1.579,28	1.697,25	1.679,29	1.737,13	1.593,41
Vodafone	4,60	3,32	3,91	0,00	0,00	163,00	178,88	233,03	214,70	201,93	184,65
Orange	9,02	9,14	12,28	14,42	14,49	23,09	56,48	87,97	130,77	157,25	146,36
Rakuten TV	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11,22	16,51	21,51	27,95	37,99	50,79
Euskaltel	16,24	19,00	18,68	19,46	21,51	21,49	28,76	23,26	36,60	35,48	36,73
TeleCable	33,65	36,59	35,06	30,15	25,33	6,31	9,55	22,65	0,00	0,00	0,00
DTS	1.066,82	963,49	983,24	964,23	937,45	826,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
R	22,32	22,76	21,46	16,57	14,22	12,78	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GolTV	45,38	82,79	80,16	62,09	57,95	32,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ono	223,78	222,81	184,74	149,19	133,23	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resto	32,61	30,72	36,27	29,72	2,97	3,08	16,71	68,48	72,80	85,53	100,23
Total	1.662,03	1.613,62	1.622,79	1.513,21	1.511,95	1.697,66	1.886,16	2.154,15	2.162,11	2.255,32	2.112,17
A partir de 2015 Vodafone incluye los datos de Ono. A partir de 2016 Movistar incluye los datos de DTS y TAD. Los datos de Euskaltel incluyen los de R a partir de 2016 y los de TeleCable a partir de 2018.											

Fuente: Extraído de la CNMC, Memorias anuales.

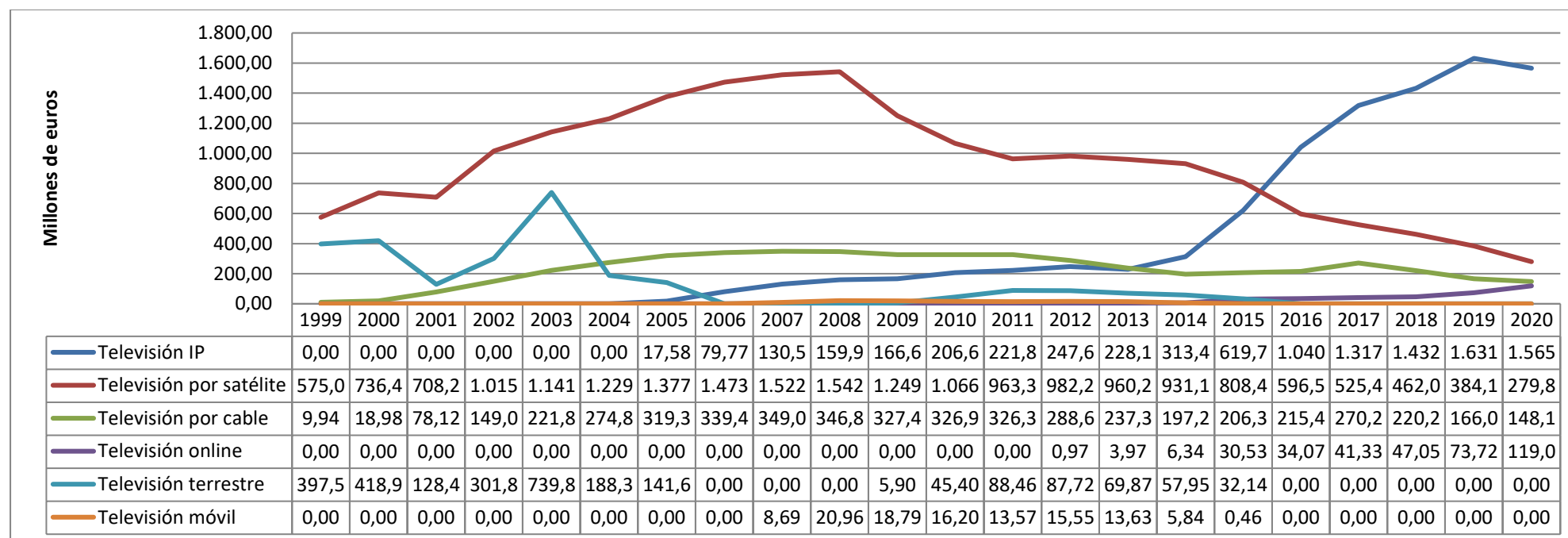
El complejo modelo de negocio de la TV de pago en España, en el que tiene un papel fundamental la producción cinematográfica, junto con los deportes (y más concretamente el fútbol, nuestro deporte estrella) se representa en la figura 56.

Figura 53. Modelo económico de la televisión privada de pago en España.



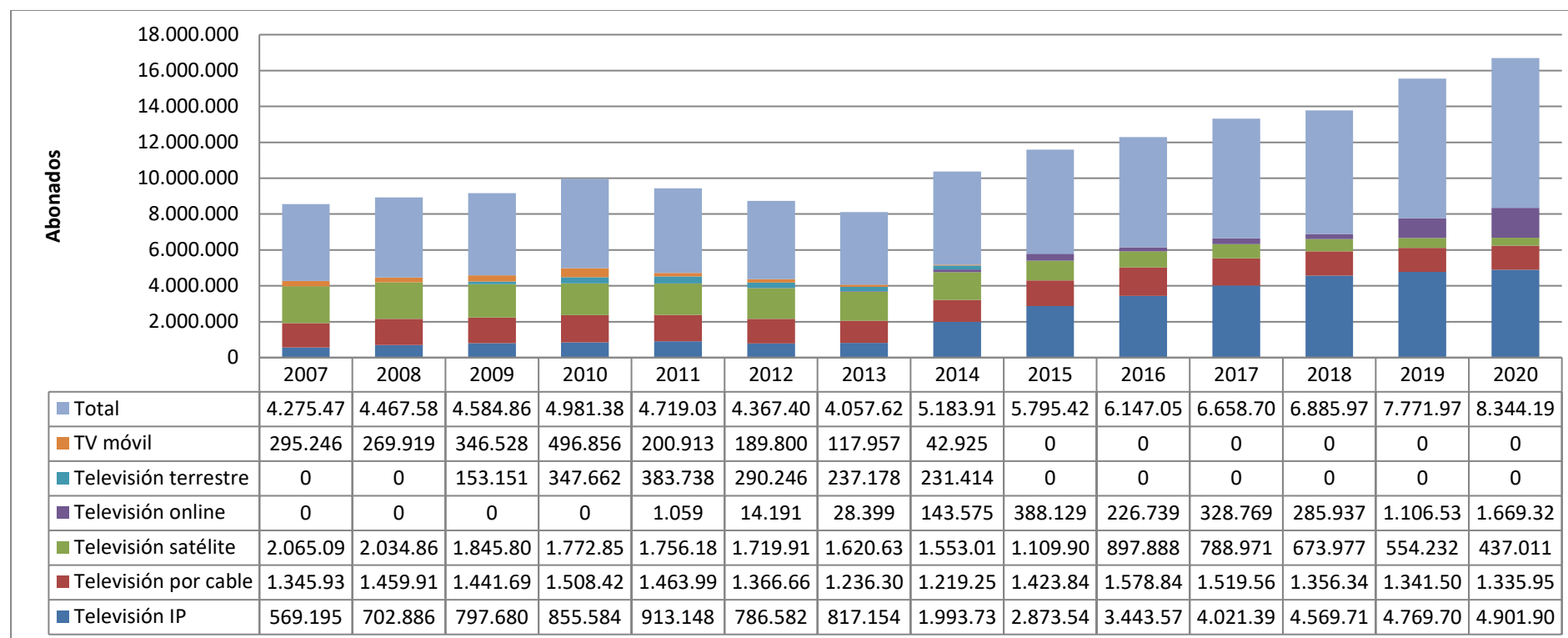
Fuente: Elaboración propia.

Figura 54. Volumen de negocio de la televisión de pago en España por medio de transmisión (1999-2020). En millones €.



Fuente: Elaborado con los datos de la CNMC, Memorias anuales.

Figura 55. Evolución del número de abonados de la televisión de pago en España (2007-2020) por medio de transmisión.



Fuente: Elaborado con los datos de la CNMC en sus memorias anuales.

8.1. La obligación legal de inversión en un porcentaje de los ingresos de las cadenas de televisión en cine español y europeo

Las cadenas de televisión se han convertido, precisamente a consecuencia de un imperativo legal, en uno de los grandes financiadores del cine español. De forma que hoy día sería difícil entender el panorama del cine español sin la intervención de las televisiones, públicas y privadas, en la producción audiovisual española.

Desde los inicios de la televisión (allá por 1956 con nuestra Televisión Española) la producción audiovisual ha sido clave en el desarrollo de la televisión. Pero es con la adaptación de la Directiva europea Televisión sin Fronteras¹²⁹, con la imposición de la obligación legal de invertir por parte de los operadores de televisión, como se consolida un sistema que en el período 1999-2006 (antes del inicio de la crisis económica) aportó 771,7 millones € a la producción audiovisual española.

La Ley 15/2001, de 9 de julio, en su disposición adicional segunda modificó el segundo párrafo del apartado 1 del artículo 5 de la Ley 25/1994¹³⁰, estableciendo que cuando los operadores de televisión incluyan largometrajes cinematográficos de producción con un antigüedad menor de siete años deberán destinar, como mínimo, cada año, el 5 por 100 de la cifra total de ingresos devengados durante el ejercicio anterior a la financiación anticipada de la producción de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y películas para televisión

¹²⁹ Mediante la Ley de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, conocida como Directiva de Televisión Sin Fronteras.

¹³⁰ Literalmente dice:

Los operadores de televisión que tengan la responsabilidad editorial de canales de televisión en cuya programación se incluyan largometrajes cinematográficos de producción actual, es decir, con un antigüedad menor de siete años desde su fecha de producción, deberán destinar, como mínimo, cada año, el 5 por 100 de la cifra total de ingresos devengados durante el ejercicio anterior, conforme a su cuenta de explotación, a la financiación anticipada de la producción de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y películas para televisión europeos, incluidos los supuestos contemplados en el artículo 5.1 de la Ley de fomento y protección de la cinematografía y del sector audiovisual. El 60 por ciento de esta financiación deberá destinarse a producciones cuya lengua original sea cualquiera de las oficiales en España.

A estos efectos se entenderá por películas para televisión las obras audiovisuales de características similares a los largometrajes cinematográficos, es decir, obras unitarias de duración superior a sesenta minutos, con desenlace final, con la singularidad de que su explotación comercial no incluye la exhibición en salas de cine; y por ingresos de explotación, los derivados de la programación y explotación del canal o canales de televisión que dan origen a la obligación, reflejados en sus cuentas de explotación auditadas.

El Gobierno, previa consulta a todos los sectores interesados, podrá establecer reglamentariamente las duraciones exigibles para considerar una obra audiovisual como película para televisión.

Europeos, Asimismo, en una medida de protección de la cinematografía nacional, establece la obligación de que el 60% de la financiación se destine a producciones cuya lengua original sea cualquiera de las oficiales en España.

Con posterioridad, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA) estableció, en su artículo 53, la obligación de financiar anticipadamente la producción de obras audiovisuales europeas, incluyendo películas cinematográficas y obras para televisión a tres categorías de operadores. En primer lugar, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, así como los prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas que ofrecen canales de televisión y, en tercer lugar, los prestadores de servicios de catálogos de programas,

Dicha obligación de inversión se introdujo nada más y nada menos que dentro del derecho a la diversidad cultural y lingüística de todas las personas.

Asimismo, junto con la cuota de pantalla ¹³¹ se reguló en el artículo 5 apartado 3 la obligación de inversión en obra audiovisual europea del 5% de los ingresos de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual¹³², estableciendo que los prestadores del servicio

¹³¹ El art. 5. 2. LGA establece:

Para la efectividad de este derecho, los prestadores del servicio de comunicación televisiva de cobertura estatal o autonómica deben reservar a obras europeas el 51 por ciento del tiempo de emisión anual de su programación. A su vez, el 50 por ciento de esa cuota queda reservado para obras europeas en cualquiera de las lenguas españolas. En todo caso, el 10 por ciento del tiempo de emisión estará reservado a obras europeas de productores independientes del prestador de servicio y la mitad de ese 10 por ciento debe haber sido producida en los últimos cinco años. El tiempo de emisión a que se refiere este número se computará con exclusión del dedicado a informaciones, manifestaciones deportivas, juegos, publicidad, servicios de teletexto y televenta. Los prestadores de un catálogo de programas deben reservar a obras europeas el 30% del catálogo. De esa reserva la mitad lo será en alguna de las lenguas oficiales de España.

¹³² La norma dice literalmente:

3. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal o autonómica deberán contribuir anualmente a la financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, así como documentales y películas y series de animación, con el 5 por 100 de los ingresos devengados en el ejercicio anterior conforme a su cuenta de explotación, correspondientes a los canales en los que emiten estos productos audiovisuales con una antigüedad menor a siete años desde su fecha de producción. Para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública de cobertura estatal o autonómica esta obligación será del 6 por 100.

La financiación de las mencionadas obras audiovisuales podrá consistir en la participación directa en su producción o en la adquisición de los derechos de explotación de las mismas.

Como mínimo, el 60 por 100 de esta obligación de financiación, y el 75 por 100 en el caso de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública, deberá dedicarse a películas cinematográficas de cualquier género.

comunicación audiovisual televisiva (privados) deberán contribuir anualmente a la financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, así como documentales y películas y series de animación, con el 5% de

En todo caso, el 60 por ciento de esta obligación de financiación se destinará a la producción en alguna de las lenguas oficiales en España.

De este importe, al menos el 50 por 100 deberá aplicarse en el conjunto del cómputo anual a obras de productores independientes. En las coproducciones no se contabilizará a estos efectos la aportación del productor independiente.

Asimismo, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual podrán dedicar hasta el 40 por 100 restante, y hasta el 25 por 100 en el caso de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública, del total de su respectiva obligación de financiación a películas, series o miniseries para televisión. Dentro de estos porcentajes, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública deberán dedicar un mínimo del 50 % a películas o miniseries para televisión.

Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual cuya obligación de inversión venga derivada de la emisión, en exclusiva o en un porcentaje superior al 70% de su tiempo total de emisión anual, de un único tipo de contenidos, siendo éstos películas cinematográficas, series de televisión, producciones de animación o documentales, podrán materializarla invirtiendo únicamente en este tipo de contenidos siempre que se materialicen en soporte fotoquímico o en soporte digital de alta definición.

No podrá computarse a los efectos de este artículo la inversión o la compra de derechos de películas que sean susceptibles de recibir la calificación X de conformidad con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

También están sometidos a la obligación de financiación establecida en este artículo los prestadores del servicio de comunicación electrónica que difundan canales de televisión y los prestadores de servicios de catálogos de programas.

Quedan excluidas de esta obligación las televisiones locales que no formen parte de una red nacional.

El control y seguimiento de las obligaciones contenidas en este punto corresponderá al Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, previo dictamen preceptivo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, y sin perjuicio de sus competencias en el ámbito de la industria cinematográfica. Reglamentariamente se establecerán el procedimiento, los mecanismos de cómputo y la información que podrá recabarse de los operadores. Ello no obstante para las emisiones de cobertura limitada al ámbito de una Comunidad Autónoma, dicho control y seguimiento corresponderá al Órgano audiovisual autonómico competente.

Por acuerdo entre uno o varios prestadores de servicios de ámbito estatal o autonómico sujetos a la obligación de financiación establecida en este artículo y una o varias asociaciones que agrupen a la mayoría de los productores cinematográficos, podrá pactarse la forma de aplicación de las obligaciones de financiación previstas en este artículo, respetando las proporciones establecidas en la misma.

Previamente a la firma del acuerdo, las partes recabarán del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales un informe sobre la conformidad del mismo con lo establecido en esta Ley, sin perjuicio de las funciones que sobre la valoración de dichos acuerdos ostente la Comisión Nacional de la Competencia.

Reglamentariamente se establecerán los procedimientos necesarios para garantizar la adecuación del acuerdo con lo establecido en esta Ley. En todo caso, el régimen establecido en dicho acuerdo regirá respecto de las relaciones que se establezcan entre el prestador o prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva firmantes y todos los productores que actúen en el ámbito de aplicación de aquél, sin que pueda limitarse su cumplimiento a los productores miembros de la asociación o asociaciones que lo hubiesen suscrito.

los ingresos devengados en el ejercicio anterior conforme a su cuenta de explotación. Manteniendo que corresponde los canales en los que emiten estos productos audiovisuales con una antigüedad menor a siete años desde su fecha de producción. Para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública de cobertura estatal o autonómica esta obligación se incrementa hasta el 6%. Asimismo, permite que la financiación sea mediante la participación directa en su producción (como es habitual en las televisiones privadas) o mediante la adquisición de los derechos de explotación de las mismas (como es habitual en Televisión Española). Las televisiones privadas también combinar adquisición de derechos con participación directa.

La Ley trata de garantizar un mínimo de inversión en cine del 60% de la obligación de financiación (es decir, el 3% en el caso de las televisiones privadas) y el 75 por 100 en el caso de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública (el 4,5% en las públicas).

También garantiza que, en todo caso, el 60% de la obligación de financiación se destine a la producción en alguna de las lenguas oficiales en España (3% del total). Y de este importe, al menos el 50% (1,5%) deberá aplicarse a obras de productores independientes. En las coproducciones no se contabilizará a estos efectos la aportación del productor independiente.

Asimismo, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual podrán dedicar hasta el 40 por 100 restantes, y hasta el 25 por 100 en el caso de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública, del total de su respectiva obligación de financiación a películas, series o miniseries para televisión. Dentro de estos porcentajes, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública deberán dedicar un mínimo del 50 % a películas o miniseries para televisión.

Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual cuya obligación de inversión venga derivada de la emisión, en exclusiva o en un porcentaje superior al 70% de su tiempo total de emisión anual, de un único tipo de contenidos, siendo éstos películas cinematográficas, series de televisión, producciones de animación o documentales, podrán materializarla invirtiendo únicamente en este tipo de contenidos siempre que se materialicen en soporte fotoquímico o en soporte digital de alta definición.

Quedan excluidas, como es habitual, en este beneficio de la financiación, las películas que sean susceptibles de recibir la calificación X.

Desde establecimiento de la obligación en 1999 al momento de escribir estas líneas (noviembre 2020) se han elaborado anualmente los correspondientes informes de cumplimiento. A efectos de su análisis, vamos a distinguir el período 1999 a 2009 del 2010 a 2019.

Según los informes presentados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio sobre el cumplimiento por parte de los operadores de televisión de dicha obligación, La evolución de la financiación efectuada desde que se impuso esta obligación legal en 1999 a 2009 es la reflejada en la tabla 18. En este periodo se dedicaron a la inversión al cine español 979,9 millones €. Las cifras de cada año son dispares pero la media del periodo es de 89 millones €. De acuerdo con los informes de la CNMC, en el período 2010 a 2018 (último publicado) la inversión en cine español asciende a 628,9 millones €, lo que arroja una media anual de 69,9 millones €,

Es evidente el impacto de la crisis económica y la disminución de la publicidad en la generación de ingresos de las televisiones, que constituyen la base sobre la que se calcula la obligación de inversión. Los ingresos pasaron de 3.108,4 millones € (2008) a derrumbarse a 2.037,6 millones € en el año siguiente. Aunque luego se recuperaron, en el año 2017 y 2018 se mantienen en 2.596,7 millones € y 2.567,7 millones €, respectivamente, de ingresos computables, lejos del máximo de 3.457,8 millones € al que se llegó en el año 2011. En el período 1999-2018, los operadores de televisión han invertido 1.704,9 millones € en el cine español, aunque con cifras dispares cada año, tal y como se puede ver en la figura 59.

Hay que señalar que, desde el punto de vista del investigador, la información ofrecida en este caso concreto por las autoridades es fiable y objetivamente útil, aunque quizás con cierto retraso temporal en su formulación. Y esta crítica positiva, compartida con la información de las taquillas de cine, desgraciadamente prácticamente no se repite en nuestra investigación. Aunque dicha información parte de los números facilitados por los operadores de televisión, entendemos, que por la propia naturaleza jurídica de las compañías deben concedérsele la máxima credibilidad, ya que, en caso contrario, estarían cometiendo una infracción muy grave (sin entrar en su calificación jurídica exacta) de incumplimiento de sus obligaciones de información que, en principio, no deberíamos contemplar. En todo caso, dicha información está sujeta a revisión por las autoridades.

Tabla 25. Evolución de la obligación legal de inversión de las televisiones en obras audiovisual europea (1999-2009). En euros.

<i>Año</i>	<i>Ingresos Computados</i>		<i>5% obligatorio</i>		<i>Inversión total computada</i>		<i>3% obligatorio</i>		<i>Inversión obra española</i>		<i>Inversión cine español</i>	
1999	1.652.164.486		46.425.822	(1)	54.075.146		0		40.526.350	(3)	27.949.955	(3)
2000	2.041.019.181		102.050.959		122.831.140		0		90.082.373	(3)	85.899.119	(3)
2001	2.294.235.784		114.711.789		160.651.220		32.807.571	(2)	140.006.380		132.656.355	
2002	2.214.815.336		110.740.767		115.443.141		66.444.460		103.754.402		89.206.607	
2003	2.247.692.728		108.964.720	(4)	102.225.219		65.349.093	(5)	87.440.103		80.771.937	
2004	2.200.650.395		110.032.520		125.814.294		66.019.512		99.715.392		88.409.211	
2005	2.562.862.971		128.143.149		138.307.323		76.885.889		105.527.234		100.845.990	
2006	2.788.179.530		139.408.977		143.494.479		83.645.386		104.640.799		96.104.544	
2007	2.901.173.803		145.058.690		153.158.193		87.035.214		124.285.581		112.791.366	
2008	3.108.428.448	(6)	154.446.789		150.182.969		92.668.073		125.405.025		106.417.044	
2009	2.037.628.807		101.881.440		109.699.843		61.128.864		89.660.467		58.836.012	
Total	26.048.851.469		1.261.865.622		1.375.882.967		631.984.062		1.111.044.106		979.888.139	
Notas:												
(1) En 1999, la obligación se fijó en el 2,81% por no afectar al ejercicio completo.												
(2) Al introducirse la obligación de inversión en obras en lengua originaria española en 2001, la cuantía se redujo al 1,43% por no afectar a todo el ejercicio.												
(3) Se refleja el porcentaje de este apartado sólo a efectos informativos, ya que como obligación diferenciada no se inició hasta 2001.												
(4) No representa el 5% de los ingresos porque en 2003 Vía Digital contribuyó con el 2,7% al cesar su actividad sin completar el ejercicio.												
(5) No representa el 3% de los ingresos porque en 2003 Vía Digital contribuyó con el 1,6% al cesar su actividad sin completar el ejercicio.												
(6) Se incluyen los ingresos anuales de Walt Disney, si bien en este ejercicio solo computa por el semestre, dado que finaliza su responsabilidad editorial.												

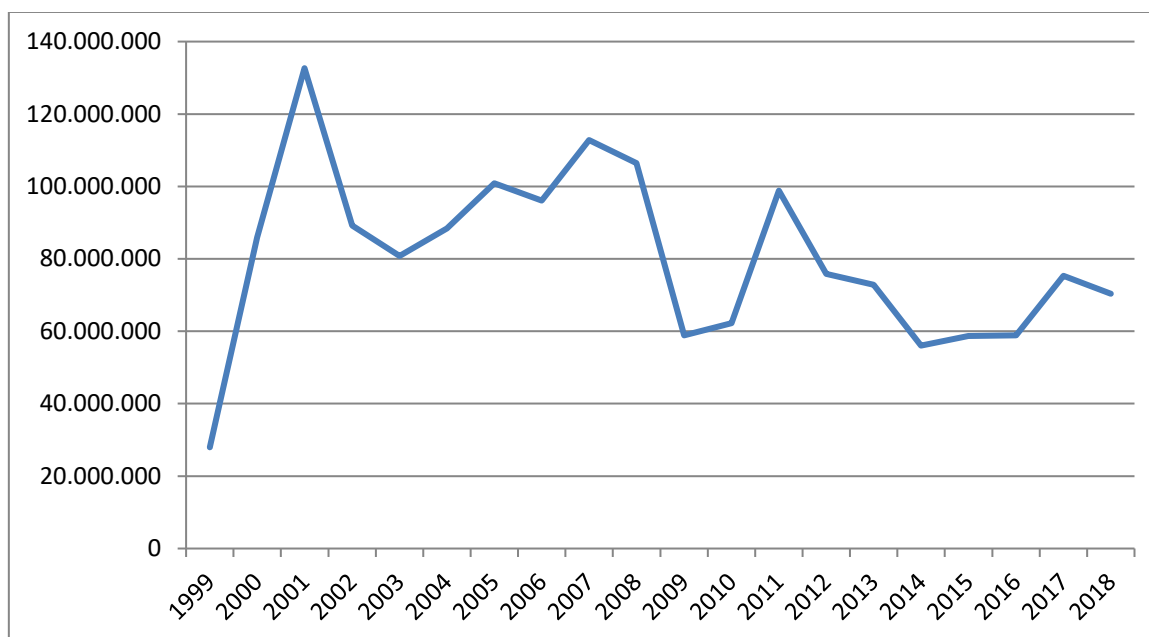
Fuente: Elaborado con los datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Informe sobre el cumplimiento en el ejercicio 2009, por parte de los operadores de televisión de la obligación contenida en la Ley 25/1994, de 12 de julio.

Tabla 26. Evolución de la obligación legal de inversión de las televisiones en obras audiovisual europea (2010-2018). En euros.

<i>Año</i>	<i>Ingresos</i>	<i>Obligación obra europea</i>	<i>Inversión obra europea</i>	<i>Obligación obra española</i>	<i>Inversión obra española</i>	<i>Obligación cine</i>	<i>Inversión cine</i>	<i>Obligación cine español</i>	<i>Inversión cine español</i>	<i>Obligación productor independiente</i>	<i>Inversión producción independiente</i>
2010	2.938.566.888	102.292.148	139.315.970	61.375.289	123.014.300	65.975.227	72.393.191		62.200.858	32.987.614	60.299.617
2011	3.457.859.418	179.708.812	231.625.108		217.631.696	113.959.543	105.911.780	68.375.726	98.837.602	34.187.863	92.206.402
2012	3.058.375.006	159.377.356	183.479.498		145.957.832	99.655.085	97.859.691	59.793.051	75.814.709	29.887.526	75.009.709
2013	2.571.556.249	133.430.172	188.303.376		165.179.305	81.871.161	87.387.133	49.122.697	72.814.411	24.561.348	72.765.012
2014	2.313.953.955	119.876.125	212.633.103		143.031.035	72.910.374	86.440.389	43.746.225	56.041.876	21.873.113	55.146.673
2015	2.373.963.149	122.273.733	179.930.025		124.027.524	71.491.947	70.027.207	42.895.165	58.693.348	21.447.583	62.898.596
2016	2.560.227.061	131.946.798	269.127.353		217.132.729	75.600.015	75.720.426	45.360.371	58.839.533	22.680.187	57.121.228
2017	2.595.719.927	133.467.615	410.196.131		298.816.469	74.427.262	84.299.770	44.656.000	75.306.386	22.328.296	71.774.086
2018	2.567.666.643	132.006.058	389.522.646		327.409.080	72.092.158	80.469.428	43.460.825	70.324.255	21.730.412	57.289.347
	24.437.888.296	1.214.378.817	2.204.133.210	61.375.289	1.762.199.970	727.982.772	760.509.015	397.410.060	628.872.978	231.683.942	604.510.670

Fuente: Elaborado con los datos de CNMC Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2020): *Informe sobre el cumplimiento en el ejercicio 2018, de la obligación de financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, documentales, y series de animación*. 24 de abril de 2020

Figura 56. *Inversión de los operadores de televisión en cine español (1999-2018). En euros.*



Fuente: Elaborado con los datos de los Informes del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y de la CNMC sobre el cumplimiento por parte de los operadores de televisión de la obligación de la obligación de inversión en cine español.

Respecto del análisis de dichas cifras, cabe extraer muchas conclusiones.

Quizás la más interesante al efecto de nuestra investigación es el comportamiento errático de la inversión de las operadoras en el sector de la producción. Es evidente que confluyen situaciones de todo tipo. Una de ellas es la irrupción de la crisis económica, con la caída de la inversión publicitaria y por tanto de la base sobre la que se computa la inversión. Lógicamente, a menores ingresos menor obligación de inversión.

Sin embargo, las necesidades de programación no tienen nada que ver con los ingresos disponibles, sino con la ocupación de la pantalla. Lo que ocurre es que, en períodos de crisis, se trata de ahorrar y por tanto se reducen costes y se acude a la denominada “bodega” de las televisiones, que es todo el producto adquirido pendiente de emitir, bien por primera vez o por los pases que tengan vigentes.

Lo que es evidente es la extraordinaria importancia que tiene la obligación de inversión para la financiación de la producción española.

9. La distribución internacional. Festivales y mercados.

Aunque a veces se tiende a confundir festivales y mercados cinematográficos las diferencias son muy importantes, fundamentalmente por el aspecto más de generación de negocio que tienen los mercados, que, a veces, se celebran en el marco de un festival.

Siguiendo las definiciones de Steve Montal (*The Movie Business Book*) es preciso distinguir festivales de mercados, siendo los primeros abiertos al público y no lucrativos, frente al carácter cerrado y exclusivo para celebrar negocios de los segundos:

Un festival es un lugar establecido organizado usualmente en torno a proyecciones y premios, dedicado a presentar películas de un cierto estilo a un público de pago, al que asisten ejecutivos de distribución en busca de productos y creadores de opinión y periodistas buscando historias, además de un público de pago; los ganadores de los premios consiguen la atención de la industria y la posibilidad de anunciar sus premios en campañas publicitarias como un “sello de aprobación” reconocido por los aficionados eclécticos al cine . Un mercado es un lugar de negocios cerrado al público, bien asociado a un festival (como en Cannes) o no (como en el AFM, el Mercado de Cine Americano de Santa Mónica), organizado para reunir a compradores y vendedores globales en una atmósfera de convención, lo que estimula creación de tratos territoriales que de otro modo requerirían muchos viajes y comunicaciones lejanas. (p. 279).

De los aproximadamente más de 2.000 festivales que se celebran en el mundo, y alrededor de 200 en España, sólo están reconocidos por la FIAPF 47. La FIAPF (Fédération International des Associations de Producteurs de Films)¹³³ es una organización internacional creada en 1977 que agrupa 34 asociaciones de productores cinematográficos de 27 países (ver tabla 24 donde se reproducen los miembros de la FIAPF).

El objetivo de la FIAPF es representar los intereses de las mismas con respecto a políticas de derechos de autor, estándares técnicos y libertad de comercio. Adicionalmente, tiene la función de regular los festivales cinematográficos de todo el mundo, acreditando los mismos y estableciendo jerarquías de calidad de acuerdo con criterios tecnológicos y organizativos.

¹³³ De acuerdo con la información contenida en su página web en: <http://www.fiapf.org/> (consultado el 26/8/2019).

Tabla 27. *Miembros de la FIAPF (Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films).*

Argentina	Asociación General De Productores Cinematográficos
	Instituto Nacional De Cine Y Artes Audiovisuales
Austria	Fachverband der Film and Musikindustrie
Belgium	Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten v.z.w. (V.O.F.T.P.)
Canada	Canadian Media Production Association
China	China Film Producers' Association
Croatia	Croatian Producers Association (HRUP)
Czech Republic	Audiovisual Producers' Association (APA)
Denmark	Danish Producers Association
Estonia	Estonian National Producers Union (ERPÄœ)
Finland	Suomen Elokuvatuottajien Keskusliitto (SEK)
Germany	Verband Deutscher Filmproduzenten Ev
	Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen e.V.
Iceland	Association of Icelandic Films Producers
India	Film Federation of India
	National Film Development Corporation Ltd.
Iran	The Iranian Alliance of Motion Picture Guilds - Khaneh Cinema
Japan	Motion Picture Producers Association of Japan
Latvia	Film Producers Association of Latvia
Macedonia	Association of Film Producers of Macedonia â€“(MZFP Skopje)
Netherlands	Film Producers Netherlands (FPN)
Nigeria	Association of Nollywood Core Producers - ANCOP
Norway	Norske Film-, TV- og spillprodusenters forening
Russia	Film Producers Guild of Russia
	Association of Cinema and Television Producers
Slovakia	Slovak Audiovisual Producers Association (SAPA)
Sweden	Swedish Film & TV Producers Association
Switzerland	Association Suisse des Producteurs de Films
Turkey	Film Yapimcileri Meslek Birliği - Fiyab
	Sinema Eseri Yapimcileri Meslek Birliği - Se-Yap
	Tesiyap Televizyon ve Sinema Film Yapimcileri Meslek Birliği
United Kingdom	Producers Alliance for Cinema and Television (PACT)
U.S.A.	Independent Film & Television Alliance
	Motion Pictures Association

Fuente: Elaborado a partir de la información facilitada en la página web de la FIAPF.

La FIAPF acredita 46 Festivales, de los cuales 15 Festivales, entre los que se incluye uno español (San Sebastián), los califica de “*Competitive Feature Film Festivals*” (Ver tabla 25). Otros 25 los considera “especializados”, entre ellos el Festival de Gijón, el Festival de Sitges y el Festival de Valencia. Los Festivales de Toronto y Viena, son “*Non competitive*” y cinco son calificados como especializados en Documentales y Cortos, entre ellos el Festival de Bilbao.

Tabla 28. “Competitive Feature Film Festivals.”

<u>Festival</u>	<u>Fecha</u>
Berlín	7 febrero a 17 febrero
Moscú	18 abril a 25 abril
Cannes	14 de mayo a 25 mayo
Shangai	15 junio a 24 junio
Karlovy Vary	28 junio a 6 julio
Locarno	7 agosto a 17 agosto
Montreal	-
Venecia	28 agosto a 7 septiembre
San Sebastián	20 septiembre a 28 septiembre
Varsovia	11 octubre a 20 octubre
Tokyo	28 octubre a 5 noviembre
Mar del Plata	9 noviembre a 18 noviembre
Tallín	16 noviembre a 2 diciembre
El Cairo	20 noviembre a 29 noviembre
Goa	20 noviembre a 28 noviembre

Fuente: Elaborado a partir de la información facilitada en la página web de la FIAPF.

Es importante señalar en este punto que la doctrina (Martín Jurado) ha indicado la necesidad de una categorización de los criterios tecnológicos y organizativos de festivales de cine¹³⁴ basada en datos objetivos.

Lo ideal es la asistencia a un festival acompañado de un mercado, como ocurre en Cannes y Berlín, Aunque no todos los festivales, por prestigiosos que sean, disponen de un mercado atractivo a donde se desplacen los productores y agentes de ventas, distribuidores y compradores internacionales, por razones obvias tanto de costes de asistencia como de oportunidad de negocio.

Los principales mercados, de cara a los productores españoles, tantos cortometrajes como largometrajes, ya sea de ficción o producto documental son los recogidos en la página web del ICAA y que se reproducen en la siguiente tabla 24.

¹³⁴ Véase el interesante artículo de Jurado Martín, Montserrat (2018): “Propuesta de categorización de festivales de cine. Estudio del caso en España”. *Miguel Hernández Communication Journal*, 9 (1), pp. 131-160, Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche/Alicante). Disponible en <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/238/449> (Consultado el 14/12/2020).

Tabla 29. Principales mercados para la producción española.

<i>Mercado</i>	<i>Lugar</i>	<i>Fecha</i>
NAPTE Miami	Miami (EE. UU.)	Enero
EFM European Film Market	Berlín (Alemania)	Febrero
Marché International du Court Métrage	Clermont Ferrand (Francia)	Febrero
Mercado de Cine Iberoamericano en Guadalajara	Guadalajara (México)	Marzo
Film Art Hong Kong	Honk Kong (China)	Marzo
MIPTV Cannes	Cannes (Francia)	Abril
MIF Marché International du Film Cannes	Cannes (Francia)	Mayo
MIFA Marché International du Film d'Animation	Annecy (Francia)	Junio
Sunny Side of the Doc La Rochelle	La Rochelle (Francia)	Junio
Sheffield Doc/Fest Meet Market	Sheffield (Reino Unido)	Junio
TIFF Toronto International Film Festival	Toronto (Canadá)	Septiembre
Asian Film Market	Busan (Corea del Sur)	Octubre
MP Junior Cannes	Cannes (Francia)	Octubre
MIPCOM Cannes	Cannes (Francia)	Octubre
TIFF JP Tokyo International Film Festival	Tokyo (Japón)	Octubre
AFM American Film Market	Los Angeles (EEUU)	Noviembre
IDFA International Documentary Film Festival	Amsterdam (Holanda)	Noviembre
Ventana Sur	Buenos Aires (Argentina)	Diciembre

Fuente: Elaborado a partir de la información facilitada en la página web del ICAA.

Los mercados más importantes para la producción audiovisual española de ficción, desde el punto de vista de la comercialización y la financiación, son el European Film Market (EFM), el MIPTV y el Mercado de Cannes, así como el Festival de Toronto y el AFM de Los Angeles.

El European Film Market (EFM), se celebra en el marco del Festival de Berlín (Berlinale), incrementándose cada año la presencia mundial. En 2018 contó con la participación de 550 expositores procedentes de 67 países, 10.000 visitantes de 112 países, 800 películas, 1.112 *screenings* y 533 premieres, con 1.838 compradores acreditados¹³⁵. Es un lugar perfecto para la adquisición y venta de películas, tanto de proyectos, como de producciones en diversos niveles de desarrollo. La actividad no solo se desarrolla en el palacio de exposiciones (Gropius) sino también en otros lugares de la ciudad, donde los vendedores suelen celebrar reuniones y eventos comerciales. Con motivo de la pandemia, aunque el EFM de 2020 se celebró físicamente, el correspondiente a 2021 se trasladó a junio

¹³⁵ En la página web del EFM se informa de los resultados del EFM de 2018. Disponible en línea en: https://www.efm-berlinale.de/en/global/press/press-releases/press-release-detail_4864.html (Consultado el 27/8/2019).

2021 manteniéndose las fechas de marzo de 2021 solo con carácter virtual (ver ilustración 1). Los datos de asistencia en 2021 fueron razonablemente satisfactorios dadas las circunstancias. Según datos del EFM se inscribieron 504 exhibidores (frente a 564 de 2020), en 274 pabellones virtuales de 60 países. Y se visionaron 825 películas (frente a 732 de 2020) en 1.452 *screenings online*, incluido 578 premieres (525 en 2020)¹³⁶. Asimismo, se celebraron intensos actos como conferencias, paneles, discusiones y sesiones profesionales que culminaron en un interesante documento sobre el sector de los festivales y mercado y su papel en estos tiempos¹³⁷.

Figura 57. Portada web EFM.



Fuente: Recuperado de la página web de EFM. <https://www.efm-berlinale.de/en/home/homepage.html> (Consultado el 25/1/2021)

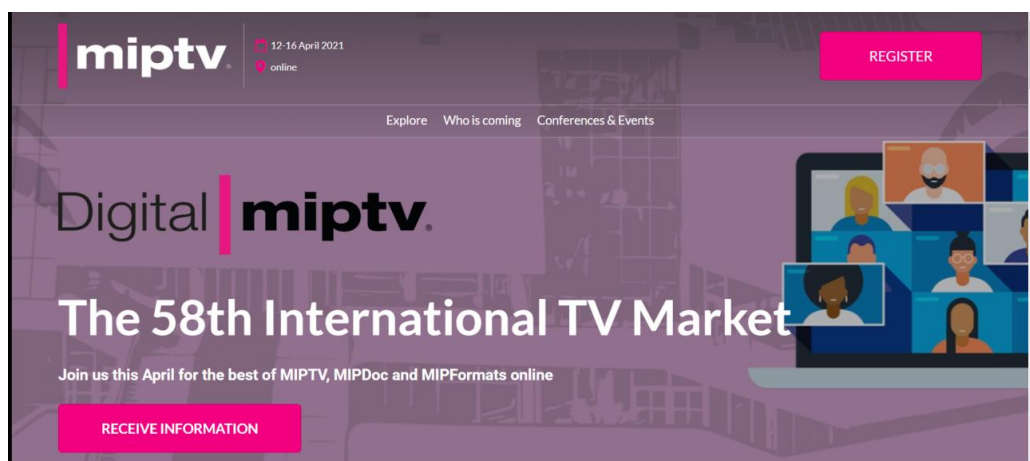
El Marche International des Programmes de Television (MIPTV)¹³⁸, en Cannes, con 1.452 expositores, 10.435 visitantes de más de 100 países, con 3.800 compradores acreditados (abril 2018). Con motivo de la pandemia de 2020, el MIPTV también migró a un mercado virtual (ver figura 61).

¹³⁶ Recuperado de: https://www.efm-berlinale.de/en/global/press/press-releases/press-release-detail_15104.html (Consultado el 21/3/2021).

¹³⁷ Recuperado de https://www.efm-berlinale.de/media/pdf_word/efm/71_efm/efm2021_reflectingrethinkingresetting_reportthinktanks.pdf (Consultado el 21/3/2021).

¹³⁸ Disponible en línea en: <https://www.miptv.com/landing-pages/spanish/> (Consultado el 27/8/2019).

Figura 58. MIPTV. Portada web.



Fuente: Tomado de la página web de MIPTV. Recuperado de <https://www.miptv.com/> (Consultado el 25/1/2021).

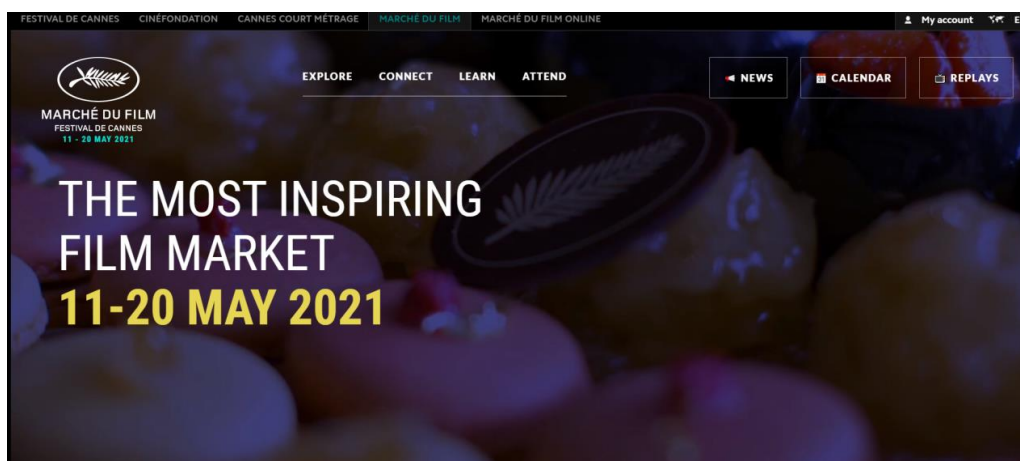
El Mercado de Cannes (*Le Marche du Film*)¹³⁹ es un mercado potentísimo que se celebra desde 1959 en el marco del Festival Internacional de Cine de Cannes (mayo), creado en 1946, y se puede considerar el principal de Europa y probablemente del mundo. Con 12.527 profesionales acreditados en 2019 y 2.768 películas en venta en el mercado (incluidos 332 documentales). Se presentaron 857 películas, se realizaron 1.464 *screenings* y 693 *premieres*.

Con motivo de la pandemia de 2020, Cannes también migró a un mercado virtual en su edición de 2020. Implantaron 61 pabellones virtuales para instituciones y 262 agentes de ventas. Se realizaron 1.235 *screenings* con un total de 42.000 admisiones en 59 salas de cine virtuales. Se presentaron 3,500 películas y proyectos en el mercado, con más de 200 eventos de *networking* y conferencias sobre temas como diversidad, inclusión, realidad virtual, nuevas tecnologías o coproducción.

Aunque para 2021 tenían previsto realizarla de forma presencial (ver figura 62) no fue hasta 2022 que se celebró el primer mercado presencial desde el inicio de la Pandemia, con un éxito de presencia extraordinario.

¹³⁹ Disponible en línea en: <https://www.festival-cannes.com/es/qui-sommes-nous/marche-du-film-2> (Consultado el 27/8/2019).

Figura 59. *Le Marche du Film. Portada Web.*



Fuente: Recuperado de la página web del Marché du Film. Recuperado de <https://www.marchedufilm.com/> (Consultado el 25/1/2021).

Un mercado extraordinariamente importante en el mundo es el *American Film Market* (AFM)¹⁴⁰, que se celebra la primera semana de noviembre en Los Angeles. Asisten más de 7.000 participantes de la industria procedentes de más de 80 países. Se cierran más de 1.000 millones de USD en acuerdos para financiar, coproducir o adquirir películas en distintas fases de producción, desde en desarrollo hasta ya finalizadas. Con más de 500 visionados (*screenings*) de más de 300 películas y más de 400 distribuidores/agentes/productores presentando y negociando acuerdos de películas.

Como consecuencia de la pandemia de 2020, el mercado correspondiente a la edición 41 de noviembre 2020 se convirtió en virtual. Participaron 571 compañías registradas de cerca de 50 países y 59 *filme commission* y empresas de servicios de producción de todo el mundo. Acudieron 1.468 compradores de 66 países y se realizaron 465 *screenings* oficiales. Para 2021, se estimó celebrarlo físicamente (figura 63).

¹⁴⁰ Esta información fue tomada de <https://americanfilmmarket.com/about-afm/> (Consultado el 27/8/2019). Actualmente esta referencia de hipervínculo no está disponible.

Figura 60. American Film Market. Portada web.



Fuente: Recuperado de la página web del AFM. Recuperado de <https://americanfilmmarket.com/> (Consultado el 25/1/2021).

Adicionalmente a los mercados audiovisuales propiamente dichos, se han ido creando plataformas tecnológicas sobre las que desarrolla un mercado que, en muchos casos se asocian a mercados tradicionales físicos ya existentes (como EFM) y en otras ocasiones tienen carácter independiente.

Este último es el caso de la plataforma estadounidense Vuulr¹⁴¹, que se anuncia como el mercado más grande global en línea para películas y series de televisión, que conecta compradores con productores y distribuidores de todo el mundo. Los compradores pueden utilizar gratuitamente para acceder a 23.000 títulos y más de 140.000 horas de contenido premium en 60 géneros, mientras que los vendedores pueden mostrar su catálogo completo a 5.000 compradores en el mundo sin coste¹⁴².

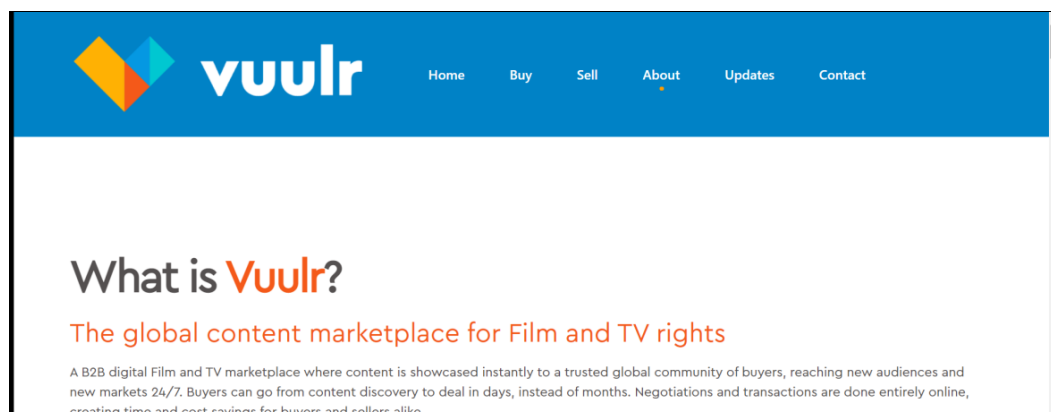
¹⁴¹ Ver <https://corp.vuulr.com/>

¹⁴² Según explican en sus emails comerciales: Vuulr Marketplace [marketing@vuulr.com] Enviado el mí. 24/03/2021 14:45

About Vuulr

Vuulr is the largest global online content marketplace for Film & TV rights that connects buyers with producers and distributors worldwide. Buyers use Vuulr for free to instantly access over 23,000 titles/ 140,000+ hours of premium content across 60 genres; while Sellers can showcase their entire catalogue to 5,000 buyers worldwide at no upfront cost. Visit www.vuulr.com to learn more.

Figura 61. *Vuulr. Página web.*



Fuente: Recuperado de la página web de VUULR. <https://corp.vuulr.com/>

Asimismo, es preciso mencionar la existencia de Galas y actos de concesión de premios, que, no siendo realmente festivales ni mercados, realizan una enorme función de promoción del cine español e incluso se convierten en mercados informales para la industria. Es muy usual que en dichos encuentros se creen y fortalezcan relaciones que darán su fruto posteriormente.

Este es el caso de los Premios Goya del Cine Español, organizado con la Academia de Cine y de las Artes Cinematográficas, con carácter anual, usualmente en Madrid, aunque la 33ª se celebró (2019) se celebró en Sevilla, y que alcanzó una magnífica audiencia en televisión (concretamente en TVE un 26,2% y más de 3,8 millones de espectadores)¹⁴³.

La edición de 2020 se pudo realizar físicamente en Málaga antes de la declaración de la pandemia, alcanzando un 26% de cuota y más de 3,598 millones de espectadores¹⁴⁴.

La edición de 2021 también se realizó en Málaga el 6/3/2021 en formato presencial, con todas las limitaciones debidas por el cumplimiento de todas las medidas de seguridad sanitaria¹⁴⁵.

¹⁴³ <https://www.premiosgoya.com/> (Consultado el 28/3/2019).

¹⁴⁴ Recuperado de <https://www.premiosgoya.com/34-edicion/articulos/ver/36-millones-de-espectadores-siguieron-los-goya-2020/> (Consultado el 25/1/2021).

¹⁴⁵ Recuperado de <https://www.premiosgoya.com/35-edicion/articulos/ver/los-premios-goya-2020-tendran-lugar-el-6-de-marzo/> (Consultado el 25/1/2021).

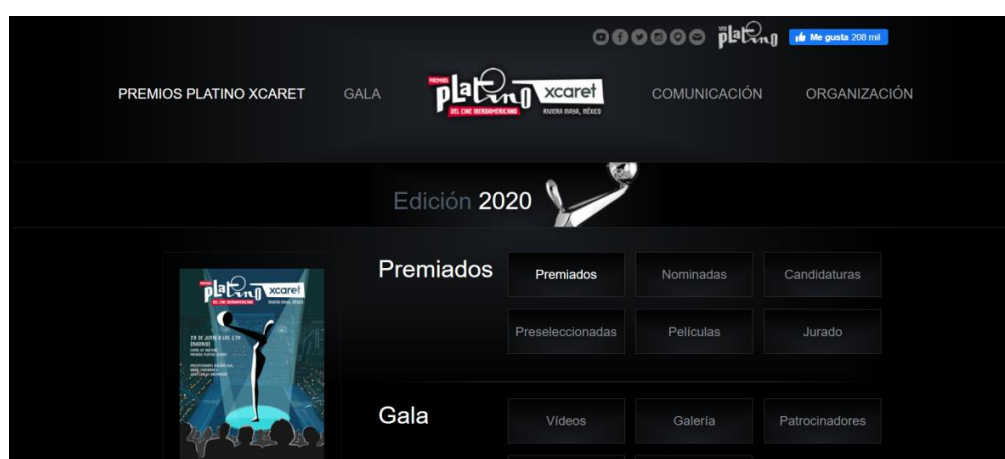
Figura 62. Premios Goya. Portada web.



Fuente: Recuperado de la página web de los Premios Goya. Recuperado de <https://www.premiosgoya.com/> (Consultado el 25/1/2021).

También hay que citar iniciativas como los Premios Platino de Cine Iberoamericano, organizados por EGEDA y FIPCA, que se crearon en 2014, y cuya sexta edición se celebró en México en mayo 2019 ¹⁴⁶, y donde se concentra toda la producción iberoamericana. La edición de 2020 se tuvo que cancelar físicamente por motivo de la pandemia y convertirse en una entrega virtual de premios. En 2021 se pudo reanudar la celebración física de la gala.

Figura 63. Premios Platino. Portada web.



Fuente: Recuperado de la página web de los Premios Platino. https://www.premiosplatino.com/PPla_EdicionesAnteriores2020.aspx (Consultado el 25/1/2021).

¹⁴⁶ <http://www.premiosplatino.com/default.aspx> (Consultado el 28/3/2019).

Por primera vez se celebró en aquella VI edición una Jornada de Industria, con la participación de Netflix, lo que atrajo el interés de centenares de productores y agentes de la industria audiovisual iberoamericana, Aquel evento fue el germen de Platino Industria, un mercado para el audiovisual iberoamericano.

La primera edición física de Platino Industria se celebró entre el 27 septiembre y el 1 de octubre de 2021 mediante la alianza con Iberseries (festival de series perteneciente a la Fundación Secuoya). El resultado del evento IBERSERIES PLATINO INDUSTRIA fue prometedor, con más de 2.000 acreditados, 57 paneles profesionales, 786 proyectos presentados a sesiones de Pitching, ocho series de estreno mundial y 41 stands presenciales, más de un centenar de figuras relevantes del sector, representando a instituciones y empresas del sector audiovisual de ámbito Iberoamericano¹⁴⁷.

Por último, no hay que olvidar las muestras de cine español en el extranjero, que, aunque no son mercados, apoyan la labor de marketing y promoción en todo el mundo de la producción cinematográfica española. Ejemplos significativos de muestras de cine español en el mundo lo constituyen el Recent Cinema from Spain de Miami¹⁴⁸ y el Recent Spanish Cinema de Los Angeles¹⁴⁹. Ambas muestras promovidas por la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Españoles (EGEDA), y con múltiples apoyos públicos (como el Ministerio de Cultura de España y la embajada española en Washington) y privados (como la aerolínea IBERIA), como un buen ejemplo de la colaboración público-privada en la promoción internacional del cine español¹⁵⁰. La página web del ICAA relaciona las 24 muestras de cine español en el extranjero que considera más importantes, tal y como se reproduce en la tabla 30.

¹⁴⁷ https://www.iverseriesplatinoindustria.com/IPI_Actualidad.aspx?Id=29 (consultado el 12/5/2022)-

¹⁴⁸ <http://www.miami.recentcinemafromspain.com/> (Consultado el 25/11/2020).

¹⁴⁹ <http://www.larecentspanishcinema.com/> (Consultado el 25/11/2020).

¹⁵⁰ Ver el amplio catálogo de patrocinadores públicos y privados en: http://www.larecentspanishcinema.com/EN/RS_SponsorsPE.asp (Consultado el 25/11/2020).

Tabla 30. Muestras de cine español en el extranjero

<i>Festival</i>	<i>País</i>	<i>Fecha</i>	<i>Web</i>
Amsterdam Spanish Film Festival	Países Bajos	Mayo	https://www.amsterdamspanishfilmfestival.com/
Annecy Cinema Spagnol	Francia	Sept.	https://annecycinemaesagnol.com/es/bienvenido/
Australia Spanish Film Festival	Australia	Mayo	https://www.spanishfilmfestival.com/
Cine Fiesta	Portugal	Nov.	
CineHorizontes - Festival de Cinéma Espagnol de Marseille	Francia	Nov.	http://cinehorizontes.com/
Cinemagnífico Latino Film Festival	Estados Unidos	Sept.	http://cinemagnifico.com/
Cinema Spagna	Italia	Mayo	http://www.cinemaspanna.org/
Cinespaña, Festival du Film Espagnol de Toulouse	Francia	Oct.	https://www.cinespagnol.com/
Edinburgh Spanish Film Festival	Gran Bretaña	Oct.	http://www.edinburghspanishfilmfestival.com/es/
Espagnolas en Paris. Different!	Francia	Julio	http://www.gnolas.org/joomla/
Festival de Cine Español de Honk Kong	China	Oct.	http://www.exteriores.gob.es/Consulados/HONGKONG/es/Consulado/Paginas/Articulos/20141008_not1.aspx
Festival du cinéma spagnol de Nantes	Francia		
Festival new spanish cinema	Estados Unidos	Varios	https://pragda.com/new-spanish-cinema/2015/fnsc-portland-2015
Hispanometraje Muestra de Cine español en Belgrado	Serbia	Mayo	
Latin Beat Film Festival Cuine Latino	Japón	Oct.	http://lbff.jp/
London Spanish Film Festival	Gran Bretaña	Sept.	http://www.londonspanishfilmfestival.com/
Película Manila Spanish Film Festival	Filipinas	Sept.	https://manila.cervantes.es/es/novedades_espanol/Película2014.htm
Recent Spanish Cinema LA	Estados Unidos	Oct.	http://www.larecentspanishcinema.com/es/
Recent Cinema From Spain Miami	Estados Unidos	Nov.	http://www.miami.recentcinemafromspain.com/
San Diego Films From Spain	Estados Unidos	Feb. A Jun.	https://www.facebook.com/filmsfromspain
Spain at Lincoln Center	Estados Unidos	Dic.	
Spanishes Filmfest Berlin	Alemania	Oct.	http://www.sffberlin.de/es/
Stockholm Spanish Film Festival	Suecia	Dic.	https://estocolmo.cervantes.es/FichasCultura/Ficha91758_62_1.htm
Viva! Spanish and Latinamerican Film Festival	Gran Bretaña	Marzo	

Fuente: Elaborado a partir de la página web del ICAA,

La participación española se concreta en alrededor de una docena de compañías distribuidoras nacionales especializadas en la venta en los mercados, que a su vez suelen estar ligadas a empresas productoras españolas y, en el caso de la producción de televisión, a las grandes productoras conectadas con las emisoras de televisión principales: TVE, Antena 3 (Atresmedia), Tele 5 (Mediaset España). Hay que señalar que existe una gran diferencia en la forma de comercialización del producto televisivo (series, documentales, *TV movies*) frente al cinematográfico, tanto en lo que se refiere a los mercados tradicionales como en la forma de vender. El que el idioma español sea hablado por más de 400 millones de personas, fundamentalmente en Estados Unidos e Iberoamérica, no garantiza por sí mismo su éxito en los países de habla hispana, dado que cada país dispone de sus propias variaciones idiomáticas, por lo que la riqueza y pujanza del español reside en su variedad y empuje demográfico. Lo cual nos sitúa en desventaja frente al inglés, idioma que asume el papel verdaderamente global en el mundo audiovisual.

En lo que se refiere al producto cinematográfico, Filmax International Sales¹⁵¹, Latido Films¹⁵², DeAPlaneta Internacional¹⁵³, Imagina producciones internacionales¹⁵⁴ y Film Factory¹⁵⁵, entre otras compañías distribuidoras españolas, asisten regularmente a los mercados internacionales. Distribuidoras como Six Sales, Film Nation y otras de nombre internacional también distribuyen cine español en los mercados internacionales.

Por otro lado, las producciones nacionales suelen buscar para su financiación las preventas internacionales, para obtener mínimos garantizados, con lo que las mismas productoras pueden decidir buscar por su cuenta esa financiación internacional, bien vía coproducciones, con reparto de territorios para su comercialización, bien mediante simples preventas.

En cuanto al volumen de negocio internacional del audiovisual español existe una cierta carencia de datos procedentes de organismos públicos. Con la salvedad de la

¹⁵¹ Filmax International Sales es probablemente la agencia de ventas internacionales española más veterana del mercado, formando parte del Grupo Filmax/Castelao de producción, distribución y adquisición de derechos, y exhibición. Información disponible en: <http://filmaxinternationalsales.com/> (Consultado el 29/3/2019).

¹⁵² Latido Films fue creada en 2003 dispone de un *line up* anual de unas 13 películas. Información disponible en: <http://www.latidofilms.com/> (Consultado el 29/3/2019).

¹⁵³ Dea Planeta Internacional forma parte del Grupo Dea Planeta de producción y distribución nacional, a su vez participado por el Grupo Planeta, el mayor grupo editorial de España. Información disponible en: <http://www.deaplanetainternational.com/> (Consultado el 29/3/2019).

¹⁵⁴ Imagina International Sales, creada hace unos 15 años, forma parte del Grupo audiovisual MEDIAPRODUCCION, y dispone de un catálogo de 260 películas 12.500 de horas de programación de televisión, representando a más de 50 compañías de producción, incluidas las del Grupo MEDIAPRO, habiendo exportado a más de 150 países y realizado más de 1.400 acuerdos de venta. Información disponible en: <http://www.imaginasales.tv/> (Consultado el 29/3/2019).

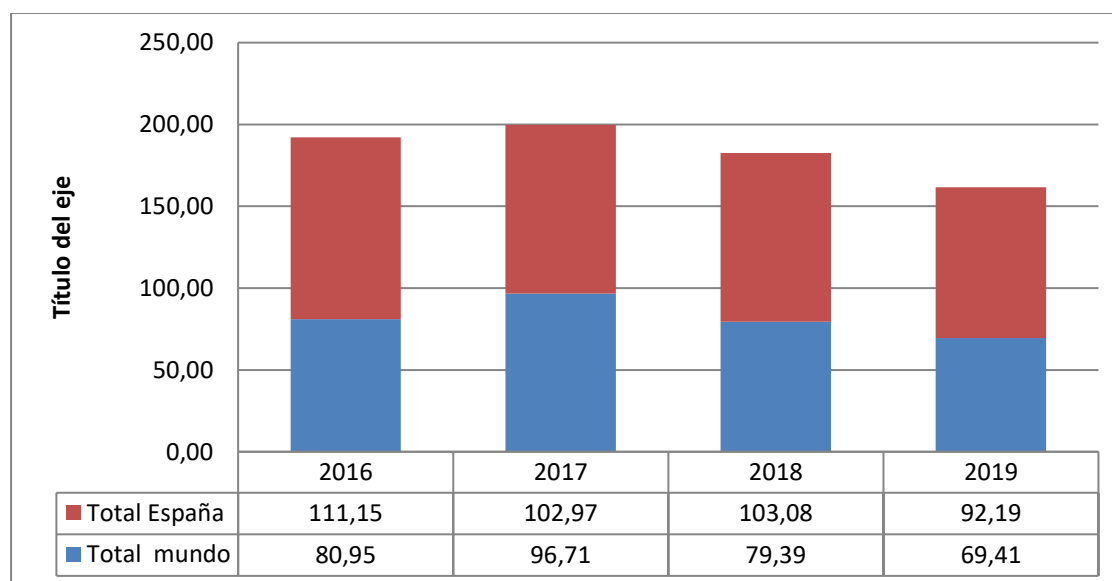
¹⁵⁵ Información disponible en: <http://filmfactoryentertainment.com/> (Consultado el 29/3/2019).

información relativa al comercio exterior de bienes culturales, que incluye el concepto “audiovisual” y los informes que realizaba la ya extinta FAPAE, a lo que hay que añadir la información que el ICAA publica sobre la recaudación internacional en salas de cine de las películas (de acuerdo con la información de COMSCORE). Según los datos del ICAA (figura 67) el volumen de recaudación de las películas españolas en el extranjero supone una proporción muy significativa respecto de la recaudación de estas en España.

Desde el 73% del año 2016 (81 millones €), al extraordinario 94% del año 2017 (97 millones €). También es significativo el 76% del año 2018 (79 millones €) y 75% del año 2019 (69,4 millones €).

Hay que señalar que los últimos datos que aparecen en la página web del ICAA (<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:e058a32b-2184-43d5-9e40-be60a77c7529/cine-internacional-2019.pdf>, consultado el 28/4/2020) corresponden a 2019, sin que sepamos si el ICAA seguirá ofreciendo dicha información de forma regular

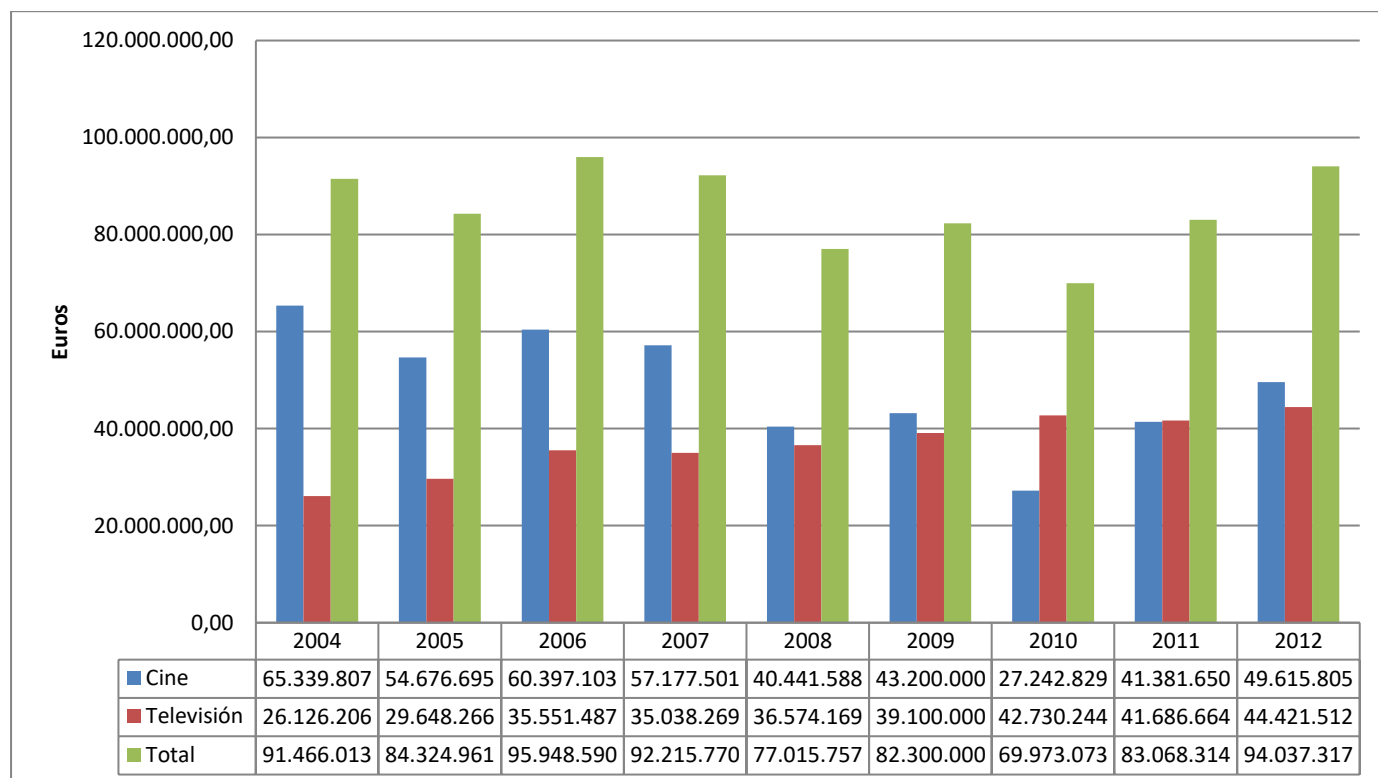
Figura 64. *Evolución de la taquilla de cine español en España y el extranjero (2016-2019). En millones de euros.*



Fuente: Elaborado a partir de la página web del ICAA.

Los datos ofrecidos por FAPAE se recopilaban a través de la información facilitada por las productoras voluntariamente y se presentaban distinguiendo el producto cinematográfico (películas de ficción, animación y documentales) del televisivo (series de ficción, *TV movies* y todas aquellas producciones dirigidas exclusivamente para su emisión por televisión como la venta de formatos), alcanzando en algunas ocasiones la cifra de casi 100 millones € de ventas totales, tal y como se puede ver la figura 69..

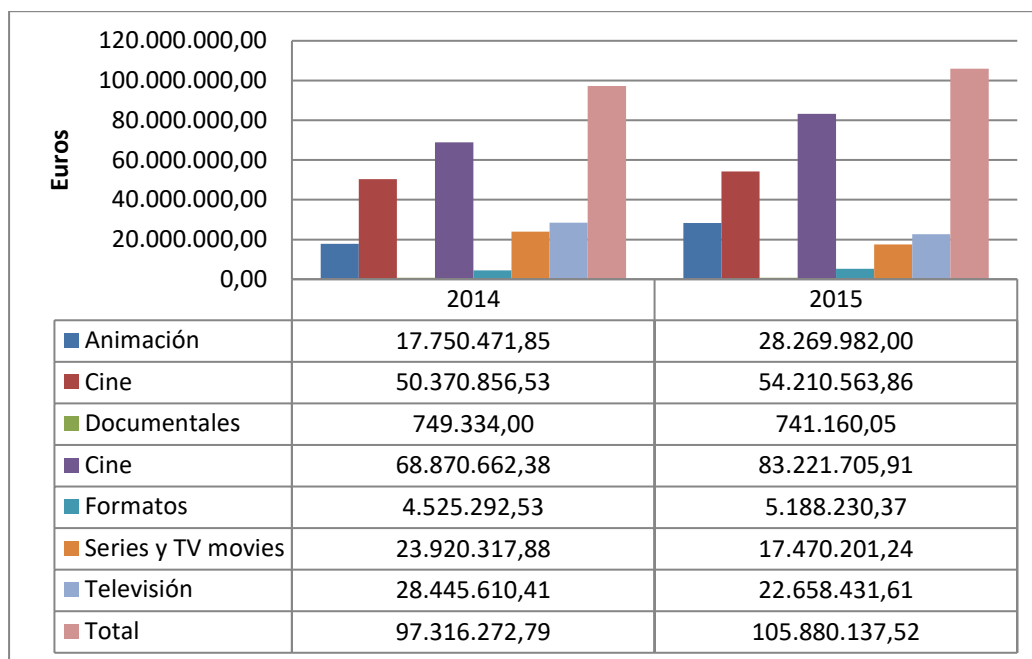
Figura 65. Evolución ventas internacionales de producto de cine y de televisión (2004-2012).
En euros.



Fuente: Elaborado a partir de FAPAE (2012) Memoria.

Posteriormente, en 2015, FAPAE presentó por primera vez (y última vez) una información segmentada por productos, superándose ligeramente la significativa cifra de 100 millones de € de ventas totales internacionales, según se puede ver en el gráfico 70. Creemos que es una gran pérdida para la industria española, no solo para los investigadores, el disponer de información sectorial fiable que permita el análisis de la situación comercial en lo que se refiere a las ventas internacionales. Sin información veraz es imposible tomar medidas coherentes con las necesidades de los agentes de la industria. Sin información no puede haber acción.

Figura 66. *Evolución ventas internacionales de producto de cine y de televisión (2014-2015). En euros.*



Fuente: Elaborado a partir de FAPAE (2012) Memoria.

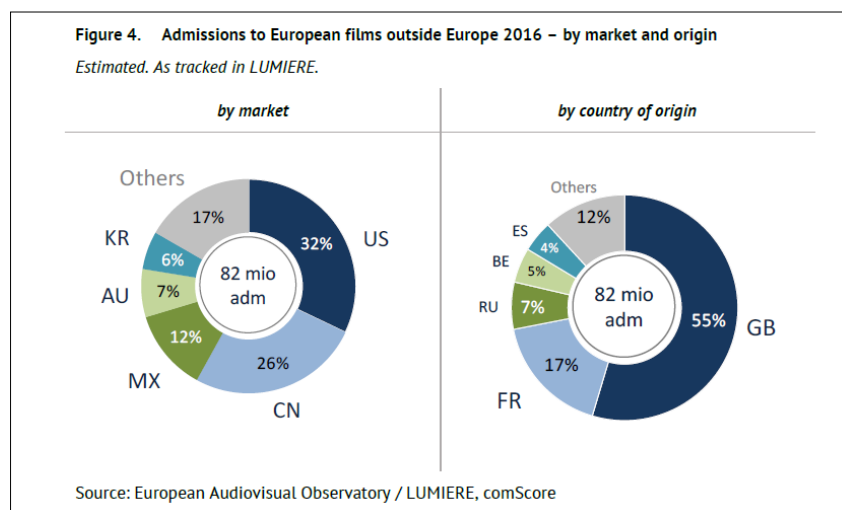
Hay que señalar la deficiente información pública estadística de unos datos que deberían ser objeto de un tratamiento más acorde con las características de la producción audiovisual. Es decir, si las películas cinematográficas españolas están, en muchos de los casos, sujetas a un sistema de apoyo público en su financiación, debería pedirse en contrapartida acceso libre a la información económica respecto de estas. De forma similar a como se implantó un sistema de información de la recaudación en taquilla de las salas de cine transparente y público, debería solicitarse la misma información respecto, al menos, de las películas que hayan sido beneficiarias de algún tipo de ayuda pública, bien directa o indirecta. La falta de información pública estadística no sólo perjudica la información estadística del país, sino a largo plazo también causa daño, además del reputacional, al mismo sector por el ocultamiento de datos que impiden un correcto conocimiento de su evolución. A lo largo de todo este trabajo no nos cansaremos de insistir en la deficiente calidad de la información, y, sobre todo, en la responsabilidad de los poderes públicos (nacionales y regionales) en la recepción y suministro de datos fiables del sector. Por supuesto, dicha deficiencia hace más difícil, aunque también más necesaria la labor de los investigadores.

Una fuente de información parcial es la extraída directamente de la asistencia a los mercados, así como de los informes elaborados al respecto por consultoras de negocio

dedicadas a dicha actividad, fundamentalmente anglosajonas, como Filmtake¹⁵⁶. Es fundamental en el negocio cinematográfico conocer los mínimos garantizados que se consiguen en los diferentes territorios ya que constituyen una importante fuente de financiación para el productor nacional, a través de su agente de ventas.

Como dato estadístico interesante, y en este caso oficial europeo, que nos puede ofrecer alguna información fiable sobre la posición del cine español en el extranjero es el ofrecido por el Observatorio Europeo del Audiovisual. Según esta institución, de los 82,6 millones de espectadores que las películas europeas obtuvieron fuera de Europa, tan solo el 4% correspondió a películas de nacionalidad española, frente al 55% de las películas británicas y 17% de las francesas, tal y como se puede ver en la figura 71 siguiente.

Figura 67. *Espectadores de películas europeas exhibidas fuera de Europa (2016).*



Fuente: Extraído de Kanzler, Martin (2017): *The circulation of European films outside Europe Key figures*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

¹⁵⁶ La consultora Filmtake realiza informes, previo pago, de todo tipo sobre los precios de cierre de contratos de adquisición de producto de la industria de contenidos como Netflix, Estos informes son una fuente extraordinaria de información para el sector y, en consecuencia, para los investigadores. Ver su página web: www.filmtake.com (consultado el 7/11/2019).

10. Los costes de producción cinematográfica.

La única información, en este caso pública, disponible en España sobre los costes de producción de las películas calificadas como españolas es la ofrecida anualmente por el ICAA. Hay que agradecer la publicación de dichas cifras, aunque obviamente están basadas en los costes analizados por el propio ICAA respecto de las películas objeto de subvención, que, aunque son mayoritarias respecto de la producción en España, no necesariamente constituyen la totalidad. Por ejemplo, las películas producidas directamente para una plataforma OTT (como Netflix o Amazon) y no se estrenen en salas no acudirán al ICAA y por tanto no estarán sujetas a esta información estadística. Esta deficiencia a la hora de conocer, al menos hoy día por el protagonismo en la producción que están asumiendo las citadas plataformas, ya supone una deficiencia en el sistema que además se va a ir acentuando, en la medida en que esta información de costes de producción no se facilite al ICAA.

Asimismo, la información publicada por el ICAA solo se refiere a un número determinado de películas, entre 15 películas (2009) y 64 (2017, 2018 y 2019), lo cual constituye otro elemento que perjudica la objetividad y eficacia del estudio. Sinceramente, en algunos de los años la muestra no es suficientemente representativa de la producción española. Simplemente se desprecia el análisis del resto de la producción, lo cual no parece muy aceptable desde el punto de vista metodológico ni del investigador.

Realizadas las anteriores observaciones, pasaremos a comentar las cifras ofrecidas por el ICAA respecto de los costes de producción de las películas españolas en el período 2007-2019.

La media actual de costes de producción de películas cinematográfica analizados por el ICAA está actualmente alrededor de los 3 millones €, evolucionando en el período 2007-2019 desde 2,5 millones de euros (2007) a 3,1 millones de euros (2017), 2,8 millones de euros (2018) y 3,4 millones de euros (2019). En 2020 la media de las producciones analizadas (28) desciende significativamente hasta los 2,8 millones de euros. Quizás el año 2020, por las razones obvias del efecto de la Pandemia, no sea un buen ejemplo de las tendencias en la evolución de los costes de producción de las películas.

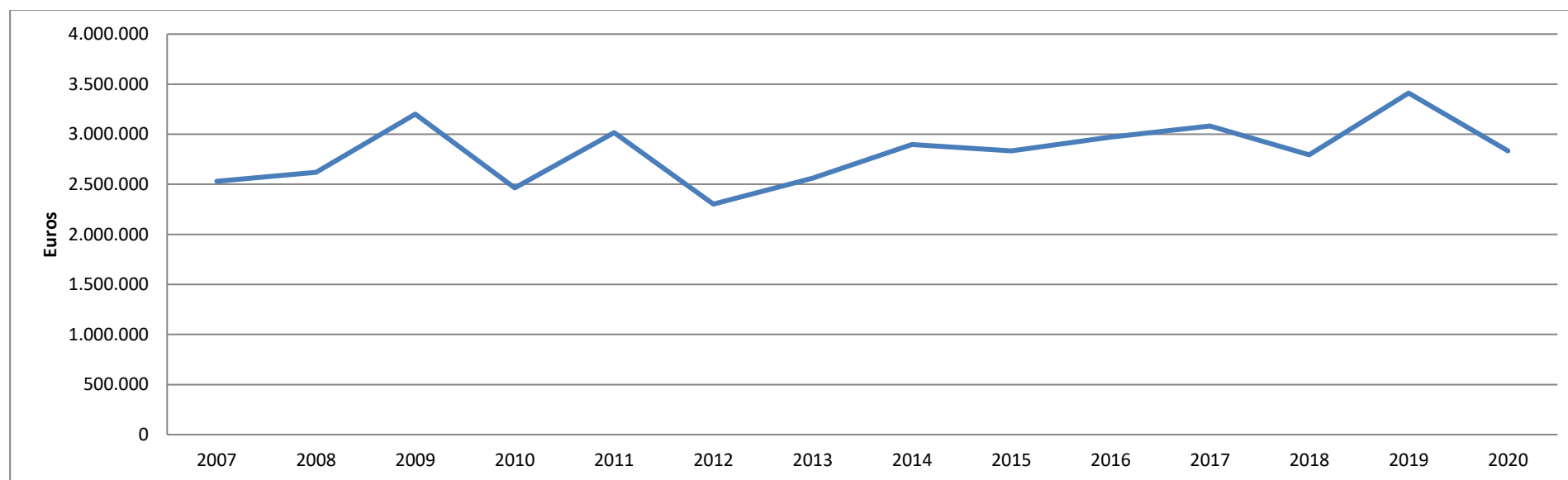
La estadística se elabora con datos de un muestro de determinadas películas de coste superior a 900.000 euros (de acuerdo con el detalle de la tabla 31 y la figura 72).

Tabla 31. *Muestra de análisis de costes de producción realizada por el ICAA (2007-2020)*

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total media costes producción películas analizadas por el ICAA (euros)	2.529.810	2.619.000	3.201.000	2.464.800	3.016.840	2.302.220	2.561.530	2.898.190	2.833.060	2.972.120	3.081.290	2.794.120	3.411.390	2.833.100
Muestra largometrajes	48	26	15	25	25	23	22	48	21	44	64	64	64	28
Total coste analizado (euros)	121.430.880	68.094.000	48.015.000	61.620.000	75.421.000	52.951.060	56.353.660	139.113.120	59.494.260	130.773.280	197.202.560	178.823.680	218.328.960	79.326.800

Fuente: Elaborado a partir de los datos de ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020.

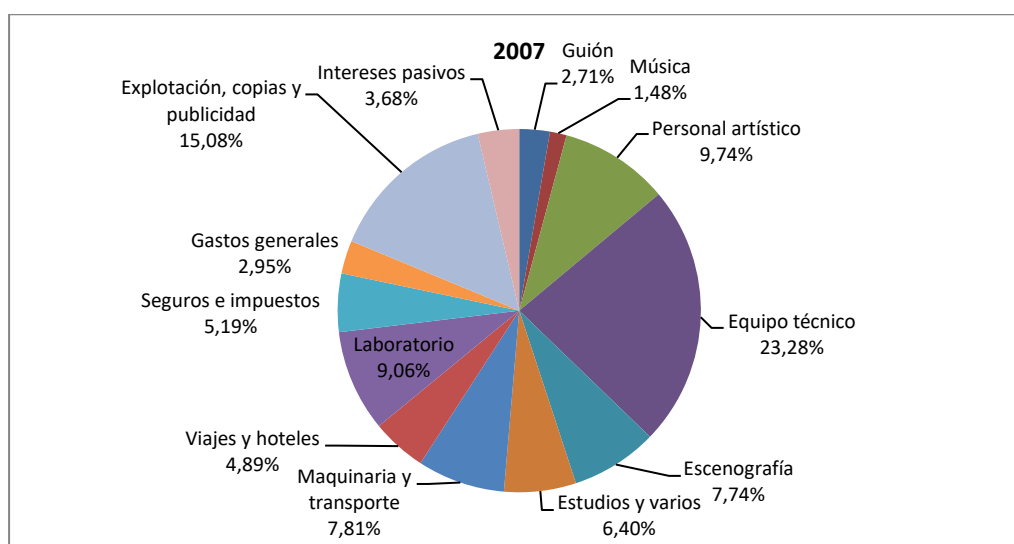
Figura 68 . Evolución anual de los costes de producción medios de la producción española analizados por el ICAA (2007-2020). En euros.



Fuente: Elaborado a partir de los datos de ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2020 (antes llamado “Boletín Anual”).

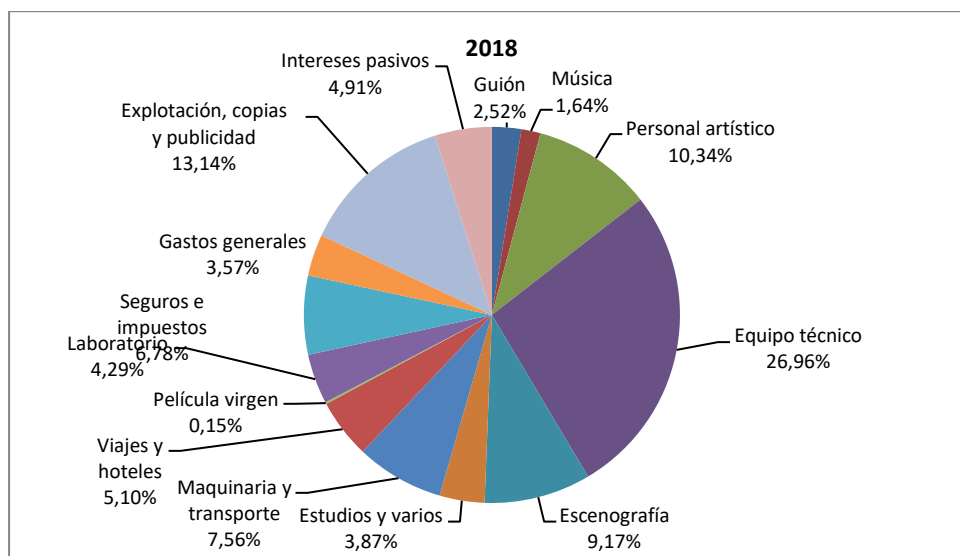
Hay que señalar que estos presupuestos incluyen los gastos de lanzamiento de la película a cargo de la productora, que ronda alrededor del 20% del coste de producción. De acuerdo con las cifras del ICAA, los gastos de lanzamiento suponen, respecto del total del coste reconocido, desde el 15,08% (2007) hasta el 17,09% (2015), 14,90% (2016), 12,77% (2017) y 16,24% (2019). En realidad, los gastos que se incluyen en los costes reconocidos por el ICAA son aquellos que ha pagado directamente el productor y ha cargado a la producción de la película, lo que en muchos casos no representa el total de los gastos de lanzamiento que pueden haber sido adelantados por la distribuidora a cuenta de la productora y quizás no incluidos en el presupuesto de producción. En todo caso, cada película tiene un presupuesto individualizado de lanzamiento que está en función de la potencialidad comercial de la película y los recursos de la productora y la distribuidora.

. **Figura 69.** *Desglose de costes de producción analizados por el ICAA (2007). Muestra de 48 largometrajes*



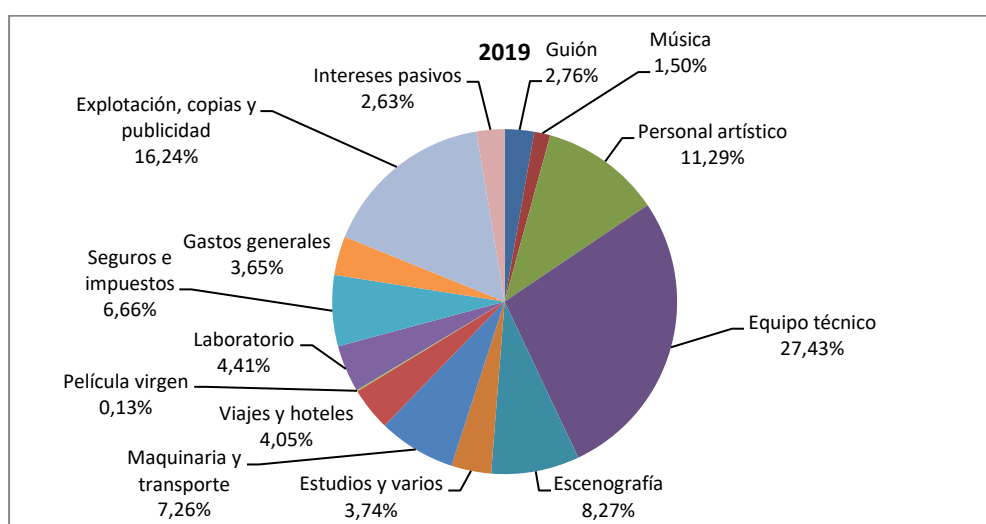
Fuente: Elaborado a partir de los datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2019.

Figura 70. Desglose de costes de producción analizados por el ICCA (2018).
Muestra de 64 largometrajes.



Fuente: Elaborado a partir de los datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2019.

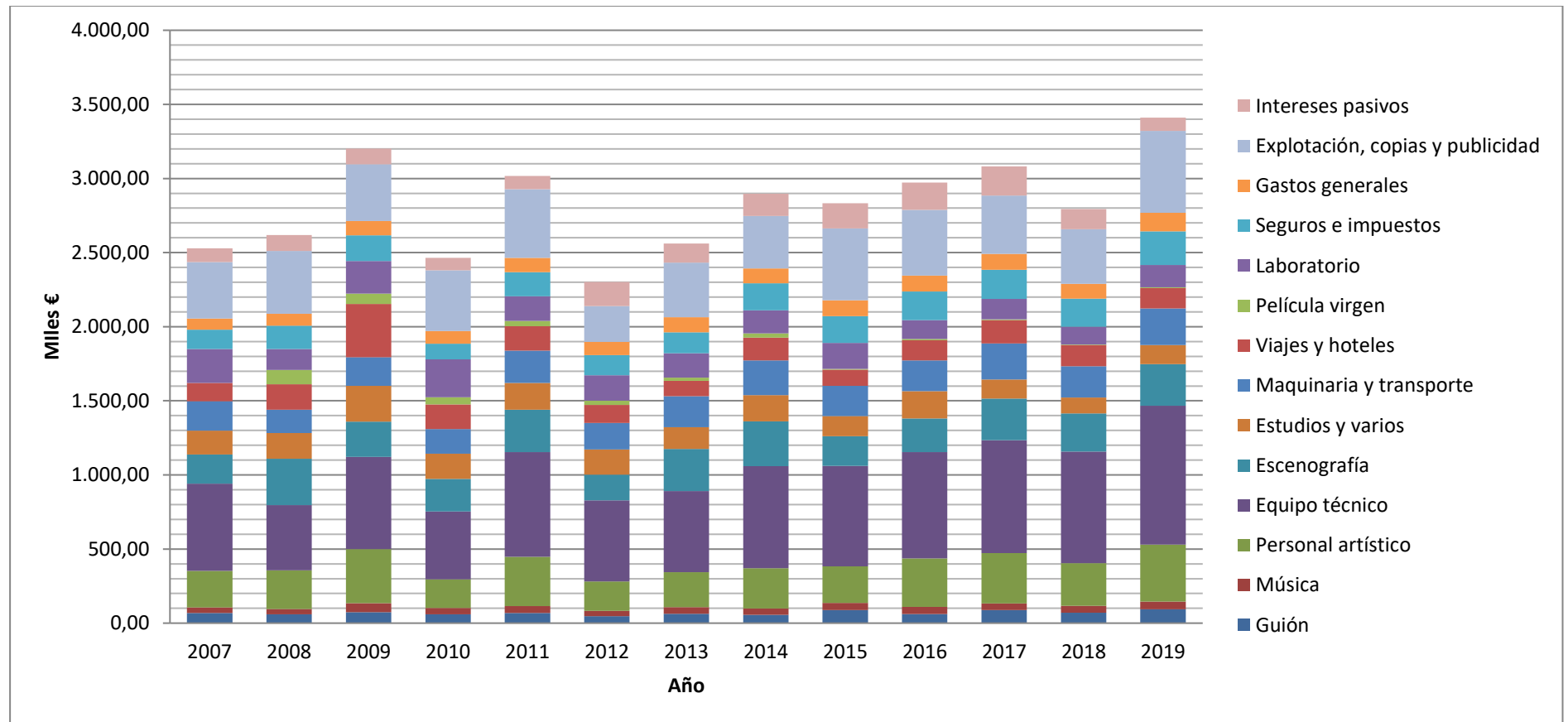
Figura 71. Desglose de costes de producción analizados por el ICCA (2019).
Muestra de 64 largometrajes.



Fuente: Elaborado a partir de los datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2019.

La evolución de los costes de producción, según el citado informe del ICAA, se refleja en la figura 76.

Figura 72. Desglose del coste producción de las películas españolas (2007-2019).



Fuente: Elaborado a partir de los datos del ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 2002 a 2019 (antes llamado “Boletín Anual”).

11. Las plataformas internacionales de *streaming* y la producción cinematográfica.

Las denominadas plataformas de *streaming* están siendo recientemente objeto de detallados estudios por los investigadores. Neira (2020)¹⁵⁷, ha acuñado el acertado concepto *streaming wars*, que refleja la durísima competencia entre los grandes grupos multinacionales en la inversión de contenidos para la captación de abonados. Asimismo, existen brillantes análisis como el que realizan sobre el caso de Amazon Prime Video los investigadores Pesudo Martínez & Izquierdo Castillo (2021)¹⁵⁸. En dicho estudio concluyen que la estrategia del *streaming* consiste en ofrecer mayor valor añadido a sus clientes dentro de su estrategia de la compañía Amazon, con lo cual se convierte en un “servicio complementario”.

Se puede argumentar que la posición de las grandes plataformas de *streaming* es similar a la que en su momento ocuparon las denominadas *majors* y los grandes grupos de televisión tradicionales (en abierto y/o cable). De hecho, las grandes empresas multimedia incluyen dentro de su entorno corporativo dichas plataformas, también denominadas OTT (“*over the top*”). Por ejemplo, el grupo Disney, que es el mayor conglomerado de entretenimiento por valor de cotización (después de la adquisición de los activos de Fox), incluye su propia plataforma denominada Disney +. Mientras que el grupo donde se encuentra la tradicional *major* Warner (ATT) dispone de su plataforma HBO max.

Pero la verdadera novedad del proceso es la entrada de nuevos operadores que tienen un carácter marcadamente tecnológico. El caso inicial de Netflix es peculiar, por cuanto que en su origen procede de la actividad de venta de video por catálogo¹⁵⁹, véase el magnífico libro de Carrillo Bernal (2018) sobre el modelo de negocio de Netflix, donde expone detalladamente el origen de la compañía y su posición actual.

Las grandes compañías, puramente tecnológicas, como Apple y Amazon son las que verdaderamente han descolocado el panorama a las tradicionales *majors*, con sus Apple TV + y Amazon Prime Video. Tampoco olvidemos a Google y su Youtube. Pero es que las demás compañías del sector no le van a la zaga. Desde Peacock (NBC Universal) o Rakuten, hasta plataformas de origen nacional como en España Movistar + (Telefónica) o Filmin.

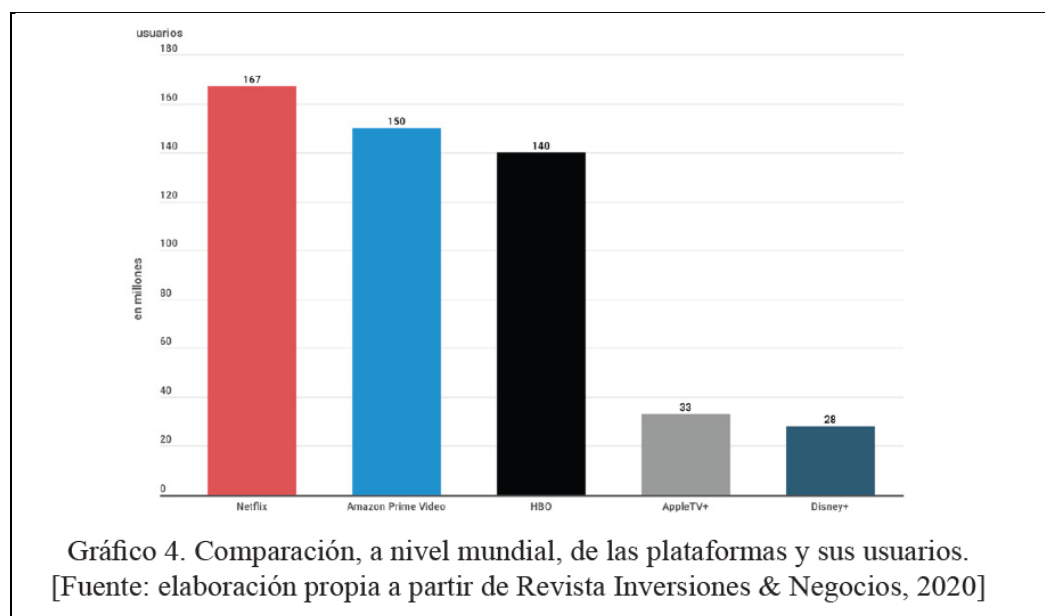
¹⁵⁷ Neira, Elena (2020): *Streaming Wars*, Barcelona: Timun Mas

¹⁵⁸ Pesudo Martínez, J., & Izquierdo Castillo, J. (2021). “Los gigantes tecnológicos conquistan el audiovisual. El caso de Amazon Prime Video” en *Área Abierta*, 21(3), 367-385. <https://doi.org/10.5209/arab.76193> (Consultado el 16/11/2021).

¹⁵⁹ Carrillo Bernal, Javier (2018): *Paradigma Netflix. El entretenimiento del algoritmo*, Barcelona, Editorial UOC.

Los citados autores (Pesudo Martínez & Izquierdo Castillo: 2021) analizan de forma detallada el volumen de usuarios (clientes, abonados suscriptores) de las principales plataformas internacionales, en las que destaca Netflix.

Figura 73. *Volumen de usuarios por plataforma (2020).*



Fuente: Extraído de Pesudo Martínez, J., & Izquierdo Castillo, J. (2021). “Los gigantes tecnológicos conquistan el audiovisual. El caso de Amazon Prime Video” en *Área Abierta*, 21(3), página 376.

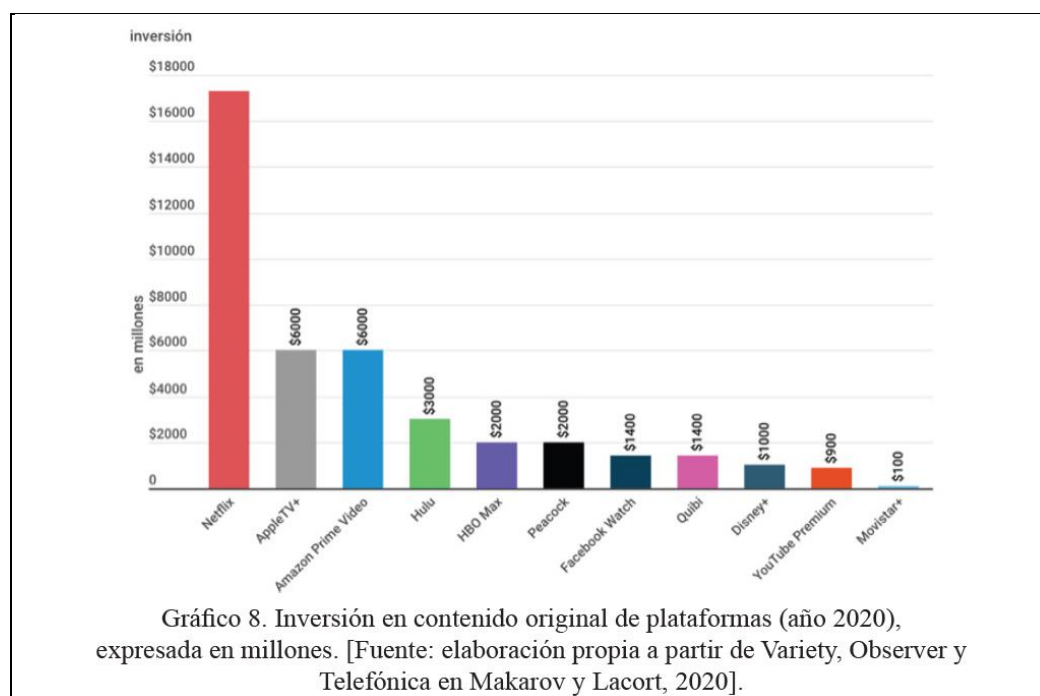
Hay que señalar que la competencia entre plataformas es de tal magnitud, que en el segundo trimestre de 2021 Netflix había alcanzado los 204 millones de suscriptores y escasamente los 214,6 millones en septiembre 2021, frente a los algo más de 118 millones que ya ha alcanzado Disney+ ¹⁶⁰.

Como se puede ver en el siguiente gráfico de los citados autores (Pesudo Martínez & Izquierdo Castillo: 2021) la inversión de las plataformas en derechos audiovisuales en el año 2020 refleja en cierta medida el éxito en el volumen de usuarios, siendo Netflix la primera compañía en usuarios e inversión en contenidos. Y esa inversión beneficia indudablemente a los productores audiovisuales a los que se encarga tal ingente volumen de producción por parte de las plataformas. Otra cosa son las condiciones en que se encargan dichas producciones, que difieren de las habituales hasta ahora en el mercado audiovisual. Uno de

¹⁶⁰ Mena Roa, Mónica: <https://es.statista.com/grafico/21626/suscriptores-de-pago-y-la-disponibilidad-de-disney-/> (Consultado el 17/11/2021).

los primeros efectos es la desaparición de las ventanas de explotación en salas de cine para aquellas películas producidas solo para su emisión en las plataformas.

Figura 74. *Inversión en contenido original por las plataformas (2020).*



Fuente: Extraído de Pesudo Martínez, J., & Izquierdo Castillo, J. (2021). “Los gigantes tecnológicos conquistan el audiovisual. El caso de Amazon Prime Video” en *Área Abierta*, 21(3), página 379.

12. Los grandes retos de la producción cinematográfica española.

Después de haber analizado de forma somera las características del sector de la producción cinematográfica española podemos quizás atrevernos a señalar una serie de características inherentes a la misma. Son circunstancias conocidas, aunque, quizás, no puestas de relieve en el sentido en que se expone a continuación.

La primera la constituye la extraordinaria vitalidad del sector de la producción española en el sentido de la producción sostenida de número de películas. Aunque el crecimiento total de obras cinematográficas calificadas para su exhibición en salas no ha parado de crecer, la realidad es que el número de producciones definidas dentro de los parámetros económicos mencionados en este trabajo (basados fundamentalmente en el coste de producción) se mantiene en un nivel estable de alrededor de 50 películas anuales.

En segundo lugar, la atomización de las empresas productoras españolas. A pesar de que las estadísticas arrojan un número cada vez mayor de productoras, la realidad es que no existen empresas productoras de tamaño medio y con producción sostenida que constituyan un verdadero tejido industrial permanente. Probablemente, no llegan a la docena las empresas productoras así definidas, excluyendo las filiales de las televisiones privadas, que cuentan con sus propias productoras. Dicho factor es el que, según la opinión del autor, consideramos más importante como freno histórico al desarrollo de la industria de producción española. Razones hay muchas, y podemos señalar algunas a continuación.

El mercado español es un mercado de tamaño mediano (47 millones de habitantes) en comparación con los países más avanzados cinematográficamente de nuestro entorno (Francia, Alemania, incluso Italia). Lo que implica la práctica imposibilidad de amortizar la inmensa mayoría de las películas con el mercado de salas nacional. Esa es en principio la razón principal de la existencia de un sistema de apoyo público a la cinematografía en todos nuestros países. Como el mercado internacional es muy poco significativo para la mayoría de las películas, no queda más remedio que arrojarse en manos de las televisiones, y sobre todo las privadas (así como las plataformas tecnológicas de reciente aparición).

**PARTE 2. PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA LA FINANCIACIÓN
COMPETITIVA DE LA INDUSTRIA DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA
EN ESPAÑA**

Capítulo 4. Panorama general de la financiación de la producción cinematográfica en España. Antecedentes históricos. Evolución de los modelos de financiación

1. Descripción general de los modelos de financiación tradicionales de la producción cinematográfica española

Como primer principio general, y generalmente aceptado, históricamente la financiación de la producción cinematográfica en España se ha vertebrado sobre la existencia de una relativamente constante y generosa política de subvenciones públicas al cine. Matizaremos la calificación de constante y generosa en los siguientes apartados de este trabajo.

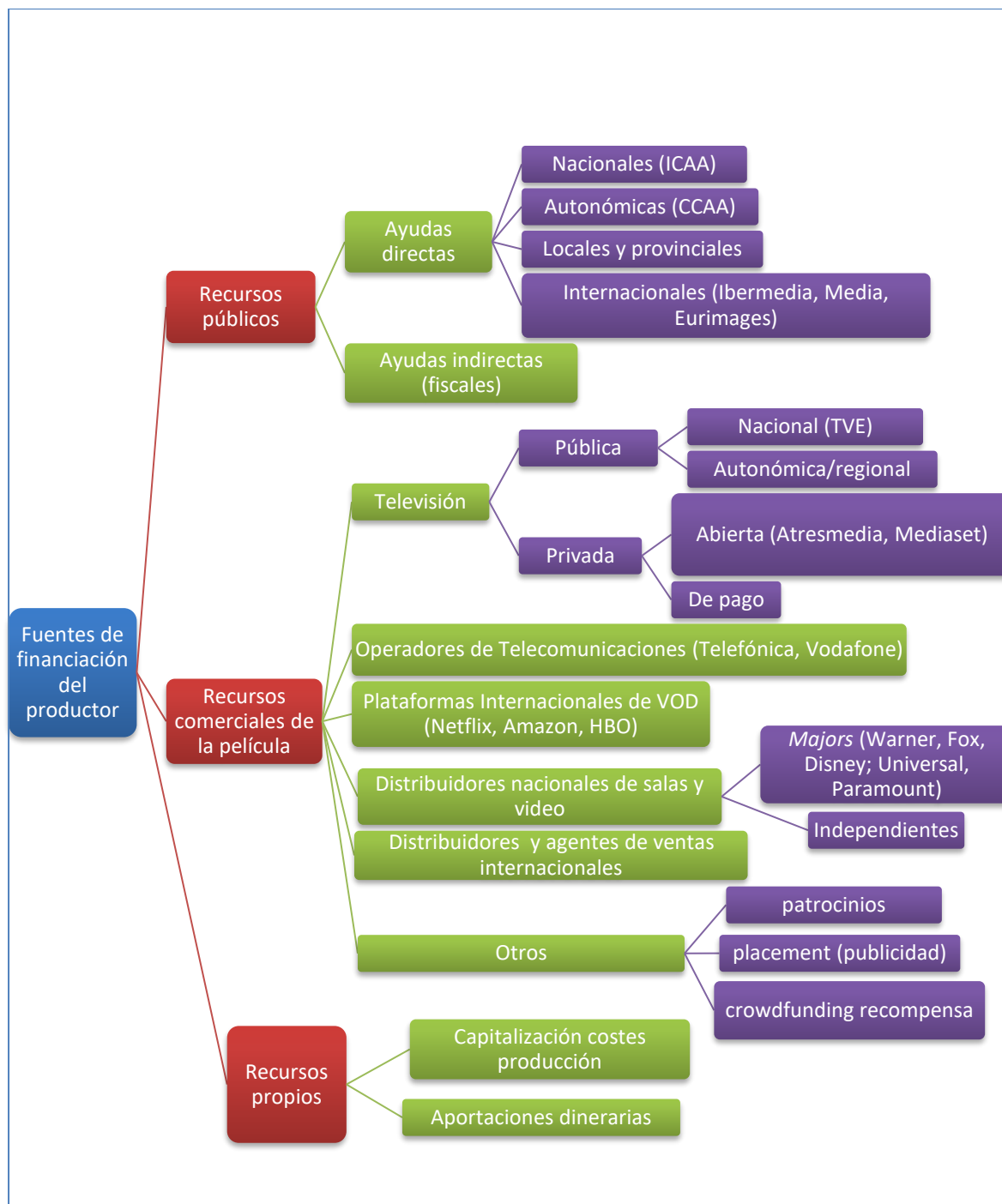
En principio podemos adelantar que las ayudas públicas a la cinematografía pueden ser directas o indirectas. Directas son aquellas estructuradas sobre la base de un sistema de subvenciones a fondo perdido o, en algunos casos reintegrables bajo determinadas circunstancias (habitualmente de obtención de beneficios). Indirectas son aquellas basadas en un sistema de incentivos fiscales sobre la base de la deducción de las inversiones realizadas en cinematografía (como el actualmente vigente en España a consecuencia de la Ley del Cine de 2007 que permite la utilización de AIEs para facilitar la financiación del cine).

Ambos modelos constituyen un drenaje de recursos públicos, bien vía subvenciones bien a través de deducciones o créditos fiscales que suponen menos ingresos para la Hacienda del Estado. En consecuencia, ambos sistemas deben ser tomados en conjunto a la hora de analizar los modelos de financiación de la producción. De hecho, en el actual modelo español, la suma de ambos factores no debe superar el 50% (o en algunos casos el 60%) del total del coste de producción de la película.

Como segundo gran principio general, la financiación de la producción cinematográfica se diseña sobre un modelo en que el productor prevé que el coste de producción sea prácticamente cubierto con fuentes de financiación ajenas, que, a su vez, constituyen básicamente preventas o adelantos de ingresos y subvenciones. De esta forma minora el riesgo de forma absolutamente eficaz.

En consecuencia, un modelo clásico de financiación de la producción actual es el reflejado en la tabla 32.

Tabla 32. Fuentes de financiación de la producción cinematográfica española.



Fuente: Elaboración propia.

El hecho de que el productor asegure de esta forma prácticamente el 90% del coste de la producción no implica que no corra riesgo financiero alguno. Al contrario, el productor

debe obtener liquidez suficiente para llevar a cabo la producción de la película que estará basada en la existencia de un plan de negocio que incluya todos los conceptos que componen su plan de financiación. Es decir, el modelo de financiación se basa fundamentalmente en el “descuento” de los ingresos futuros anticipando los mismos. Esto supone una altísima necesidad de financiación con recursos ajenos, que fundamentalmente son bancarios, ya que nuestro sistema financiero está altísimamente bancarizado. Es decir, existe escasa financiación privada que sustituya la que facilitan las entidades financieras.

Este modelo es internacional y ampliamente extendido en la producción independiente. Solo en contadas ocasiones el productor decide financiar una película sin obtener previamente acuerdos de preventa comercial.

De todas formas, las películas constituyen proyectos en sí mismos con sus costes e ingresos asociados, y cada proyecto en sí mismo es único. Tan sólo los grandes estudios o grandes empresas de producción internacional son capaces de una financiación más compleja y basada más en la solidez financiera y patrimonial de las empresas que en los proyectos en sí mismos. Podemos decir de forma general que cuanto más independiente es el productor más suele carecer de recursos patrimoniales y depender más del proyecto cinematográfico en concreto. Pero incluso en las compañías más sólidas financieramente hablando los proyectos cinematográficos se analizan como lo que son, proyectos de negocio por sí mismos que deben obtener su financiación por sí mismo.

Algunos destacados profesores e investigadores (García Fernández, 2015) se muestran críticos con el modelo que históricamente ha sustentado la producción española. Después de exponer los antecedentes históricos del mismo consideran que el productor no es realmente un verdadero especialista en la financiación sino más bien un componedor de ingresos, fundamentalmente subvenciones y anticipos de televisión, que le permiten invertir sin arriesgar su propio capital. Por otro lado, se expone la opacidad del sistema, en cuanto a la falta de publicidad de las reales fuentes de financiación, aunque al mismo tiempo se reproducen cifras que se han presentado tanto en informes del ICAA como de otros investigadores (Álvarez Monzoncillo, 1993) y que, por su interés reproducimos a continuación en la tabla 33.

En realidad, las fuentes de financiación no han diferido mucho en los últimos años, sino que más bien se han ido adaptando a las circunstancias del mercado (como por ejemplo

el auge y caída del Vídeo/DVD) y las nuevas fórmulas jurídicas (como las recientes Agrupaciones de Interés Económico).

Tabla 33. *Fuentes de financiación de la producción española (1990-1992).*

	1990	1991	1992
Financiación propia	23,30%	25,80%	25,60%
Socios financieros			4,72%
Subvenciones del ICAA	31,70%	26,00%	27,40%
Subvenciones CCAA	4,20%	6,40%	
Fondos europeos	4,20%	1,40%	
Otras subvenciones			2,76%
Otras inversiones públicas			1,87%
Créditos banca pública	0,40%	9,30%	
Créditos banca privada	2,63%	5,80%	
Anticipos de televisión	22,60%	16,50%	
Ventas a televisión pública			8,47%
Compra de derechos	3,00%	2,80%	10,34%
Adelantos de distribución	6,10%	5,20%	7,33%
Anticipo video	1,90%	0,80%	2,75%
Ventas al extranjero			9,40%
	100,03%	100,00%	100,64%

Fuente: Extraído de García Fernández, Emilio C. (editor) (2015a): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua, páginas 209-210.

La profesora Calvo Herrera (2017) realiza una muy interesante investigación sobre las fórmulas de financiación de las películas cinematográficas en España, describiendo de forma muy didáctica las principales fuentes de financiación actualmente vigentes¹⁶¹. Expone no sólo las fuentes tradicionales públicas de financiación (fundamentalmente a través del ICAA y demás organismos autonómicos y programas de las instituciones europeas como MEDIA y

¹⁶¹ Calvo Herrera, Concepción (2017): *Cómo financiar tu película*, Madrid: Editorial Fragua.

EURIMAGES, así como el programa iberoamericano IBERMEDIA) sino también las fórmulas coproducción, nacional e internacional, los derechos de antena y resto de fuentes privadas y/o comerciales de financiación de las películas.

En consecuencia, se puede decir que las fuentes de financiación son conocidas y estudiadas por la doctrina, ya que en general son de público conocimiento, al menos las basadas en recursos públicos.

Una de las novedades que se pretende de esta investigación es arrojar, en la medida de lo posible, un poco de claridad al modelo de financiación de la producción sobre la base de expedientes de películas en los que se indiquen las fuentes de financiación de las mismas. Después de analizar una serie de expedientes de solicitud de financiación se ha comprobado que dicho modelo basado en la existencia de un amplio abanico de preventas e ingresos futuros, como las subvenciones, es el ampliamente utilizado por los productores independientes españoles a lo largo de 2017.

Los resultados globales de dicho estudio se resumen a continuación y se puede ver que dependen claramente de la participación de determinados agentes del sector que a su vez está en función de las características de las películas, por lo que la tipología es francamente amplia y diversa.

Básicamente existen cuatro tipos de producciones cinematográficas en función de su coste y modelo de financiación:

En primer lugar, existen producciones totalmente financiadas, o en una parte muy importante, por un único agente económico del sector (operador de televisión y/o telecomunicaciones y/o plataforma internacional de vod). En este tipo de producciones el financiador decide de forma importante sobre el proyecto, de forma que el productor independiente puede llegar a convertirse en un productor ejecutivo, a pesar de la responsabilidad legal, mercantil, laboral y fiscal sobre la producción que tiene que asumir. Puede considerarse desde un mero encargo de producción, en el que todos los costes son cubiertos por el financiador (incluido el beneficio “industrial” del productor) hasta una coproducción jurídicamente hablando. En todo caso, se trata de producciones en las que el productor independiente tiene prácticamente cubiertas todas las necesidades de financiación. Ello no obsta para que pueda aprovechar otras fuentes de financiación como las subvenciones públicas y los inversores fiscales. Estas producciones pueden oscilar entre 1,5 millones € y

4,5 millones €, dependiendo de los costes de lanzamiento. Para importes más altos deben estimarse un potencial de ventas internacionales significativo, que se consigue bien mediante coproducciones (muy complejas en general) o interés por parte de plataformas o distribuidoras (majors) internacionales. Es muy importante el papel del operador en el lanzamiento de la película.

En segundo lugar, aparecen producciones en las que el productor debe conseguir no solo la participación de un financiador externo como los anteriormente citados, sino que también es fundamental obtener las subvenciones públicas, así como inversores fiscales. Los denominados, quizás impropriamente, “inversores fiscales” son aquellos que entran en la producción de la película a través de su participación en una Agrupación de Interés Económico (AIE). La AIE se convierte en la productora de la película jurídicamente hablando. El coste de este tipo de producciones puede estar entre 1,5 millones € y 4 millones €, en función de la inversión en lanzamiento (publicidad y promoción) que se decida.

En tercer lugar, se realizan producciones también basadas en la obtención de subvenciones públicas, pero de menor importe por sus características de producción especiales (ayudas a películas de menor potencial comercial, a priori), con el apoyo de una televisión pública, nacional y/o autonómica. Son producciones de menor coste de producción, que puede oscilar entre 1 millón y 2 millones de euros dependiendo de la inversión de lanzamiento de la película en salas en concepto de copias (aunque ya desaparecieron las copias en 35 mm, sustituidas por lo digital) y publicidad (que sigue siendo una partida fundamental para la explotación en salas de cualquier película).

Por último, tenemos aquellas producciones de carácter marcadamente independiente, que se financian fundamentalmente con las ayudas públicas a producciones de carácter nacional, autonómico y local e incluso internacional de un importe inferior a 1 millón de euros, y con posibles grandes dificultades en la distribución posterior, precisamente por su propio carácter menos comercial. Pueden incluir modelos de cooperativas, en las que el equipo artístico y técnico puede llegar a capitalizar sus trabajos para financiar la producción.

Las cuatro tipologías anteriormente expuestas pueden sufrir múltiples variaciones en función de circunstancias como, por ejemplo, el lugar de rodaje, así como la producción y la postproducción. Tal y como expondremos a continuación, la existencia, en España, de cuatro (o mejor dicho seis) modelos fiscales de apoyo a la cinematografía (Canarias, las tres

Diputaciones Forales del País Vasco, Navarra y resto de España) definen también el tipo de producciones que se realizan.

Por último, la coproducción internacional (fundamentalmente europea, aunque también cada vez más iberoamericana en el caso español) es también una fuente importante de financiación, con la complejidad que ello supone.

En general, se estructuran operaciones con el fin de dar cabida a la participación de diferentes productores de diferentes países que aportan los recursos públicos (ayudas públicas y fiscales) y privados (preventas a distribuidoras y televisiones) de sus respectivos territorios con el fin de completar el coste de producción total de la película. Este mismo modelo de coproducción se usa cuando concurren diferentes productoras radicadas en diferentes comunidades autónomas, aportando cada una de ellas recursos públicos y privados de su comunidad correspondiente. Una de las consecuencias perversas del citado modelo de coproducción es, en algunos casos, cierta distorsión en los guiones por la necesidad de incluir diferentes territorios y nacionalidades en el rodaje de las películas. Es decir, el aspecto creativo se puede ver sustancialmente afectado.

Con el fin de tratar de conocer de forma más aproximada la composición de las fuentes de financiación de la producción española, se analizaron 50 expedientes de financiación estudiados en 2017 por la sociedad de garantía recíproca especializada en el sector (CREA SGR) y 60 expedientes en 2018. Todo ello de forma que se garantizase el anonimato de estos.

Respecto de los datos de 2017, el resultado totalizado de dicho análisis se muestra en la tabla 34. Los resultados del estudio, aunque no reflejen la realidad absoluta de la producción española, si muestran al menos la realidad de la muestra tomada. Se incluyen 50 producciones con un total de inversión de 84 millones €. Esta cifra de inversión representa una parte significativa de la producción española (alrededor del 25%-30% del total),

Como hemos visto anteriormente, según estimaciones propias a falta de datos globales oficiales, la producción española oscila en unas 200 películas anuales, incluidas coproducciones y documentales, con un volumen medio de inversión total de 250/300 millones anuales en los últimos años.

Tabla 34. *Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española (2017).*

		Total €	s/ Financiación
	FINANCIACIÓN	83.884.265,29	
	Sobre coste de producción	99,74%	
1.	AYUDAS PÚBLICAS	38.711.368,78	46,15%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	26.114.164,78	31,13%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	19.662.998,60	23,44%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	6.374.166,18	7,60%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	77.000,00	0,09%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	1.187.050,00	1,42%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	11.410.154,00	13,60%
2.	TELEVISIÓN	18.900.696,00	22,53%
2.1.	TV PÚBLICA	12.365.699,00	14,74%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	6.550.000,00	7,81%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	6.534.997,00	7,79%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	3.786.545,00	4,51%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	2.262.452,00	2,70%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	486.000,00	0,58%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	3.670.900,00	4,38%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	6.554.808,00	7,81%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	9.047.299,58	10,79%
6.	OTROS RECURSOS AJENOS	2.247.872,50	2,68%
7.	RECURSOS PROPIOS	4.751.320,43	5,66%
	TOTAL	83.884.265,29	100,00%
	Notas: (1) En las coproducciones sólo se considera la parte española. No se han incluido los proyectos de animación		

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 50 expedientes de CREA SGR (2017).

El anterior estudio no refleja el modelo general de la producción española, sino tan solo el de las películas analizadas. Sería de desear que por parte de las autoridades cinematográficas nacionales (ICAA) como autonómicas se pudiera ofrecer información de estas características para poder ayudar a facilitar la comprensión de la financiación del sector.

Hemos clasificado las 50 producciones en tres categorías en función de su coste de producción:

- b)** Producciones de menos de 600.000€ de coste de producción.
- c)** Producciones entre 600.001€ y 1.800.000€ de coste de producción.
- d)** Producciones de más de 1.800.000€ de coste de producción.

Los resultados son los reflejados en la tabla 35 siguiente.

Tabla 35. *Análisis películas por categorías.*

	A	B	C	Total
Número de películas	18	21	11	50
Media coste producción (en €)	267.430,37	1.206.618,41	3.005.685,55	1.680.359,73

Nota: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 50 expedientes de CREA SGR (2017).

Los resultados detallados por cada categoría se detallan en las tablas siguientes. Las conclusiones más interesantes en este análisis son las siguientes:

Las películas con menor coste de producción (Categoría A) muestran unas características especiales respecto al acceso a la financiación que son las siguientes:

- a) Tienen un mayor aporte de fondos propios (11,69%) que la media (5,66%). Al ser producciones de bajo coste y muchas veces muy autorales o de primer director, suelen capitalizar sus trabajos como forma de financiación de estas.
- b) Asimismo, tiene un menor aporte de ayudas públicas (38,60%) que la media (46,15%) y prácticamente no llegan a los importes que hacen interesante la creación de estructuras fiscales. Lógicamente al ser producciones de menor presupuesto el atractivo de la deducción fiscal se reduce proporcionalmente al coste de esta.
- c) Sin embargo, la televisión pública (27,87%), y sobre todo la televisión pública autonómica (20,08%) es una fuente mucho más importante de financiación que en las demás categorías de películas. Este resultado tiene todo el sentido, ya que las producciones de bajo coste de producción suelen ser producciones más autorales, o de primeros directores o al menos de productores que no han alcanzado pleno acceso a los grandes operadores con películas *mainstream*.

Tabla 36.- Comparativa de modelo de financiación entre los tres tipos de producciones en función del coste de producción (2017).

	Categoría	A	B	C
		s/ Financiación	s/ Financiación	s/ Financiación
	FINANCIACIÓN			
	Sobre coste de producción			
1.	AYUDAS PÚBLICAS	38,60%	48,09%	45,67%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	36,53%	33,69%	28,41%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	14,13%	22,48%	25,45%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	22,28%	11,01%	2,96%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	0,12%	0,21%	0,00%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	0,40%	1,31%	1,63%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	1,67%	13,08%	15,63%
2.	TELEVISIÓN	27,87%	22,05%	22,18%
2.1.	TV PÚBLICA	24,77%	19,38%	9,78%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	4,69%	9,03%	7,29%
2.1.2.	TV PÚBLICA AUTONÓMICA	20,08%	10,36%	2,49%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	3,10%	2,67%	12,40%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	0,00%	0,00%	8,63%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	3,10%	2,01%	3,18%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	0,00%	0,66%	0,59%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	0,00%	1,05%	7,55%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	6,19%	6,83%	8,80%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	3,18%	12,35%	10,61%
6.	OTROS RECURSOS AJENOS	12,21%	3,94%	0,41%
7.	RECURSOS PROPIOS	11,95%	5,69%	4,79%
	TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 50 expedientes de CREA SGR (2017).

Tabla 37. Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste inferior a 600.000€ (2017).

	FINANCIACIÓN	5.973.909,64	s/ Financiación
	Sobre coste de producción	100,29%	
1.	AYUDAS PÚBLICAS	2.305.999,50	38,60%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	2.181.999,50	36,53%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	844.003,00	14,13%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	1.330.996,50	22,28%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	7.000,00	0,12%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	24.000,00	0,40%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	100.000,00	1,67%
2.	TELEVISIÓN	1.664.800,00	27,87%
2.1.	TV PÚBLICA	1.479.800,00	24,77%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	280.000,00	4,69%
2.1.2.	TV PÚBLICA AUTONÓMICA	1.199.800,00	20,08%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	185.000,00	3,10%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	0,00	0,00%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	185.000,00	3,10%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	0,00	0,00%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	0,00	0,00%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	370.000,00	6,19%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	190.000,00	3,18%
6.	OTROS	729.521,50	12,21%
7.	RECURSOS PROPIOS	713.588,64	11,95%
	TOTAL	5.973.909,64	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 50 expedientes de CREA SGR (2017).

Tabla 38. Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste entre 600.0001€ y 1.800.000€ (2017).

			s/ Financiación
	FINANCIACIÓN	34.010.731,07	
	Sobre coste de producción	102,05%	
1.	AYUDAS PÚBLICAS	16.355.892,28	48,09%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	11.459.738,28	33,69%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	7.645.782,60	22,48%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	3.743.955,68	11,01%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	70.000,00	0,21%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	446.000,00	1,31%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	4.450.154,00	13,08%
2.	TELEVISIÓN	7.500.875,00	22,05%
2.1.	TV PÚBLICA	6.592.423,00	19,38%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	3.070.000,00	9,03%
2.1.2.	TV PÚBLICA AUTONÓMICA	3.522.423,00	10,36%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	908.452,00	2,67%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	0,00	0,00%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	682.452,00	2,01%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	226.000,00	0,66%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	355.900,00	1,05%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	2.322.808,00	6,83%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	4.201.171,00	12,35%
6.	OTROS	1.340.351,00	3,94%
7.	RECURSOS PROPIOS	1.933.733,79	5,69%
	TOTAL	34.010.731,07	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 50 expedientes de CREA SGR (2017).

Tabla 39. Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste entre 600.0001€ y 1.800.000€ (2017).

			s/ Financiación
	FINANCIACIÓN	43.899.624,58	
	Sobre coste de producción	97,96%	
1.	AYUDAS PÚBLICAS	20.049.477,00	45,67%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	12.472.427,00	28,41%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	11.173.213,00	25,45%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	1.299.214,00	2,96%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	0,00	0,00%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	717.050,00	1,63%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	6.860.000,00	15,63%
2.	TELEVISIÓN	9.735.021,00	22,18%
2.1.	TV PÚBLICA	4.293.476,00	9,78%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	3.200.000,00	7,29%
2.1.2.	TV PÚBLICA AUTONÓMICA	1.093.476,00	2,49%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	5.441.545,00	12,40%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	3.786.545,00	8,63%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	1.395.000,00	3,18%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	260.000,00	0,59%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	3.315.000,00	7,55%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	3.862.000,00	8,80%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	4.656.128,58	10,61%
6.	OTROS	178.000,00	0,41%
7.	RECURSOS PROPIOS	2.103.998,00	4,79%
	TOTAL	43.899.624,58	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 50 expedientes de CREA SGR (2017).

Respecto de los costes de producción del citado muestreo de 50 expedientes de 2017, financiados, el desglose de costes es el que se refleja en la tabla 40.

Tabla 40. *Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española (2017), clasificada por coste de producción.*

PELÍCULA	TOTAL	s/coste total	
COSTE REALIZACIÓN	63.215.274,36	75,17%	s/coste realización
Guion y música	3.243.918,92	3,86%	5,13%
Personal artístico	11.195.930,26	13,31%	17,71%
Equipo técnico	19.874.147,68	23,63%	31,44%
Escenografía	5.108.705,00	6,07%	8,08%
Est. rodaje, sonido y varios	4.010.097,96	4,77%	6,34%
Maquinaria, rodaje y transporte.	5.736.505,00	6,82%	9,07%
Viajes, dietas	4.483.976,97	5,33%	7,09%
Película virgen	288.943,00	0,34%	0,46%
Laboratorio	2.875.389,45	3,42%	4,55%
Seguros e impuestos	6.397.660,12	7,61%	10,12%
OTROS COSTES	20.884.829,49	24,83%	s/ otros costes
Productor ejecutivo	2.610.391,08	3,10%	12,50%
Gastos generales	3.633.853,72	4,32%	17,40%
Promoción y publicidad	11.416.686,50	13,58%	54,66%
Gastos financieros	2.913.142,19	3,46%	13,95%
Auditoría	30.270,00	0,04%	0,14%
Contingencias	280.486,00	0,33%	1,34%
TOTAL COSTE PRODUCCIÓN	84.100.103,85		

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 50 expedientes de CREA SGR (2017).

En cuanto a los expedientes correspondientes al año 2018, el resumen de todos ellos muestra los resultados que se exponen en la tabla 41. Curiosamente la financiación prevista sumando todos los proyectos resulta superior al coste de producción previsto. Un 103,98%. Lo que demuestra la rigurosidad a la hora de tratar de cubrir todo el plan financiero de la producción de las películas.

Tabla 41. *Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española (2018).*

			s/ Financiación
	FINANCIACIÓN	99.148.894,16	
	Sobre coste de producción	103,98%	
1.	AYUDAS PÚBLICAS	42.067.826,74	42,43%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	26.965.362,14	27,20%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	17.510.038,66	17,66%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	9.121.212,48	9,20%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	334.111,00	0,34%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	1.084.655,00	1,09%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	14.017.809,60	14,14%
2.	TELEVISIÓN	22.576.412,00	22,77%
2.1.	TV PÚBLICA	20.355.459,00	20,53%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	14.170.863,00	14,29%
2.1.2.	TV PÚBLICA AUTONÓMICA	6.184.596,00	6,24%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	2.220.953,00	2,24%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	0,00	0,00%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	2.220.953,00	2,24%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	0,00	0,00%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	8.498.726,00	8,57%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	6.444.207,00	6,50%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	9.827.942,50	9,91%
6.	OTROS	3.333.928,18	3,36%
7.	RECURSOS PROPIOS	6.399.851,74	6,45%
	TOTAL (1+2+3+4+5+6+7+)	99.148.894,16	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 60 expedientes de CREA SGR (2018).

Igual que ocurre con los expedientes de 2018, existen diferencias en función del rango de costes de producción. Hemos clasificado las 60 producciones en tres categorías en función de su coste de producción:

- Producciones de menos de 600.000€ de coste de producción.
- Producciones entre 600.001€ y 1.800.000€ de coste de producción.
- Producciones de más de 1.800.000€ de coste de producción.

Los resultados son los reflejados en la tabla 42 siguiente.

Tabla 42. *Análisis películas por categorías (2018).*

	A	B	C	Total
Número de películas	19	21	20	60
Media coste producción (en €)	248.767,52	1.304.480,02	3.161.923,58	1.589.319

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 60 expedientes de CREA SGR (2018).

Los resultados detallados por cada categoría se detallan en las tablas siguientes.

Las conclusiones más interesantes en este análisis son las siguientes:

- Las películas con menor coste de producción (Categoría A) tienen un mayor aporte de fondos propios (17,36%) que la media (6,45%), disminuyendo las demás fuentes de financiación respecto de la media del total.
- Hay que señalar que los incentivos fiscales son una fuente muy pequeña de financiación, dado el importe de la producción que no atrae suficientes beneficios fiscales.

Tabla 43. Resumen análisis financiación películas según categoría por coste de producción (2018).

		Hasta 600.000€		De 600.001 a 1.800.000€		Más de 1.800.001€	
	FINANCIACIÓN	4.752.068,28		28.497.961,40		65.898.864,48	
	Sobre coste de producción	100,58%		104,03%		104,21%	
1.	AYUDAS PÚBLICAS	2.044.422,78	43,02%	11.935.384,40	41,88%	28.088.019,56	42,62%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	1.830.542,78	38,52%	6.948.758,80	24,38%	18.186.060,56	27,60%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	314.421,00	6,62%	3.278.316,80	11,50%	13.917.300,86	21,12%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	1.432.821,78	30,15%	3.519.631,00	12,35%	4.168.759,70	6,33%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	83.300,00	1,75%	150.811,00	0,53%	100.000,00	0,15%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	133.880,00	2,82%	950.775,00	3,34%	0,00	0,00%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	80.000,00	1,68%	4.035.850,60	14,16%	9.901.959,00	15,03%
2.	TELEVISIÓN	970.240,00	20,42%	6.021.554,00	21,13%	15.584.618,00	23,65%
2.1.	TV PÚBLICA	940.240,00	19,79%	5.166.554,00	18,13%	14.248.665,00	21,62%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	382.240,00	8,04%	2.183.623,00	7,66%	11.605.000,00	17,61%
2.1.2.	TV PÚBLICA AUTONÓMICA	558.000,00	11,74%	2.982.931,00	10,47%	2.643.665,00	4,01%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	30.000,00	0,63%	855.000,00	3,00%	1.335.953,00	2,03%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	30.000,00	0,63%	855.000,00	3,00%	1.335.953,00	2,03%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	245.741,00	5,17%	3.072.985,00	10,78%	5.180.000,00	7,86%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	110.000,00	2,31%	1.554.877,00	5,46%	4.779.330,00	7,25%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	265.727,00	5,59%	1.846.250,00	6,48%	7.715.965,50	11,71%
6.	OTROS	291.108,76	6,13%	1.992.250,00	6,99%	1.050.569,42	1,59%
7.	RECURSOS PROPIOS	824.828,74	17,36%	2.074.661,00	7,28%	3.500.362,00	5,31%
	TOTAL (1+2+3+4+5+6+7+)	4.752.068,28	100,00%	28.497.961,40	100,00%	65.898.864,48	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 60 expedientes de CREA SGR (2018).

Tabla 44. *Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste inferior a 600.000€ (2018).*

			s/ Financiación
	FINANCIACIÓN	4.752.068,28	
	Sobre coste de producción	100,58%	
1.	AYUDAS PÚBLICAS	2.044.422,78	43,02%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	1.830.542,78	38,52%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	314.421,00	6,62%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	1.432.821,78	30,15%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	83.300,00	1,75%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	133.880,00	2,82%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	80.000,00	1,68%
2.	TELEVISIÓN	970.240,00	20,42%
2.1.	TV PÚBLICA	940.240,00	19,79%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	382.240,00	8,04%
2.1.2.	TV PÚBLICA AUTONÓMICA	558.000,00	11,74%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	30.000,00	0,63%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	0,00	0,00%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	30.000,00	0,63%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	0,00	0,00%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	245.741,00	5,17%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	110.000,00	2,31%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	265.727,00	5,59%
6.	OTROS	291.108,76	6,13%
7.	RECURSOS PROPIOS	824.828,74	17,36%
	TOTAL (1+2+3+4+5+6+7+)	4.752.068,28	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 60 expedientes de CREA SGR (2018).

Tabla 45. *Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste desde 600.001€ a 1.800.000€ (2018).*

			s/ Financiación
	FINANCIACIÓN	28.497.961,40	
	Sobre coste de producción	104,03%	
1.	AYUDAS PÚBLICAS	11.935.384,40	41,88%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	6.948.758,80	24,38%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	3.278.316,80	11,50%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	3.519.631,00	12,35%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	150.811,00	0,53%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	950.775,00	3,34%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	4.035.850,60	14,16%
2.	TELEVISIÓN	6.021.554,00	21,13%
2.1.	TV PÚBLICA	5.166.554,00	18,13%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	2.183.623,00	7,66%
2.1.2.	TV PÚBLICA AUTONÓMICA	2.982.931,00	10,47%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	855.000,00	3,00%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	0,00	0,00%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	855.000,00	3,00%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	0,00	0,00%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	3.072.985,00	10,78%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	1.554.877,00	5,46%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	1.846.250,00	6,48%
6.	OTROS	1.992.250,00	6,99%
7.	RECURSOS PROPIOS	2.074.661,00	7,28%
	TOTAL (1+2+3+4+5+6+7+)	28.497.961,40	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 60 expedientes de CREA SGR (2018).

Tabla 46. Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española de producciones con coste superior a 1.800.001€ (2018).

			s/ Financiación
	FINANCIACIÓN	65.898.864,48	
	Sobre coste de producción	104,21%	
1.	AYUDAS PÚBLICAS	28.088.019,56	42,62%
1.1.	AYUDAS DIRECTAS ESPAÑOLAS	18.186.060,56	27,60%
1.1.1.	AYUDAS NACIONALES	13.917.300,86	21,12%
1.2.1.	AYUDAS AUTONÓMICAS	4.168.759,70	6,33%
1.2.2.	AYUDAS PROVINCIALES Y LOCALES	100.000,00	0,15%
1.2.	AYUDAS INTERNACIONALES	0,00	0,00%
1.3.	INCENTIVOS FISCALES	9.901.959,00	15,03%
2.	TELEVISIÓN	15.584.618,00	23,65%
2.1.	TV PÚBLICA	14.248.665,00	21,62%
2.1.1.	TV PÚBLICA NACIONAL	11.605.000,00	17,61%
2.1.2.	TV PÚBLICA AUTONÓMICA	2.643.665,00	4,01%
2.2.	TV PRIVADA NACIONAL	1.335.953,00	2,03%
2.2.1.	NACIONAL PRIVADA EN ABIERTO	0,00	0,00%
2.2.2.	NACIONAL PRIVADA DE PAGO	1.335.953,00	2,03%
2.2.3.	CANALES TEMÁTICOS	0,00	0,00%
3.	PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE VOD	5.180.000,00	7,86%
4.	DISTRIBUCIÓN NACIONAL	4.779.330,00	7,25%
5.	DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL	7.715.965,50	11,71%
6.	OTROS	1.050.569,42	1,59%
7.	RECURSOS PROPIOS	3.500.362,00	5,31%
	TOTAL (1+2+3+4+5+6+7+)	65.898.864,48	100,00%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 60 expedientes de CREA SGR (2018).

Respecto de los costes de producción del citado muestreo de 50 expedientes de 2017, financiados, el desglose de costes es el que se refleja en la tabla 48.

Tabla 47. *Modelo económico de financiación de la producción cinematográfica española (2018), clasificada por coste de producción.*

		s/coste total	s/coste realización
COSTE REALIZACIÓN	72.665.430,82	76,20%	
Guion y música	4.227.545,48	4,43%	5,82%
Personal artístico	10.317.115,70	10,82%	14,20%
Equipo técnico	22.968.598,10	24,09%	31,61%
Escenografía	5.859.932,33	6,15%	8,06%
Est. rodaje, sonido y varios	6.788.491,56	7,12%	9,34%
Maquinaria, rodaje y Tte.	7.571.327,04	7,94%	10,42%
Viajes, dietas	4.738.529,10	4,97%	6,52%
Película virgen	398.276,52	0,42%	0,55%
Laboratorio	2.902.773,66	3,04%	3,99%
Seguros e impuestos	6.892.841,34	7,23%	9,49%
OTROS COSTES	22.691.613,88	23,80%	s/ otros costes
Productor ejecutivo	3.122.950,53	3,28%	13,76%
Gastos generales	3.893.585,77	4,08%	17,16%
Promoción y publicidad	11.453.543,00	12,01%	50,47%
Gastos financieros	3.827.394,58	4,01%	16,87%
Auditoría	107.205,00	0,11%	0,47%
Contingencias	286.935,00	0,30%	1,26%
TOTAL COSTE PRODUCCIÓN	95.357.044,70		

Fuente: Elaboración propia sobre la base de un análisis de 60 expedientes de CREA SGR (2018).

2. Las ayudas nacionales del ICAA. La Ley del Cine (2007)

Con la intención de realizar un breve repaso de nuestra reciente historia del apoyo del Estado al sector cinematográfico español es interesante remontarnos a la Ley 15/2001 de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual. En la exposición de motivos de dicha Ley se realizaba un somero análisis histórico legislativo de la normativa de protección del cine. Además, se manifestaba la insuficiencia de la regulación a través de la ley del sector cinematográfica y se destacaban las siguientes normas:

- Ley de 17 de julio de 1958, de creación del crédito cinematográfico.
- Ley 46/1967, de 22 de julio, sobre normas sancionadoras en determinadas materias propias de la competencia del Ministerio de Información y Turismo.
- Ley 3/1980, de 10 de enero, de regulación de cuotas de pantalla y distribución cinematográfica.
- Ley 1/1982, de 24 de febrero, por la que se regulan las salas especiales de exhibición cinematográfica, la Filmoteca Española y las tarifas de las tasas por licencias de doblaje.
- Real Decreto-ley 19/1993, de 10 de diciembre, de medidas urgentes para la cinematografía.
- La Ley 17/1994, de 8 de junio, de protección y fomento de la cinematografía, que equiparaba la obra cinematográfica de los países miembros de la Unión Europea a la obra cinematográfica española y adaptó la cuota de distribución a las exigencias del mercado, aunque adolecía de regulación sobre ayudas, así como sobre protección del patrimonio, control de rendimientos de las obras cinematográficas, calificación y registro de empresas cinematográficas y audiovisuales, que constituían obligaciones que estaban reguladas desde antiguo sin el adecuado rango.

La Ley 15/2001 fue derogada por la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine (publicada en el BOE del 29 de diciembre de 2007), que constituye nuestro actual marco jurídico del sector cinematográfico.

En su preámbulo, el legislador realiza un encendido elogio de la cinematografía que no puede sino apoyarse en todo su contenido sin ningún tipo de vacilación. Luego veremos si tan maravillosas hipótesis de partida han sido respetadas en estos últimos diez años desde la publicación de la Ley.

No podemos más que reproducir de forma literal determinados párrafos del citado preámbulo, por su magnífica claridad en la exposición:

“La actividad cinematográfica y audiovisual conforma un sector estratégico de nuestra cultura y de nuestra economía. Como manifestación artística y expresión creativa, es un elemento básico de la entidad cultural de un país. Su contribución al avance tecnológico, al desarrollo económico y a la creación de empleo, junto a su aportación al mantenimiento de la diversidad cultural, son elementos suficientes para que el Estado establezca las medidas necesarias para su fomento y promoción, y determine los sistemas más convenientes para la conservación del patrimonio cinematográfico y su difusión dentro y fuera de nuestras fronteras. Todo ello considerando que la cultura audiovisual, de la que sin duda el cine constituye una parte fundamental, se halla presente en todos los ámbitos de la sociedad actual. (Ley 55/2007, de 28 de diciembre del Cine, BOE nº 312, del 29 de diciembre de 2007, p. 53.586)

A continuación, el legislador expone los cuatro principios fundamentales en que se basa el nuevo marco normativo:

- “La definición y el apoyo a los sectores independientes que existen en nuestra cinematografía, tanto en el ámbito de la producción como en los de distribución y exhibición
- La creación de mecanismos que eviten los desequilibrios que actualmente existen en el mercado audiovisual
- La adaptación de las nuevas tecnologías y formatos que se han ido introduciendo en este campo, con especial atención a cuanto suponen los inminentes procesos de digitalización.
- El respaldo a la creación y a los autores como fuente de origen de la relación que las obras tienen que mantener con sus destinatarios naturales, los ciudadanos”.
(Ley 55/2007, de 28 de diciembre del Cine, BOE nº 312, del 29 de diciembre de 2007, p. 53.687)

Respecto al primer gran objetivo de la norma, al final, lo que subyace en la nueva normativa, es orientar las medidas de fomento y de protección en reforzar el carácter industrial (y permítasenos reforzar dicho concepto) de la actividad cinematográfica, mejorando la competitividad de las empresas y robusteciendo el tejido industrial, y

concretamente trabajando en pro de la integración de la cinematografía dentro del concepto más amplio del audiovisual y estrechando los lazos con la televisión.

Todos estos aspectos son claramente loables, pero creemos que no se han cumplido, salvo en lo que se refiere al tejido industrial que sí conforman las principales emisoras de televisión de ámbito nacional (fundamentalmente privadas), tanto en abierto como de pago, a las que hay que añadir las recientes plataformas de *video on demand*.

“Debe tenerse muy presente, junto a su dimensión cultural, el carácter industrial de la actividad cinematográfica y audiovisual y del conjunto de la acción de sus agentes de producción, distribución y exhibición, a fin de que la política de protección y fomento pueda ser considerada dentro del marco jurídico y de los mecanismos y herramientas que posibilitan la mejora de competitividad de nuestras empresas, incluidas las ayudas e incentivos fiscales o la inserción en las políticas específicas de investigación y desarrollo.

Por lo tanto, con el objetivo de mejorar el tejido industrial de las empresas que operan en el sector, posibilitando su fortalecimiento y facilitando el desarrollo de su actividad en un mercado abierto y competitivo, se establecen en la Ley nuevas medidas de fomento y de protección y se refuerzan las existentes. Dichas medidas tienen como finalidad la consolidación y robustecimiento de la estructura empresarial, la financiación y amortización de los costes de las inversiones necesarias para el afianzamiento de un nivel continuado de producción de obras de contenidos diversos y con una calidad suficiente para garantizar su rentabilidad y sus posibilidades de acceso al público.

La Ley introduce el concepto de integración de la cinematografía en el conjunto del audiovisual, considerando éste como un todo, con sus especificidades, para beneficio del cine y la televisión, concibiendo la producción cinematográfica y audiovisual como contenido básico de la televisión y a ésta como elemento importante de difusión, promoción y financiación de la cinematografía.” (Ley 55/2007, de 28 de diciembre del Cine, BOE nº 312, del 29 de diciembre de 2007, p. 53.687)

Respecto del segundo objetivo, la Ley propone transformar el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) en una Agencia Estatal, siguiendo tendencias similares tanto en otros sectores económicos de la actividad económica española

general, como tendencias internacionales de países de nuestro entorno como pudiera ser el CNC francés.

Dicho objetivo hay que recordar que no ha sido cumplido y creemos que rápidamente olvidado con el cambio de los partidos políticos en el poder. Y todo ello, aunque dicha Ley del Cine fue aprobada por amplia mayoría parlamentaria (fenómeno extraño a todas luces en el reciente panorama político parlamentario española), aunque también hay que señalar que se produjo justo en el momento de inicio de la Gran Crisis Financiera de 2008.

“Igualmente es objetivo de esta Ley articular la relación entre los diferentes sujetos que operan en el sector, desde los creadores, productores, personal técnico y artístico, industrias técnicas, distribuidores, exhibidores y empresas videográficas. Con el fin de lograr tal objetivo, se revela esencial el papel de los poderes públicos para promover una gestión adecuada a las nuevas necesidades que la sociedad, en general, y el sector audiovisual, en particular, van demandando. Para ello, y sin perjuicio del papel que desempeñen las Comunidades Autónomas en sus respectivos ámbitos competenciales, la Administración General del Estado, asume este objetivo, lo que se materializa en el proceso de transformación del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales en Agencia Estatal para lograr una mayor eficacia y agilidad en la gestión, y en la estabilización del Fondo de Protección a la Cinematografía y al Audiovisual para que ofrezca seguridad financiera a los profesionales, con especial atención hacia los sectores independientes”. (Ley 55/2007, de 28 de diciembre del Cine, BOE nº 312, del 29 de diciembre de 2007, p.53.687)

El tercer objetivo, consistente en favorecer la libre competencia, tampoco ha resultado un gran éxito.

Siguen produciéndose de forma habitual y casi sistemática, trabas a la libre competencia prácticamente entre todos los protagonistas del sector audiovisual en su conjunto. No sólo entre exhibidores y distribuidores, sino entre televisiones y distribuidores, plataformas de VOD y productores, y cualquier relación entre agentes del sector audiovisual donde alguno de ellos pueda disfrutar de un poder evidente de contratación en el mercado.

Pensemos que los grupos de presión y sectores en competición son enormemente variados, como se puede ver en el resumen de la tabla 48 siguiente.

Tabla 48. Modelo de relaciones de competencia entre los distintos agentes del sector cinematográfico español.

Distribución	Exhibición	Producción	TV
Majors (empresas participadas por multinacionales como Disney-Fox, Warner Bros, Paramount, Sony, Universal) y grandes grupos multinacionales (E-One)	Cadenas de cines (participadas por multinacionales y fondos de inversión) Cadenas de cines (participadas por grupos nacionales)	Productoras filiales de TV privadas y operadores audiovisuales.	Cadenas públicas (TVE y autonómicas)
Independientes (participadas por personas físicas o jurídicas no vinculadas con multinacionales ni grupos de televisión ni audiovisuales)	Independientes (participadas por pequeños empresarios)	Productoras independientes con acuerdos preferentes con TV nacionales y privadas	Cadenas privadas en abierto de ámbito nacional y cotizadas en bolsa (Atresmedia y Mediaset España)
		Productoras independientes sin acceso preferente a TV privadas	Operadores de telecomunicaciones españoles e internacionales (Movistar, Vodafone)
			Plataformas de VOD internacionales (Netflix, Amazon, HBO)
			Otras emisoras con licencias de TV, de carácter nacional, autonómico o local

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, la Ley del Cine sólo se centra prácticamente en un solo aspecto relacionado con el respeto de la competencia, como son las relaciones distribución/exhibición, que afectan a dos de los sectores que interrelacionan en la industria concreta de exhibición.

Y si bien es cierto las salas de cine siempre han sido tradicionalmente, no sólo la primera ventana, sino también frecuente fuente de disputas entre salas de cine y distribuidores (sobre todo por la posición dominante de las *majors* a la hora de contratar), hoy día es el ámbito televisivo y sobre todo el de las plataformas internacionales de *streaming* donde se están realizando las mayores transformaciones de la industria.

En suma, en aquel momento la Ley del Cine se focalizaba fundamentalmente en la explotación mediante la exhibición en salas de cine y evitar las prácticas de contratación por lotes:

“Otro de los objetivos de la Ley es el refuerzo de la tutela para el mantenimiento de la libre competencia en las relaciones empresariales ante conductas susceptibles de restringir la competencia, incluyendo entre éstas, en el ámbito de las prácticas comerciales entre distribución y exhibición, la exigencia de contratación de películas por lotes, de manera que para lograr la exhibición de una de ellas tenga que aceptarse la contratación de otras películas. Asimismo, y con el fin de afianzar este acceso a la diversidad de la producción cultural, se regula también la cuota de pantalla del cine comunitario para asegurar su presencia en las salas de exhibición.” (Ley 55/2007, de 28 de diciembre del Cine, BOE nº 312, del 29 de diciembre de 2007, p. 53.687)

El último objetivo básicamente se convirtió en un buen deseo de impulsar el desarrollo digital en la industria, así como luchar contra la denominada piratería audiovisual.

Podemos señalar que el desarrollo digital en el sector del cine ha ido por el mismo camino que en el resto de la economía y sociedad española. Quizás probablemente con menor apoyo de la Administración en este punto. Por ejemplo, el fenómeno de digitalización de las salas de cine, que no ha contado prácticamente con apoyo significativo del Estado, a diferencia de otros países de nuestro entorno (como siempre Francia ha sido un buen ejemplo de ello).

Y la lucha contra la piratería, en lo que se refiere a la actuación de los Ministerios involucrados en la misma ha sido, cuanto menos, discreta, excepción hecha de la labor de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (FGSE), que han realizado constantes intervenciones ante, lo que podemos calificar ya con una cierta perspectiva histórica, de una lamentable ineficacia e incluso pasividad ministerial de las comisiones creadas al efecto¹⁶².

¹⁶² Véase los informes periódicos sobre piratería de la Coalición de Creadores, creada en 2008, para la defensa de la propiedad intelectual por Entidades de Gestión de Derechos y otras entidades afectadas por los actos de vulneración de la propiedad intelectual. El Observatorio de la piratería y de hábitos y consumos digitales publica de 2009 un informe anual. Disponibles en: <http://lacoalicion.es/estudios-del-observatorio/> (Consultado el 26/1/2021).

De la última publicación del Observatorio de la piratería y de hábitos y consumos digitales (2019)¹⁶³, extraemos los siguientes datos:

- En 2019 hubo 5.187 millones de accesos ilegales a contenidos por valor de 30.904 millones de euros, con un perjuicio al sector de 2.437 millones.
- El impacto en 2019 para las arcas públicas habría sido de 673 millones de euros, y casi 4.660 millones de euros desde 2012.
- 8 de cada 10 consumidores considera que la medida más eficaz contra la piratería es que se bloquee el acceso a las webs con contenidos ilícitos.
- Más del 90% de los portales de contenidos ilícitos tienen publicidad y más de dos tercios de los consumidores tuvieron que registrarse dando datos personales.
- Aumento importante de las redes sociales y equipamientos (IPTvs, *Cardsharing*) como medio para acceder a contenidos ilícitos.
- 4 de cada 10 consumidores no sabe distinguir entre webs legales e ilegales.

El preámbulo de la Ley del Cine decía de forma muy optimista lo siguiente:

“El desarrollo de las nuevas tecnologías y la revolución digital, así como las innovaciones en el campo del I+D+i, también están recogidos en el texto de la Ley, como elementos de incidencia potencial en el ámbito de la creación audiovisual, en el crecimiento económico del país y en el incremento de puestos de trabajo. La decidida intervención contra las conductas y actividades vulneradoras de los derechos de propiedad intelectual se contempla también en esta Ley, por cuanto que la reproducción, representación o difusión de películas cinematográficas y otras obras audiovisuales no autorizadas por sus titulares, además de ser una violación flagrante de sus derechos, suponen un grave perjuicio para todos los sectores implicados, lo que hace necesario que, también desde esta norma, se colabore a la erradicación de tales conductas.” (Ley 55/2007, de 28 de diciembre del Cine, BOE nº 312, del 29 de diciembre de 2007, p. 53.687)

En cuanto al sistema de ayudas a la cinematografía, de forma sistemática, las ayudas actualmente vigentes de acuerdo con la Ley del Cine se reflejan en la siguiente tabla 49.

¹⁶³ Disponible en: <http://lacoalicion.es/observatorio-de-la-pirateria/observatorio-de-la-pirateria-2019/> (Consultado el 26/1/2021).

Tabla 49. *Detalle de las ayudas al audiovisual y la cinematografía incluidas en la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.*

1. Ayudas a la creación y al desarrollo. (Sección 2ª)
1.1. Ayudas para la creación de guiones y al desarrollo de proyectos (art. 22)
1.2. Ayudas a proyectos culturales y de formación no reglada (art. 23)
2. Ayudas a la producción (Sección 3ª)
2.1. Ayudas para la producción de largometrajes sobre proyecto (art. 25)
2.2. Ayudas para la amortización de largometrajes (art. 26)
2.3. Ayudas para la producción de cortometrajes (art. 27)
3. Ayudas a la distribución (Sección 4ª)
3.1. Ayudas para la distribución de películas (art. 28)
4. Ayudas a la exhibición (Sección 5ª)
4.1. Ayudas para las salas de exhibición cinematográfica (art. 29)
5. Ayudas a la conservación (Sección 6ª)
5.1. Ayudas para la conservación del patrimonio cinematográfico (art. 30)
6. Ayudas a la promoción (Sección 7ª)
6.1. Ayudas para la participación en festivales (art. 31)
6.2. Ayudas para la organización de festivales y certámenes (art. 32)
7. Otras ayudas e incentivos (Sección 8ª)
7.1. Financiación cinematográfica y audiovisual (art. 33)
7.2. Nuevas tecnologías (art. 34)
7.3. Investigación, Desarrollo e Innovación (art. 35)
7.4. Fomento de la cinematografía y el audiovisual en lenguas cooficiales distintas al castellano (art. 36)
7.5. Promoción exterior (art. 37)

Fuente: Elaboración propia.

Están excluidas de las medidas de fomento del sector, aquellas películas que siendo desde el punto de vista técnico y legal la definición de películas cinematográficas se hayan realizado por determinados agentes (por ejemplo, producidas directamente por operadores de televisión, administraciones públicas), o con determinadas finalidades (publicidad), o determinado contenido (pornográfico o extremadamente violento) o en determinadas circunstancias (que hayan sido declaradas constitutivas de delito o producidas por una productora con deudas laborales) que la Ley no considera dignas de protección. En consecuencia, se excluyen del sistema de ayudas las siguientes clases de películas¹⁶⁴:

- Las producidas directamente por operadores de televisión u otros prestadores de servicios de comunicación audiovisual.
- Las financiadas íntegramente por Administraciones públicas.

¹⁶⁴ Artículo 19.2 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, BOE N° 3412 del 29 de diciembre de 2007, página 53.693.

- Las que tengan un contenido esencialmente publicitario y las de propaganda política.
- Las que hubieran obtenido la calificación de película “X”.
- Las que vulneren o no respeten la normativa sobre cesión de derechos de propiedad intelectual
- Las que por sentencia firme fuesen declaradas en algún extremo constitutivas de delito.
- Las producidas por empresas con deudas laborales, de acuerdo con lo establecido en el art. 24.3 de la Ley del Cine.

Las últimas modificaciones de la citada Ley del Cine han sido importantes y significativas, llevadas a cabo por el Partido Popular e introducidas en la Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia.

La Ley del Cine sufrió una importante modificación mediante el Real Decreto-ley 6/2015, de 14 de mayo, por el que se modifica la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, se conceden varios créditos extraordinarios y suplementos de créditos en el presupuesto del Estado y se adoptan otras medidas de carácter tributario.

En su Capítulo I establece unas modificaciones de diversa índole de la Ley, entre las cuales, la más significativa es la eliminación del sistema vigente de concesión de ayudas a la amortización (que es la partida más importante del Fondo de Protección a la Cinematografía). En la exposición de motivos del Real Decreto-ley se dice:

“La nueva línea de ayudas a la producción de largometrajes permitirá la financiación progresiva de las producciones cinematográficas durante su desarrollo, eliminando las debilidades del sistema de amortización vigente hasta ahora que, al estar configurado a través de ayudas posteriores al estreno de la películas y depender del número de espectadores y la recaudación obtenida, ha generado importantes incertidumbres en las posibilidades de financiación de la producción de largometrajes y una dependencia crítica de los productores respecto de los créditos anuales aprobados para las ayudas a la amortización en los Presupuestos Generales del Estado, que en la práctica han funcionado más como una garantía para la financiación de los costes de los largometrajes que como instrumentos de fomento. Además, frente al automatismo de

las ayudas a la amortización, la concesión de estas nuevas ayudas anticipadas se realizará por aplicación de criterios objetivos en cuya determinación se atenderá, entre otros aspectos, a la solvencia técnica del beneficiario, a la viabilidad económica y financiera del proyecto, a su difusión, su relevancia cultural española y europea, su carácter innovador, así como al impacto socioeconómico de la inversión esperada en España”. (Real Decreto-ley 6/2015, de 14 de mayo, BOE nº 115 de 15 de mayo 2015, p. 41.713)

Es decir, se elimina el anterior sistema de concesión de ayudas a la producción de largometrajes que significaba en la práctica recibir la subvención en el plazo de al menos dos años posteriores al estreno en salas de películas. Y, por supuesto, una vez se hubieran respetado las obligaciones legales, como un número mínimo de entradas de cine. En consecuencia, el modelo permitía, quizás de forma algo perversa, endeudarse a las empresas productoras de acuerdo con una subvención todavía no concedida formalmente. Es decir, de acuerdo con una expectativa de derecho a percibir una subvención, que en caso de no cumplirse producía un extraordinario daño económico al productor. El productor había invertido y gastado dicha cantidad recibida en la producción de la película correspondiente sin tener en cuenta la posibilidad de su no concesión definitiva. Como se puede suponer este modelo ha creado enormes problemas, no solo por la justificación a posteriori del cumplimiento de obligaciones legales como la existencia de las entradas de cine, sino la imposibilidad para el productor de proceder a la devolución de los préstamos bancarios recibidos e invertidos en el rodaje de la película.

En consecuencia, la nueva normativa trata de resolver todos estos problemas, basándose la misma en el pago anticipado al productor, por lo que riesgo se reduce notablemente. Tan solo permanece una pequeña contingencia por el importe de la subvención no entregada hasta la finalización de la película acreditando el cumplimiento todas sus obligaciones legales.

Como toda reforma normativa también está sujeta a críticas, fundamentalmente por establecer un modelo altamente competitivo y excluyente, basado en un sistema de “puntos” que fija un número determinado de perceptores de las subvenciones, frente al sistema anterior muchísimo más abierto.

Asimismo, el presupuesto condiciona totalmente el número de productoras beneficiadas por el nuevo sistema de puntos, ya que un escaso presupuesto dejará fuera producciones que, sin embargo, han cumplido el número de puntos exigibles.

En consecuencia, se ha modificado el artículo 26 de la Ley, quedando redactado de la forma siguiente:

“Artículo 26. Ayudas generales para la producción de largometrajes sobre proyecto.

1. Se podrán conceder ayudas anticipadas para la financiación del coste de la producción de proyectos de largometraje de empresas productoras mediante la aplicación de criterios objetivos, para cuya determinación se atenderá, entre otros aspectos, a la viabilidad económica y financiera del proyecto, a la difusión, a la solvencia técnica del beneficiario, a la relevancia cultural española y europea, al carácter innovador del proyecto, así como al impacto socioeconómico de la inversión en España. Los criterios objetivos permitirán la baremación de las solicitudes presentadas y la fijación del importe de la subvención.

2. Las bases reguladoras podrán determinar que el pago de las ayudas se realice mediante sucesivos pagos anticipados, que podrán extenderse en varios ejercicios presupuestarios y que responderán al ritmo de ejecución que en las mismas se determine. Cuando se prevea este sistema de pago, las bases establecerán los porcentajes que, con respecto al importe total de la ayuda, corresponderá a cada una de las fases de ejecución.

3. La introducción de cambios sustanciales sobre los proyectos aprobados deberá ser notificada, para su autorización, al órgano concedente, que podrá revocar la ayuda en el caso de que no se cumpla con tal obligación.” (Real Decreto-ley 6/2015, de 14 de mayo, BOE nº 115 de 15 de mayo 2015, pp. 41724-41725)

Es interesante resaltar que en la exposición de motivos del real decreto-ley, en el que se justifica la necesidad del mismo, haga una ilustradora manifestación de la situación de dificultad en la financiación del sector de la producción cinematográfica en que se encontraba en ese momento, no tan lejano, y que se vuelve a producir de forma puntual por la convocatoria de elecciones generales, la prórroga de los PGE de 2018 a 2019, y la falta de seguridad en las próximas fechas de convocatoria de ayudas.

“La extraordinaria y urgente necesidad en la adopción de estas disposiciones modificativas de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, se produce por la concurrencia de tres factores que motivan su tramitación como real decreto-ley. En primer lugar, por la necesaria implantación y puesta en funcionamiento del nuevo sistema de financiación de las medidas de apoyo a la Cinematografía desde el inicio de 2016, ante la práctica paralización del acceso de las empresas productoras a los mecanismos de obtención de crédito y financiación que hasta ahora se soportaba en la regularidad de las ayudas a la amortización. Esta situación ha acentuado las debilidades estructurales del tejido industrial del sector cinematográfico español, lastrado por el pequeño tamaño de sus empresas, su baja producción media, su subcapitalización crónica y el consiguiente elevado grado de dependencia de las ayudas públicas y de la financiación de terceros. Y la consecuencia derivada de este enervamiento del sector, ha sido el acrecentamiento de los problemas para la promoción nacional e internacional de las películas producidas, que en los últimos años han acelerado las tasas negativas en la recaudación media obtenida por cada película, así como el descenso en el número medio de espectadores, en un contexto cada vez más complejo para competir con las producciones cinematográficas no europeas, respaldadas por una industria muy potente tanto en la producción como en la distribución de los largometrajes. Con la implantación del nuevo modelo se incide en uno de los elementos más sensibles por su carácter estructural y que de manera más eficaz puede contribuir a cambiar esta tendencia. La nueva línea de ayudas que desde 2016 se configura como el principal instrumento de fomento para la producción de largometrajes, se ha diseñado para acompañar la producción desde sus comienzos, con proyección plurianual, y con mecanismos mejor adaptados a las necesidades de financiación del sector y jurídicamente más seguros, lo que facilitará la aplicación más rápida y eficiente de los recursos públicos en apoyo de un sector en riesgo cierto de colapso en el desarrollo de su actividad a corto plazo

Por otra parte, la introducción de las nuevas reglas contempladas en la «Comunicación de la Comisión sobre la Ayuda estatal a las obras cinematográficas y otras producciones del sector audiovisual», de noviembre de 2013, exigen una revisión de alguna de las condiciones previstas en la ley y que son inicialmente contradictorias con el nuevo esquema de ayudas de Estado al sector. La modificación propuesta ajusta la ley a este nuevo esquema y permite que las medidas de fomento

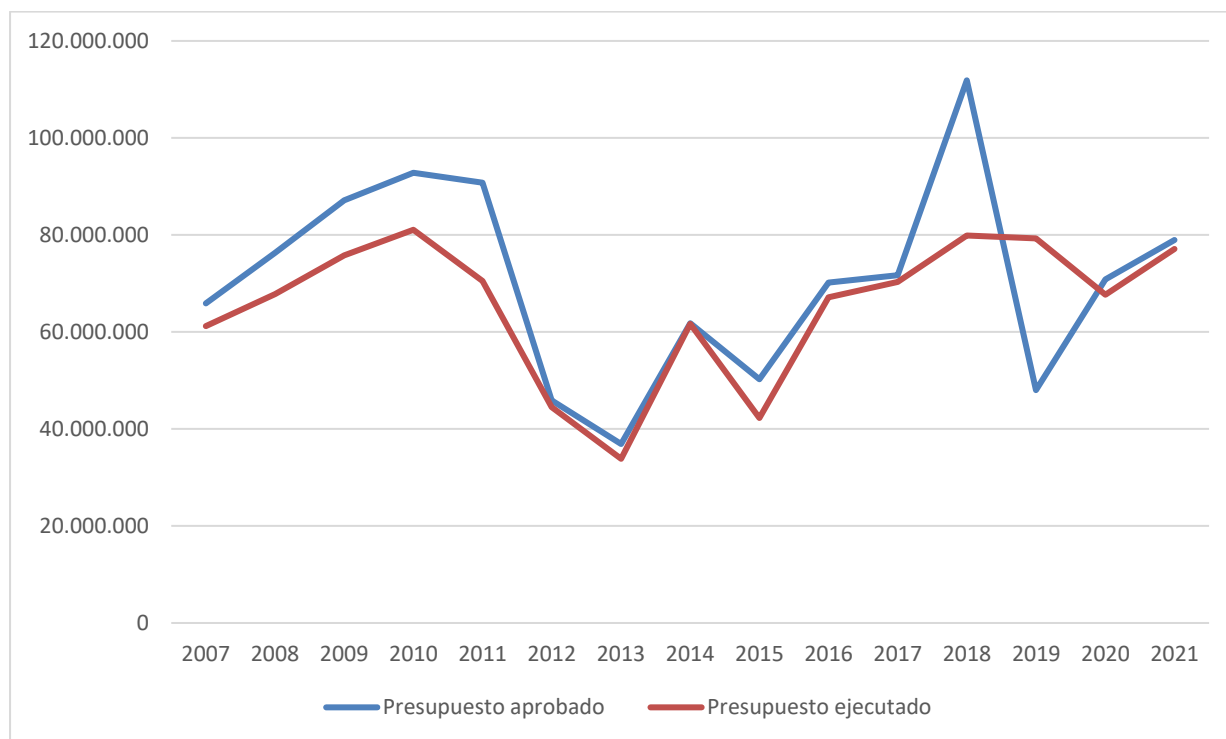
que se convoquen desde su entrada en vigor cumplan con los nuevos requisitos, especialmente aquellas que extienden más allá del plazo de adaptación normativa contemplado por la Comisión europea y que finaliza el 15 noviembre de 2015. En último lugar, en la línea de las limitaciones establecidas por la normativa de la Unión Europea en materia de intensidad máxima de ayudas a la producción en el sector cinematográfico, resulta imprescindible que los instrumentos que contempla la Ley para controlar y coordinar la potencial aplicación simultánea de los incentivos fiscales, aprobados por la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, y las subvenciones de la Ley del Cine, puedan aplicarse en el período impositivo en el que entrará en vigor el nuevo régimen tributario en materia de Sociedades”¹⁶⁵ (Exposición de motivos del Real Decreto-ley 6/2015, de 14 de mayo, por el que se modifica la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, se conceden varios créditos extraordinarios y suplementos de créditos en el presupuesto del Estado y se adoptan otras medidas de carácter tributario. BOE del 15 mayo 2019, páginas 41.713 y 41.714).

En cuanto al presupuesto del ICCA para ayudas al cine, la evolución de este ha estado en función de los Presupuestos Generales del Estado y de la coyuntura económica, por lo que desgraciadamente las tendencias han sido al recorte y disminución de las cantidades dotadas con motivo de la denominada Gran Recesión, sin perjuicio de la necesidad de cumplir con los compromisos existentes procedentes de ejercicios anteriores. Hay que recordar que el sistema vigente, hasta su reforma en 2015, suponía que las producciones financiadas con base en las futuras subvenciones a la amortización de largometrajes se cobrarían por los productores, en caso de reunir los requisitos legales exigidos (como el mínimo de espectadores en salas de cine) a los dos años desde el estreno de las mismas. Con lo cual, se fue generando una sustancial deuda pendiente de liquidar con el sector de la producción que causó los lógicos problemas de financiación, sobre todo en relación con los costes soportados por el alargamiento de los plazos de amortización de los préstamos obtenidos años atrás para la financiación de la producción de las películas.

¹⁶⁵ Exposición de motivos del Real Decreto-ley 6/2015, de 14 de mayo, por el que se modifica la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, se conceden varios créditos extraordinarios y suplementos de créditos en el presupuesto del Estado y se adoptan otras medidas de carácter tributario. BOE del 15 mayo 2019, páginas 41.713 y 41.714.

En los PGE 2018 se destinaron 70.766.000€ al Fondo Nacional de la Cinematografía, cantidad insuficiente para hacer frente a los compromisos de películas estrenadas en años anteriores, por lo que se destinaron de recursos del propio Ministerio otros 10.845.000€ (septiembre 2018) y 7.000.000€ (octubre 2018), alcanzando los 88.611.000€ de dotación definitiva. En el Proyecto de PGE 2019 se presentaron (enero 2019) 85.000.000€ para el Fondo Nacional de la Cinematografía, incluyendo dotación para dos líneas de ayudas que habían dejado de tenerlas (animación), presupuestos que no fueron tramitados a consecuencia de la convocatoria de elecciones generales anticipadas para el 28 de abril de 2019.

Figura 75. Presupuesto aprobado y ejecutado por el ICAA destinados a las ayudas a la cinematografía (2007-2021). En euros.



Fuente: Elaborado a partir de los datos del ICAA, *Memoria de Ayudas a la cinematografía*.

Tradicionalmente existe una desviación entre el presupuesto aprobado y el gasto real ejecutado, e incluso en algunos ejercicios el presupuesto inicialmente aprobado se aumenta, como ocurrió recientemente en 2018. De hecho, en el total del período 2007-2021 se aprobaron unas ayudas totales por importe de 1.059,3 millones €, del cual se ejecutó 980,0 millones €, lo que significa un 7,49% menos del importe aprobado (79,3 millones €), que es prácticamente la dotación de un ejercicio completo, tal y como se puede ver en la siguiente

tabla 50. Aunque es habitual que no se cumplan al 100% la ejecución presupuestaria de las cuentas del Estado no deja de ser en cualquier caso una enorme contradicción que, en un sector caracterizado por la permanente y sistemática carencia de fondos públicos, no se consiga ejecutar al máximo las dotaciones presupuestarias. Se podría argumentar que ello es debido a la imposibilidad de cumplir con dichos requisitos por parte de los beneficiarios de los fondos.

Tabla 50. *Presupuesto anual de ayudas al cine del ICAA: aprobado, ejecutado y diferencia (2007-2021). En euros.*

	Aprobado	Ejecutado	Diferencia	
Desarrollo de guiones para películas de largometraje	3.300.000	3.300.000	0	0
Minoración intereses a la exhibición cinematográfica y equipamientos de producción cinematográfica (digitalización salas)	1.980.921	238.047	1.742.874	87,98%
Minoración de intereses a la producción cinematográfica	19.900.000	12.310.551	7.589.449	38,14%
Producción de largometrajes sobre proyecto	69.981.134	69.977.390	3.744	0,01%
Selectivas a la producción de largometrajes sobre proyecto	56.237.500	56.237.500	0	0,00%
Producción de largometrajes sobre proyecto (generales)	217.500.000	217.500.000	0	0,00%
Amortización de largometrajes	556.613.068	499.733.091	56.879.977	10,22%
Conservación de negativos y soportes originales	5.949.960	4.290.360	1.659.600	27,89%
Distribución de películas comunitarias	46.800.000	44.016.555	2.783.445	5,95%
Ayudas para la promoción y participación de películas en festivales internacionales	11.411.000	8.007.176	3.403.824	29,83%
Ayudas para la organización de festivales y certámenes cinematográficos en España	2.122.000	1.995.756	126.244	5,95%
Ayuda a la producción de cortometrajes sobre proyecto	1.500.000	1.500.000	0	0,00%
Ayuda a la producción de cortometrajes realizados	700.000	700.000	0	0,00%
Financiación de cortometrajes	16.970.000	15.288.281	1.681.719	9,91%
Ayudas a las salas de exhibición cinematográfica derivados de la crisis de la COVID-19	23.452.000	20.433.703	3.018.297	12,87%
Desarrollo de proyectos de película cinematográfica de largometraje	7.000.000	7.000.000	0	0,00%
Realización de obras audiovisuales con el empleo de nuevas tecnologías	1.600.000	1.600.000	0	0,00%
Serie de animación sobre proyecto	4.800.000	4.800.000	0	0,00%
Producción de películas y documentales para televisión sobre proyecto	8.300.000	7.875.000	425.000	5,12%
Coproducción internacional	3.200.000	3.199.854	146	0,00%
Total ayudas a la cinematografía	1.059.317.583	980.003.264	79.314.319	7,49%

Fuente: Elaborado a partir del ICAA. Memoria de Ayudas a la cinematografía (2007-2021).

A continuación, se presenta unas tablas (tablas 51, 52 y 53) con la distribución de las ayudas concedidas por el ICAA en el período 2007 a 2021, distinguiendo el presupuesto aprobado, el presupuesto ejecutado y las diferencias.

Sin perjuicio de los cambios legislativos, incluido el actual, el panorama de ayudas es similar, y se puede considerar de cuantía muy reducida en relación con el volumen de ayudas incluidas en los Presupuestos Generales del Estado.

A pesar de la introducción de ayudas para distintos y muy variados aspectos de la creación y producción audiovisual, de forma constante a lo largo de los últimos años, la parte principal de las ayudas se destina a la amortización de largometrajes (57%) seguido de producción de largometrajes sobre proyecto (17%), tal y como se puede ver en la figura 80.

Actualmente, el sistema de ayudas se ha simplificado de forma quizás excesiva, frente a las previsiones de la Ley del Cine, de forma que básicamente consiste en seis categorías de ayudas:

1. Ayudas selectivas a la producción de largometrajes sobre proyecto.
2. Ayudas generales a la producción de largometrajes sobre proyecto.
3. Ayudas a la producción de cortometrajes.
4. Ayudas a la distribución de películas españolas, comunitarias e iberoamericanas.
5. Ayudas para la participación de películas españolas en festivales.
6. Ayudas para la organización de festivales y certámenes cinematográficos en España

Durante los ejercicios 2016 a 2018 se abonaron las ayudas a la amortización de largometrajes pendientes de pagar correspondientes a películas anteriores a la nueva normativa, por un total de 130,5 millones €. El nuevo sistema de puntos ha tenido como primera consecuencia el hecho de que reducir el número de películas beneficiarias al mismo, ya que supone implantar un sistema de numerus clausus en el que son beneficiarias las mejor puntuadas, frente al sistema anterior que no tenía límites en el número de películas beneficiarias. Solo el tiempo dirá si el nuevo sistema cumple las expectativas.

Desde mi humilde punto de vista, la experiencia está mostrando que los productores se adaptan a los sistemas y por tanto se diseñan producciones basadas en la obtención de puntos suficientes para obtener la ayuda: con apoyo de una televisión, plataforma vod, distribuidora y cumpliendo todos los requisitos de género.... Todo sea para conseguir los puntos.

Tabla 51. *Detalle de las ayudas a la cinematografía del Fondo de Protección de la Cinematografía del ICAA (2007-2021). En miles de euros.*

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Desarrollo de guiones para películas de largometraje	300.000	600.000	1.200.000	600.000	600.000										
Minoración intereses a la exhibición cinematográfica y equipamientos de producción cinematográfica (digitalización salas)	500.000	500.000	300.000		424.800	124.800	100.000	31.321							
Minoración de intereses a la producción cinematográfica	2.500.000	2.500.000	4.800.000	2.600.000	3.000.000	1.500.000	1.500.000	1.000.000	500.000						
Producción de largometrajes sobre proyecto	8.000.000	10.000.000	15.000.000	10.000.000	8.000.000	5.231.134	5.000.000	4.000.000	4.750.000						
Selectivas a la producción de largometrajes sobre proyecto										7.000.000	5.300.000	8.576.600	8.460.900	11.900.000	15.000.000
Producción de largometrajes sobre proyecto (generales)										30.000.000	30.000.000	35.500.000	35.000.000	40.000.000	47.000.000
Amortización de largometrajes	50.000.000	56.000.000	55.000.000	56.761.000	58.200.000	35.000.000	26.000.000	52.500.000	41.177.068	29.600.000	32.375.000	64.000.000			
Conservación de negativos y soportes originales	900.000	1.000.000	1.000.000	850.000	750.000	549.960	300.000	300.000	300.000						
Distribución de películas comunitarias	1.500.000	2.500.000	5.000.000	5.000.000	5.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.300.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	3.500.000	4.000.000
Ayudas para la promoción y participación de películas en festivales internacionales	1.022.000	1.200.000	1.850.000	1.700.000	1.100.000	500.000	500.000	500.000	300.000	300.000	500.000	300.000	1.039.000	300.000	300.000
Ayudas para la organización de festivales y certámenes cinematográficos en España														889.000	1.233.000
Ayuda a la producción de cortometrajes sobre proyecto														700.000	800.000
Ayuda a la producción de cortometrajes realizados														300.000	400.000
Financiación de cortometrajes	1.200.000	2.000.000	3.000.000	1.900.000	1.720.000	500.000	1.000.000	1.000.000	700.000	950.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000		
Ayudas a las salas de exhibición cinematográfica derivados de la crisis de la COVID-19														13.252.000	10.200.000
Desarrollo de proyectos de película cinematográfica de largometraje				5.000.000	2.000.000										
Realización de obras audiovisuales con el empleo de nuevas tecnologías				800.000	800.000										
Series de animación sobre proyecto				2.300.000	2.500.000										
Producción de películas y documentales para televisión sobre proyecto				5.300.000	3.000.000										
Coproducción internacional					3.200.000										
Total ayudas a la cinematografía	65.922.000	76.300.000	87.150.000	92.811.000	90.794.800	45.905.894	36.900.000	61.831.321	50.227.068	70.150.000	71.675.000	111.876.600	47.999.900	70.841.000	78.933.000
	11,24%	15,74%	14,22%	6,50%	-2,17%	-49,44%	-19,62%	67,56%	-18,77%	39,67%	2,17%	56,09%	-57,10%	47,59%	11,42%

Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Memoria de Ayudas a la cinematografía*. Publicación anual de 2007 a 2021.

Tabla 52. *Detalle del presupuesto ejecutado del Fondo de Protección de la Cinematografía del ICAA (2007-2021). En miles de euros.*

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Desarrollo de guiones para películas de largometraje	300.000	600.000	1.200.000	600.000	600.000										
Minoración intereses a la exhibición cinematográfica y equipamientos de producción cinematográfica (digitalización salas)	62.000	49.071	73.763			16.559	25.454	11.200							
Minoración de intereses a la producción cinematográfica	1.955.288	1.332.800	2.495.166	2.571.388	1.424.860	937.320	605.609	577.820	410.300						
Producción de largometrajes sobre proyecto	8.000.000	10.000.000	14.999.658	10.000.000	8.000.000	5.231.134	5.000.000	3.999.321	4.747.277						
Selectivas a la producción de largometrajes sobre proyecto										7.000.000	5.300.000	8.576.600	8.460.900	11.900.000	15.000.000
Producción de largometrajes sobre proyecto (generales)										30.000.000	30.000.000	35.500.000	35.000.000	40.000.000	47.000.000
Amortización de largometrajes	46.475.661	50.258.264	48.498.167	45.235.355	41.073.964	34.454.732	24.380.069	53.467.011	33.590.367	27.160.787	31.138.714	32.000.000	32.000.000		
Conservación de negativos y soportes originales	713.263	779.807	518.884	784.943	556.666	449.591	298.719	121.047	67.441						
Distribución de películas comunitarias	1.466.408	2.492.000	4.250.345	5.000.000	5.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	1.946.920	2.500.000	2.500.000	2.500.000	3.500.000	2.360.882
Ayudas para la promoción y participación de películas en festivales internacionales	935.249	750.614	1.511.036	1.576.621	564.490	385.974	270.071	294.201	233.005	93.205	424.431	300.000	300.000	185.421	182.859
Ayudas para la organización de festivales y certámenes cinematográficos en España														860.300	1.135.456
Ayuda a la producción de cortometrajes sobre proyecto														700.000	800.000
Ayuda a la producción de cortometrajes realizados														300.000	400.000
Financiación de cortometrajes	1.310.248	1.531.822	2.245.741	1.900.000	1.716.103	500.000	766.629	723.770	697.048	917.159	979.761	1.000.000	1.000.000		
Ayudas a las salas de exhibición cinematográfica derivados de la crisis de la COVID-19														10.233.703	10.200.000
Desarrollo de proyectos de película cinematográfica de largometraje				5.000.000	2.000.000										
Realización de obras audiovisuales con el empleo de nuevas tecnologías				800.000	800.000										
Series de animación sobre proyecto				2.300.000	2.500.000										
Producción de películas y documentales para televisión sobre proyecto				5.300.000	2.575.000										
Coproducción internacional					3.199.854										
	61.218.117	67.794.378	75.792.760	81.068.307	70.510.937	44.475.310	33.846.551	61.694.369	42.245.438	67.118.071	70.342.906	79.876.600	79.260.900	67.679.424	77.079.197
		10,74%	11,80%	6,96%	-13,02%	-36,92%	-23,90%	82,28%	-31,52%	58,88%	4,80%	13,55%	-0,77%	-14,61%	13,89%

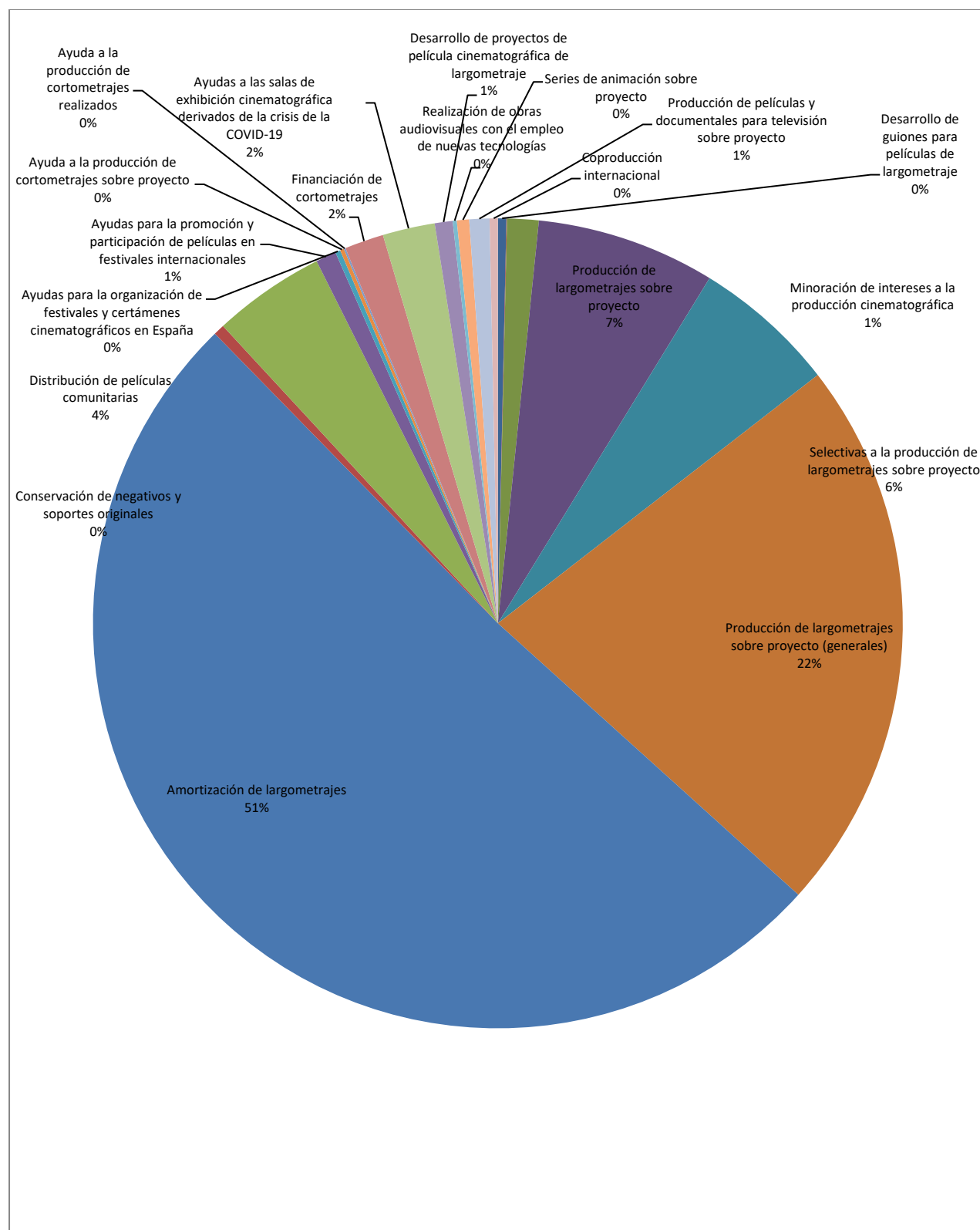
Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Memoria de Ayudas a la cinematografía*. Publicación anual de 2007 a 2021.

Tabla 53. *Diferencia entre el presupuesto inicial y presupuesto ejecutado del Fondo de Protección de la Cinematografía del ICAA (2007-2021).**En euros.*

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Desarrollo de guiones para películas de largometraje	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Minoración intereses a la exhibición cinematográfica y equipamientos de producción cinematográfica (digitalización salas)	438.000	450.929	226.237	0	424.800	108.241	74.546	20.121	0	0	0	0	0	0	0
Minoración de intereses a la producción cinematográfica	544.712	1.167.200	2.304.834	28.612	1.575.140	562.680	894.391	422.180	89.700	0	0	0	0	0	0
Producción de largometrajes sobre proyecto	0	0	342	0	0	0	0	679	2.723	0	0	0	0	0	0
Selectivas a la producción de largometrajes sobre proyecto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Producción de largometrajes sobre proyecto (generales)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de largometrajes	3.524.339	5.741.736	6.501.833	11.525.645	17.126.036	545.268	1.619.931	967.011	7.586.701	2.439.213	1.236.286	32.000.000	-32.000.000	0	0
Conservación de negativos y soportes originales	186.737	220.193	481.116	65.057	193.334	100.369	1.281	178.953	232.559	0	0	0	0	0	0
Distribución de películas comunitarias	33.592	8.000	749.655	0	0	0	0	0	0	353.080	0	0	0	0	1.639.118
Ayudas para la promoción y participación de películas en festivales internacionales	86.751	449.386	338.964	123.379	535.510	114.026	229.929	205.799	66.995	206.795	75.569	0	739.000	114.579	117.141
Ayudas para la organización de festivales y certámenes cinematográficos en España														28.700	97.544
Financiación de cortometrajes	-110.248	468.178	754.259	0	3.897	0	233.371	276.230	2.952	32.841	20.239	0	0	0	0
Ayuda a la producción de cortometrajes sobre proyecto														0	0
Ayuda a la producción de cortometrajes realizados														0	0
Desarrollo de proyectos de película cinematográfica de largometraje	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.018.297	0
Ayudas a las salas de exhibición cinematográfica derivados de la crisis de la COVID-19														0	0
Realización de obras audiovisuales con el empleo de nuevas tecnologías	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serie de animación sobre proyecto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Producción de películas y documentales para televisión sobre proyecto	0	0	0	0	425.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Coproducción internacional	0	0	0	0	146	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ayudas a la cinematografía	4.703.883	8.505.622	11.357.240	11.742.693	20.283.863	1.430.584	3.053.449	136.952	7.981.630	3.031.929	1.332.095	32.000.000	-31.261.000	3.161.576	1.853.803

Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Memoria de Ayudas a la cinematografía*. Publicación anual de 2007 a 2021.

Figura 76. Composición de las ayudas del ICAA por tipo en el período 2007-2021.



Fuente: Elaboración propia con datos del ICAA. *Memoria de Ayudas a la cinematografía*. Publicación anual de 2007 a 2021.

2.1. La línea ICO-CRTVE y la línea ICO-ICAA

Desde el punto de vista público, sólo existe una entidad financiera, el Instituto de Crédito Oficial (ICO)¹⁶⁶, con una cierta actividad a favor de la financiación de la producción independiente. Aquí es preciso recordar que en España no existe la figura de la banca pública, salvo la excepción del ICO, que no dispone de red de oficinas que atienda directamente a los clientes, empresas o particulares. El ICO utiliza la red de la banca comercial para llevar a cabo sus políticas públicas de financiación.

Básicamente, han existido dos líneas a favor de la producción independiente: una es financiación directa, la línea ICO-CRTVE Cine producción, por la que los productores obtienen préstamos del ICO con la garantía y por el importe de los contratos de cesión de derechos para la emisión de su película por Televisión Española, y otra de mediación, la línea ICO-ICAA para la obtención de préstamos a conceder por una entidad financiera mediante líneas fondeadas por el ICO y con la garantía de futuras subvenciones a conceder por el ICAA al productor solicitante del préstamo.

1) **Línea ICO-CRTVE Cine Producción**¹⁶⁷

Dirigida a productores audiovisuales españoles. El plazo de solicitud estaba abierto hasta el 30/12/2021. Su objeto es acceder a la financiación de obras audiovisuales de nueva producción (largometrajes y cortometrajes cinematográficos, películas para televisión,

¹⁶⁶ El Instituto de Crédito Oficial (ICO) es una entidad pública empresarial adscrita al Ministerio de Economía, Industria y Competitividad a través de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa. Tiene naturaleza jurídica de entidad de crédito y consideración de Agencia Financiera del Estado, con personalidad jurídica, patrimonio y tesorería propios, así como autonomía de gestión para el cumplimiento de sus fines. El ICO es un banco público, y se rige por la normativa recogida en la Disposición Adicional Sexta del Real Decreto Ley 12/1995 de 28 de diciembre sobre medidas urgentes en materia presupuestaria, tributaria y financiera y posteriores modificaciones, por el Real Decreto 706/1999 de 30 de Abril, de adaptación del Instituto de Crédito Oficial a la Ley 6/1997 de 14 de abril, de organización y funcionamiento de la Administración General del Estado y de aprobación de sus Estatutos. Se financia en los mercados nacionales e internacionales. Las deudas y obligaciones que contrae gozan frente a terceros de la garantía explícita, irrevocable, incondicional y directa del Estado español. Los principales objetivos del ICO son sostener y promover las actividades económicas que contribuyan al crecimiento, al desarrollo del país y a la mejora de la distribución de la riqueza nacional, rigiéndose por el principio de equilibrio financiero. Estos objetivos son llevados a cabo por el Instituto en su doble función de Entidad de Crédito Especializada y Agencia Financiera del Estado. Como Entidad de Crédito Especializada, el Instituto actúa de dos maneras: mediante las denominadas líneas de mediación, en las que el ICO financia a las pequeñas y medianas empresas y autónomos a través de créditos concedidos por las entidades crediticias privadas, que asumen el riesgo de crédito; y financiando directamente grandes proyectos, públicos o privados, de inversión productiva de empresas españolas en España o en el exterior, asumiendo el riesgo de las operaciones. <https://www.ico.es/web/ico/que-es-ico> (Consultado el 29/3/2019).

¹⁶⁷ <https://www.ico.es/documents/19/14629/ICO+CRTVE+CINE+PRODUCCION2015.pdf/9b2063f1-5d9c-4f8c-adbe-3b1e1a0fbbd0> (Consultado el 29/3/2019).

documentales de decidido contenido cultural y series de animación) cuyos derechos de comunicación pública hayan sido cedidos por las productoras a la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE). El importe por financiar tiene el límite del 100% del precio de compra de los derechos de comunicación pública sobre la obra audiovisual que adquiere el prestador de servicios de comunicación audiovisual, excluidos el IVA o impuesto equivalente.

El tipo de interés es variable (Euribor 6 meses más diferencial ICO, más un mínimo del 1% anual). El vencimiento será el mismo que el del contrato de préstamo que se suscriba con la productora, la cual vendrá determinada en función de lo pactado en los contratos de compra de los derechos de comunicación pública sobre la obra audiovisual que adquiere el prestador de servicios de comunicación audiovisual de las productoras. La amortización será única y al vencimiento, junto con el pago de los intereses.

Como garantías necesarias para solicitar la financiación se ceden a favor del ICO los derechos de cobro, incluido el IVA, derivados del contrato de compra de los derechos de emisión. Asimismo, se podrán exigir otras garantías necesarias a juicio del ICO a prestar por la productora.

El ICO percibe una comisión de apertura de hasta un 1% sobre el importe formalizado, a abonar en la primera disposición del préstamo de apertura. En general, las disposiciones de fondos se realizarán del siguiente modo en función del tipo de obra audiovisual: Si es para largometrajes y cortometrajes cinematográficos y películas de televisión: 75% al inicio del rodaje, 20% a la finalización del rodaje y 5% a la entrega de los materiales Si es para series de animación: a determinar en cada caso. Con carácter específico, se podrán redistribuir los porcentajes anteriores en función de las características concretas de la operación.

La documentación requerida por el ICO está relacionada con el cumplimiento de las obligaciones de análisis del riesgo de crédito y la normativa bancaria al uso, y es la siguiente:

- Contrato prestador de servicios de comunicación audiovisual-Productora independiente.
- Escritura constitución sociedad y escritura de poderes.
- Breve currículum de la productora, incluyendo descripción de los proyectos futuros.

- Cuentas anuales (Auditoría o Impuesto de Sociedades o cuentas depositadas en Registro Mercantil) de los tres últimos ejercicios.
- Estados financieros del año en curso.
- Desglose del endeudamiento bancario (tipo de operación, entidad, importe, tipo de interés, vencimiento y garantías).
- Certificado de estar al corriente de pago con Seguridad Social y Hacienda Pública.
- Detalle de la obra cinematográfica objeto de financiación, incluyéndose: o Presupuesto definitivo de la obra. o Plan de financiación desglosado de la obra (presentación de los documentos que justifiquen la financiación incluida en el plan) o Plan de trabajo o Ficha técnica. o Sinopsis, etc.
- Presentación de póliza combinada de riesgos cinematográficos suscrita por la productora, que cubra los principales riesgos de producción de la obra a financiar.
- En caso de empresario individual: o Impuesto de la renta (3 últimos ejercicios). o Impuesto sobre Patrimonio.

2) Línea ICO-ICAA¹⁶⁸

Esta línea estuvo en vigor hasta 2015, no renovándose el Convenio¹⁶⁹ anual que se celebraba con el ICAA desde entonces¹⁷⁰. El Convenio de colaboración entre el ICO y el ICAA se realizaba, sobre la base del artículo 33 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine y del artículo 20.2 del Real Decreto 2062/2008, de 12 de diciembre y tenía un

¹⁶⁸ <https://www.ico.es/web/ico/ico-icaa-produccion-cinematografica> (Consultado el 29/3/2018).

¹⁶⁹ Resolución de 10 de septiembre de 2015, del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, por la que se publica el Convenio para el año 2015 con el Instituto de Crédito Oficial, para el establecimiento de una línea de financiación para la producción cinematográfica y se convocan las ayudas para la minoración de intereses de los préstamos concedidos. <https://www.boe.es/boe/dias/2015/09/12/pdfs/BOE-A-2015-9833.pdf> (Consultado el 29/3/2018).

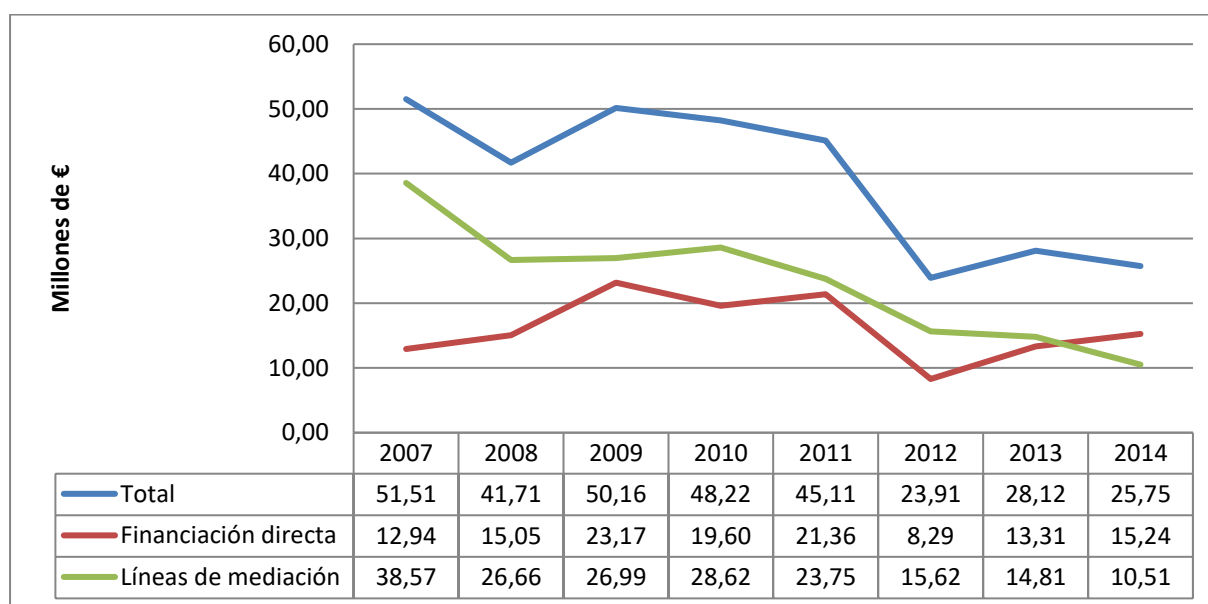
¹⁷⁰ <http://hoycinema.abc.es/noticias-cine/20090203/destina-millones-euros-productoras-76029.html> “El Instituto de Crédito Oficial (ICO) destinará un total de 75 millones de euros para financiar las obras audiovisuales de las productoras españolas en el periodo 2009-2011, cuyos derechos de emisión hayan sido adquiridos por TVE. En total, el ICO ha financiado 346 proyectos audiovisuales -en su mayor parte largometrajes- por un importe cercano a los 158 millones de euros. Desde 1995, este organismo ha suscrito cuatro convenios con FAPAE y TVE, a los que se ha unido en el último año PROA. En concreto, en el primer convenio de 1995 a 1999, se financiaron 91 proyectos cinematográficos por importe de 32,4 millones de euros. El segundo convenio se prolongó desde el año 2000 hasta el 2002 y posibilitó la financiación de 75 proyectos por importe de 31,5 millones de euros. Por su parte, el tercer convenio, vigente desde 2003 hasta finales del 2005, financió 93 películas, por importe de 47,93 millones de euros. El último convenio renovado, ha estado vigente desde 2006 hasta finales del pasado año y ha servido para financiar 87 obras audiovisuales, por importe de 46,08 millones”.

presupuesto de 8,9 millones € aportado por el ICO, siendo la cuantía económica concedida para la bonificación del tipo de interés de 500.000€ aportados por el ICAA.

El objeto era obtener la financiación de la producción largometrajes y de películas de animación para los que no se hubiera concedido una ayuda del sobre proyecto del ICAA. El inicio del rodaje de la película debía tener lugar dentro de los seis meses siguientes a la firma del contrato de préstamo. El cliente debía solicitar en el ICAA el certificado de película española y su calificación por edades, dentro de los 12 meses a partir del inicio del rodaje. El ICO exigía la garantía de la afección de cualquier ayuda/subvención relacionada con el largometraje o película de animación objeto de financiación, que conceda el ICAA al cliente. Por otro lado, la entidad financiera podía solicita las garantías que estimará oportunas, salvo el aval de una Sociedad Garantía Recíproca, con la excepción del aval de Audiovisual Fianzas SGR que sí se podrá aportar como garantía (sociedad de la que hablaremos posteriormente en particular).

La financiación estaba limitada hasta el 50% del presupuesto para producciones cinematográficas de largometraje, con el límite de 1millón €, que ampliaba a 1,5 millones € en caso de las películas de animación, no pudiendo superar por cliente los 2 millones €. El tipo de interés era variable, con un diferencial de hasta el 4,30%. El plazo de amortización era de cinco años con tres años de carencia o con vencimiento al final del contrato.

Los importes financiados, tanto por las líneas directas y las de mediación han ido reduciéndose a lo largo de los años, según se puede ver en la figura 81.

Figura 77. Evolución de la financiación a través del ICO (2007-2014).

Fuente: Elaborado a partir de García Fernández, Emilio C., Clemente Mediavilla, Jorge y Reyes Moreno, Maribel (2015): “Planes de apoyo al cine español. Iniciativas públicas y privadas”, en García Fernández, Emilio C (editor) (2015): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.

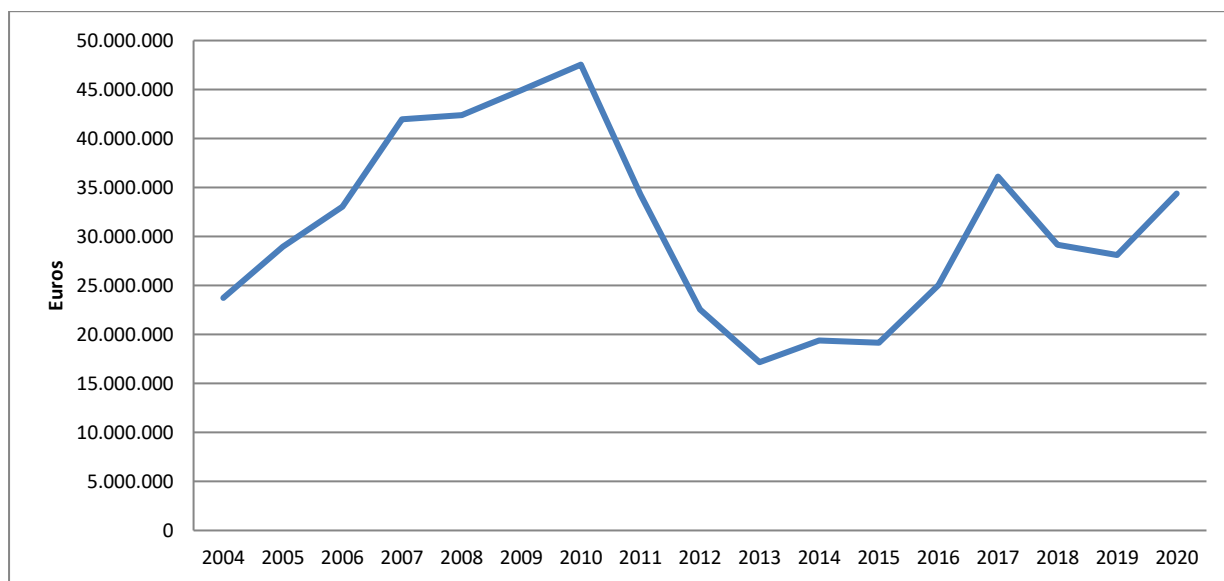
3. Las ayudas autonómicas de las distintas CCAA.

La política de apoyo a la cinematografía de las Consejerías de Cultura de las distintas CCAA en ha sido decisiva para el mantenimiento de una estructura industrial cinematográfica regional.

La evolución de las subvenciones son resultado tanto de la política autonómica correspondiente como de las disponibilidades presupuestarias, fuertemente recortadas a consecuencia de la Gran Recesión tal y como se puede ver en la figura 78.

Se pasó de un máximo de 47,5 millones € (2010) a un mínimo de 13 millones € (2013), manteniendo un nivel de unos 19 millones € (según datos de 2015).

Figura 78. Ayudas a la cinematografía concedidas por las Comunidades Autónomas (2004-2020). En euros.



Nota: Adaptado de las Memorias de FAPAE (2004-2015 y CCAA).

Tabla 54. *Detalle de las ayudas concedidas a la cinematografía por las CCAA (2007-2020). En euros.*

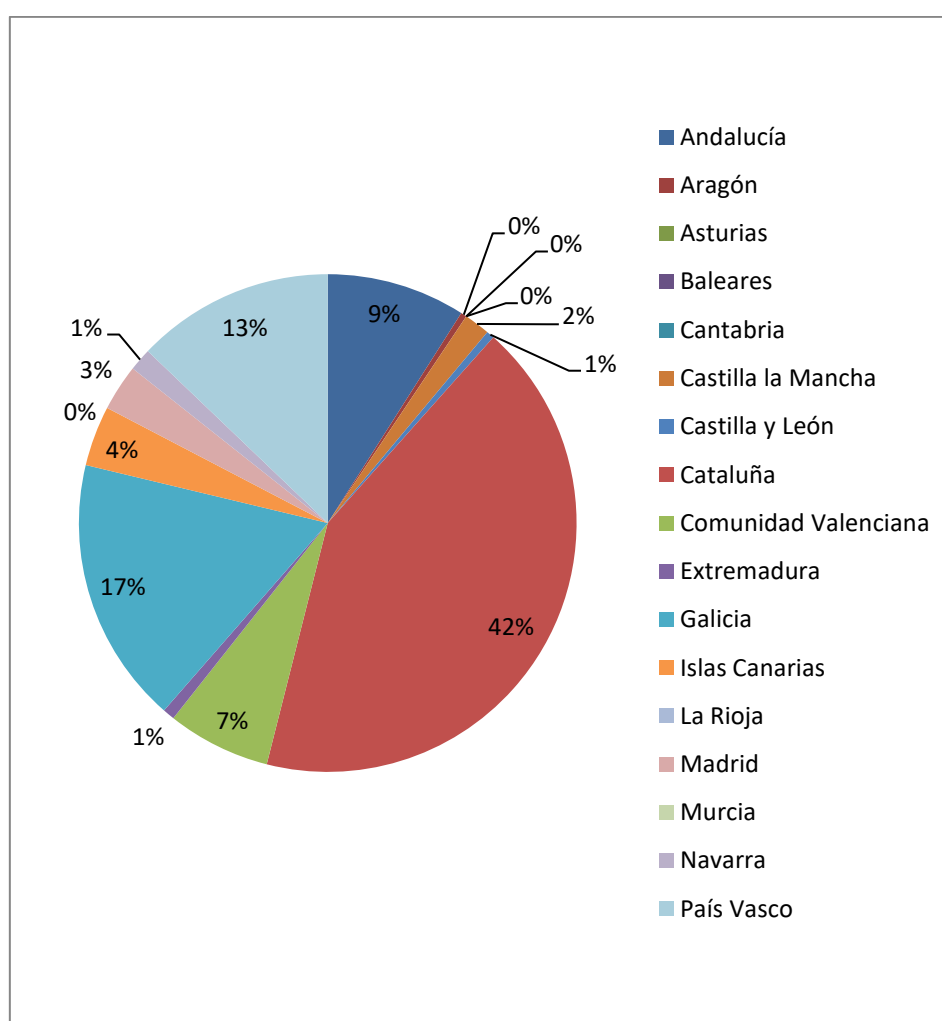
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total Ayudas CCAA a la cinematografía	41.962.366	42.389.142	44.950.948	47.540.044	34.299.874	22.562.439	17.170.834	19.385.893	19.153.095	25.053.000	36.105.848	29.139.730	28.110.980	34.387.000
Andalucía	5.631.682	5.351.028	5.212.999	2.486.432	2.158.471	1.900.000	1.424.747	1.722.995	1.591.657	1.500.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000
Aragón	130.956	186.000	180.000	163.145	84.733	160.000	95.000	55.000	40.600	100.000	20.000	78.750	500.000	540.000
Asturias	98.250	110.459	110.574	146.385	143.702	57.886	12.728	54.000	11.990	0	0	0	30.000	70.000
Baleares	200.000	780.000	845.000	807.505	64.375	157.499	31.331	29.295	9.341	0	160.000	1.760.000	600.000	750.000
Cantabria	60.000	60.000	3.000	90.000	45.000	106.010	180.000	97.500	59.534	0	0	0	180.000	0
Castilla la Mancha	637.000	623.000	711.430	739.517	0	0	0		25.000	0	0	0	0	75.000
Castilla y León	0	672.000	692.601	88.617	163.969	0	248.979			0	236.848	286.980	286.980	200.000
Cataluña	17.274.000	21.202.405	17.223.384	21.824.836	16.768.055	9.907.250	8.256.932	8.230.628	9.861.938	13.365.000	19.392.000	10.210.000	10.000.000	20.250.000
Comunidad Valenciana	5.310.760	4.437.201	6.044.141	5.796.217	3.575.459	3.580.000	844.329	3.984.650	2.327.358	5.128.000	5.192.000	5.804.000	6.053.000	2.132.000
Extremadura	564.738	460.150	732.738	713.246	18.246	178.610	390.000	86.069	80.000		330.000	300.000	0	
Galicia	4.300.746	4.289.508	5.547.330	5.553.374	4.638.472	3.487.500	3.406.000	2.446.362	2.325.652	2.465.000	2.290.000	4.130.000	2.676.000	3.198.000
Islas Canarias	1.560.000	1.310.000	1.310.000	917.000	903.000					0	3.000.000	140.000	1.675.000	300.000
La Rioja	0	4.800	202.400	148.200	49.550		28.000			0	0	0	0	0
Madrid	1.001.000	2.160.000	1.998.700	2.143.401	1.047.953	730.292	276.500	232.000	549.500	395.000	505.000	1.190.000	500.000	1.415.000
Murcia	75.000	325.110	648.127	585.145	0					0	0	0	0	120.000
Navarra	390.000	417.481	354.724	733.400	670.080	543.800	191.618	223.535	105.000	300.000	20.000	0	500.000	227.000
País Vasco	4.728.234	3.686.111	3.133.800	4.603.624	3.968.809	1.753.592	1.784.670	2.223.858	2.165.524	1.800.000	2.660.000	2.940.000	2.810.000	2.810.000

Fuente: Elaborado a partir de las Memorias de FAPAE (2004-2015) y la información pública de las CCAA.

Por Comunidades Autónomas, fundamentalmente las más activas son Cataluña, Galicia, Valencia y País Vasco, que coinciden básicamente con aquellas, no sólo con una significativa industria de producción cinematográfica asentada, sino también con una lengua cooficial.

Si sumamos todas las aportaciones del período 2004-2020, el resultado de la participación de cada CCAA en el total es el que se muestra en la figura 83.

Figura 79. *Desglose de las ayudas a la cinematografía concedidas por las Comunidades Autónomas (2004-2020).*



Fuente: Elaboración propia con datos de las Memorias de FAPAE (2004-2015) y la información pública de las CCAA.

4. Las ayudas del Fondo IBERMEDIA al cine iberoamericano.

A continuación, vamos a analizar la principal herramienta de financiación de la que dispone la producción cinematográfica española a la hora de realizar coproducciones con países del ámbito iberoamericano.

4.1. Origen y funcionamiento del Programa IBERMEDIA

El Fondo Iberoamericano de ayuda IBERMEDIA¹⁷¹ tiene su origen en la reunión de 1995 de la V Cumbre Iberoamericana de jefes de Estado y de Gobierno, de acuerdo con el Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana, suscrito en 1989. Y tuvo su puesta en marcha en las decisiones adoptadas por la VII Cumbre Iberoamericana de jefes de Estado y de Gobierno celebrada en Isla Margarita (Venezuela) en noviembre de 1997¹⁷². En dicha VII Cumbre se trató la ejecución de un programa de estímulo a la coproducción de películas para cine y televisión en Iberoamérica; al montaje inicial de proyectos cinematográficos; a la distribución y promoción de películas en el mercado regional y a la formación de recursos humanos para la industria audiovisual¹⁷³. La primera convocatoria de ayudas a proyectos se realiza en 1998 en el Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de la Habana (Cuba).

El Programa IBERMEDIA forma parte de la política audiovisual de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI).¹⁷⁴

El Fondo IBERMEDIA está actualmente integrado por veintidós países miembros y observadores de la CAACI que financian el Programa. Desde los primeros nueve países

¹⁷¹ Significativamente en su página web se puede leer, como titular, “el espacio audiovisual iberoamericano” <http://www.programaibermedia.com/>.

¹⁷² Cumbres organizadas por la secretaria general Iberoamericana (SEGIB) <https://www.segib.org/quienes-somos/>.

Organismo internacional, creado en 2003, para el apoyo a los veintidós países iberoamericanos.

¹⁷³ Ver los principales acuerdos de integración regional en <http://www.programaibermedia.com/el-marco-legal/> y el marco legal en general del audiovisual iberoamericano en <http://caci-iberoamerica.org/marco-legal/>.

¹⁷⁴ La Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI) es un organismo internacional del ámbito regional iberoamericano que busca contribuir al desarrollo de la cinematografía dentro del espacio audiovisual de los países iberoamericanos, conforme a los principios de cooperación y complementación, mediante una participación equitativa en la actividad cinematográfica regional basada en la integración. Ver <http://caci-iberoamerica.org/quienes-somos/programas/> (consultado el 10/4/2019).

aportantes ¹⁷⁵en 1998 (Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, España, México, Portugal, Uruguay y Venezuela), se han ido incorporando al Programa Chile (1999), Perú (2000), Bolivia (2001), Puerto Rico (2003)¹⁷⁶, Panamá (2006), Costa Rica y Ecuador (2007), República Dominicana (2008), Guatemala (2009), Paraguay (2011) y más recientemente Italia (2016)¹⁷⁷ y Nicaragua (que se incorporó en diciembre 2017). Se echa en falta a El Salvador (que está en fase de conversaciones y a Honduras (con quien no consta exista un proceso avanzado).

IBERMEDIA está dirigida por un Comité Intergubernamental (CII) en cuyo seno cada Estado miembro designa una autoridad cinematográfica como su representante. Este Comité define la política, las modalidades de obtención de la ayuda y toma todas las decisiones que se imponen en conformidad con las reglas enunciadas en el Reglamento de Funcionamiento del Programa IBERMEDIA. El Comité Intergubernamental se reúne generalmente una vez al año para decidir los proyectos a los que se apoya y la cuantía. Dentro de esta estructura, la Unidad Técnica IBERMEDIA (UTI), asume la responsabilidad de la ejecución y el funcionamiento del Programa.

Los recursos económicos del Fondo provienen esencialmente de las contribuciones de los Estados miembros del Fondo y del reembolso de los préstamos concedidos.

IBERMEDIA, a través de estas bases, pretende promover en sus Estados miembros y por medio de ayudas financieras, la creación de un espacio audiovisual iberoamericano. Entre sus objetivos figuran:

- Promover mediante la aportación de asistencia técnica y financiera, el desarrollo de

¹⁷⁵ Los firmantes del acuerdo de creación del Programa en la VIII Cumbre Iberoamericana de Portugal fueron doce (con Bolivia, Costa Rica y Perú). Disponible en línea: <https://www.segib.org/?document=documento-de-formulacion-de-ibermedia> (Consultado el 1/7/2019).

¹⁷⁶ Puerto Rico a estos efectos se le considera “estado iberoamericano”, aunque su estatuto legal es de Estado Libre Asociado de los Estados Unidos de América.

¹⁷⁷ Italia, a la que se considera país “invitado”, según el artículo 7 del Reglamento de funcionamiento del Programa IBERMEDIA, fue admitida en octubre de 2016, asistiendo como país miembro en la XXV Reunión Ordinaria del Comité Intergubernamental del Programa IBERMEDIA celebrada en noviembre de 2016 Zapallar (Chile) <https://www.segib.org/?document=informe-anual-de-ibermedia-2016>, con un importe anual comprometido de aportación de fondos de 600.000€ a partir de 2017. Publicado en línea: <http://caaci-iberoamerica.org/italia-adquiere-estatus-de-pais-invitado-de-la-caci-y-se-integra-a-ibermedia/> (consultado el 1/7/2019).

proyectos de coproducción presentados por productores independientes iberoamericanos, incluido el aprovechamiento del patrimonio audiovisual.

- Apoyar a las empresas de producción y distribución iberoamericanas capaces de desarrollar dichos proyectos.
- Fomentar la integración de las empresas iberoamericanas del audiovisual en redes supranacionales.
- Incrementar la distribución y promoción de películas iberoamericanas.
- Fomentar la formación y el intercambio de los profesionales de la industria audiovisual iberoamericana.

4.2.Impacto económico del Programa IBERMEDIA. Volumen de ayudas y proyectos concedidos.

En 1998, el Fondo inició su andadura concediendo 3.350.561 USD a 115 proyectos. Desde su creación hasta la convocatoria de 2016, los países miembros de IBERMEDIA han aportado 93 millones USD que han sido invertido en el sector cinematográfico iberoamericano, a través de todas sus líneas de ayudas, algunas de las cuales, por cierto, han desaparecido durante este período (las de exhibición y promoción formación desaparecieron en 2012 y las de formación en 2014, aunque han vuelto a convocarse en 2018). Se han apoyado 787 proyectos de coproducción (estrenándose 656), favoreciéndose la exhibición (298) y emisión (416) de películas iberoamericanas en las televisiones públicas de la región. En general, los beneficiarios alcanzan las 1.200 empresas y 10.000 profesionales.¹⁷⁸

La evolución de los proyectos ha sido muy significativa, sobre todo si nos centramos en los de Desarrollo y Coproducción, que pasan de 58 (1998) a más de 100 a partir de 2006 (97). Es cierto que no se han desarrollado de la misma forma proyectos como el de Exhibición (que sólo se convocó tres años) o Delivery (de 2006 a 2011). Otros como Distribución/Promoción desaparecieron en 2011, y Formación, aunque desapareció en 2014 se ha vuelto a retomar en 2018. La desaparición de las convocatorias de Distribución/Promoción son un claro mensaje de la insuficiencia crónica presupuestaria del Fondo (aunque conocida por todos desde su constitución) como de la dificultad de realizar políticas efectivas de apoyo a la distribución de las películas y promoción de estas.

¹⁷⁸ Publicado en línea: <http://www.programaibermedia.com/el-programa/ibermedia-en-cifras/> (consultado el 1/7/2019).

Tabla 55. Fondo IBERMEDIA (1998-2016). Proyectos aprobados por año y modalidad

	<i>Desarrollo</i>	<i>Coproducción</i>	<i>Formación</i>	<i>Distribución/Promoción</i>	<i>Delivery</i>	<i>Exhibición</i>	<i>Total</i>
1998	32	16	25	46			119
1999	30	15	27	42			114
2000	21	23	49	22			115
2001	24	26	32	13			95
2002	15	26	35	13			89
2003	25	30	5	16			76
2004	21	32	9	10			72
2005	31	35	9	20			95
2006	51	46	12	16	6		131
2007	61	49	12	11	11		144
2008	69	52	15		10		146
2009	67	67	19	4	6	6	169
2010	60	69	24	7	13	4	177
2011	72	57	25	3	14	5	176
2012	66	47	26				139
2013	53	47	19				119
2014	59	43					102
2015	49	56					105
2016	53	51					104
Total	859	787	343	223	60	15	2287

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por IBERMEDIA (2017): *Informe anual. Ejercicio 2016*. [en línea] <https://www.segib.org/?document=informe-anual-de-ibermedia-2016>

Existe una gran diversidad en las aportaciones de los diferentes estados que componen el Fondo. España es el principal aportante y receptor en número absolutos (37,5 millones USD y 15,7 millones USD respectivamente). Brasil es el segundo país aportante y receptor (10,8 millones USD de aportación y 9,1 millones USD recibidos. Y en cuanto al resto de los demás países, todos son receptores netos, tal y como se puede observar en la tabla siguiente (tabla 56).

Los dos países con mayor saldo neto positivo son Argentina y Colombia (2,8 millones USD) seguidos de Chile (2,4 millones USD), Cuba y Uruguay (ambos con 2 millones USD). La mejor ratio de proporcionalidad entre aportaciones y recepción de inversión lo presenta Guatemala (415%), seguida de Colombia (208%), Chile (199%), Perú (197%) y Panamá

(196%). México y Venezuela tienen una ratio equilibrada (105%), y los demás son claramente beneficiarios netos.

En todo caso, el modelo no se creó precisamente para que todos los países miembros recibieran la misma cantidad en apoyos que el importe de su aportación, sino, como se puede ver España (con un saldo neto de fondos recibidos sobre fondos aportados del 42%), y en cierta medida Brasil (en el que casi equilibra el resultado entre aportaciones y recepción de fondos con un resultado del 84%), han sido los financiadores netos del sistema.

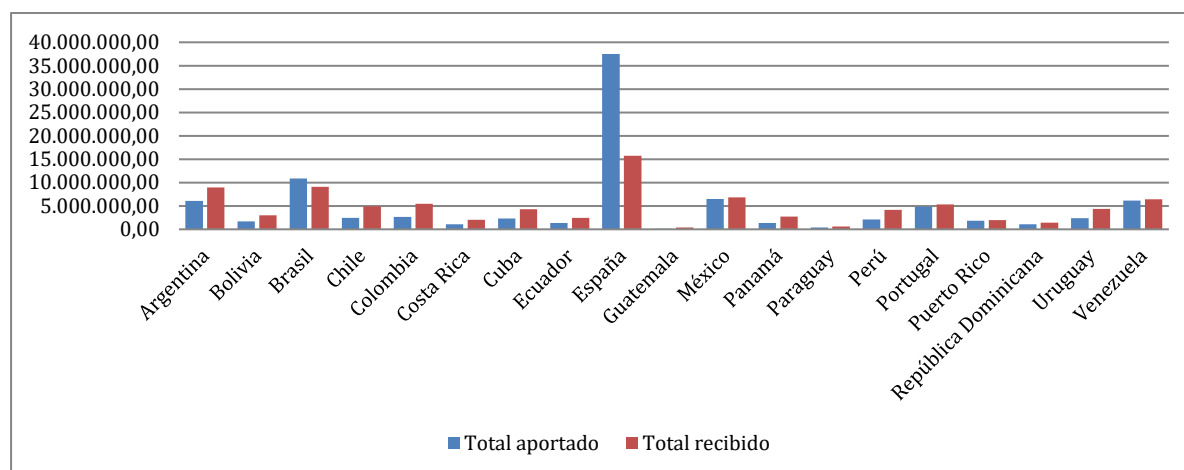
No deja de ser un éxito el hecho de que el programa IBERMEDIA haya producido en cierta medida un efecto redistributivo en el sector de la producción de la región. Partiendo de que las cinematografías más sólidas del espacio audiovisual iberoamericano son, en términos de mercado y potencia productora, México, España, Brasil, Argentina y recientemente empujando muy fuerte Colombia, es de agradecer la existencia de un programa como IBERMEDIA que tiene a repartir fondos a las cinematografías en proceso de desarrollo.

Tabla 56. Fondo IBERMEDIA (1998-2016). Total, fondos aportados y recibidos por los países miembros, en euros.

PAIS	Total aportado	Total recibido	Saldo neto	Sobre total aportado	Sobre total recibido	Cobertura
Argentina	6.099.956,00	8.950.823,00	2.850.867,00	6,58%	9,93%	146,74%
Bolivia	1.699.980,00	2.989.976,00	1.289.996,00	1,83%	3,32%	175,88%
Brasil	10.842.946,99	9.124.689,00	-1.718.257,99	11,70%	10,12%	84,15%
Chile	2.447.633,70	4.892.869,00	2.445.235,30	2,64%	5,43%	199,90%
Colombia	2.644.885,02	5.494.641,00	2.849.755,98	2,85%	6,09%	207,75%
Costa Rica	1.100.000,00	2.044.677,00	944.677,00	1,19%	2,27%	185,88%
Cuba	2.301.135,54	4.276.669,00	1.975.533,46	2,48%	4,74%	185,85%
Ecuador	1.319.273,00	2.424.884,00	1.105.611,00	1,42%	2,69%	183,80%
España	37.523.204,99	15.721.682,00	-21.801.522,99	40,48%	17,44%	41,90%
Guatemala	100.000,00	415.000,00	315.000,00	0,11%	0,46%	415,00%
México	6.506.192,02	6.831.964,00	325.771,98	7,02%	7,58%	105,01%
Panamá	1.375.000,00	2.701.533,00	1.326.533,00	1,48%	3,00%	196,48%
Paraguay	400.000,00	600.000,00	200.000,00	0,43%	0,67%	150,00%
Perú	2.117.388,00	4.174.921,00	2.057.533,00	2,28%	4,63%	197,17%
Portugal	4.850.000,00	5.297.513,00	447.513,00	5,23%	5,87%	109,23%
Puerto Rico	1.800.000,00	1.986.999,00	186.999,00	1,94%	2,20%	110,39%
República Dominicana	1.075.000,00	1.445.709,00	370.709,00	1,16%	1,60%	134,48%
Uruguay	2.375.000,00	4.345.446,00	1.970.446,00	2,56%	4,82%	182,97%
Venezuela	6.112.094,11	6.450.749,00	338.654,89	6,59%	7,15%	105,54%
	92.689.689,37	90.170.744,00	-2.518.945,37	100,00%	100,00%	97,28%

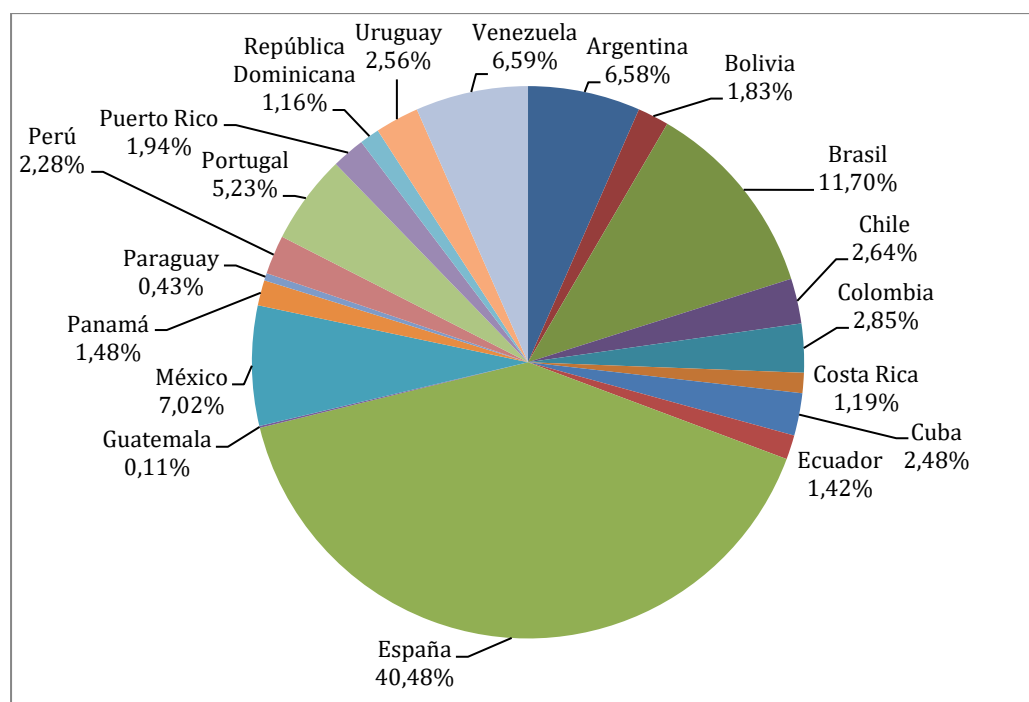
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por IBERMEDIA (2017): *Informe anual. Ejercicio 2016*. [en línea] <https://www.segib.org/?document=informe-anual-de-ibermedia-2016>.

Figura 80. Programa IBERMEDIA (1998-2016) Aportaciones y recepción de ayudas por país miembro, en euros.



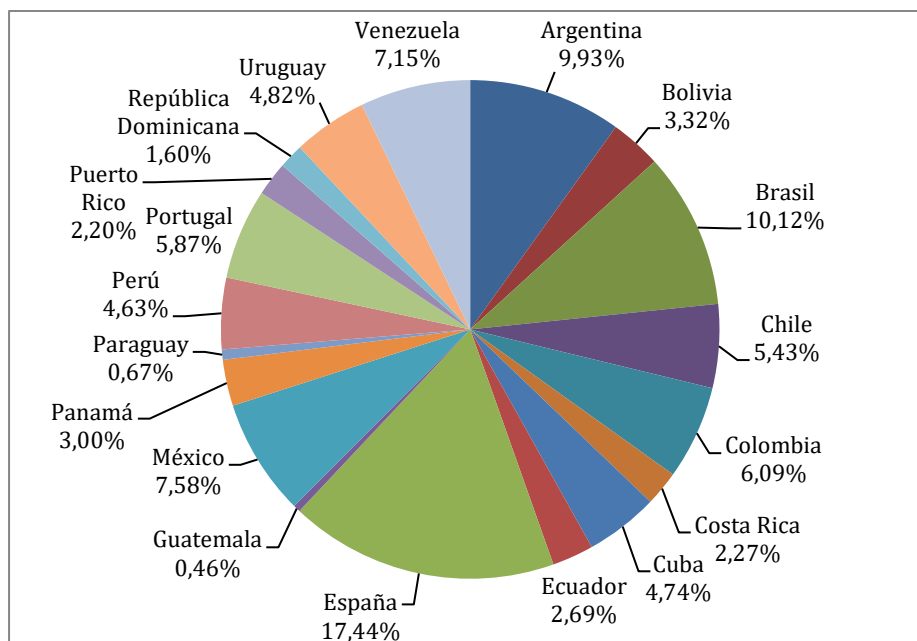
Fuente: Elaboración con datos de IBERMEDIA (2017): *Informe anual. Ejercicio 2016.*

Figura 81. Programa IBERMEDIA (1998-2016). Total aportado por país miembro.



Fuente: Elaboración con datos de IBERMEDIA (2017): Informe anual. Ejercicio 2016.

Figura 82. Programa IBERMEDIA (1998-2016). Total recibido por cada país miembro.



Fuente: Elaboración con datos de IBERMEDIA (2017): Informe anual. Ejercicio 2016.

4.3. Valoración y futuro del Programa IBERMEDIA

El futuro del programa parece asegurado, aunque siempre está sujeto a los avatares de los cambios políticos y de gobierno y muy condicionado por las disponibilidades presupuestarias ¹⁷⁹

La valoración general que se puede hacer de IBERMEDIA es extraordinariamente positiva para el fomento de la producción cinematográfica iberoamericana, incluida la española. Desde sus comienzos fue una apuesta decidida de las autoridades españolas de apostar por la cooperación vía coproducción iberoamericana, interviniendo no sólo el

¹⁷⁹ Ver la entrevista de Audiovisual 451 a Doña Elena Vilardell, representante española en IBERMEDIA, de abril de 2018, <https://www.audiovisual451.com/elena-vilardell-hasta-ahora-ninguna-pelicula-apoyada-por-ibermedia-se-ha-quedado-en-el-camino/>.

Ministerio de Cultura a través del ICAA sino también otros organismos de cooperación del Estado español como la AECID ¹⁸⁰

A pesar de la relativa humildad económica del programa el impacto en la producción ha sido verdaderamente importante. Las cifras expuestas anteriormente hablan por sí solas, pero es que la realidad es que la mayoría de las coproducciones iberoamericanas pasan por el programa IBERMEDIA, aunque los importes concedidos no sean de extraordinaria magnitud, desde el punto de vista de completar las producciones son francamente decisivos.

La misma entrada de Italia en el programa indica la importancia estratégica que supone participar en el mismo. Sólo queda esperar que los sucesivos gobiernos de España entiendan la importancia del programa IBERMEDIA con el fin de incrementar, en la medida de lo posible, la participación económica en el mismo y la posición de España como motor de la producción española vía coproducciones iberoamericanas.

Sin embargo, además de las bondades estratégicas del Programa hay que señalar la eficacia en la distribución y presencia del cine iberoamericano en las salas de cine de la región y en los canales de distribución internacionales. Y aquí las conclusiones no son tan positivas.

En el Informe de evaluación del Programa IBERMEDIA del período comprendido entre 1998 y 2008 encargado por la SEGIB a la Fundación Audiovisual de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) se realiza una objetiva valoración que pone de manifiesto tanto los objetivos alcanzados ¹⁸¹ como los que no han sido posible cumplir ¹⁸².

¹⁸⁰ Ver en CINE Y TELE (4/7/2018) la crónica de D. José María Otero, director general del ICAA en aquellos años, sobre los antecedentes y creación de IBERMEDIA <http://www.cineytele.com/2018/07/04/ibermedia-cumple-20-anos/> así como la exposición de Doña Elena Vilardell.

¹⁸¹ El Informe concluye en que “Los objetivos alcanzados por el programa incluyen:

- El fomento de la colaboración económica, artística y profesional entre países del ámbito iberoamericano.
- La consecución de objetivos de cooperación cultural.
- La integración de cinematografías nacionales.
- El impulso a la formación de profesionales y a la construcción de un espacio audiovisual compartido entre países.
- La extensión de la legislación y de las políticas de fomento.
- El desarrollo de la actividad cinematográfica según parámetros de la industria cultural.
- La modernización de la mentalidad de los profesionales y de las rutinas y procedimientos de la actividad cinematográfica en cada uno de los países que intervienen”.

Disponible en línea en: file:///C:/Users/Usuario/OneDrive/Documentaci%C3%B3n/IBEROAMERICA/IBERMEDIA/IBERMEDIA_PD F.pdf.

Si bien se enumeran una serie de honrosos objetivos conseguidos, más bien de naturaleza de política cinematográfica, cooperación y colaboración cultural e integración y modernización de rutinas y procedimientos, la realidad, es que, en cuanto a la distribución de las películas en el espacio audiovisual iberoamericano y la difusión internacional en la televisión de estas, los datos dejan mucho que desear.

Los datos de recaudación en salas de cine de la región no son muy notables, y la penetración en los mercados internacionales tampoco. Y la mala noticia es que estas mismas conclusiones se pueden sacar diez años después. A pesar del incremento notable de la producción y la evidente calidad de las propuestas, tal y como se puede constatar por la presencia de la cinematografía iberoamericana en Festivales internacionales, así como por la obtención de prestigiosos premios, la distribución sigue agonizando. Y como ejemplo tan sólo analizar la cuota de mercado nacional de los países de la región, que, aunque con ciertas mejoras, siguen siendo dominados por la cinematografía norteamericana y el poder de distribución hegemónico de las *majors*.

Dicho lo cual es absolutamente injusto culpar a una iniciativa como el Programa IBERMEDIA de tal fracaso, ya que, aunque siempre fue un Programa ambicioso en sus planteamientos, las dotaciones presupuestarias siempre han sido claramente insuficientes, por no decir ridículas, para los objetivos fijados. Incluso podríamos concluir que ha cumplido satisfactoriamente sus objetivos de promover la producción y coproducción iberoamericana, ya que como muestra está el extraordinario crecimiento de la producción en toda la región.

Pero de lo que no se le puede culpar es de haber obtenido el mismo éxito en la distribución puesto que para ello se necesitan más herramientas político-económicas en cantidad y calidad que las escasamente ofrecidas por el Programas IBERMEDIA.

Por último, queremos citar la reflexión que realizan García Fernández, Clemente Mediavilla y Reyes Moreno, en su exhaustivo trabajo sobre el programa IBERMEDIA, que los lleva a concluir lo siguiente:

¹⁸²Como indica el Informe “Con esta misma perspectiva, el programa Ibermedia -debido a factores ajenos a la gestión del mismo que se analizan en el presente informe- presenta muy escasos logros en dos de los objetivos que se propuso en sus orígenes: La mejora de la distribución de las películas nacionales en el territorio común y la difusión de las películas iberoamericanas en el mercado cinematográfico mundial.”. Disponible en línea: file:///C:/Users/Usuario/OneDrive/Documentaci%C3%B3n/IBEROAMERICA/IBERMEDIA/IBERMEDIA_PD F.pdf.

Las consideraciones que se pueden hacer al programa tienen que ver con los resultados y difusión que alcanzan cada uno de los proyectos apoyados, no con la financiación, que es generosa. Si se parte de la selección de proyectos hay que reconocer que de la diversidad se cae en el desconocimiento de la mayoría de las películas financiadas, sobre todo cuando son “desconocidos” para buena parte de los mercados en los que básicamente tenían que ser distribuidos (Paz: 2011, 169). Esto significa que falla la distribución, las ventas a los canales de televisión y, ya en la actualidad, la nueva ventana que supone Internet (García Fernández, Clemente Mediavilla y Reyes Moreno: 2015, 256).

5. Las ayudas europeas del Fondo Eurimages.

El Consejo de Europa creó en 1989 el Fondo Eurimages con el fin de convertirlo en el principal fondo de apoyo cultural. Los datos así lo demuestran, con unas cifras oficiales, a diciembre de 2019, de 2.136 coproducciones europeas financiadas y 619 millones de euros aportados. Forman parte del Fondo, 39 miembros del Consejo de Europa (del total de 47), a los hay que añadir como asociados a Argentina y Canadá. Es objetivo del Fondo Eurimages la promoción de la actividad productora cinematográfica independiente, tanto de la ficción, como la animación y los documentales. A lo que hay que añadir el impulso a la cooperación entre los profesionales de los distintos estados. El presupuesto anual del Fondo Eurimages se mantiene en el rango de los 20/25 millones de euros, procedente de las aportaciones de sus socios más la devolución de los préstamos concedidos. Eurimages tiene, actualmente (noviembre 2020), cinco programas:

- Coproducción (*film co-production*).
- Distribución (*theatrical distribution*).
- Exhibición (*exhibition*).
- Promoción (*promotion*).
- Igualdad de género (*gender equality*), introducido a partir de 2016.

La normativa aplicable se resume en el cuadro siguiente¹⁸³:

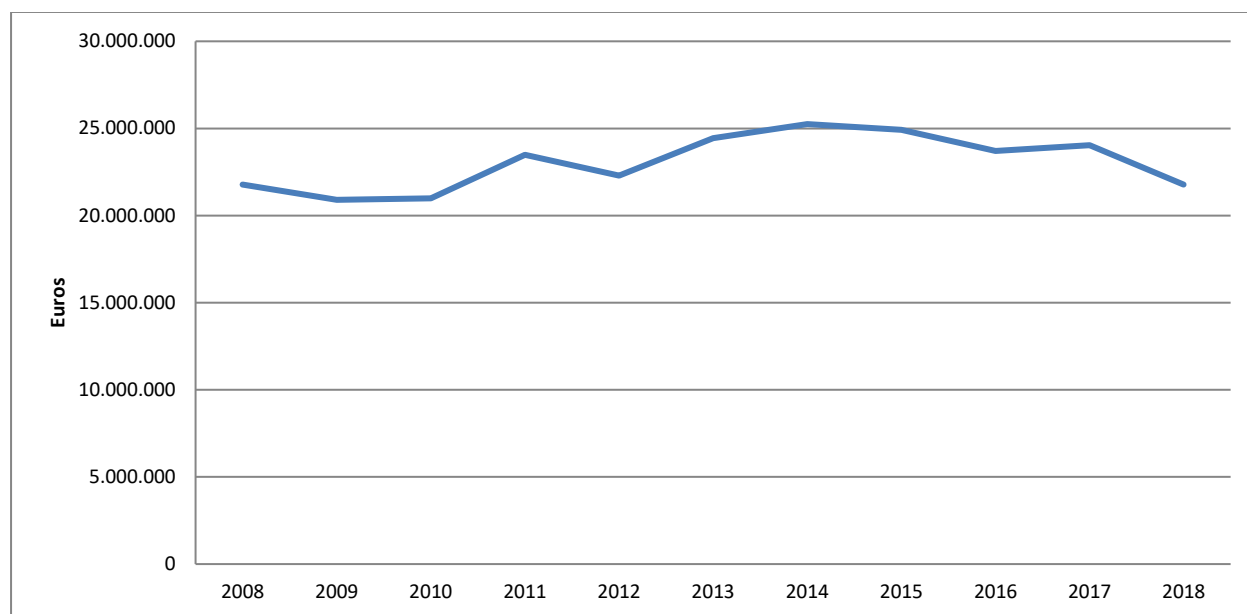
Tabla 57. *Normativa europea aplicable correspondiente al Programa EURIMAGES.*

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - RESOLUTION (88) 15 SETTING UP A EUROPEAN SUPPORT FUND FOR THE CO-PRODUCTION AND DISTRIBUTION OF CREATIVE CINEMATOGRAPHIC AND AUDIOVISUAL WORKS (« EURIMAGES ») Adopted by the Committee of Ministers on 26 October 1988 at the 420th meeting of the Ministers' Deputies, amended by Resolutions (89) 6, (90) 34, (92) 3, (93) 10, (95) 4, (97) 65 and (98) 10, by decisions taken by the Ministers' Deputies on 15 December 1999 at the 692nd meeting and on 19 July 2000 at the 718th meeting, and amended by Resolution (2013) 57), Disponible en: https://rm.coe.int/setting-up-a-european-support-fund-for-the-co-production-and-distribut/16804b86e2 (Consultado el 26/11/2020). - RULES OF PROCEDURE OF THE BOARD OF MANAGEMENT OF THE SUPPORT FUND FOR THE CO-PRODUCTION AND DISTRIBUTION OF CREATIVE CINEMATOGRAPHIC AND AUDIOVISUAL WORKS “EURIMAGES” as amended by the Board of Management at its 148th meeting, on 20 October 2017. Disponible en: https://rm.coe.int/eurimages-rules-of-procedure-of-the-board-of-management-of-the-support/168077bb76 (Consultado el 26/11/2020). - FINANCIAL REGULATIONS OF THE SUPPORT FUND FOR THE CO-PRODUCTION AND DISTRIBUTION OF CREATIVE CINEMATOGRAPHIC AND AUDIOVISUAL WORKS “EURIMAGES” as amended by the Eurimages Board of Management on 21 October 2016, at its 144th meeting 1, Disponible en: https://rm.coe.int/eurimages-financial-regulations-of-the-support-fund-for-the-co-product/16807327d5 (Consultado el 26/11/2020). |
|--|

Fuente: Extraído de Eurimages.

El Fondo Eurimages ha dispuesto a lo largo de su ya dilatada existencia, de una cantidad más o menos estable entre los 20 millones € (2009) y 25 millones € (2014) con ligeras oscilaciones dependiendo de los recursos de cada ejercicio, tal y como se puede ver en la figura 91 y tabla 58.

¹⁸³Todas las ayudas se pueden consultar en el siguiente enlace https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/selection-results_en (Consultado el 26/11/2020).

Figura 83. Ayudas concedidas por el Fondo Eurimages (2008-2018). En euros.

Fuente: Extraído de Eurimages.

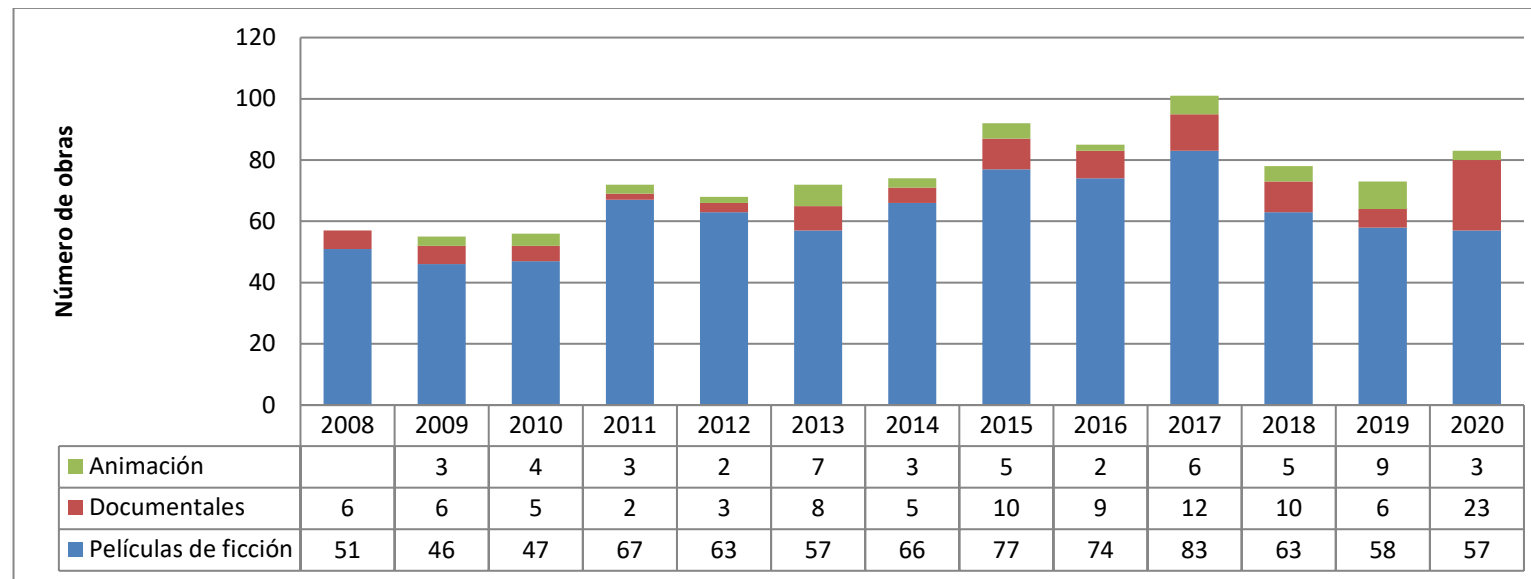
La parte fundamental del Fondo se destina a la coproducción europea, en alrededor del 90% del mismo, tal y como se puede observar en la siguiente tabla 53. A pesar de la cierta disminución de dicha proporción en el año 2018 hasta el 88,80%, la media del período 2008-2018 es del 91,7%. El resto de los programas más significativos (distribución, exhibición y promoción), se mantienen por debajo del 3%, también sufriendo oscilaciones a lo largo del período. El nuevo programa de igualdad de género irrumpe en 2016 pero con escasa dotación presupuestaria: 82.061€ en 2018, que supone tan sólo un 0,38% del total del Fondo. Es de suponer que en los próximos se irá incrementado la dotación de este de acuerdo con las políticas de igualdad de género cada vez más importantes en nuestra sociedad.

Tabla 58. Evolución y composición del Fondo Eurimages por categorías (2008-2018). En euros.

<i>Año</i>	<i>Total</i>	<i>Variación anual</i>	<i>Coproducción</i>	<i>s/total</i>	<i>Distribución</i>	<i>s/total</i>	<i>Exhibición</i>	<i>s/total</i>	<i>Digitalización salas</i>	<i>s/total</i>	<i>Promoción</i>	<i>s/total</i>	<i>Igualdad de género</i>	<i>s/total</i>
2008	21.787.000		20.200.000	92,72%	854.000	3,92%	665.000	3,05%	68.000	0,31%		0,00%		
2009	20.903.621	-4,05%	19.460.000	93,09%	865.900	4,14%	264.963	1,27%	312.758	1,50%		0,00%		
2010	20.994.241	0,43%	19.260.000	91,74%	865.550	4,12%	268.759	1,28%	479.932	2,29%	120.000	0,57%		
2011	23.481.322	11,85%	22.094.000	94,09%	522.422	2,22%	600.000	2,56%	81.000	0,34%	183.000	0,78%		
2012	22.297.361	-5,04%	21.160.000	94,90%	(a)		(a)		(a)		188.623	0,85%		
2013	24.447.947	9,65%	22.520.000	92,11%	846.468	3,46%	725.000	2,97%	111.628	0,46%	244.851	1,00%		
2014	25.249.886	3,28%	22.234.000	88,06%	1.523.717	6,03%	1.975.387	7,82%	173.367	0,69%	243.415	0,96%		
2015	24.923.250	-1,29%	22.619.895	90,76%	1.253.477	5,03%	795.407	3,19%		0,00%	254.471	1,02%		
2016	23.700.975	-4,90%	21.671.494	91,44%	692.974	2,92%	828.457	3,50%		0,00%	459.921	1,94%	48.129	0,20%
2017	24.033.842	1,40%	22.172.536	92,26%	693.801	2,89%	828.457	3,45%			459.921	1,91%	48.129	0,20%
2018	21.780.557	-9,38%	19.340.344	88,80%	646.216	2,97%	556.488	2,55%			555.448	2,55%	82.061	0,38%
Total	253.600.002		232.732.269	91,77%	8.764.525	3,46%	7.507.918	2,96%	1.226.685	0,48%	2.709.650	1,07%	178.319	0,07%
Media año	23.054.546		21.157.479	91,77%	876.453	3,80%	750.792	3,26%						
Notas														
(a)	En dicho año se concedieron 948.738€ a los tres programas, sin ofrecer detalle.													

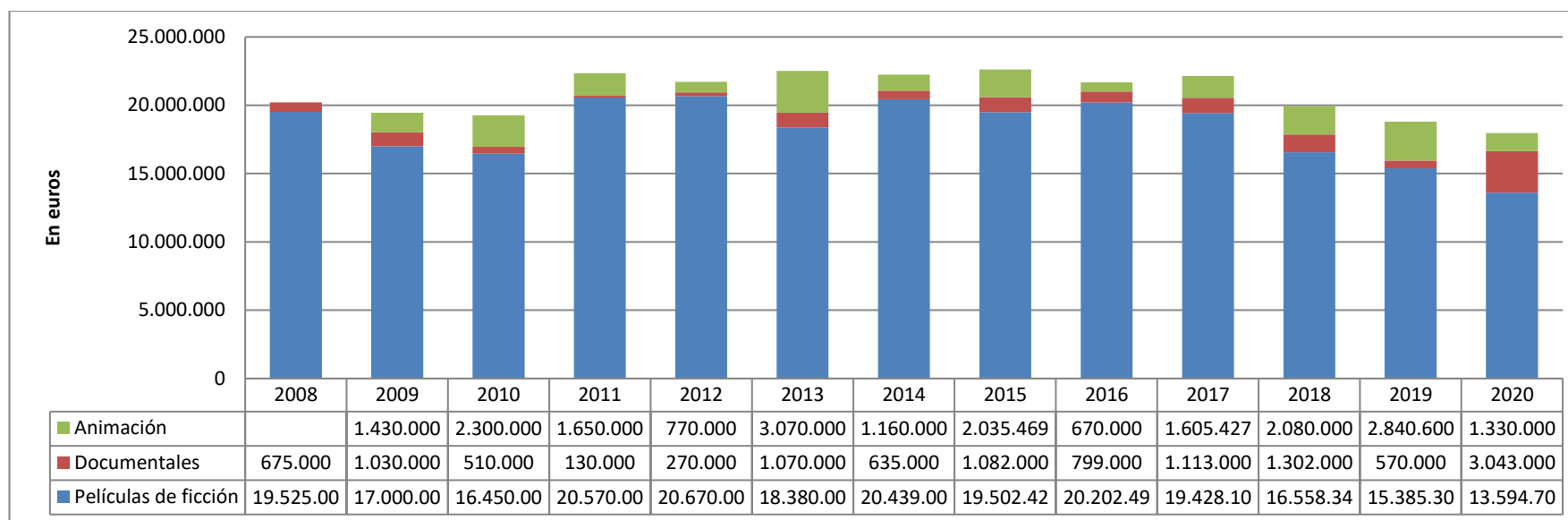
Fuente: Extraído de Eurimages. Datos disponibles en <https://www.coe.int/en/web/eurimages/at-we-do> (Consultado el 26/11/2020).

Figura 84. Evolución del Fondo Eurimages destinado a la coproducción por tipo de obras audiovisuales (2008-2020). En número de obras.



Fuente: Elaboración propia con datos de Eurimages. Datos disponibles en: <https://www.coe.int/en/web/eurimages/co-production-funding-history> (Consultado el 26/11/2020).

Figura 85. Evolución del Fondo Eurimages para la coproducción por tipo de obras audiovisuales (2008-2020). En euros.



Fuente: Elaboración propia con datos de Eurimages. Datos disponibles en: <https://www.coe.int/en/web/eurimages/co-production-funding-history> (Consultado el 26/11/2020).

Como ejemplo, en la convocatoria resuelta de 2017, 10 coproducciones españolas resultaron apoyadas por el Fondo Eurimages por 2.764.645€, por un coste total de producción de alrededor de 22 millones de euros, de acuerdo con el detalle siguiente:

Tabla 59. Coproducciones españolas apoyada por el Fondo Eurimages (2017).

Título	Director	Países coproductores	Coproductor español	Importe recibido por el coproductor español (en €)
El Hombre que mató a Don Quijote	Terry Gilliam	España (70%), Portugal (10%) y Bélgica (20%)	Tornasol Films	243.478
El árbol de la sangre	Julio Medem	España (80%) y Francia (20%)	Arcadia Motion Pictures y Galatea Films	470.000
Yuli	Iciar Bollaín	España (50%), Francia (10%), Alemania (10%), Cuba (20%) y Reino Unido (10%)	Morena Films, Galápagos Media e Hijos de Ogún AIE	400.000
Ánimas	José Ortuño y Laura Alvea	España (80%) y Bélgica (20%)	La Claqueta PC, Acheron Films y Animas la Pelicula AIE	94.270
Buñuel en el laberinto de las tortugas	Salvador Simó	España (80%) y Holanda (20%)	The Glow Animation Studio y Sygnatia	110.000
Todos lo saben	Asghar Farhadi	Francia (44,71%), España (44,70%) e Italia (10,59%)	Morena Film	470.000
Gomera	Corneliu Porumboiu	Rumania (41,76%), España (36,43%) y Francia (21,81%).	Apaches Films y Gomera AIE	410.000
Sin aliento	Tudor Giurgiu	Rumanía (51,74%), España (38,26%)	Tito Clint Movies y La Claqueta PC	250.000

		y República Checa (10%),		
Lo que Arde	Oliver Laxe	España (48,41%), Francia (31,46%) y Bélgica (20,13%)	Miramemira	200.000
Staff Only	Neus Ballús	España (80%) y Francia (20%).	El Kinògraf e Ikiru Films	116.897

Fuente: Elaborado con datos del Programa Eurimages.

6. El programa MEDIA y el programa EUROPA CREATIVA

6.1.El programa MEDIA.

La Comisión Europea aprobó en 1990 el lanzamiento del programa MEDIA a fin de estimular el desarrollo de la industria audiovisual europea. Estos programas, sucesivos a lo largo de los años, se han convertido en el eje central de las políticas públicas europeas de apoyo al sector audiovisual.

Tabla 60. *Detalle de los programas MEDIA (1991-2013).*

- MEDIA 2007 (2007-2013): Programa de apoyo al sector audiovisual europeo.
- MEDIA Plus (2001-2005): Programa para el desarrollo, la distribución y la promoción de obras europeas.
- MEDIA Plus Formación (2001-2005): Programa de formación de profesionales de la industria europea de programas audiovisuales.
- MEDIA II (1996-2000): Programa para el desarrollo y la distribución de las obras audiovisuales europeas.
- MEDIA II (1996-2000) Formación: Programa de formación para los profesionales de la industria audiovisual.
- MEDIA (1991-1995): Programa de acción para estimular el desarrollo de la industria audiovisual europea.

Fuente: Elaboración propia.

Desde su puesta en marcha en 1991, las inversiones en los programas MEDIA por parte de la Unión Europea han alcanzado los de 2.500 millones de euros. El primer MEDIA dispuso de 200 millones de euros y el MEDIA II ya tuvo un significativo incremento hasta los 310 millones de euros. El programa, MEDIA Plus y Media Plus Formación (2001-2005), alcanzó los 400 Millones de euros (50 millones de euros para formación y 350 millones de euros para desarrollo y distribución). A continuación se elevó el presupuesto a 513 millones de euros (59,4 millones de euros para formación y 453,6 millones de euros para desarrollo). En el siguiente programa MEDIA 2007 (2007-2013) se volvió a incrementar el importe disponible hasta los 755 millones de euros. Se calcula que anualmente se benefician del programa MEDIA alrededor de 2.000 películas y proyectos audiovisuales.

Los objetivos del programa MEDIA-formación (2001-2005) estaban orientados a la formación, y en lo que respecta al programa MEDIA Plus-Desarrollo, distribución y promoción (2001-2005), que era el más importante en cuanto a presupuesto, los objetivos que se establecieron fueron los siguientes:

1)) Objetivos generales del programa:

- El aumento de la competitividad del sector audiovisual europeo, incluidas las pequeñas y medianas empresas, en el mercado europeo e internacional, apoyando el desarrollo, la distribución y la promoción de las obras audiovisuales europeas, y teniendo en cuenta el desarrollo de las nuevas tecnologías.
- El fortalecimiento de los sectores que contribuyen a la mejora de la circulación transnacional de obras europeas.
- El respeto y la promoción de la diversidad lingüística y cultural en Europa.
- La valorización del patrimonio europeo, en particular su digitalización e interconexión.
- El desarrollo del sector audiovisual en los países o regiones de escasa capacidad de producción audiovisual o de área geográfica y lingüística reducida, y la intensificación de la interconexión y de la cooperación transnacional entre pequeñas y medianas empresas.
- La difusión de nuevos tipos de contenidos audiovisuales que utilicen nuevas tecnologías.

2) Objetivos específicos del programa en el ámbito del desarrollo:

- Promover, mediante la aportación de asistencia financiera, el desarrollo de proyectos de producción (obras de ficción televisivas y cinematográficas, documentales de creación, obras de animación para televisión o cine, obras que realcen el patrimonio audiovisual y cinematográfico), presentados por **empresas independientes**, en especial pequeñas y medianas, destinados al mercado europeo e internacional.
- Promover, mediante la aportación de ayuda financiera, el desarrollo de proyectos de producción que utilicen nuevas tecnologías de creación, producción y difusión.

3) Objetivos específicos del programa en el ámbito de la distribución y la difusión:

- Reforzar el sector de la distribución europea en el sector cinematográfico, alentando a los distribuidores para que inviertan en la producción, la adquisición, la comercialización y la promoción de obras cinematográficas europeas no nacionales.
- Favorecer una difusión transnacional más amplia de las películas europeas no nacionales en el mercado europeo e internacional con medidas que fomenten su distribución y su programación en sala, en especial mediante el fomento de estrategias coordinadas de comercialización.
- Reforzar el sector de la distribución de obras europeas en soportes destinados al uso privado, alentando a los distribuidores para que inviertan en tecnología digital y en la promoción de obras europeas no nacionales.
- Promover la circulación, dentro y fuera de la Comunidad, de programas europeos de televisión producidos por empresas independientes, fomentando la cooperación entre difusores, por una parte, y distribuidores y productores independientes europeos, por otra.
- Fomentar la elaboración de catálogos de obras europeas en formato digital a efectos de explotación en los nuevos medios de comunicación.
- Apoyar activamente la diversidad lingüística de las obras audiovisuales y cinematográficas europeas.

4) Objetivos específicos del programa en los ámbitos de la promoción y acceso al mercado:

- Facilitar y fomentar la promoción y la circulación de las obras audiovisuales y cinematográficas europeas en actos comerciales, en mercados profesionales y en

festivales audiovisuales dentro y fuera de Europa, dado que dichos actos pueden desempeñar un papel importante para la promoción de las obras europeas y la interconexión de los profesionales.

- Fomentar la interconexión de los operadores europeos mediante el apoyo a acciones conjuntas emprendidas en el mercado europeo e internacional por organismos públicos o privados nacionales de promoción.

En enero de 2007 se lanzó el Programa MEDIA 2007-2013, que unifica los anteriores Programas MEDIA Plus y MEDIA Formación en un único Programa y tiene su fundamento legal en la Decisión 1718/2006/EC del Parlamento Europeo y el Consejo. El programa MEDIA 2007 (2007-2013) fue objeto de gran debate presupuestario, ya que la Comisión proponía un presupuesto de 1.055 millones de euros que quedó reducido a 755 millones de euros. Los tres principales objetivos se definen en el artículo 1.2 de la Decisión 1718/2006/EC:

a) preservar y realzar la diversidad cultural y lingüística y el patrimonio cinematográfico y audiovisual europeos, garantizar que el público pueda acceder a ellos, y favorecer el diálogo intercultural;

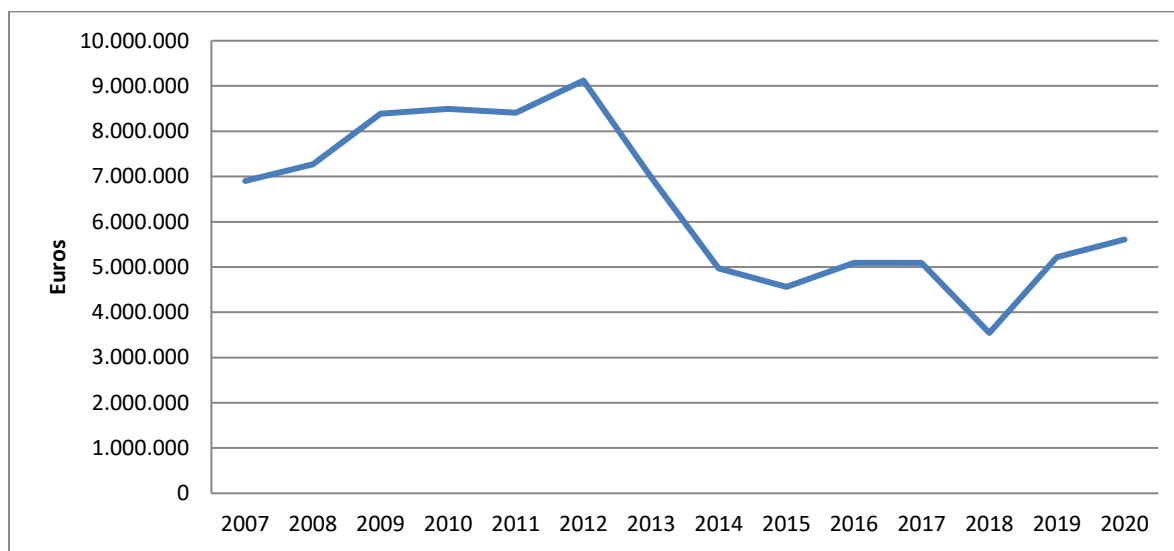
b) aumentar la circulación y la audiencia de las obras audiovisuales europeas dentro y fuera de la Unión Europea, inclusive mediante una mayor cooperación entre los agentes;

c) reforzar la competitividad del sector audiovisual europeo en el marco de un mercado europeo abierto y competitivo, favorable al empleo, inclusive mediante la promoción de los vínculos entre profesionales del sector audiovisual. (p. 327/14).

Con el nacimiento de Europa Creativa, MEDIA se convierte en 2014 en un subprograma de Europa Creativa, dependiendo de la Agencia Ejecutiva de Educación, Audiovisual y Cultura (EACEA) y disponiendo de catorce líneas de ayudas. El presupuesto disponible por MEDIA, a través de Europa Creativa, ascendía originalmente a 817,6 millones de euros para ejecutar de 2014 a 2020. Dicha cantidad constituía un significativo 56% del total de presupuesto de Europa Creativa para el período 2014-2020, que se elevaba hasta 1.460 millones de euros. Adicionalmente, MEDIA se benefició de una ampliación para el período 2021-2027 con un presupuesto de 1.642 millones de euros, lo que arroja 234 millones de euros de media por año.

MEDIA dispone de líneas de apoyo para la formación, el desarrollo, la distribución, los agentes de ventas, la promoción en mercados y festivales así como a redes de exhibidores. Las entidades españolas recibieron 70 millones de euros durante el período 2007-2016, calculándose que en la etapa 2014-2020 recibieron un total de 40 millones de euros.

Figura 86. *Subvenciones recibidas por empresas españolas procedentes del Programa MEDIA (2007-2020).*



Fuente: Elaborado a partir de los datos de la Oficina Media Desk España, de los informes de resultados.

6.2.El Programa EUROPA CREATIVA.

Como ya hemos adelantado, el nuevo Programa de la UE destinado a impulsar las industrias culturales y creativas en Europa se denomina Europa Creativa, que cuenta con un presupuesto de 1.460 millones de euros para el período 2014-2020. Su objetivo es impulsar todos los sectores culturales y creativos, tanto el cine como la televisión, las artes escénicas y visuales, el diseño y las artes aplicadas, la música, la literatura, el patrimonio cultural material e inmaterial y cualesquiera otras actividades culturales y creativas no comprendidas en las anteriores. Hay que recordar que la cultura desempeña un papel primordial en la economía de la EU-28: las industrias culturales y creativas suponen el 4,5 % del PIB de la UE y un 4 % del empleo (8,5 millones). Europa Creativa incluye los anteriores programas MEDIA y Cultura 2007-2013, incorporando una herramienta innovadora como es un fondo de garantía.

Respecto del citado fondo de garantía, Europa Creativa dedicó 121 millones de euros a dotar una herramienta financiera que cubriera parte del riesgo asumido por los agentes financieros intermediarios, como las entidades financieras bancarias, que conceden financiación a las empresas culturales y creativas.

El efecto multiplicador del fondo se estima que podría llegar a 600 millones de euros, por la financiación adicional directa que realizaran las entidades financieras que disfruten de la garantía financiera europea.

Asimismo, se provee de formación a los agentes financieros sobre la realidad de los sectores culturales y creativos, con todo lo que supone de conocer la especialización en un sector en el que los activos son fundamentalmente intangibles, basados en la propiedad intelectual (películas cinematográficas, series de televisión) y necesitados de una intensiva necesidad de capital (el rodaje de una película absorbe las necesidades de capital en períodos muy cortos) con recuperaciones largas de la inversión (largos plazos de cobro de las ventas a plataformas y televisiones).

El Fondo Europeo de Inversiones (FEI) es el encargado de gestionar el sistema de garantía, en nombre de la Comisión Europea. El FEI es parte del Banco Europeo de Inversiones (BEI) y su objetivo es compartir el riesgo con las entidades financieras que son quien realmente conceden la financiación a las empresas solicitantes de cada país.

En España, se ha movilizado hasta el 31/12/2019 la cantidad de 221 millones de euros a través de CERSA, reasegurador de CREASGR y demás entidades financieras, convirtiéndose en el segundo país (el primero es Francia) en volumen de fondos concedidos.

7. Los Fondos de coproducción

Con el objetivo de promover la coproducción internacional, así como fortalecer la distribución de las obras audiovisuales en fase de producción, se crean los denominados Los Fondos de coproducción.

La operación de los fondos de coproducción internacional, incluida la provisión de apoyo financiero a las terceras partes elegibles para los siguientes proyectos:

1) Producción de películas de ficción, animación y documentales, con una duración mínima de 60 minutos, con el fin de estrenar en salas.

2) Implantación de una estrategia concreta de distribución para impulsar la circulación de las obras apoyadas.

Pueden ser beneficiarios, tanto los solicitantes y contratistas de un eventual acuerdo con la Agencia serán los Fondos internacionales de coproducción localizados en un país participante en el subprograma MEDIA, como las terceras partes elegibles apoyadas por los fondos deberán ser entidades domiciliadas en alguno de los países participantes en el subprograma MEDIA y propiedad de forma directa o con participación mayoritaria de nacionales de dichos países.

Respecto del importe de los fondos disponibles, 1,5 millones de euros se destinan a la cofinanciación de acciones de acuerdo con dicho modelo. La cantidad límite no puede superar el 80% del total del presupuesto de gasto y con un límite de 400.000 euros por beneficiario. Respecto del apoyo financiero a terceras partes, la cantidad de ayuda financiera para terceros tiene un límite de 60.000 euros. En todo caso, la Agencia se reserva el derecho de no distribuir todos los fondos disponibles.

Los únicos legitimados para solicitar los fondos, son los Fondos internacionales de coproducción con domicilio en un estado participante del subprograma MEDIA, cuya principal actividad sea el apoyo de coproducciones internacionales y que hayan estado activos al menos durante los últimos doce meses. Los particulares no pueden solicitar la ayuda.

Los criterios de selección están basados en un conjunto de criterios de elegibilidad, selección y premio, y las propuestas serán evaluadas sobre la base de la relevancia y valor añadido europeo y la calidad del contenido y de las actividades, la diseminación de los resultados previstos, impactos y sostenibilidad, y la calidad del equipo.

Si la Agencia aprueba la solicitud, se enviará una decisión de ayuda o un acuerdo de ayuda detallando las condiciones y el nivel de financiamiento. En determinadas condiciones pueden ser acordados los pagos de prefinanciación de hasta el 70% de la ayuda.

A continuación, se exponen las características principales de algunos de los Fondos de coproducción con apoyo de Media actualmente en funcionamiento:

7.1. El fondo holandés *HBF+Europe: Minority Co-production support*¹⁸⁴

A través de *HBF+Europe: Minority Co-production support*, el Fondo Hubert Bals tiene como objetivo animar a los productores europeos a participar como coproductores minoritarios en proyectos cinematográficos de alta calidad de productores de Africa, Asia, Latinoamérica, el Oriente Medio y parte de Europa del Este. HBF+Europe es apoyada por Europa Creativa – programa MEDIA de la Unión Europea.

HBF+Europe también ofrece *HBF+Europe: Distribution support*, que ofrece apoyo financiero a la distribución de películas cinematográficas de productores de Africa, Asia, Latinoamérica y parte de Europa del Este. Para estimular la promoción y circulación de coproducciones internacionales en Europa y el extranjero.

La máxima ayuda por proyecto asciende a 50.000€, y solo el 25% del coste del proyecto debe ser gastado en Europa.

7.2. El fondo italiano *Torino Film Lab (TFL) Production Fund & Audience Design Fund*¹⁸⁵

Apoya estrategias innovadoras de impactos en la audiencia. El *TFL Audience Design Fund* ofrece un máximo de 40.000€ (desde un mínimo de 7.000€ por cada territorio hasta un máximo de 20.000€ a ser confirmado de acuerdo con el plan financiero de cada distribuidor) a conceder a una compañía audiovisual que presente un proyecto de película de ficción para la selección. También incluye la obligatoria participación del productor, director y /o el distribuidor o agente de ventas en la *Audience Design workshop* que se suele celebrar durante el 23-26 noviembre de cada año, para trabajar con la 2 *TFL audience designers* en el proyecto. El objetivo de los cursos es crear las bases para construir, alcanzar y activar las audiencias durante las fases de desarrollo, producción y postproducción de las películas y hasta el momento de las ventas y distribución. TorinoFilmLab cubre la impartición de los cursos, así como el alojamiento y manutención durante los mismos. Los participantes deben pagar los costes de viaje, que pueden ser incluidos en el Presupuesto de Estrategia de Diseño de Distribución y Audiencias de cada territorio, presentado en la solicitud.

¹⁸⁴ <https://iffr.com/en/hbfeurope-minority-co-production-support> (Consultado el 28/3/2019).

¹⁸⁵ <http://www.torinofilmlab.it/funding/tfl-audience-design-fund> (Consultado el 28/3/2019).

7.3. El fondo holandés *IDFA Bertha Fund Europe*¹⁸⁶

Este fondo se encarga de impulsar la coproducción de documentales en países en vías de desarrollo. El *IDFA Bertha Fund*, anteriormente conocido como el *Jan Vrijman Fund*, apoya a los realizadores de documentales en los países en vías de desarrollo. Su objetivo es estimular las culturas cinematográficas locales y convertir el documental creativo en un verdadero arte cinematográfico. El *IDFA Bertha Fund* es el único fondo en el mundo dedicado exclusivamente a estimular y empujar el sector creativo del documental en África, Asia, Latinoamérica, el Oriente Medio y algunas partes de Europa del Este.

7.4. *Berlinale World Cinema Fund Europe*¹⁸⁷ (Alemania)

Tiene como objetivo fortalecer las estrategias de cooperación transeuropeas e internacionales. Junto con la Federal Foundation for Culture y en cooperación con el Goethe Institute, el Foreign Ministry y German producers, the *World Cinema Fund* trabaja en desarrollar y apoyar el cine en regiones con una infraestructura cinematográfica débil, y que además facilitan la diversidad cultural en los cines alemanes. El *World Cinema Fund* apoya películas que no pueden ser realizadas sin fondos adicionales: películas con aproximaciones estéticas no convencionales, que cuentan poderosas historias y transmiten una auténtica imagen de sus raíces culturales. Tiene un presupuesto anual de aproximadamente € 350,000 y apoya exclusivamente la producción y distribución de películas de ficción y documentales. El apoyo está focalizado en las siguientes regiones: Latinoamérica, América Central, el Caribe, África, Oriente Medio, Asia Central, Sudoeste de Asia y el Cáucaso.

7.5. *ACM Distribution*¹⁸⁸ (Francia)

Apoya y promueve la distribución y circulación internacional de películas ACM coproducidas con un país no europeo.

Desde 2012, Aide aux cinémas du monde (ACM), junto con el CNC y el Institut Français, han apoyado 35 películas cinematográficas que son susceptibles de coproducción internacional con Francia y distribuidas en 49 territorios, no solo en Europa, sino en

¹⁸⁶ <https://www.idfa.nl/en/info/idfa-bertha-fund> (Consultado el 28/3/2019).

¹⁸⁷ https://www.berlinale.de/en/branche/world_cinema_fund/wcf_profil/index.html (Consultado el 28/3/2019).

¹⁸⁸ https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/Distribution/acm-distribution_191831 (Consultado el 28/3/2019).

Norteamérica, Latinoamérica, Asia y Norte de Africa. ACM Distribution tiene la intención de apoyar y promover la distribución y circulación internacional de películas ACM coproducidas con un país no europeo. Apoya de 10 a 15 producciones por año. La máxima ayuda por proyecto es de 60.000€.

Capítulo 5. Los nuevos modelos de financiación de las ICC: el *crowdfunding* o financiación participativa, los sistemas de garantías y el *completion bond*.

1. Panorama general del *crowdfunding*. Definición y evolución

El *crowdfunding*, denominación anglosajona de la financiación colectiva o participativa a través de internet, también denominado microfinanciación, es un fenómeno relativamente nuevo, derivado del *crowdsourcing*, término acuñado en 2006 por el profesor Howe Jelt (Camacho: 2016)¹⁸⁹.

Bellón y Ruiz-Verdú (2018) definen el *crowdfunding* como “un nuevo y revolucionario método de financiación de iniciativas emprendedoras y se ha presentado como una forma de democratizar la inversión en empresas de nueva creación, un tipo de inversión anteriormente reservado a inversores institucionales y grandes patrimonios” (p.28).

Por otro lado, tal y como señalan Previati, Galloppo y Salustri (2015) es preciso señalar que el fenómeno del *crowdfunding* precisa de un “enfoque multidisciplinar y plural” (p. 104).

Esta investigación se limita a analizar el impacto del fenómeno del *crowdfunding* en la financiación cinematográfica, por lo que la aproximación a los grandes conceptos fundamentales es razonablemente básica.

El *crowdfunding* ha irrumpido con fuerza en los últimos años en el panorama financiero internacional, convirtiéndose en uno de los fenómenos de los denominados mercados financieros alternativos. Las razones de su éxito se pueden encontrar básicamente en la confluencia de distintos factores, el primero de los cuales es posiblemente el extraordinario desarrollo y facilidades de acceso a internet por parte de prácticamente toda la sociedad mundial con educación financiera. Y no menos importante, la gran crisis financiera bancaria internacional de 2008 y la consiguiente reducción drástica de los tipos de interés a niveles del 0%, lo que ha empujado a los inversores, tanto profesionales como particulares a la busca de nuevas fuentes de inversión de sus excedentes financieros en aras de una rentabilidad que los mercados tradicionales no son capaces de ofrecer. A ello hay que añadir

¹⁸⁹ Tal y como expone la profesora Camacho (2016), “el *crowdsourcing* es la externalización de tareas de una empresa mediante una convocatoria abierta (*outsourcing*) para obtener la colaboración de un colectivo de personas o grupos de profesionales (*crowd*) en la realización de actividades relevantes para la producción” (p. 86).

la rigidez de los sistemas de concesión de crédito, la, quizás, extraordinariamente alta regulación que ha seguido a la crisis de 2008 y que han animado a empresas y particulares a acudir a fuentes de financiación alejadas del circuito tradicional de financiación bancaria comercial.

En principio, podemos definir el *crowdfunding*, sobre la base de la experiencia de su desarrollo en las siguientes modalidades básicas, que han ido sufriendo adaptaciones, combinaciones y variaciones:

- 1- Donación (*donation*).
- 2- Recompensa (*reward*).
- 3- Préstamo (*lending*).
- 4- Inversión (*equity*).

Fundamentalmente, en este modelo existe una plataforma tecnológica (Plataforma) que ofrece los servicios de publicar en su web los proyectos demandantes de financiación que considera interesantes para los inversores que acudan a la misma. Todo ello previo registro en la Plataforma de los solicitantes de recursos (promotores) y los inversores (que pueden ser profesionales o particulares no especialistas).

A partir de esta básica definición, el modelo se complica desde el momento en que pueden ser canales de obtención de recursos financieros a fondo perdido sin contraprestación (donación), a cambio de una recompensa (que jurídicamente hay que definirla como una compraventa), en concepto de préstamo (que implica la devolución del capital más los intereses devengados) o como inversor en el proyecto.

Como veremos más adelante, España es uno de los países que ha realizado una, en cierto modo, pionera legislación sobre el *crowdfunding*, aunque limitada tan solo a los denominados *crowdfunding* de préstamo y de inversión.

El mundo anglosajón, como es habitual en general en los fenómenos económico-financieros, ha sido pionero en poner en el mercado fórmulas mixtas en función del producto que manejan (como el inmobiliario o el descuento de facturas). Las discrepancias con el modelo español son evidentes. Por ejemplo, el descuento de facturas no está contemplado como modalidad de *crowdfunding* de préstamo dentro de la regulación en España. Por lo tanto, las Plataformas que se dediquen a dicha actividad no precisan de autorización previa de la CNMV, al igual que las de donación, recompensa y donación/recompensa. Quizás al no

necesitar de autorización, pero realizar una actividad de intermediación financiera (ya que existe una retribución de la financiación ofrecida mediante el descuento de pagarés) esté ocupando un espacio que pudiera ser considerado en cualquier momento por el regulador como necesitado de protección legal y por tanto sujeto a su intervención.

1.1. Marco teórico

En todo caso, lo que es no es frecuente todavía es encontrar ejemplos de financiación de los proyectos de producción cinematográfica obtenida vía préstamo a través del *crowdfunding*.

Fundamentalmente ello es debido al protagonismo, tanto de las fuentes habituales de financiación (bancaria o a través de inversores no bancarios), como de las garantías de recuperación del préstamo concedido, que, obviamente, en el caso del *crowdfunding* de recompensa no se precisan. En consecuencia, todos los estudios consultados hasta la fecha versan más sobre el *crowdfunding* de donación y donación recompensa, más que sobre el de préstamo o incluso inversión.

En este sentido, las opiniones de la doctrina son en general favorables a esta nueva forma de financiación, aunque destacando la debilidad del modelo para ofrecer una salida financiera sólida a la actual, y permanente, crisis de financiación de las obras audiovisuales independientes. Como muy bien dice la profesora Binimelis (2016):

Por tanto, podemos afirmar que la financiación colectiva está cubriendo huecos de las políticas públicas y del mercado, pero no permite una consolidación en términos de generar una industria que sea sólida y capaz de sustentar a los profesionales que en ella trabajan. Por otro lado, hay que tener en cuenta que este tipo de trabajos son cuantitativamente minoritarios en las plataformas de *crowdfunding* analizadas. La mayoría de los proyectos son cortometrajes, documentales y contenidos educativos o destinados a la concienciación o movilización social que hacen uso de ella como alternativa a los procesos tradicionalmente establecidos y que no tienen finalidades comerciales. (p. 145)

Asimismo, coincidimos con Roig Telo, Sánchez Navarro y Leibovitz en su exhaustivo y temprano trabajo sobre el *crowdfunding* en la financiación de las películas cuando dicen:

En los casos analizados de *crowdfunding*, el debate y reflexión sobre la vida económica de estas producciones se traslada del clásico circuito inversión-retorno (con la distribución y la exhibición como puntos clave) a una nueva forma de contemplar el ciclo económico basado más en la recaudación para la producción de la película y no en la recaudación posterior. Futuras investigaciones deberán determinar hasta qué punto y de qué modo estas producciones acceden a circuitos de explotación comercial o generan un circuito cultural realmente alternativo. (p. 39)

Por otro lado, es interesante indicar una conclusión positiva sobre el fenómeno que es la que ofrecen Corobado y Larrañaga (2015) cuando concluyen en su artículo sobre la financiación vía *crowdfunding* de una obra audiovisual concreta.

El modelo de financiación por medio del CF puede ser una de las posibles soluciones para resolver los problemas de financiación del audiovisual español y de esta forma poder incrementar su oferta. (p. 203)

En la misma línea se posicionaba el artículo de Altabás Fernández (2014) cuando indica que es el *crowdfunding* constituye una vía de financiación de alguna forma consecuencia de la crisis económica de 2008

El crowdfunding ha nacido como una práctica que sin duda ha venido acompañada de la progresiva participación del público en los proyectos audiovisuales. A raíz de la crisis económica, esta modalidad de producción colectiva se ha convertido en un éxito para realizadores que intentan desarrollar proyectos de consiguiendo mediante este mecenazgo parte de la financiación de la película. Lo cierto es que esta modalidad tiene el incentivo de hacer partícipe al usuario en el proceso de producción de la película, en concreto en la fase de financiación. Según sea su aportación al proyecto, el usuario conseguirá desde la copia en DVD de la película, hasta aparecer en los títulos de crédito del filme como productor asociado. (p. 395)

En principio, no podemos compartir plenamente el planteamiento del mismo autor citado (Altabás), que es ciertamente positivo en la percepción del fenómeno, dadas las escasas producciones y el carácter no muy significativo económica y comercialmente, que se han producido en los últimos años. Dicho lo anterior, sí consideremos muy importante apoyar ese mensaje de ilusión y futuro para los años que se avecinan. Como dice Altabás:

Estas herramientas- tales como son el crowdfunding, el crowdsourcing o la autofinanciación- proponen alternativas viables y sostenibles de producción y distribución ante las dificultades que encuentran los cineastas a la hora de sacar adelante un proyecto cinematográfico en plena crisis financiera. La escasez de subvenciones y la política conservadora a la hora de otorgarlas, así como el incremento del IVA han propiciado la búsqueda de soluciones a través de dos armas fundamentales: la creatividad y, sobre todo, la participación del público como un productor más del proyecto. (p. 396)

Asimismo, es preciso señalar el interesante artículo de Martínez Gallardo, F. D. y Alberich Pascual, J. (2013), donde analizan las iniciativas pioneras de *crowdfunding* cinematográfico durante el periodo 2007-2011. Concretamente, exponen su investigación sobre plataformas como Partizipa, Lanzanos, Goteo, Verkami (que a continuación analizaremos en esta investigación) y Kifund, o los proyectos audiovisuales *El cosmonauta*, *La wikipeli*, o *La tweetpeli*.

La emergencia de plataformas de *crowdfunding* en España el periodo analizado es una muestra significativa de la ampliación más allá del campo informático de los valores inspiradores del movimiento del software libre y de la cultura de código abierto. En el campo específico de la producción audiovisual más reciente, estas plataformas se constituyen en una vía revolucionaria de financiación más allá de las vías tradicionales, convirtiéndose tanto en una opción para emprendedores audiovisuales sin suficientes recursos para llevar a cabo su proyecto audiovisual, como en una vía pionera que exprime las posibilidades comunicativas que ofrecen Internet y las redes sociales para la producción cinematográfica, (p. 95)

Podemos concluir este breve repaso sobre la doctrina relativa al *crowdfunding* en la producción cinematográfica, que, actualmente, el *crowdfunding* se está utilizando ampliamente para un tipo de cine de bajo presupuesto (*low-cost*), modelo de producción habitual en los últimos años en España como consecuencia de la crisis económica y de la falta de financiación del sector en general, que ha sido objeto de brillante investigación. Ejemplo es el realizado por Daryanani Melwani (2017) en su tesis doctoral respecto del cine Low-Cost.

Por último, señalar, que el profesor Cantalapiedra (2019) realiza una interesante reflexión sobre el fenómeno positivo del crowdfunding en cuanto incentivador de la

producción audiovisual alejada de los grandes centros de producción estatales (Madrid y Barcelona). El fomento de la producción de proximidad “dirigido a espectadores unidos por lo geográfico y temático”

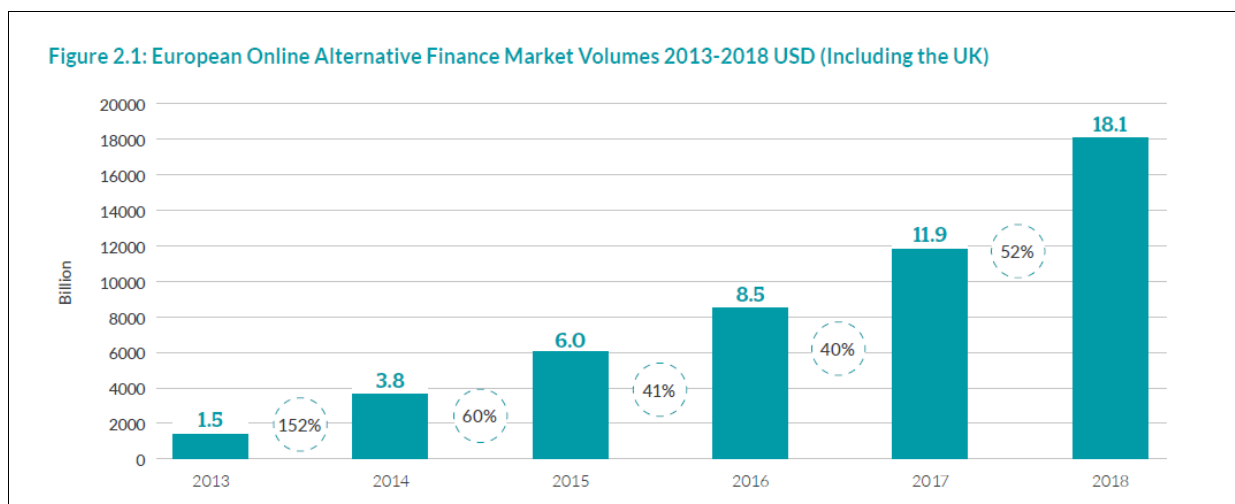
1.2. Grandes magnitudes de la financiación alternativa en Europa

En cuanto a la dimensión cuantitativa de la financiación alternativa en Europa, desde el año 2015, la Universidad de Cambridge ha publicado cuatro estudios sobre la denominada “Industria de la Financiación Alternativa”¹⁹⁰. En 2020, la Universidad de Cambridge publicó un nuevo estudio denominado de forma más general que los anteriores, como “*The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report. Trends, Opportunities and Challenges for Lending, Equity, and Non-Investment Alternative Finance Models*”¹⁹¹. Según los datos disponibles en el último estudio de 2020, en 2018 el mercado de la financiación alternativa en Europa, incluyendo a Gran Bretaña, ha seguido creciendo de forma extraordinaria desde el año 2013, cuando se registró un importe de 1.500 millones \$ de volumen financiado. Dicha cifra se ha incrementado de forma espectacular hasta los 18.000 millones \$ de 2018, que a su vez suponen un incremento del 52% frente a los 11.900 millones \$ de 2017. Esta evolución se puede observar en la figura 87.

¹⁹⁰ El último estudio publicado bajo ese mismo título de *Annual Alternative Finance Industry* “fue el de Cambridge University (2018), *4rd Annual Alternative Finance Industry Study. Shifting Paradigms*.

¹⁹¹ Cambridge University (2020), *The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report. Trends, Opportunities and Challenges for Lending, Equity, and Non-Investment Alternative Finance Model*.

Figura 87. Evolución del volumen de negocio del crowdfunding en Europa, incluyendo Gran Bretaña (2013-2018).

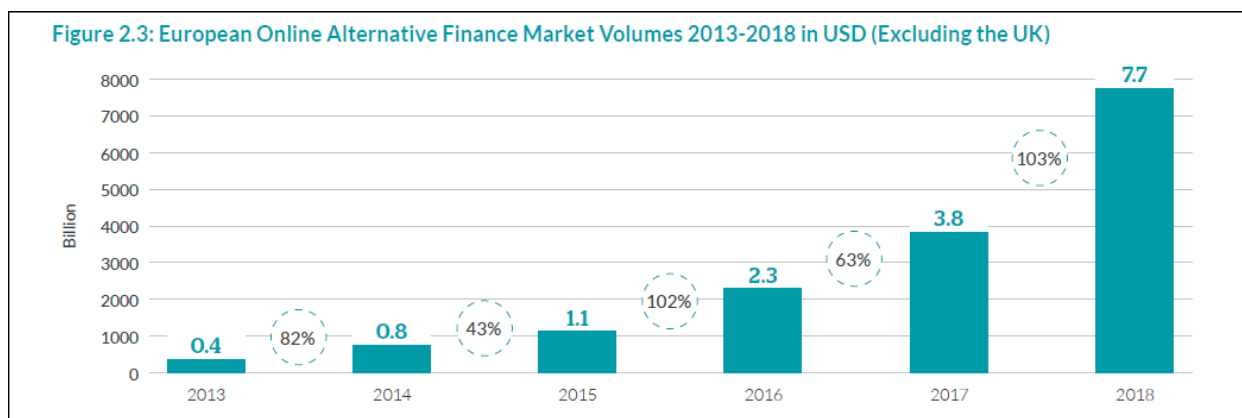


Nota: Extraído de Cambridge University (2020), *The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report. Trends, Opportunities and Challenges for Lending, Equity, and Non-Investment Alternative Finance Models*, página 74.

Es preciso señalar que Gran Bretaña sigue suponiendo el primer gran mercado europeo de la financiación alternativa, con gran diferencia frente al resto. El mercado británico sigue suponiendo más de la mayoría del total del mercado de financiación alternativa europeo (un 57%), aunque su participación en el mismo ha ido bajando de forma significativa y constante en los últimos años: desde el 68% en 2017 al 73% en 2016 y el 81% de 2015.

El volumen generado por las plataformas europeas, excluyendo las de Gran Bretaña, crecieron un significativo 103% en 2018. Desde los 3.800 millones \$ hasta 7.700 millones \$, tal y como se puede ver la figura 88.

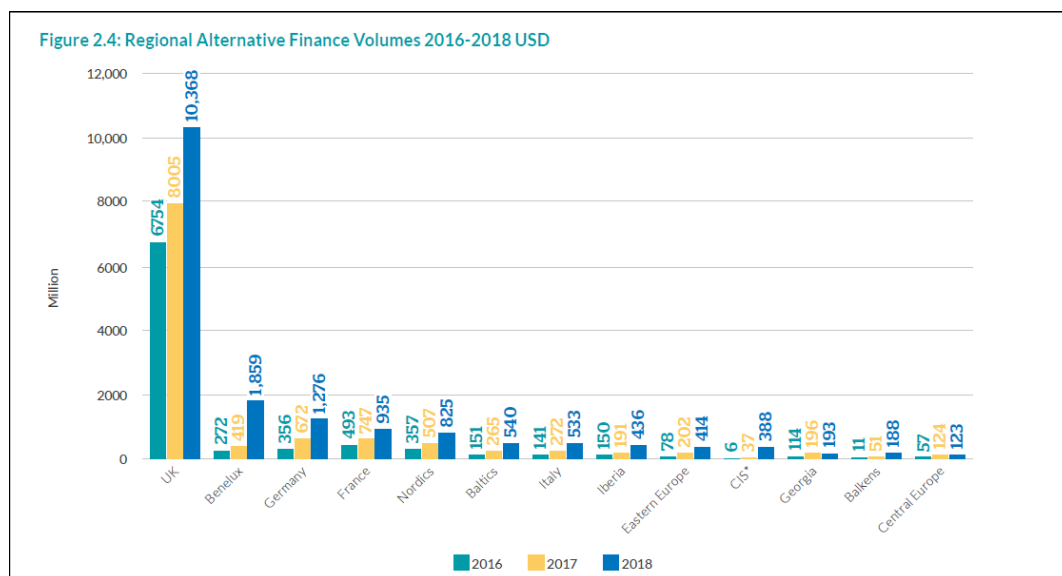
Figura 88. Evolución del volumen de negocio del crowdfunding en Europa, excluyendo Gran Bretaña (2013-2018).



Fuente: Extraído del informe de Cambridge University (2020), *The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report. Trends, Opportunities and Challenges for Lending, Equity, and Non-Investment Alternative Finance Models*, página 75.

Después de Gran Bretaña, los Países Bajos (1.800 millones \$), los países con mayor volumen de intermediación son Alemania (1.270 millones \$) y Francia (933 millones \$), seguidos por los países nórdicos (825 millones \$). En la figura 89 se puede ver el desglose por países y regiones en Europa.

Figura 89. Volumen de negocio de la financiación alternativa en Europa por países (2016-2018).



Fuente: Extraído de Cambridge University (2020), *The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report. Trends, Opportunities and Challenges for Lending, Equity, and Non-Investment Alternative Finance Models*, página 75.

En el análisis de la Universidad de Cambridge, se distinguen una tipología de modelos de financiación alternativa que se pueden resumir por orden de volumen de negocio:

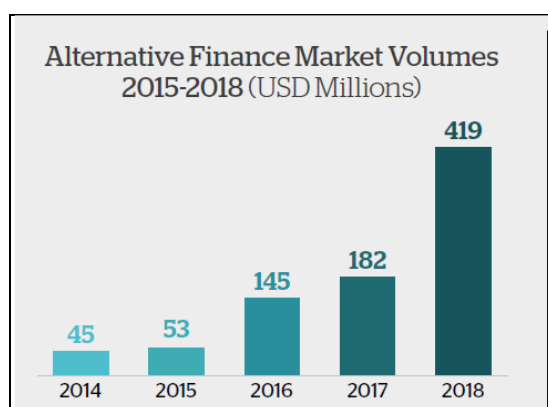
- *Crowdfunding* inmobiliario.
- *Crowdfunding* de inversión.
- Deuda.
- Préstamo a la propiedad.
- Préstamos a las empresas.
- Beneficios.
- Descuento de facturas.
- *Crowdfunding* de Recompensa.
- Préstamo a particulares al consumo.
- *Crowdfunding* de Donación.

Los modelos más usados de financiación alternativa son los denominados P2P *Marketplace Consumer Lending* (2.900 millones \$), *Balance Sheet Property Lending* (1.400 millones \$) y P2P *Marketplace Business Lending* (997 millones \$), los cuales suponen un

38%, 18%, y 13%, respectivamente, del total del volumen de total de la financiación alternativa en Europa¹⁹².

Los datos ofrecidos por la Universidad de Cambridge para España son los siguientes que se reflejan en la figura 90, de acuerdo con los cuales España alcanza un significativo 7º puesto europeo en volumen de negocio de la financiación alternativa en 2018.

Figura 90. Volumen de negocio de la financiación alternativa en España (2014-2018).



Fuente: Extraído de Cambridge University (2020), *The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report. Trends, Opportunities and Challenges for Lending, Equity, and Non-Investment Alternative Finance Models*, página 219.

Hay que señalar que la metodología del estudio de la Universidad de Cambridge incluye actividades reguladas y no reguladas relacionadas con la Financiación Alternativa, lo que amplía significativamente el marco de referencia de los fenómenos de *crowdfunding* más allá de las cuatro modalidades básicas descritas inicialmente en esta investigación (donación, recompensa, préstamo e inversión).

1.3. El *crowdfunding* en España.

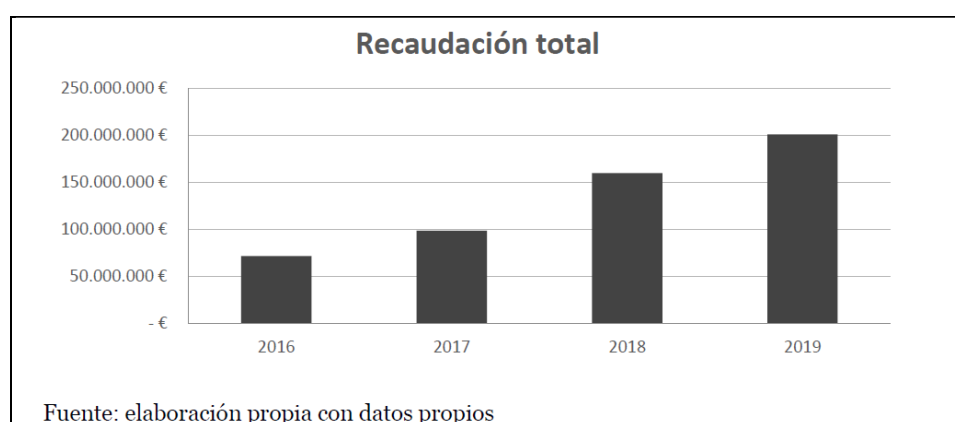
En el caso español, se ha procedido por los responsables de la elaboración del estudio del mercado español de *crowdfunding* correspondientes a 2017 incluir sólo las Plataformas autorizadas por la CNMV y en consecuencia modificar los datos correspondientes al año 2016¹⁹³. Posteriormente, en 2020, la misma consultora elabora el estudio correspondiente al

¹⁹² Cambridge University (2020), *The Global Alternative Finance Market Benchmarking Report. Trends, Opportunities and Challenges for Lending, Equity, and Non-Investment Alternative Finance Models*, página 77.

¹⁹³ La consultora Universo Crowdfunding ha presentado el estudio de 2017 con una nueva metodología que consiste básicamente en incluir aquellas plataformas autorizadas por la CNMV. Los autores explican que de haber incluido a todas las plataformas que operan sin autorización, como por ejemplo las dedicadas al *crowdfunding* de facturas, el volumen de negocio estaría entre 300 y 400 millones de €. Cifra que más que

año 2019, ajustando las cifras¹⁹⁴. Según el estudio de la Asociación Universo Crowdfunding, España había crecido en 2018 un 25,8% después de haber crecido en 2017 un 23%, en 2016 un fabuloso 162% en 2016, con un volumen de *crowdfunding* de 200,8 millones € (frente a los 160 millones € de 2018), según se refleja en la figura 91. Según indica el citado informe “si contabilizásemos el mercado secundario, que en la actualidad no es considerado una forma de financiación participativa por la CNMV, la cifra se aproximaría a los 450 millones de euros, una cifra muy destacable y significativa que nos situaría en una posición más acorde con el desarrollo económico de nuestro país”.

Figura 91. Recaudación total del crowdfunding en España (2015-2019).



Fuente: Extraído de González, Angel y Ramos, Javier (2020): *Informe anual del crowdfunding en España 2019*, Universo Crowdfunding/Universidad Complutense, página 11.

Todas las modalidades de *crowdfunding* han crecido en estos años, según se refleja en la figura 92, aunque destacan las modalidades de préstamo, lo que se denomina “inmobiliaria” y de inversión, que suponen una amplia mayoría de total de operaciones. Las modalidades de recompensa y donaciones se encuentran lejos de las cifras de las otras modalidades de financiación.

triplica la del estudio de 2016. En consecuencia, también han modificado los resultados de 2016, disminuyendo las cifras globales de negocio. <https://www.universocrowdfunding.com/el-crowdlending-recauda-35-916-616e-en-espana-en-2017/> (Consultado el 8/7/2019).

¹⁹⁴ Universo Crowdfunding presentó en 2019 el informe correspondiente a 2018. Disponible en <https://www.universocrowdfunding.com/informe-anual-sobre-el-crowdfunding-en-espana-2019/> (Consultado el 18/09/202).

Figura 92. *Recaudación total y por tipo de plataforma en España (2016-2019)*

Tabla 4: Recaudación total y por tipo de plataforma en el periodo 2016-2019

Recaudación	2019	Var %	2018	Var %	2017	Var %	2016
Inversión	47.538.500 €	85,38%	25.644.370 €	10,55%	23.196.229 €	44,26%	16.078.958 €
Inmobiliaria	39.788.885 €	1,97%	39.018.875 €	95,09%	20.000.000 €	14,91%	17.404.231 €
Préstamos	82.480.570 €	19,22%	69.182.539 €	92,62%	35.916.516 €	68,86%	21.269.491 €
Recompensa	15.899.839 €	-4,11%	16.581.702 €	43,17%	11.581.603 €	-7,43%	12.510.684 €
Donaciones	15.119.265 €	63,20%	9.264.281 €	18,64%	7.808.736 €	86,93%	4.177.304 €
Total	200.827.059 €	25,76%	159.691.767 €	62,12%	98.503.084 €	37,88%	71.440.668 €

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Fuente: Extraído de González, Angel y Ramos, Javier (2020): *Informe anual del crowdfunding en España 2019*, Universo Crowdfunding/Universidad Complutense, página 14.

El informe también señala el importe medio de las operaciones (que asciende a 2.263€), según modelo de plataforma, siendo las más altas las referidas a inversión inmobiliaria (5.300€) a préstamo (3.595€) e inversión (3.365€), siendo prácticamente simbólicas las de recompensas (40€) y donaciones (30€).

Por último, en el informe se indica que el número medio anual de plataformas activas (incluyendo las no autorizadas por la CNMV) ronda las 50, cerrándose y abriéndose por año entre 5 y 10 plataformas, lo que da idea de un mercado todavía en expansión y con una extraordinaria necesidad de incrementar de forma sustancial el volumen de intermediación.

1.4. Casos de éxito.

En este punto vamos a hacer un poco de historia. Concretamente, en 2005 se funda la plataforma de préstamos Kiva¹⁹⁵ en Estados Unidos y Zopa¹⁹⁶ en Londres. En 2006, se lanza

¹⁹⁵ KIVA es una organización sin ánimo de lucro, fundada en 2005 en San Francisco (Estados Unidos) con el objetivo de facilitar el acceso a la financiación a colectivos desfavorecidos, Cuenta con más de 3,9 millones de beneficiarios, en 77 países, con 1,9 millones de aportantes mediante la concesión de 1.568 millones de USD en préstamos, de los cuales se han devuelto el 96,1%. Los préstamos no devengan intereses a los aportantes ni se garantiza su devolución. Recuperado de: <https://www.kiva.org/about> (Consultado el 22/3/2021).

¹⁹⁶ ZOPA es una empresa de concesión de préstamos y otros servicios bancarios, que en 2020 lanzó ZOPA Bank. Muy significativamente se autodefinen como *The FeelGood Money Company*. Recuperado de: <https://www.kiva.org/about> (Consultado el 22/3/2021).

la plataforma de préstamos Prosper¹⁹⁷ en Estados Unidos, Lending Club¹⁹⁸ y en 2008, Communitae¹⁹⁹, en España. Posteriormente ven la luz las mundialmente conocidas estadounidenses Indiegogo (2008) y Kickstarter (2009). En 2010, aparecen las plataformas españolas de donación/recompensa Verkami y Lánzanos, así como la plataforma francesa de donación/recompensa Ulule y la estadounidense de donativos GoFu²⁰⁰.

En el sector de las artes creativas, audiovisual en general y cinematográfico en particular está siendo muy activa esta modalidad de financiación alternativa, fundamentalmente, para la obtención de cantidades relativamente pequeñas pero decisivas para desarrollar proyectos audiovisuales.

Prácticamente todas las plataformas se dedican a obtener fondos mediante un sistema de donación/recompensa. En Estados Unidos existen compañías tan importantes como Indiegogo, más orientada hacia el apoyo de innovaciones técnicas mediante agresivas e intensas campañas de marketing, y Kickstarter, más centradas en aspectos creativos y culturales.

1.4.1. Indiegogo

Indiegogo ha cerrado proyectos cinematográficos como el del escritor y director Justin Simien, que recaudó más de \$40.000 para crear el avance de *Dear White People*, una película sobre las relaciones raciales en EE. UU. La película se estrenó en el Festival

¹⁹⁷ Prosper es una plataforma de préstamo, con más de 18.000 millones de USD concedidos a más de 1.080. 000 personas. Recuperado de: <https://www.prosper.com/about> (Consultado el 22/3/2021).

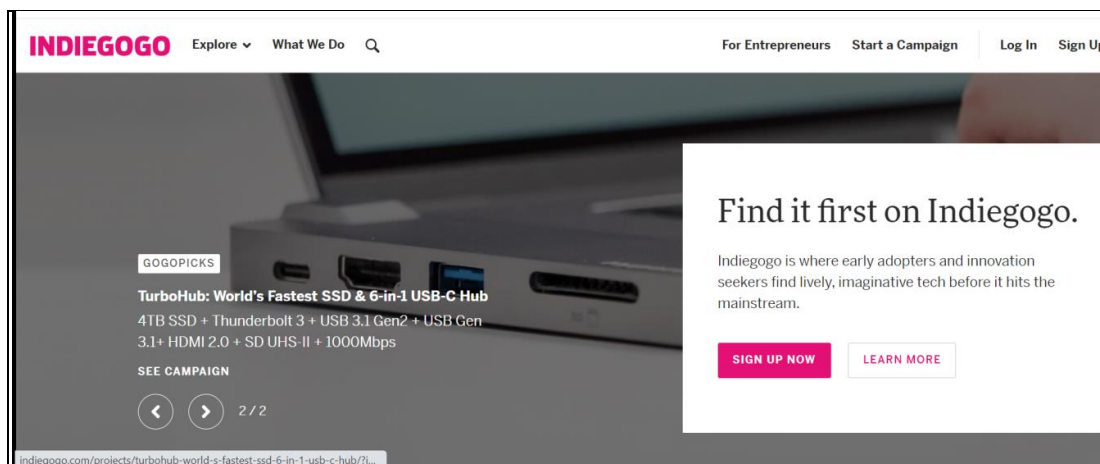
¹⁹⁸ Lending Club es una plataforma de préstamos con más de 3 millones de miembros, que cotiza en Bolsa. Se definen con una plataforma fintech de amplio espectro. Recuperado de: <https://www.lendingclub.com/company/about-us> (Consultado el 22/3/2021).

¹⁹⁹ Communitae cerró la web en 2018 alegando ser víctima de un fraude de pagarés falsos por un empleado, aunque posteriormente se han prestado denuncias por estafas por parte de clientes de la plataforma. Ver artículo en [Diario.es](https://www.eldiario.es/economia/pionero-prestamos-p2p-imputado-delincuencia_1_1063344.html#:~:text=En%202018%2C%20Comunitae%20quebr%C3%B3%20y,parado%20la%20actividad%22%2C%20declar%C3%B3) https://www.eldiario.es/economia/pionero-prestamos-p2p-imputado-delincuencia_1_1063344.html#:~:text=En%202018%2C%20Comunitae%20quebr%C3%B3%20y,parado%20la%20actividad%22%2C%20declar%C3%B3. (consultado el 15/2/2021). Es muy interesante la crítica sobre el funcionamiento legal de dicha plataforma que realizó unos años antes, a raíz de la entrada en vigor de la Ley reguladora de 2015, Martín Faba, José María (2015): “El crowdlending en España: regulación y experiencias. Especial referencia a la PFP «Comunitae»”, Revista CESCO de págs. 25-51. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5254086> (Derecho de Consumo, ISSN-e 2254-2582, N.º). (Consultado el 15/2/2021).

²⁰⁰ Según indican en su página web han creado una comunidad de más de 50 millones de donantes y facilitado más de 5.000 millones de euros en donaciones. Recuperado de: <https://es.gofundme.com/> (Consultado el 22/3/2021).

cinematográfico de Sundance 2014 y se convirtió en el mayor éxito taquillero con crowdfunding de la historia²⁰¹.

Figura 93. *Indiegogo. Portada web.*



Fuente: Recuperado de la página web de Indiegogo. Disponible en <https://www.indiegogo.com/> (Consultado el 26/1/2021).

En Indiegogo, podemos encontrar algunos ejemplos como los que se mencionan a continuación, con cifras también de varios millones de dólares que superan muy ampliamente las analizadas en el modelo español:

- El proyecto de largometraje titulado *Super Troopers 2* alcanzó 4.596.703\$ (208% financiado) el 25 de abril de 2015²⁰².
- El proyecto de largometraje titulado *Lazer Team by Rooster Teeth* alcanzó 2.480.334\$ (382% financiado) recaudado por 37.493 patrocinadores²⁰³.
- El proyecto de largometraje titulado *Gosnell Movie* alcanzó 2.363.483\$ (107% financiado) el 13 de mayo de 2014²⁰⁴.

²⁰¹ Disponible en: <https://www.indiewire.com/2013/12/dear-white-people-from-indiewire-project-of-the-year-to-sundance-film-festival-32267/> (consultado el 29/8/2019),

²⁰² Recuperado de <https://www.indiegogo.com/projects/super-troopers-2#/> (Consultado el 8/7/2019).

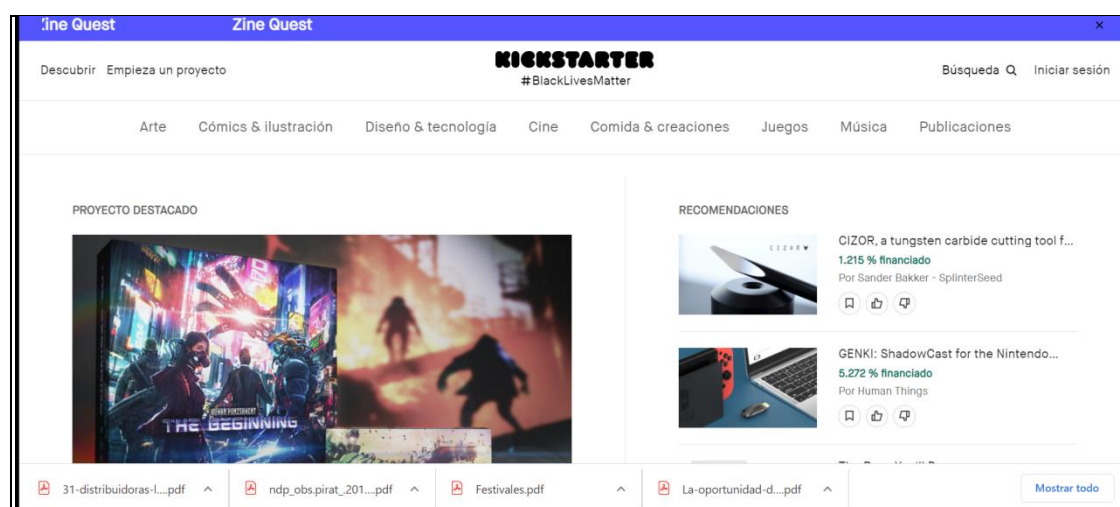
²⁰³ Recuperado de <https://www.indiegogo.com/projects/lazer-team-by-rooster-teeth#/> (Consultado el 8/7/2019).

²⁰⁴ Recuperado de <https://www.indiegogo.com/projects/gosnell-movie#/> (consultado el 8/7/2019).

1.4.2. Kickstarter.

En Kickstarter, desde su fundación en 2009, más de 16,7 millones de patrocinadores han aportado (en 55,7 millones de contribuciones) cerca de 4.500 millones \$ en más de 168.890 contribuciones. De acuerdo con sus estadísticas, se han publicado 72.289 proyectos de cine y video, que han recaudado 453,21 millones \$, de los cuales los financiados con éxito han supuesto 385,49 millones \$²⁰⁵.

Figura 94. Kicstarter. Portada web.



Fuente: Recuperado de la página web de Kickstarter. Recuperado de <https://www.kickstarter.com/?lang=es> (Consultado el 26/1/2021).

En Kicstarter podemos señalar como ejemplos de producciones cinematográficas en busca de financiación, los tres proyectos siguientes, que alcanzaron cifras muy significativas de varios millones de dólares:

- El proyecto de largometraje titulado *Bring Back Mystery Science Theater 3000* alcanzó 5.764.229 \$ del objetivo de 2.000.000 \$ con 48.270 patrocinadores²⁰⁶
- El proyecto de largometraje denominado *The Veronica Mars Movie Project* alcanzó 5.702.153 \$ del objetivo de 2.000.000 \$ con 91.585 patrocinadores²⁰⁷.
- El proyecto de largometraje denominado *Wish I Was Here* alcanzó 3.1055.473 \$ del objetivo de 2.000.000 \$ con 46.520 patrocinadores²⁰⁸

²⁰⁵ Disponible en: <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=global-footer> (consultado el 29/8/2019).

²⁰⁶ Recuperado de https://www.kickstarter.com/projects/mst3k/bringbackmst3k?ref=category_recommended (Consultado el 9/7/2019).

²⁰⁷ Recuperado de https://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project?ref=category_recommended (Consultado el 9/7/2019).

Evidentemente, estas cifras pueden llegar a ser extraordinariamente interesantes para incluir en el modelo de financiación de una película independiente de estas características.

1.4.3. Ulule

Respecto de las plataformas de origen europeo, hay que destacar la plataforma francesa de donación/recompensa Ulule, que fue creada en 2010, a la que se puede considerar la plataforma líder en Europa²⁰⁹.

Figura 95. *Ulule. Portada web.*



Fuente: Extraído de Ulule. Disponible en <https://es.ulule.com/> (Consultado el 26/1/2021).

Las magnitudes de negocio de Ulule son razonablemente interesantes²¹⁰:

- 34.651 proyectos financiados con éxito.
- 193,7 millones de euros financiados.
- 3,3 millones de miembros.
- El promedio de contribución es de 51€ (2021).
- 74% de tasa de éxito en 2021

²⁰⁸ Recuperado de https://www.kickstarter.com/projects/1869987317/wish-i-was-here-1?ref=category_recommended. (Consultado el 9/7/2019).

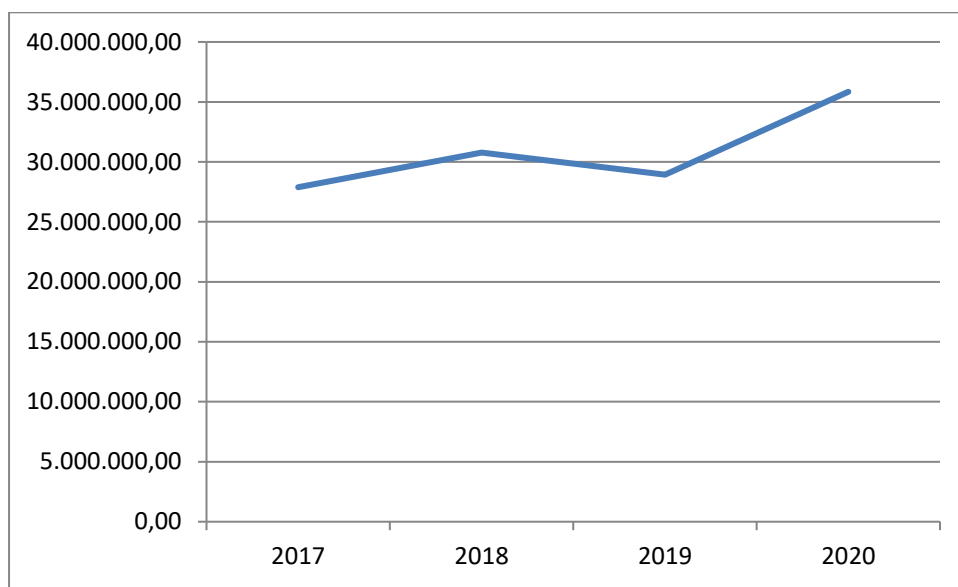
²⁰⁹ Recuperado de <https://es.ulule.com/noob-le-film/> (Consultado el 25/1/2021).

²¹⁰ Recuperado de <https://es.ulule.com/stats/> (Consultado el 25/1/2021). Hay que señalar que el proyecto de videojuego del mismo nombre ha recaudado 1.246.852€ (cuando solo había solicitado 90.000€) a través de 17.733 contribuciones. Recuperado de <https://es.ulule.com/noob-le-jeu-video/> (Consultado el 25/1/2021). Además, el tercer proyecto que más ha recaudado en la plataforma también tiene que ver con el mismo concepto ya que es un proyecto editorial titulado *L'encyclopédie Noob*, que ha recaudado 532.662€ (cuando solo había solicitado 35.000€) de 5.468 donantes y se cerró el 27/7/2020. Recuperado de <https://es.ulule.com/noob-encyclopedia/> (Consultado el 25/1/2021).

- En cuanto al sector de películas y vídeos se han recaudado 20,7 millones de euros, con una tasa de éxito del 72%.

En la figura 96 se puede ver la evolución de los fondos recaudados en los últimos cuatro años.

Figura 96. *Ulule. Fondos Recaudados (2017-2020). En euros.*



Fuente: Elaborado con datos de Ulule. <https://es.ulule.com/stats/> (Consultado el 25/1/2021).

Es la plataforma que más ha recaudado para la financiación de una película. Se trata del proyecto de película *Noob, le film*, de Olydri Studio, para la que se recaudó 681.046€ (para una solicitud de financiación de solo 35.000€) procedentes de 11.938 mecenas en una campaña finalizada el 12/7/2013²¹¹.

1.4.4. Lánzanos

Lánzanos es la primera plataforma de *crowdfunding* creada en España. Actualmente (febrero 2021) cuenta con 485.000 usuarios registrados, 15.000 visitas diarias, 10,6 millones de euros recaudados y 2.780 proyectos financiados²¹².

²¹¹ Ver artículo sobre la acción de crowdfunding en <https://www.universocrowdfunding.com/noob-pelicula-proyecto-record-europa/> (Consultado el 25/1/2021).

²¹² Recuperado de: <https://www.lanzanos.com/> (Consultado el 24/2/2021).

Figura 97. Lánzanos. Portada web.



Fuente: Recuperado de Lánzanos. Recuperado de: <https://www.lanzanos.com/> (Consultado el 24/2/2021).

Tal y como indica en su página web²¹³, las comisiones por los servicios de Lánzanos son las siguientes:

- Comisión de Lánzanos: 5% sobre el total recaudado.
- Comisión de tarjeta de crédito: 0,9% más 30 céntimos por transacción.
- Comisión de Paypal: 3,4% más 35 céntimos por transacción.

Lánzanos sólo cobra si el proyecto llega al 100% del objetivo de este.

²¹³ Recuperado de: <https://www.lanzanos.com/faq/> (Consultado el 24/2/2021).

Tabla 61. *Lánzanos. Análisis 15 proyectos finalizados.*

	Título	Emprendedor	Importe solicitado €	Importe recaudado €	Cobertura de éxito	Aportaciones	Media €	Referencia WEB
1	El Documental "Patriarcado el Organismo nocivo"	Pandora Box TV	20.000	20.025	100,13%	238	84	https://www.lanzanos.com/proyectos/el-documental-patriarcado-el-organismo-nocivo/
2	LA VIRGEN - cortometraje terminado	Asoc. Cultural Mombi-Entretiéneme	500	659	131,80%	39	17	https://www.lanzanos.com/proyectos/la-virgen-cortometraje-terminado/
3	Trap or not	Living Sur	1.500	1.512	100,80%	36	42	https://www.lanzanos.com/proyectos/trap-or-not/
4	'Deus in Absentia', cortometraje	joeldhitos	500	500	100,00%	14	36	https://www.lanzanos.com/proyectos/deus-in-absentia-cortometraje/
5	De aquí no se va nadie	Mundos Flotantes	4.200	4.915	117,02%	62	79	https://www.lanzanos.com/proyectos/de-aqui-no-se-va-nadie/
6	La por sostinguda	Irina Pedrerol Sierra	500	502	100,40%	16	31	https://www.lanzanos.com/proyectos/la-por-sostinguda/
7	SADIG El Documental	Miguel Serrano y Pablo Martín	1.000	1.150	115,00%	27	43	https://www.lanzanos.com/proyectos/sadig-el-documental/
8	El Último Gran Golpe	Juan Albarracín Edo	750	755	100,67%	18	42	https://www.lanzanos.com/proyectos/el-ultimo-gran-golpe/
9	Ma Petite Sophie Film	Rubén Bautista Vicente	2.000	2.020	101,00%	43	47	https://www.lanzanos.com/proyectos/ma-petite-sophie-film/

	Título	Emprendedor	Importe solicitado €	Importe recaudado €	Cobertura de éxito	Aportaciones	Media €	Referencia WEB
10	El poder de las manos	Raquel Abellán	1.300	1.465	112,69%	47	31	https://www.lanzanos.com/proyectos/el-poder-de-las-manos/
11	Valle de Alcudia "Un recorrido para la historia"	Cristian Rojas Marquez	5.000	5.325	106,50%	75	71	https://www.lanzanos.com/proyectos/valle-de-alcudia-un-recorrido-para-la-historia/
12	PARADOJA - Cortometraje	5 Senses Films	500	610	122,00%	9	68	https://www.lanzanos.com/proyectos/paradoja-cortometraje/
13	Inercia	Jesús Agudo García	800	850	106,25%	23	37	https://www.lanzanos.com/proyectos/inercia/
14	Laredo VirTHIS	Diego de Vallejo Pérez	4.500	4.758	105,73%	32	149	https://www.lanzanos.com/proyectos/laredo-virthis/
15	Mayela	Juan Bermúdez	1.200	1.215	101,25%	60	20	https://www.lanzanos.com/proyectos/mayela/
Total			44.250	46.261	105%	739	63	
Media			2.950	3.084		49		

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por Lánzanos en su página web. Recuperado de: <https://www.lanzanos.com/proyectos/> (Consultada 25/2/2021).

1.4.5. Verkami

Verkami, fundada en diciembre de 2010, es una plataforma de donación/recompensa especializada en el sector cultural. Con más de 44,1 millones de € de recaudación, procedentes de más de 1.000.000 contribuciones²¹⁴. En diciembre de 2020 llevaban más de 8.645 proyectos financiados con éxito. Su carácter es de donación o donación/ recompensa, y las cifras que se manejan, como veremos más adelante, son muy inferiores a las de otros países del mundo.

Figura 98. Verkami. Portada web.



Fuente: Verkami. Recuperado de <https://www.verkami.com/> (Consultado el 26/1/2021).

El modelo de *crowdfunding* de Verkami es el de donación, recompensa y donación/recompensa. Cuenta con varios proyectos con financiación completada en su página web donde anuncia 135 proyectos de largometraje²¹⁵. Los proyectos analizados oscilan entre unos miles de euros a un máximo de 33.500€ por proyecto, con dos excepciones como el proyecto del largometraje sobre Bárcenas que recaudó 55.955€ (29/4/2015) o el largometraje “1714 El precio de la libertad” que recaudó 226.605€ (21/12/2013) a través de las donaciones de 1.161 mecenas. En la tabla 62 se muestra el análisis de los 50 proyectos que más recaudación obtuvieron en la plataforma (hasta febrero 2021).

²¹⁴ De acuerdo con lo publicado en su web. Disponible en: <https://www.verkami.com/blog/48413-%E2%9C%8A-verkami-10-anos-y-mas-de-1000000-de-mecenas-despues> (consultado el 22/01/2021).

²¹⁵ En abril de 2018 anunciaba 164 proyectos de largometraje. En enero de 2021 anuncia 135 proyectos de largometraje. Recuperado de <https://www.verkami.com/discover/projects/by/popularity/category/41-largometraje> (consultado el 22/01/2021).

Tabla 62. *Análisis de proyectos de largometrajes en VERKAMI.*

	Título	Fecha cierre	Importe solicitado €	Importe recaudado €	Cobertura de éxito	Aportaciones	Media €
1	1714, El Preu de la Llibertat	21/12/2013	200.000	226.606	113%	1.161	195
2	B (La película sobre los papeles de Bárcenas)	29/04/2015	50.000	55.955	112%	597	94
3	Ovidi: El Making of de la película que nunca se hizo	17/02/2015	30.000	33.500	112%	715	47
4	Tots els Camins de Déu. ¡Haz posible el rodaje!	08/09/2012	32.670	32.887	101%	297	111
5	Julie - la película	11/08/2014	30.000	30.617	102%	202	152
6	Cinebasura: La película	12/03/2015	25.000	28.662	115%	404	71
7	El Dietista	16/07/2012	25.000	25.322	101%	233	109
8	Techo y Comida	04/08/2014	18.000	24.690	137%	287	86
9	Ana de día	27/06/2016	20.000	20.900	105%	300	70
10	Agosto	14/12/2015	20.000	20.200	101%	197	103
11	Suloak	07/07/2012	19.712	19.712	100%	43	458
12	“AZUL DE NIÑO”; Una película de Sonder Films.	08/02/2021	15.925	17.935	113%	132	136

	Título	Fecha cierre	Importe solicitado €	Importe recaudado €	Cobertura de éxito	Aportaciones	Media €
13	HOMBRE DE NINGUNA PARTE	17/04/2017	15.000	16.500	110%	248	67
14	Los Amores Cobardes (aka El último unicornio)	06/06/2016	8.000	16.035	200%	90	178
15	PATRIA 'La leyenda Otger Cataló y los 9 barones de la fama'	06/07/2016	14.000	15.470	111%	295	52
16	Vivir y otras ficciones	15/01/2016	15.000	15.090	101%	360	42
17	BLUE LIPS	22/07/2012	15.000	15.015	100%	153	98
18	La mano invisible. La película	30/06/2014	12.000	14.990	125%	259	58
19	TERRA DE TELERS dirigida per- Joan Frank Charansonnet	19/03/2019	12.500	14.550	116%	153	95
20	Cuento de verano	29/09/2012	13.000	13.170	101%	194	68
21	STOCKHOLM	08/04/2012	8.000	13.050	163%	244	53
22	Ardarafilms	21/07/2014	12.000	12.970	108%	225	58
23	LA MUDA	09/07/2017	12.000	12.815	107%	112	114
24	PARANORMALES	25/07/2016	10.000	12.815	128%	410	31
25	DHOGS [largometraje]	07/06/2014	7.000	12.685	181%	158	80

	Título	Fecha cierre	Importe solicitado €	Importe recaudado €	Cobertura de éxito	Aportaciones	Media €
26	Los Amores Inconclusos	25/05/2013	12.000	12.380	103%	117	106
27	EL CAMINO MÁS LARGO PARA VOLVER A CASA una película de Niu d'Indi	06/04/2013	10.000	12.275	123%	113	109
28	Ayúdanos a financiar "Otros Cuatro Litros" / largometraje guatemalteco	24/01/2015	12.000	12.200	102%	115	106
29	Tres días en Pedro Bernardo	27/10/2013	12.000	12.105	101%	128	95
30	Sleepless Pyramiden	09/07/2019	11.400	11.979	105%	317	38
31	Themesis	14/07/2019	10.000	10.703	107%	215	50
32	EGO - SUM	14/09/2016	10.000	10.640	106%	110	97
33	El Afilador	16/05/2016	10.000	10.385	104%	171	61
34	FRONTERA	04/08/2012	10.000	10.372	104%	195	53
35	Nove de Novembro	15/03/2017	8.000	10.167	127%	248	41
36	Demasiados Amigos	01/08/2017	9.000	10.070	112%	93	108
37	Les altres coses que ens separen	21/04/2019	6.500	9.745	150%	164	59
38	"LA FOSSA" una pel·lícula de Pere Vilà Barceló	01/07/2013	7.000	9.265	132%	49	189

	Título	Fecha cierre	Importe solicitado €	Importe recaudado €	Cobertura de éxito	Aportaciones	Media €
39	Largometraje "Un lugar donde volver"	25/08/2019	8.000	8.860	111%	86	103
40	Quiero hacer una película	19/11/2016	8.000	8.730	109%	170	51
41	Arròs Movie	15/03/2011	8.000	8.635	108%	154	56
42	FIGURAS	14/11/2016	8.000	8.620	108%	180	48
43	Ojos Negros	19/06/2017	6.500	8.585	132%	169	51
44	Marisa en los bosques (Largometraje)	15/09/2015	8.000	8.400	105%	147	57
45	Occidente	08/03/2017	8.000	8.340	104%	106	79
46	les dues nits d'ahir	25/06/2018	7.000	8.105	116%	238	34
47	Summertime	05/08/2012	8.000	8.085	101%	151	54
48	DIUMENGE	17/04/2018	6.000	8.081	135%	183	44
49	"La mujer que hablaba con los muertos"	07/06/2013	6.000	8.080	135%	153	53
50	Álbum	19/06/2017	6.000	7.780	130%	117	66
Total			855.207	964.728	113%	11.358	85

Fuente; Verkami. Recuperado de: https://www.verkami.com/discover/projects/by/money_raised/category/41-largometraje (Consultado el 15/2/2021).

Tal y como explican en su página web, “los servicios de Verkami consisten en poner a disposición del promotor la plataforma para llevar a cabo su campaña de *crowdfunding*, así como un asesoramiento personalizado por parte de su equipo de expertos en las industrias culturales para plantearla y llevarla a cabo con las máximas garantías de éxito. Verkami percibe por estos servicios un 5% + IVA de lo que recaude el proyecto. A lo que hay que añadir el 1,35% + IVA por la gestión de los pagos realizados mediante tarjeta de crédito (que es la opción habilitada por defecto). Para los proyectos que recauden menos de 800 €, se establece un fijo de 50€ + IVA. Asimismo, el *crowdfunding* de Verkami es de *todo o nada*, es decir, que solo se cobrará por el servicio en el caso de conseguir el objetivo de recaudación planteado. Si no se consigue, no se recibe la financiación y no se hace ningún tipo de cargo, ni al autor ni a los mecenas que hayan hecho aportaciones”²¹⁶.

1.4.6. Goteo

La plataforma de *crowdfunding* Goteo, fundada en 2011, es una plataforma de donación y recompensa, así como de colaboración, con fines claramente sociales que fomenten el conocimiento libre. Esta plataforma ya ha sido objeto de estudios por parte de la doctrina, como el excelente artículo de Solera Navarro y Cabello Fernández-Delgado (2015)²¹⁷. En dicho artículo no solo se analiza el caso de Goteo, sino que se expone brillantemente el estado de la doctrina e investigación sobre el fenómeno del *crowdfunding* en general.

La plataforma se define a sí misma en su página web de la forma siguiente:

Goteo es una plataforma de *crowdfunding* o financiación colectiva (aportaciones monetarias) y colaboración distribuida (servicios, infraestructuras, microtarefas) para proyectos que además de ofrecer recompensas individuales generen retornos colectivos. Esto es, que fomenten el procomún, el código abierto y/o el conocimiento libre. Como miembro de esta red puedes cumplir uno o varios roles: impulsando un proyecto, cofinanciándolo o colaborando en su consecución²¹⁸.

²¹⁶ Recuperado de: <https://ayuda.verkami.com/article/100-costes-verkami> (Consultado el 27/2/2021).

²¹⁷ Solera Navarro, Fátima y Cabello Fernández-Delgado, Florencio (2015): “Crowdfunding para la producción cultural basada en el procomún: el caso de Goteo (2011-2014)” en *Historia y Comunicación Social* Vol. 20, Núm. 2 (2015) 447-464 ISSN: 1137-0734 http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51393 (Consultado el 16/11/2021).

²¹⁸ Recuperado de <http://www.goteo.org/faq> (consultado el 24/2/2021).

Asimismo, la misma plataforma limita la tipología de proyectos a financiar, no incluyendo en ningún caso los que tengan mero ánimo de lucro, comerciales o fines de lo que denomina “beneficencia”²¹⁹. En resumen, que la misma plataforma acota su actividad a actividades políticamente comprometidas de acuerdo con sus principios²²⁰, de forma que los proyectos audiovisuales que se presentan responden a dichos ideales.

Figura 99. *Página web de la plataforma de crowdfunding Goteo.*



Fuente; Página web de Goteo. Recuperado de: <https://www.goteo.org/> (Consultado el 24/2/2021).

La plataforma contaba en febrero de 2021 con 229.429 usuarios, con una tasa de éxito del 80,4% y 11,9 millones de euros recaudados, lo que supone un aporte medio de 50,6€²²¹.

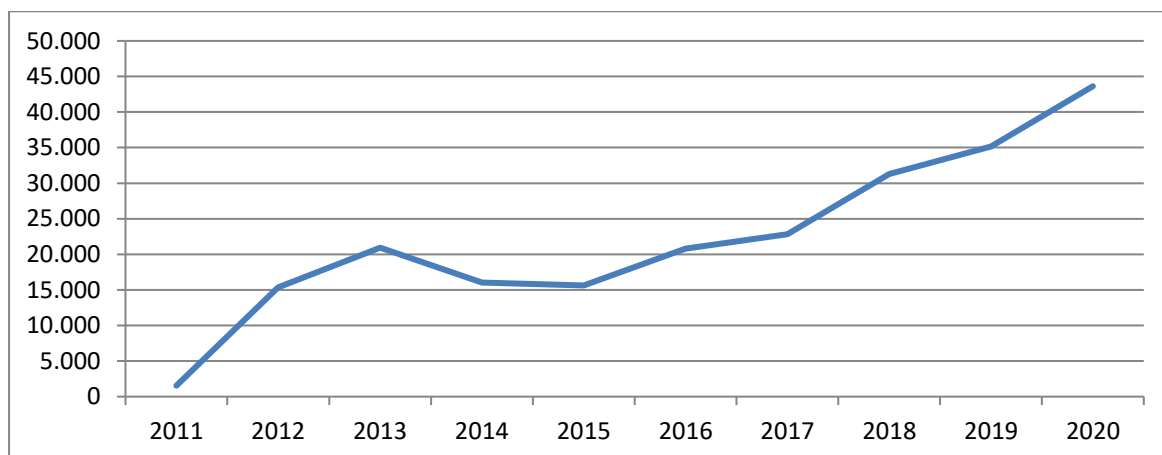
²¹⁹ Expresamente declaran que “Goteo no está orientado a ayudar en la financiación de proyectos cuya finalidad sea exclusivamente de lucro, ni tampoco a acoger procesos de venta de productos o servicios, ni campañas de sorteo, políticas o de recolección de fondos para iniciativas de beneficencia”. Recuperado de <http://www.goteo.org/faq> (consultado el 24/2/2021).

²²⁰ Tal y como la plataforma indica “Goteo es una plataforma en la que se pueden proponer proyectos de muy diverso tipo. Iniciativas creativas e innovadoras cuyos fines sean de carácter social, cultural, científico, educativo, tecnológico o ecológico; que ayuden a construir comunidad a su alrededor, fomenten el compromiso social, contribuyan al desarrollo del procomún, el código abierto y/o el conocimiento libre, para poder beneficiar así al mayor número posible de personas. Estamos enfocados a todo tipo de proyectos con “ADN abierto”: cultura libre, acción social, software y hardware libres, economía alternativa, arquitectura, gastronomía, investigación, permacultura, emprendizaje; que contribuyan al enriquecimiento de los bienes comunes a partir de materiales compartidos, gracias a la utilización de licencias libres y/o abiertas (por ejemplo, Creative Commons o GPL). Esto es, iniciativas que compartan información, conocimiento, procesos, resultados, responsabilidades, benéficos, contenidos digitales y otros recursos relacionados con la actividad para la que busquen apoyos y cofinanciación”. Recuperado de <http://www.goteo.org/faq> (consultado el 24/2/2021).

²²¹ Datos al 24/2/2021 tomados de su página web.

La plataforma suministra abundante e interesante información estadística en su web. La evolución del número de usuarios ha sido constante, con ligero altibajos en el período 2013-2015, según se muestra en la figura 100.

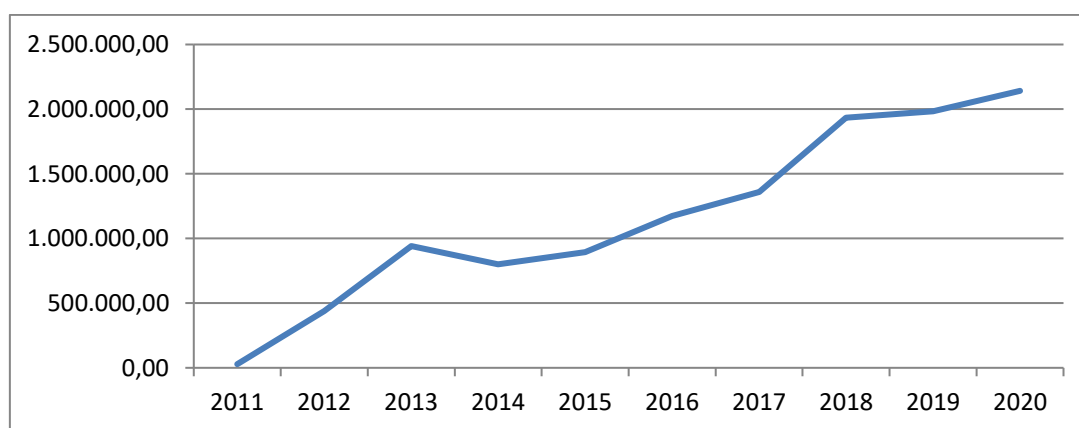
Figura 100. *Evolución del número de usuario nuevos dados de alta cada año (2011-2020).*



Fuente: Elaborado con los datos de la página web de Goteo, <https://stats.goteo.org/community/es/0/-1000/-all/-all-> (Consultado el 24/2/2021).

La recaudación ha evolucionado de forma permanente, con un ligero altibajo en 2013, coherente con la disminución de usuarios en dicho período, tal y como se observa en la siguiente figura 101.

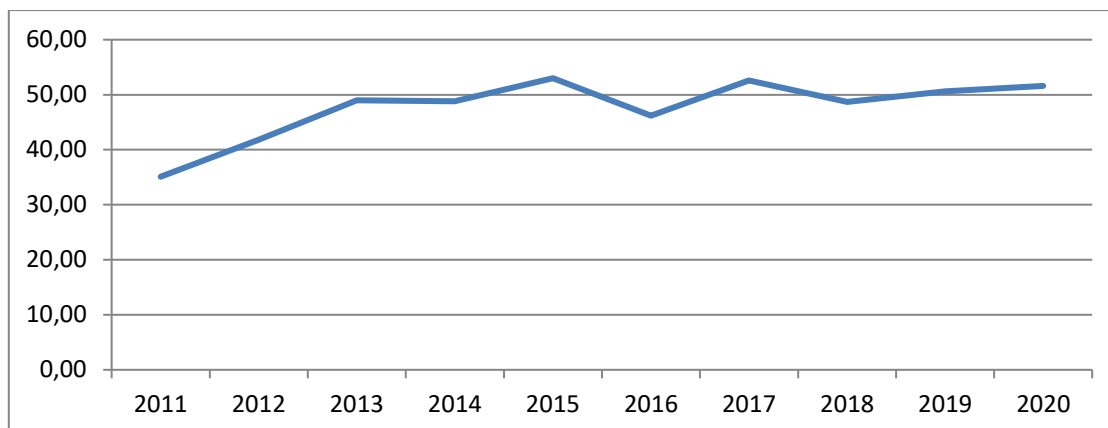
Figura 101. *Goteo. Recaudación (2011-2020). En euros*



Fuente: Elaborado con los datos de la página web de Goteo, <https://stats.goteo.org/money/es/0/-1000/-all/-all-> (Consultado el 24/2/2021).

La evolución de la media por aportación se ha mantenido prácticamente constante a partir de 2013, según muestra la figura 102 siguiente.

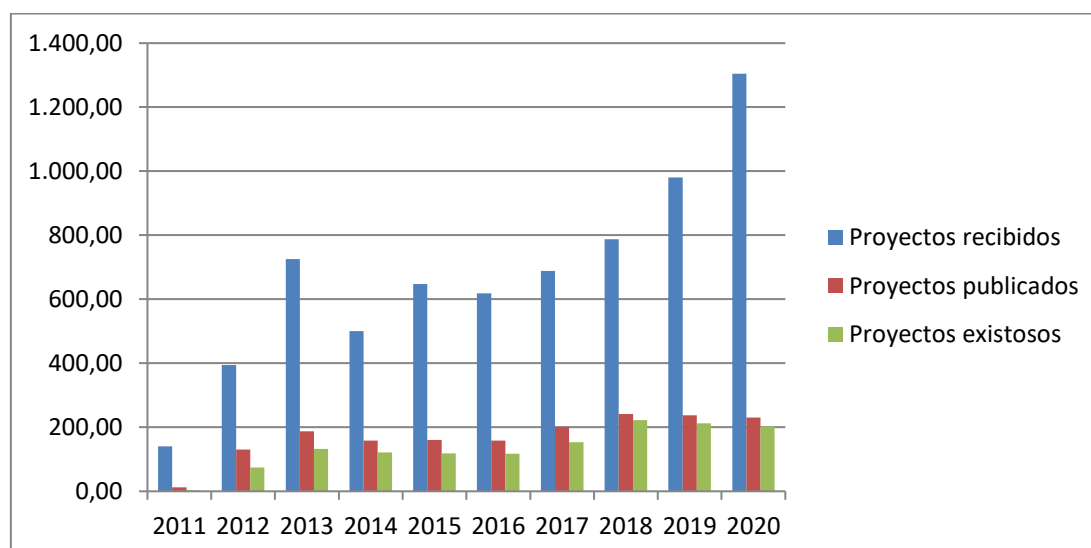
Figura 102. Goteo. Evolución de la media por aportación (2011-2020). En euros.



Fuente: Elaborado con los datos de la página web de Goteo, <https://stats.goteo.org/money/es/0/-1000/-all/-all-> (Consultado el 24/2/2021).

En el período 2011-2020 se han recibido 6.946 proyectos, de los cuales se han publicado 1.733 y han resultado exitosos 1.384. Después del altibajo de 2014 y la recuperación de 2018, el número de proyectos no para de crecer (figura 103).

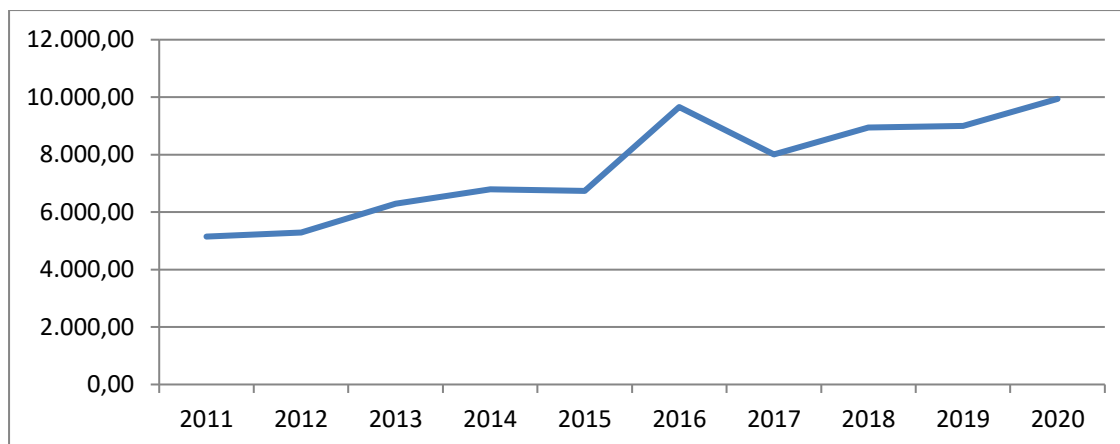
Figura 103. Goteo. Proyectos recibidos, publicados y exitosos (2011-2020).



Fuente: Elaborado con los datos de la página web de Goteo, <https://stats.goteo.org/money/es/0/-1000/-all/-all-> (Consultado el 24/2/2021).

La media recaudada por los proyectos exitosos es de 8.247,8€, evolucionando de forma sostenible desde 2018, después de la caída de 2017, según se observa en la figura 104.

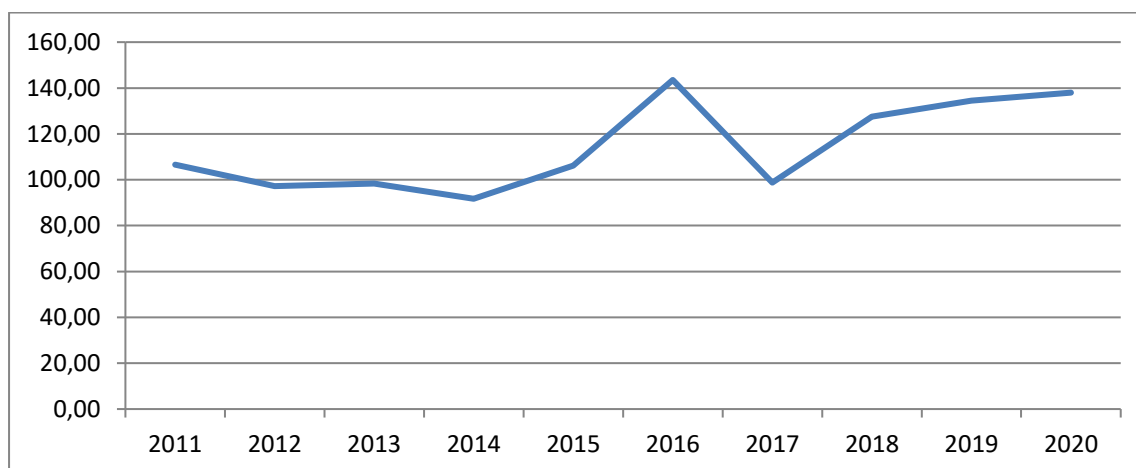
Figura 104. Goteo. Recaudación media de los proyectos exitosos (2011-2020). En euros.



Fuente: Elaborado con los datos de la página web de Goteo, <https://stats.goteo.org/money/es/0/-1000/-all/-all-> (Consultado el 24/2/2021).

El número medio de usuarios en los proyectos que han tenido éxito es de 138,5, cifra que ha evolucionado desde la caída de 2017, de la forma que se reproduce en la figura 105.

Figura 105. Goteo. Número medio de usuarios de proyectos exitosos (2011-2020).



Fuente: Elaborado con los datos de la página web de Goteo, <https://stats.goteo.org/money/es/0/-1000/-all/-all-> (Consultado el 24/2/2021).

Como curiosidad, hay que señalar que el 34,4% de los aportantes han renunciado a las recompensas o se conforman con un agradecimiento, lo cual demuestra que existe una intención más allá de la puramente financiera y más bien colaborativa sin ánimo de lucro.

Algunos de los proyectos cinematográficos incluidos en la plataforma son los siguientes:

- El documental *Parias de la Tierra*²²², sobre la historia del Partido Comunista de España (PCE), obtuvo de 960 aportantes la cantidad de 80.237€, cerca de alcanzar su denominada por la plataforma “cifra óptima” de 90.000€. Fue cerrado el 18/2/2021. Este proyecto ocupa el octavo lugar en el ranking de recaudación de la plataforma.
- El proyecto de cortometraje *Pocos, buenos y seguros*, sobre la revuelta de los presos sociales en la Transición española, lleva recaudados de 425 cofinanciadores la cantidad de 17.582€. La cifra óptima es de 25.433€ y el mínimo 12.000€²²³.
- El documental *Margalida*²²⁴, sobre el viaje emocional de Margalida, amante de Salvador Puig Antich y protagonista de la canción 'A Margalida' de Joan Isaac. Financiado el 16/3/2020, ha recaudado 10.149€ de 207 cofinanciadores. La cifra óptima era de 10.000€ y el mínimo de 6.000€.
- El cortometraje *(somos)corderitos*²²⁵. Financiado el 6/3/2020, ha recaudado 20.010€ de 27 cofinanciadores. La cifra óptima era de 4.700€ y el mínimo de 1.600€.
- El cortometraje *Os Prexuízos da Auga*²²⁶. Financiado el 6//2019, ha recaudado 7.265€ de 116 cofinanciadores. La cifra óptima era de 6.000€ y el mínimo de 5.000€.
- El largometraje *Maquis*²²⁷. Financiado el 24/5/2019, ha recaudado 6.126€ de 86 cofinanciadores. La cifra óptima era de 4.470€ y el mínimo de 2.150€.

1.5. Regulación legal del *crowdfunding* en España. Las plataformas de financiación participativa (PFP)

En España la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial (LFFE) establece en su Título V una regulación detallada y minuciosa de la actividad de las denominadas “Plataformas de Financiación Participativa” (PFP), que es como se denominan legalmente las empresas de *crowdfunding* en España.

La doctrina ha señalado la necesidad de la regulación con el fin de dotar de seguridad jurídica al sector (Zunzunegui: 2015)²²⁸.

²²² Recuperado de: <https://www.goteo.org/project/parias-de-la-tierra> (Consultado el 24/2/2021).

²²³ Recuperado de: <http://www.goteo.org/project/pocos-buenos-y-seguros> (Consultado el 24/2/2021).

²²⁴ Recuperado de: <https://www.goteo.org/project/margalida> (Consultado el 24/3/2021).

²²⁵ Recuperado de: <https://www.goteo.org/project/somos-corderitos> (Consultado el 24/3/2021).

²²⁶ Recuperado de: <https://www.goteo.org/project/os-prexuihos-da-auga> (Consultado el 24/3/2021).

²²⁷ Recuperado de: <https://www.goteo.org/project/maquis> (Consultado el 24/3/2021).

En un prolijo articulado, cuyo resumen se adjunta en el cuadro siguiente, se pretende una regulación de los denominados *crowdfunding* de préstamo y de inversión. El resto de las figuras de *crowdfunding* existentes en el mercado, básicamente la donación y recompensa (que en realidad es una compraventa desde el punto de vista jurídico fiscal) se consideran fuera de la necesidad de ser regulados. El legislador únicamente considera susceptibles de regulación aquellas modalidades en las que sea fundamental el “componente financiero de la actividad o, dicho de otro modo, en las que el inversor espera recibir una remuneración dineraria por su participación” (LFFE). Como dice textualmente la exposición de motivos de la LFFE²²⁹:

“Las plataformas de financiación participativa ponen en contacto a promotores de proyectos que demandan fondos mediante la emisión de valores y participaciones sociales o mediante la solicitud de préstamos, con inversores u ofertantes de fondos que buscan en la inversión un rendimiento. En dicha actividad sobresalen dos características, como son la participación masiva de inversores que financian con cantidades reducidas pequeños proyectos de alto potencial y el carácter arriesgado de dicha inversión. Si bien podría pensarse que son pequeños inversores los que financian por acumulación proyectos en estas plataformas, las experiencias internacionales apuntan a que los inversores profesionales, aquí denominados inversores acreditados, apuestan también por los proyectos de financiación participativa, prestando las plataformas que los publican un útil servicio de filtrado de proyectos potencialmente viables” (Exposición de motivos de la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial).

²²⁸ Zunzunegui, Fernando: (2015): “*Shadow banking, crowdfunding* y seguridad jurídica” en Papeles de Economía Española, N.º 146, 2015. ISSN: 0210-9107. «MERCADOS DE CRÉDITO». Páginas 145-159. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5295515> (Consultado el 15/2/2021).

²²⁹ Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial, «BOE» núm. 101, de 28 de abril de 2015, páginas 36606. Recuperada de <https://www.boe.es/eli/es/l/2015/04/27/5> (consultado el 8/7/2019).

Tabla 63. *Articulado de la Ley 5/2015, de 27 abril, en relación con el régimen jurídico de las plataformas de financiación participativa (PFP).*

Título V. Régimen jurídico de las plataformas de financiación participativa. Capítulo I. Plataformas de financiación participativa. Artículo 46. Plataformas de financiación participativa. Artículo 47. Ámbito de aplicación territorial. Artículo 48. Reserva de actividad y denominación. Artículo 49. Proyectos de financiación participativa. Artículo 50. Formas de financiación participativa. Artículo 51. Servicios de las plataformas de financiación participativa. Artículo 52. Prohibiciones. Capítulo II. Autorización y registro. Artículo 53. Autorización. Artículo 54. Registro. Artículo 55. Requisitos para ejercer la actividad. Artículo 56. Requisitos financieros. Artículo 57. Solicitud de autorización e inscripción. Artículo 58. Modificación de la autorización. Artículo 59. Revocación, suspensión y renuncia de la autorización. Capítulo III. Normas de conducta. Artículo 60. Principios generales. Artículo 61. Obligaciones de información general. Artículo 62. Conflictos de interés. Artículo 63. Proyectos vinculados. Artículo 64. Publicidad. Artículo 65. Conservación de información.
Capítulo IV. Sobre los promotores y los proyectos. Sección 1.ª Requisitos generales. Artículo 66. Diligencia en la admisión y comprobación de la identidad del promotor. Artículo 67. Requisitos de los promotores. Artículo 68. Límites al número de proyectos e importe máximo de captación. Artículo 69. Límites temporales y cuantitativos del proyecto. Artículo 70. Información sobre el proyecto. Artículo 71. Responsabilidad de la plataforma de financiación participativa respecto de la información del proyecto. Artículo 72. Obligaciones adicionales respecto de la información. Artículo 73. Responsabilidad de los promotores por la información publicada. Sección 2.ª Requisitos aplicables a los préstamos. Artículo 74. Idoneidad de los préstamos concedidos. Artículo 75. Información sobre el promotor que capta financiación mediante préstamos. Artículo 76. Información sobre los préstamos. Sección 3.ª Requisitos aplicables a las acciones, participaciones u otros valores representativos de capital y obligaciones. Artículo 77. Idoneidad de los valores emitidos. Artículo 78. Información sobre el promotor que emite valores. Artículo 79. Información sobre la oferta de valores. Artículo 80. Requisitos de los Estatutos sociales de los promotores. Capítulo V. Protección del inversor. Artículo 81. Tipos de inversores. Artículo 82. Límites a la inversión en proyectos publicados en plataformas de financiación participativa. Artículo 83. Requisitos de información previos a la inversión. Artículo 84. Expresiones del inversor. Artículo 85. Aplicación del derecho de protección de los consumidores y usuarios. Artículo 86. Aplicación del derecho de consumo a las plataformas de financiación participativa. Artículo 87. Prohibición de préstamos o créditos hipotecarios en proyectos con consumidores. Artículo 88. Advertencias a realizar. Capítulo VI. Supervisión, inspección y sanción. Artículo 89. Régimen de inspección y sanción. Artículo 90. Facultades de la Comisión Nacional del Mercado de Valores y cooperación con el Banco de España. Artículo 91. Comunicaciones a la Comisión Nacional del Mercado de Valores. Artículo 92. Infracciones. Artículo 93. Sanciones.

Fuente: Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial.

Se atribuye la potestad de autorización y registro a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, y en la exposición de motivos de la Ley 5/2015 se anuncia de forma reiterada los riesgos de la inversión, que se califica de “intrínsecamente arriesgada” por la falta de garantías jurídicas de la solvencia del promotor, a pesar de la diligencia exigible a la plataforma:

“La inversión en estos proyectos es intrínsecamente arriesgada tanto porque el promotor puede ser incapaz de devolver o remunerar los fondos recibidos, como por el hecho de que la plataforma, en su papel de intermediador y sin perjuicio de la diligencia que se le debe exigir, no garantiza en ningún momento la solvencia o viabilidad del promotor” (Exposición de motivos de la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial).

Sin entrar en las consecuencias jurídicas de la diligencia debida, lo cual constituye un tema para una amplia exposición, lo que sí se puede concluir es que el efecto reputacional que puede sufrir la plataforma puede llegar a ser decisivo para su propia supervivencia. Tan sólo este efecto reputacional constituye una razón suficiente para extremar al máximo el citado deber de diligencia. Las incidencias negativas que pudieran surgir en la relación de los promotores con los inversores, o viceversa, van a afectar de forma indudable a la misma plataforma, aunque jurídicamente haya cumplido con el máximo de sus obligaciones legales a lo largo de todo el proceso. En consecuencia, todas las obligaciones legales impuestas a la actividad de la plataforma están enfocadas a la protección de los inversores, aunque sin existir nunca una garantía efectiva del importe de sus inversiones.

1.5.1. Servicios de las PFP.

La Ley se preocupa de definir específicamente cuáles son los servicios que pueden prestar las plataformas, lo cual es sumamente importante porque implica que su organización y estructura deben ser capaces de prestar los mismos con plenas garantías. En primer lugar, la Ley define los servicios que podemos considerar esenciales e intrínsecos a su propia naturaleza.

“Las plataformas de financiación participativa prestarán los siguientes servicios:

- a) Recepción, selección y publicación de proyectos de financiación participativa.
- b) Desarrollo, establecimiento y explotación de canales de comunicación para facilitar la contratación de la financiación entre inversores y promotores” (artículo 51.1 de la LFFE).

Asimismo, la Ley permite que puedan prestar lo que se denominan “servicios auxiliares” distintos a los previstos en el apartado anterior. Dichos servicios podrán consistir, entre otros, en:

- “a) El asesoramiento a los promotores en relación con la publicación del proyecto en la plataforma incluyendo la prestación de servicios y asesoramiento en las áreas de tecnología de la información, marketing, publicidad y diseño.
- b) El análisis de los proyectos de financiación participativa recibidos, la determinación del nivel de riesgo que implica cada proyecto para los inversores y la determinación de cualquier otra variable que resulte útil para que los inversores tomen la decisión de inversión. La publicación, clasificación y agrupación de tal información en términos objetivos, sin realizar recomendaciones personalizadas, no constituirá asesoramiento financiero.
- c) La habilitación de canales de comunicación a distancia para que usuarios, inversores y promotores contacten directamente entre sí antes, durante o después de las actuaciones que den lugar a la financiación del proyecto.
- d) La puesta a disposición de las partes de los modelos de contratos necesarios para la participación en los proyectos.
- e) La transmisión a los inversores de la información que sea facilitada por el promotor sobre la evolución del proyecto, así como sobre los acontecimientos societarios más relevantes.
- f) La reclamación judicial y extrajudicial de los derechos de crédito, actuando en representación de los inversores o en nombre propio si los inversores le cedieren su derecho de crédito.
- g) Aquellos otros que en su caso determine el ministro de Economía y Competitividad o, con su habilitación expresa, la Comisión Nacional del Mercado de Valores” (artículo 51.2 de la LFFE).

Por último, y con el fin de facilitar la operativa de las operaciones de préstamo e inversión se podrán prestar servicios adicionales consistentes en la formalización de los contratos como representantes de los inversores:

“Además de los servicios previstos en los apartados anteriores y en relación con las solicitudes previstas en el artículo 50.1.b) y c) de esta Ley, las plataformas de

financiación participativa podrán formalizar los contratos de préstamo y de suscripción de participaciones que se basen en un acuerdo de voluntades manifestado a través de la plataforma de financiación participativa, actuando en representación de los inversores” (artículo 51.3 de la LFFE).

1.5.2. Requisitos de las PFP.

La Ley establece en ocho apartados estrictos requisitos formales a las PFP para garantizar el correcto funcionamiento de estas de cara al mercado y sus clientes.

“a) Tener por objeto social exclusivo la realización de las actividades que sean propias a las plataformas de financiación participativa, según lo dispuesto en este título y, en su caso, las actividades propias de una entidad de pago híbrida según lo previsto en el artículo 52.3 de esta Ley.

b) Tener su domicilio social, así como su efectiva administración y dirección, en territorio nacional o en otro Estado miembro de la Unión Europea.

c) Revestir la forma de sociedad de capital, constituida por tiempo indefinido.

d) Disponer del capital social al que se refiere el artículo 56 íntegramente desembolsado en efectivo y cumplir con los requisitos financieros a los que se refiere dicho artículo.

e) Que los administradores de la plataforma de financiación participativa sean personas de reconocida honorabilidad empresarial o profesional y posean conocimientos y experiencia adecuados en las materias necesarias para el ejercicio de sus funciones.

Concurre honorabilidad en quienes hayan venido mostrando una conducta personal, comercial y profesional que no arroje dudas sobre su capacidad para desempeñar una gestión sana y prudente de la plataforma. Para valorar la concurrencia de honorabilidad deberá considerarse toda la información disponible.

Tales requisitos de honorabilidad, conocimientos y experiencia serán exigibles también a los directores generales o asimilados de la plataforma de financiación participativa.

f) Disponer de una buena organización administrativa y contable o de procedimientos de control interno.

g) Disponer de los medios adecuados para garantizar la seguridad, confidencialidad, fiabilidad y capacidad del servicio prestado por medios electrónicos adecuados

h) Disponer de un reglamento interno de conducta que contemple, en particular, los posibles conflictos de interés y los términos de la participación de los administradores, directivos, empleados y apoderados en las solicitudes de financiación que se instrumenten a través de la plataforma.

i) Prever mecanismos para que, en caso de cese de su actividad, se sigan prestando todos o parte de los servicios a los que se comprometió para los proyectos de financiación participativa que hubieran obtenido financiación.” (artículo 55 de la LFFE).

Respecto de los requisitos financieros y de capital, el artículo 56.1 de la LFFE establece un riguroso régimen de importes mínimos y condiciones de funcionamiento.

“1. Las plataformas de financiación participativa deberán disponer en todo momento de:

a) Un capital social íntegramente desembolsado en efectivo de, al menos, 60.000 euros, o

b) un seguro de responsabilidad civil profesional, un aval u otra garantía equivalente que permita hacer frente a la responsabilidad por negligencia en el ejercicio de su actividad profesional, con una cobertura mínima de 300.000 euros por reclamación de daños, y un total de 400.000 euros anuales para todas las reclamaciones, o

c) una combinación de capital inicial y de seguro de responsabilidad civil profesional, aval u otra garantía equivalente que dé lugar a un nivel de cobertura equivalente al de las letras a) y b) anteriores.

2. Cuando la suma de la financiación obtenida en los últimos 12 meses por los proyectos publicados en la plataforma sea superior a dos millones de euros, las plataformas de financiación participativa deberán disponer de recursos propios como mínimo iguales a 120.000 euros.

3. Adicionalmente, sus recursos propios totales se verán incrementados en función de la suma de los siguientes conceptos, referidos al importe total de la financiación obtenida en los últimos doce meses por los proyectos publicados en la plataforma:

a) Hasta los primeros 5.000.000 de euros, no será necesario el incremento.

b) Por el importe que exceda de 5.000.000 de euros y hasta los siguientes 50.000.000 de euros, un 0,2 por ciento de dicho importe.

c) Por el importe que exceda de 50.000.000 de euros, un 0,1 por ciento de dicho importe.

d) No obstante lo anterior, la cuantía adicional exigible no sobrepasará los dos millones de euros.

4. A efectos del cumplimiento de las exigencias de recursos propios tal y como se establecen en este artículo, se entenderán como tales la suma del capital íntegramente desembolsado, prima de emisión y reservas.

5. La Comisión Nacional del Mercado de Valores podrá exigir a las plataformas de financiación participativa que incumplan los requisitos previstos en este artículo, la presentación de un plan para retornar al cumplimiento, así como que introduzcan en el citado plan las mejoras necesarias en cuanto a su alcance y plazo de ejecución.

6. La Comisión Nacional del Mercado de Valores podrá desarrollar lo previsto en este artículo”. (artículo 56 de la LFFE).

1.5.3. Límites del número de proyectos e inversión en las PFP

La Ley establece una serie de estrictas condiciones en el funcionamiento de la PFP con el fin de limitar, en la medida de lo posible, el impacto económico que se pudiera producir por riesgos en los negocios subyacentes de préstamo e inversión. En este sentido, las PFP “se asegurarán de que ningún promotor tiene publicado simultáneamente en la plataforma más de un proyecto” (artículo 68.1 LFFE)

También se establecen unos límites en la inversión. “El importe máximo de captación de fondos por proyecto de financiación participativa a través de cada una de las plataformas de financiación participativa no podrá ser superior a 2.000.000 de euros, siendo posible la realización de sucesivas rondas de financiación que no superen el citado importe en cómputo anual. Cuando los proyectos se dirijan exclusivamente a inversores acreditados, el importe máximo podrá alcanzar los 5.000.000 de euros”. (artículo 68.2 LFFE)

Respecto de la protección de los inversores no acreditados, las PFP se deben asegurar “que ningún inversor no acreditado, se comprometa a invertir o invierta a través de ella más de 3.000 euros en el mismo proyecto publicado por una misma plataforma de financiación participativa”, así como que “se comprometa a invertir o invierta a través de ella más de

10.000 euros en un periodo de 12 meses, en proyectos publicados por una misma PFP” (artículo 82 LFFE)

Las PFP se tienen que asegurar “de que para cada proyecto de financiación participativa se establezca un objetivo de financiación y un plazo máximo para poder participar en la misma” (artículo 69.1 LFFE), aunque “podrán establecer en sus reglas de funcionamiento que el objetivo de financiación y el plazo máximo puedan ser superados hasta en un 25 por ciento siempre que se informe, con carácter previo a la inversión, de tal posibilidad y de los supuestos que dan lugar a la misma” (artículo 69.2 LFF). La PFP “garantizará que el objetivo de financiación y el plazo máximo no sean superados”.

“Si no se alcanzara el objetivo de financiación dentro del plazo temporal fijado o, en su caso, superado (...), se procederá a la devolución de las cantidades aportadas” (artículo 69.4 LFF). “No obstante (...), las plataformas de financiación participativa podrán establecer en sus reglas de funcionamiento que el proyecto reciba la financiación cuando se hubiere alcanzado al menos el 90 por ciento del objetivo de financiación, una vez descontada la participación en el proyecto que pudiera tener la propia plataforma de acuerdo con el artículo 63.1, y siempre que se informe, con carácter previo a la inversión, de tal posibilidad y de los supuestos que dan lugar a la misma”(artículo 69.5 LFF). El objetivo de esta medida es impedir que el promotor pueda recibir fondos que en realidad son insuficientes para la realización del proyecto, con lo cual se evita que los inversores puedan perder sus aportaciones por no alcanzar el importe mínimo exigido de inversión inicial. En suma, que la Ley establece en general, una serie de restricciones, medidas y obligaciones a cumplir por la PFP, con el fin de proteger a los inversores de posibles quebrantos en sus decisiones de inversión.

1.5.4. Plataformas autorizadas por la CNMV

A pesar del tiempo transcurrido desde la entrada en vigor de la Ley, y la existencia previa de plataformas operando en el mercado, las PFP autorizadas por la CNMV han ido oscilando alrededor de cuarenta sociedades activas y registradas en el Registro de Plataformas Participativas de la página web de la CNMV, tal y como se reproduce en la tabla 64.

Tabla 64. Plataformas de financiación participativa.

Plataformas de financiación participativa				
Denominación Social	No. Registro Oficial	Fecha de Registro	Página Web	
ADVENTUREROS, PFP, S.L.	14	13/02/2017	www.adventurees.com	
BUSINESS DREAM FACTORY PFP, SOCIEDAD LIMITADA	28	24/05/2019	www.bdkapital.es	
CITYPRIVE PFP, S.L.	30	22/11/2019	WECITY.IO	
CIVISLEND PFP, S.A.	21	06/10/2017	www.civislend.com	
CROWDCUBE SPAIN, PLATAFORMA DE FINANCIACION PARTICIPATIVA, S.L.	11	25/11/2016	WWW.CROWDCUBE.ES	
CROWDFUNDING BIZKAIA, PFP, S.L.	25	21/05/2018	www.crowdfundingbizkaia.com	
CROWDHOUSE WORLDWIDE PFP, S.L.	22	19/01/2018	www.icrowdhouse.com	
EASY FINANCING CLUB, PFP, S.L.	6	21/09/2016	www.excelend.com	
ECROWD INVEST PLATAFORMA DE FINANCIACION PARTICIPATIVA, S.L.	10	21/10/2016	WWW.ECROWDINVEST.COM	
EINICIA CROWDFUNDING PFP, S.L.	16	13/02/2017	www.einicia.es	
FELLOW FUNDERS, PFP, S.A.	12	02/12/2016	www.fellowfunders.es	
FUNDEEN SPAIN, P.F.P., S.L.	27	18/02/2019	https://www.fundeen.com	
GEDESCLUB, PFP, S.L.	31	04/09/2020	www.gedesclub.es	
GROW.LY PLATAFORMA DE FINANCIACION PARTICIPATIVA, S.L.	7	14/10/2016	www.growly.es	
HOUSERS GLOBAL PROPERTIES, PFP, S.L.	20	02/06/2017	www.housers.com	
LA BOLSA SOCIAL, PFP, S. L	1	15/12/2015	https://www.bolsasocial.com/	
MYTRIPLEA FINANCIACIÓN PFP, S.L.	3	27/07/2016	www.mytripleaprestamos.com	

Plataformas de financiación participativa			
Denominación Social	No. Registro Oficial	Fecha de Registro	Página Web
OCTOBER ESPAÑA PLATAFORMA DE FINANCIACION PARTICIPATIVA, S.L.	8	14/10/2016	https://es.october.eu
PFP CAPITAL CELL, S.L.	17	17/03/2017	WWW.CAPITALCELL.NET
SOCIEDAD ECONOMICA PARA EL DESARROLLO DE LA FINANCIACION ALTERNATIVA COLECTUAL PFP, S.L.	5	21/09/2016	www.colectual.com
SOCILEN, PFP, S.L.	9	21/10/2016	https://www.socilen.com/
SOCIOSINVERSORES 2010 PFP, S.L.	2	15/07/2016	https://www.sociosinversores.com/
STARTUPXPLORE, PFP, S.L.	19	21/04/2017	https://startupxplore.com
STOCKCROWD PFP, S.L.	24	13/04/2018	WWW.STOCKCROWDIN.COM
THE CROWD ANGEL, PFP, S.L.	18	24/03/2017	WWW.THECROWDANGEL.COM
URBANITAE REAL ESTATE PLATFORM, P.F.P, S.L.	29	15/07/2019	https://urbanitae.com Y https://urbanitae.es
WELCOME CAPITAL PLATAFORMA DE FINANCIACIÓN PARTICIPATIVA, S.A.	15	13/02/2017	www.welcomecapital.es
ZANK FINANCIAL PFP, S.L.	23	23/02/2018	www.zank.com.es

Fuente: Extraído de la página web de la CNMV,
<https://www.cnmv.es/porta/Consultas/Plataforma/Financiacion-Participativa-Listado.aspx>
 (consultado el 19/9/2020).

De todas ellas no existe ninguna especializada en la financiación de las industrias creativas y culturales.

1.5.5. La Bolsa Social

La plataforma más próxima a una actividad de estas características es La Bolsa Social²³⁰, creada en 201, que tiene por objeto la financiación mediante la participación en el capital de los proyectos (*equity*). Según anuncian en su web han alcanzado los 4,9 millones de euros invertidos por 7.263 aportantes en 24 rondas, correspondientes a otras tantas empresas solicitantes de fondos²³¹.

Figura 106. *La Bolsa Social. Portada web.*



Fuente: Extraído de la página web La Bolsa Social. Recuperado de <https://www.bolsasocial.com/?lang=esp#> (Consultado el 26/1/2021).

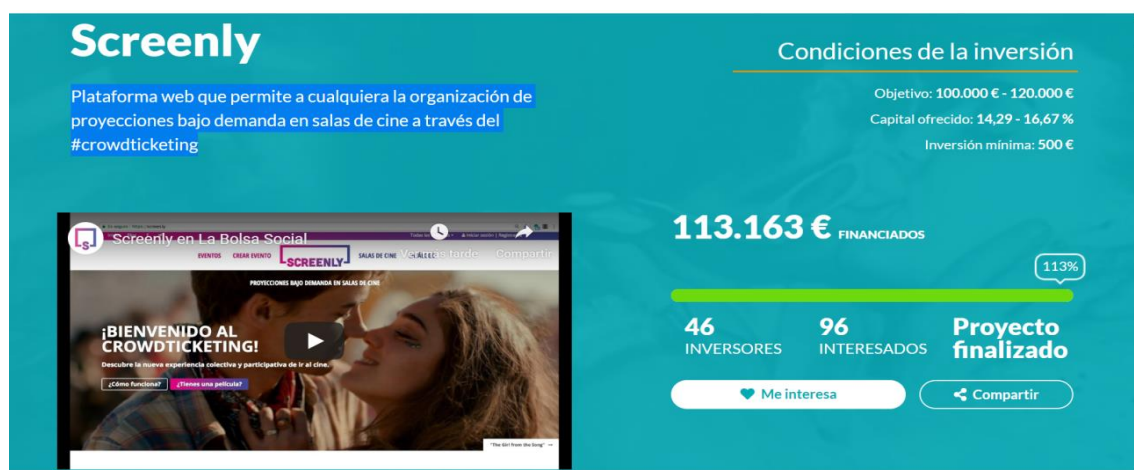
La Bolsa Social financió, entre las 24 operaciones financiadas de diferentes sectores, la ampliación de capital para el proyecto Screenly, consistente en una plataforma web que permite al usuario la organización de proyecciones de películas en salas de cine previa demanda²³². Consiguieron recaudar a través de las aportaciones de 46 inversores la cantidad de 113.163 euros frente a un objetivo de capital entre 100.000 euros y 120.000 euros,

²³⁰ La Bolsa Social fue la primera PFP autorizada por la CNMV en España. Fundada en 2014 tiene 5,344 miembros, 3,2 millones € invertidos y 16 rondas financiadas, según indica en su página web <https://www.bolsasocial.com/team/> (Consultado el 12/9/2019).

²³¹ Recuperado de <https://www.bolsasocial.com/?lang=esp#> (Consultado el 26/01/2021).

²³² <https://www.bolsasocial.com/investment/screenly91/> (Consultado el 12/9/2019).

Figura 107. Página web del proyecto Screenly publicado por La Bolsa Social.



Fuente: Extraído de página web de La Bolsa Social.

<https://www.bolsasocial.com/investment/screenly91/> (Consultado el 12/9/2019).

Asimismo, respecto del proyecto Whatscine, para el acceso de persona con dificultades para el acceso a contenidos audiovisuales, obtuvieron 300.000 euros de capital, cumpliendo el 100% de la oferta.

Figura 108. La Bolsa Social. Proyecto Whatscine.



Fuente: Extraído de La Bolsa Social. Web.

<https://www.bolsasocial.com/investment/screenly91/> (Consultado el 12/9/2019).

Una de las razones de la falta de interés en el sector de las ICC es precisamente la que se menciona a lo largo de esta tesis: la aversión al riesgo por parte de los inversores al sector de las ICC por considerarlo de alto riesgo. Ello a su vez debido por el desconocimiento de su funcionamiento y el que los activos sean fundamentalmente intangibles y basados en la propiedad intelectual. Lo que propicia la falta de herramientas y tradición en el análisis del riesgo del sector.

1.5.6. Plataformas digitales no autorizadas por la CNMV.

Por último, hay que señalar que sí existen son plataformas digitales que actúan como lugares de encuentro entre agentes del sector para realizar negocios, que se denominan con el término anglosajón de *marketplaces*. Dichas plataformas se encuentran fuera del ámbito de aplicación de la legislación española de PFP, aunque se podría discutir sobre su verdadera naturaleza.

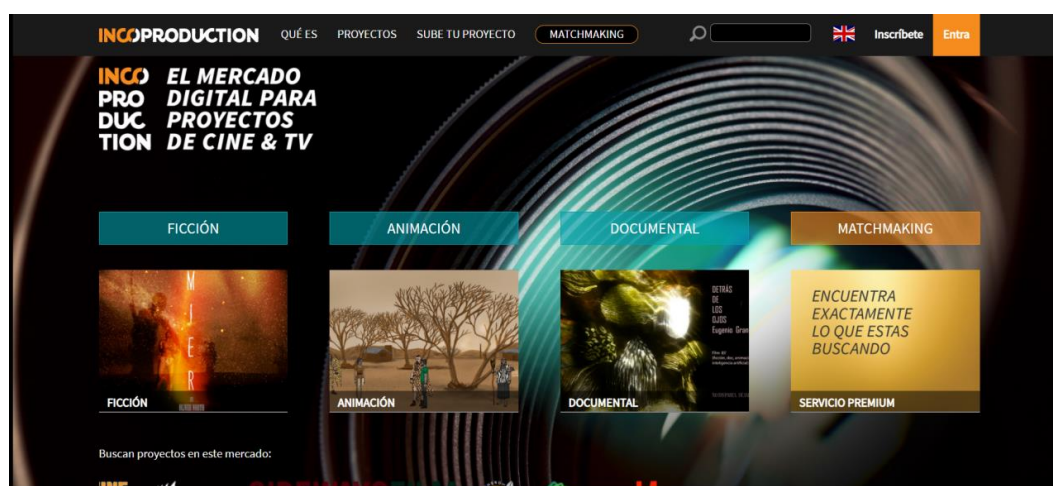
Ejemplos de *marketplaces* españolas dirigidas a la industria audiovisual en España son Incoproduction, Filmarket Hub, Mediabank y Fun & Money.

1.5.6.1. Incoproduction

Según indica en su página web Incoproduction “es un mercado audiovisual que reúne la oferta de proyectos que buscan financiación y/o distribución con la demanda de los mismos”. Aquí no existen las limitaciones de tiempo ni espacio y los proyectos están siempre disponibles para ser coproducidos, pre-vendidos, pre-comprados, para cerrar acuerdos de distribución en cualquier plataforma, encontrar agente de ventas y para ser vistos por los programadores de festivales”²³³. En consecuencia, se declaran un mercado online que sustituye, de alguna forma, a los mercados presenciales tradicionales (que vimos en un capítulo anterior de esta Tesis). Por lo que podría considerarse una consecuencia de la evolución al mundo digital de una realidad superada, entre otros factores, por los costes de desplazamiento y asistencia a mercados y por la citada Pandemia que ha paralizado el mundo. Se trata de una iniciativa española, que ha obtenido apoyo por parte del Ministerio de Cultura para su lanzamiento, aunque actualmente (octubre 2020) cuenta con un limitado número de proyectos anunciados en la web y muestra las dificultades de abrir estos nuevos mercados online.

²³³ http://incoproduction.com/es/page/how_does_it_work (Consultado el 14/10/2020).

Figura 109. Web del mercado audiovisual on-line Incoproduction.



Fuente: Extraído de Incoproduction. Web. <http://incoproduction.com/es> (consultado el 14/10/2020).

1.5.6.2. Filmarket Hub

Otro caso es el ofrecido por la plataforma catalana Filmarket Hub, que se presenta directamente como un “mercado online para largometrajes y series en desarrollo”²³⁴ y que presume de contar con apoyos de distintos agentes de la industria, como distribuidores, festivales y mercados. Concretamente ofrece también un mercado de guiones de largometrajes y series en desarrollo, lo cual constituye sin ninguna duda un importante apoyo para la puesta de conocimiento de la actividad de los autores (guionistas) y su conexión con los productores²³⁵. Asimismo, también apoyan en las actividades de marketing a las productoras interesadas en sus servicios.

Sin embargo, igual que en el caso anterior, a pesar de la inversión y esfuerzo realizado, con presencia física en mercados y festivales, la realidad es que los mercados

²³⁴ <https://www.filmarkethub.com/> (Consultado el 14/10/2020).

²³⁵ La plataforma FilmarketHub colabora en el Madrid Online Pitchbox, una iniciativa de *matchmaking* dirigida a descubrir los mejores proyectos de ficción del mercado y conectarlos con las principales empresas de la industria española. Recuperado de <https://www.programaibermedia.com/filmarket-hub-anuncia-los-proyectos-seleccionados-para-el-madrid-online-pitchbox/> (Consultado el 26/1/2021).

online todavía no atraen a un número suficiente de compradores para hacerlos totalmente viables y competitivos frente a los mercados físicos.

Figura 110. Web del mercado audiovisual on-line Filmarket Hub.

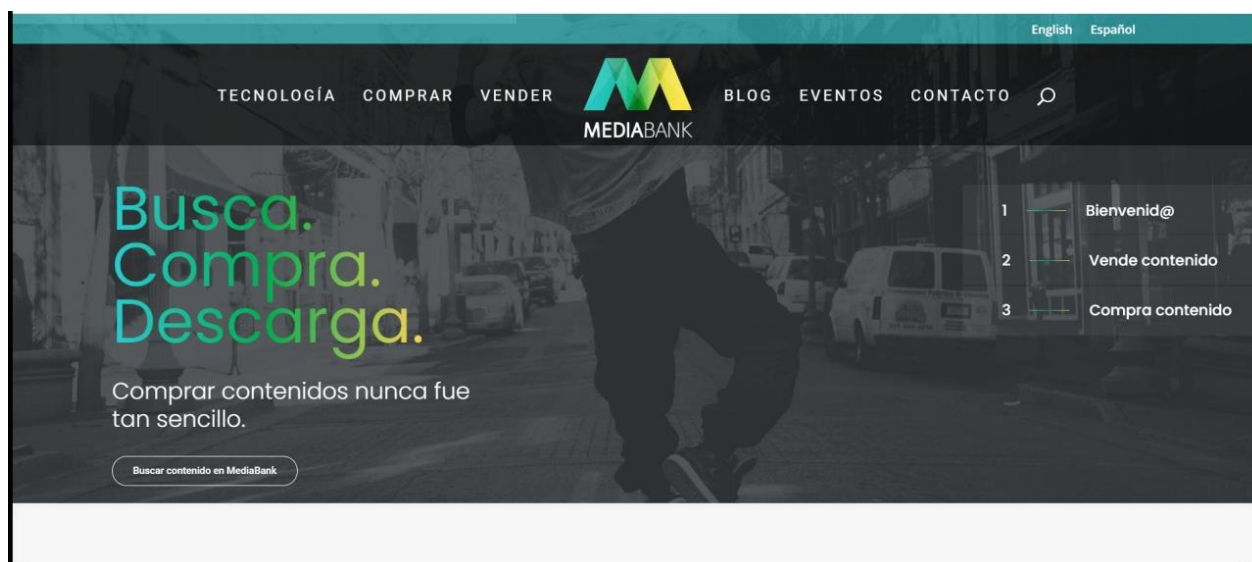


Fuente: Extraído de Filmarket Hub. Web <https://www.filmarkethub.com/> (consultado el 14/10/2020).

1.5.6.3. Mediabank

Mediabank presenta otro modelo, en este caso de compraventa de contenidos.

Figura 111. Web de la plataforma de marketplace de contenidos MEDIABANK.



Fuente: Extraído de Mediabank Web <https://www.mediabank.tv/es/> (consultado el 14/10/2020).

1.5.6.4. Fun & Money.

Por último, Fun & Money se presenta como un *marketpkace* de inversores de las industrias culturales²³⁶.

Plataforma promovida por un despacho de abogados (Carrillo Asesores) especializado en industrias culturales, entre otros servicios, pretende convertirse en una plataforma de mecenazgo cultural.

Hay que resaltar que recibió una ayuda del Ministerio de Cultura como uno de los mejores proyectos de Industrias Culturales de 2019.

Figura 112. *Fun & Money. Portada web.*

²³⁶ En la página web del Ministerio de Cultura se define a Fun & Money como “un portal web que tiende puentes entre proyectos culturales y empresas y miembros de la sociedad civil susceptibles de ser financiadores de tales iniciativas culturales, a cambio de recibir los beneficios que pueden encontrar en las diferentes formas de financiación disponibles online”. Recuperado de <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/industriasculturales/mejores-proyectos/modernizacion-2019/fun-and-money.html> (Consultado el 26/1/2021).



Fuente: Extraído de Fun & Money. Recuperado de <https://www.funandmoney.es/> (Consultado el 26/1/2021).

2. Los sistemas de garantías

Los modelos de garantías²³⁷ son fundamentales para cubrir el riesgo de la inversión²³⁸. Básicamente, la garantía es un contrato mediante el cual, una tercera parte (garante) se hace responsable de las obligaciones de pago del sujeto al que se avala, frente a otra parte (por ejemplo, la devolución de un crédito frente a un Banco). Las garantías pueden ser reales (cuando cuentan con garantías de índole real, como un inmueble) y personales (cuando la garantía es meramente personal). Las garantías pueden ser financieras (cuando responden de obligaciones de devolución de un préstamo o crédito) o técnicas (cuando responden del cumplimiento de obligaciones, como por ejemplo un contrato).

²³⁷ En España, a raíz de la publicación de la Ley 1/1994, de 11 de marzo, sobre el Régimen Jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca, existe una amplia experiencia doctrinal sobre la materia. Véase, entre otros, como ejemplos el magnífico artículo donde se expone las diversas tipologías de esquemas de garantías en Horacio, Pombo, Pablo y Ramírez, Jesús N. (2020): *Garantías y modelos de negocio*. en BANCA & DESARROLLO | Revista ALIDE, páginas 26.31. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/345015384_Tipologias_de_sistemas_de_garantia_y_sus_modelos_de_negocio (Consultado el 15/2/2021).

²³⁸ Por un lado existe lo que se denomina “adicionalidad financiera extensiva”, que facilita el acceso al crédito al que, si no existiera la garantía, no se podría acceder, de la denominada “adicionalidad financiera” por la que se mejoran las condiciones de tipo de interés y/o el plazo. Véase el brillante artículo al respecto en Molina, Horacio, Pombo, Pablo y Ramírez, Jesús N. (2020): *La medición de la adicionalidad generada por los Sistemas de Garantía de Crédito*, XIX Congreso Internacional AECA, Santiago de Compostela, 27 al 29 de septiembre de 2017. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/329487440_La_medicion_de_la_adicionalidad_generada_por_los_Sistemas_de_Garantia_de_Credito/link/5c0ac182299bf139c746e6d2/download (Consultado el 15/2/2021).

En Europa existen dos modelos actualmente vigentes: en Francia, desde 1983, el IFCI y en España, desde 2005, CREA SGR. Ambos modelos han demostrado una extraordinaria eficacia en su gestión. La principal razón por la que en otros países europeos no existan instituciones financieras específicamente dedicadas a la concesión de avales radica en que las instituciones financieras de crédito asumen directamente el riesgo de las operaciones. Y asumen directamente el riesgo porque disponen de equipos especializados en el análisis del riesgo en el sector cinematográfico²³⁹. Hay que señalar que dichas entidades financieras acuden regularmente a los mercados internacionales cinematográficos para prestar sus servicios de financiación, captar clientes y realizar presentaciones, actividad que como se puede adivinar no es precisamente un objetivo para las entidades financieras españolas tradicionales. Salvo alguna otra notable excepción, tan sólo la oficina de Triodos Bank en España acude habitualmente a dichos eventos con fines comerciales y de negocio. Personalmente creo que se echa en falta un verdadero interés profesional por la financiación cinematográfica por parte de entidades financieras españolas solventes y especializadas en el sector. Quizás el hecho de haber sufrido algún revés en la financiación en algunas operaciones ha producido el efecto negativo de una cierta precaución del sector financiero frente al sector cinematográfico.

2.1.El IFCIC (Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles)

El IFCIC es una institución de crédito francesa especializada sectorialmente y de ámbito nacional, fundada en 1983, cuyo objetivo, establecido por el Ministerio de Cultura y Comunicación de Francia, así como por el Ministerio de Hacienda francés, consiste en contribuir al desarrollo de la industria cultural francesa a través de facilitar el acceso de las empresas del sector a la financiación bancaria²⁴⁰.

IFCIC es una entidad de crédito independiente de carácter privado, pero con una importantísima participación pública, con lo que se convierte en un buen ejemplo de lo que se califica como colaboración público-privada. El 49% del capital pertenece al Estado Francés y al Grupo Bpifrance, y el 51% restante es propiedad de accionistas privados, incluyendo de

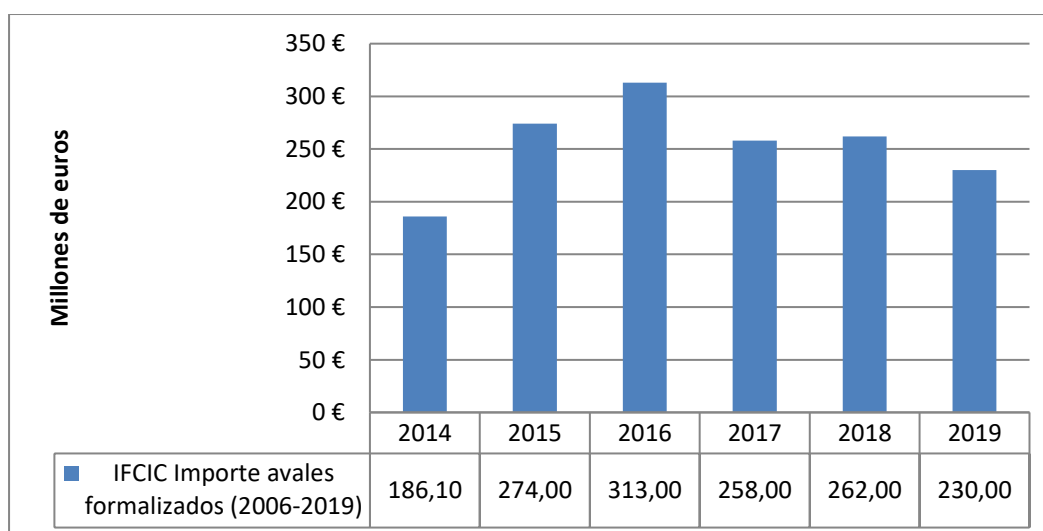
²³⁹ Se exponen todas las entidades financieras europeas especializadas en el sector cinematográfico en el magnífico estudio de Baujard, Terry et alius (2009): *Study on the Role of Banks in the European Film Industry*, Peacefulfish. Disponible en línea: http://www.media-italia.eu/files/doc/1139_12May-Banks_Final_Report.pdf (consultado el 27/3/2019).

²⁴⁰ La información de este apartado se ha tomado de la página web del IFCIC <http://www.ifcic.fr/> (Consultado el 12/9/2019 y 29/10/2020).

forma directa o indirecta a la mayoría de los principales bancos comerciales e instituciones financieras de préstamo establecidas en Francia. Su cercanía a la industria, las relaciones con comités de expertos y la red de contactos profesionales de IFCIC le proporcionan una ventaja comparativa en el análisis de riesgo de las compañías a las que dirigen su actividad.

El IFCIC dispone de dos tipos de productos: préstamos y garantías. La parte más importante de su actividad consiste en facilitar a los bancos con los que trabaja garantías financieras y análisis de riesgo específicos, especialmente en relación con préstamos a corto plazo para la financiación de proyectos audiovisuales, así como para otros proyectos culturales. El importe de la garantía oscila entre el 50% y el 70% del importe total del crédito solicitado por el beneficiario de la garantía. El volumen de garantías y prestamos asociados ha ido disminuyendo desde los máximos del año 2016, de 313,2 millones € y 590,3 millones €, respectivamente. La sociedad concedió 230 millones € de nuevas garantías en 2019, cifra inferior a la de 2018 (261,8 millones €), tal y como se puede ver en la figura 113.

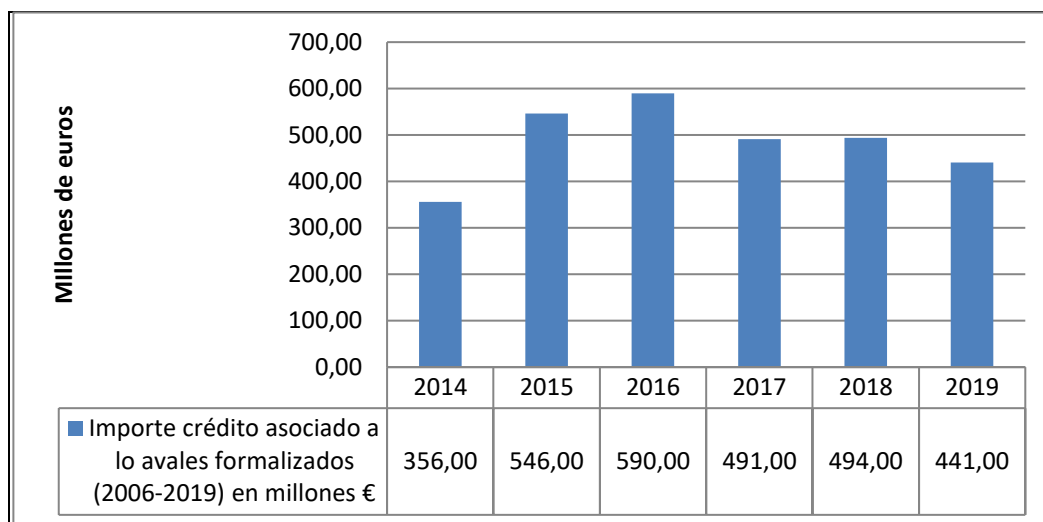
Figura 113. IFCIC. Volumen de garantías concedidas (2014-2019) en millones de euros,



Fuente: Elaborado con los datos de IFCIC, Memoria anual 2019, página 15.

Estas garantías cubrían un volumen de préstamos asociados, lógicamente, significativamente superior: 441 millones € en 2019, lo que supone una cierta disminución frente a los 493,9 millones € de 2018 (figura 114).

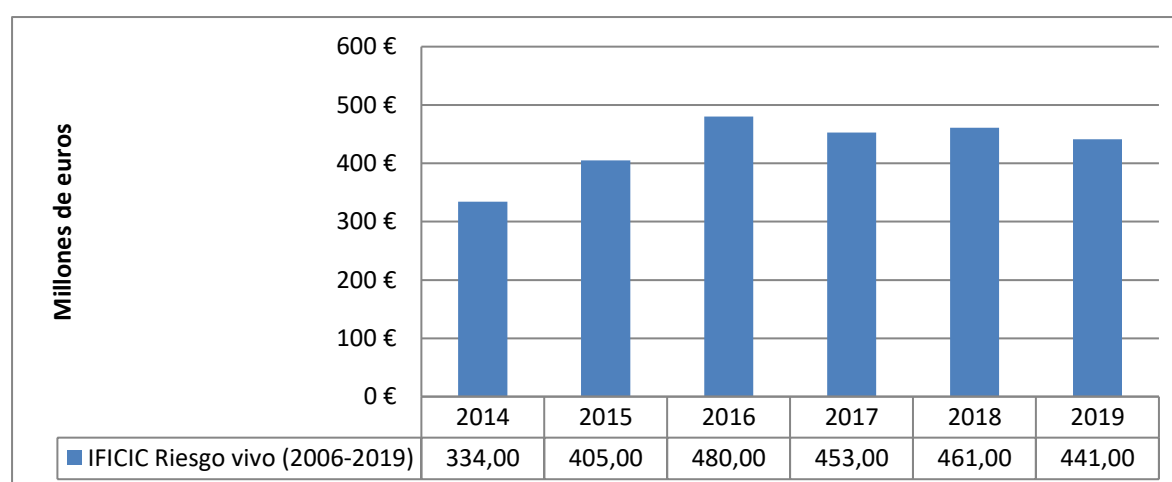
Figura 114. IFCIC. Volumen de crédito total asociado a los avales concedidos (2014-2019) en millones de euros.



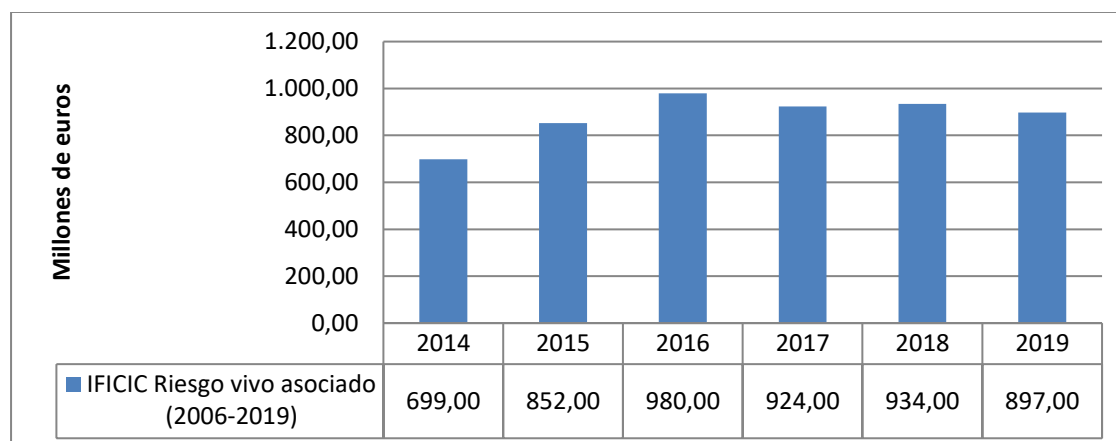
Fuente: Elaborado con los datos de IFCIC, Memoria anual 2019, página 15.

En la figura 115 se muestra la evolución del volumen de riesgo vivo, que también ha disminuido desde el máximo alcanzado en el año 2017 de 480 millones € y de riesgo total asociado (figura 124) de 980,2 millones €. En 2019 disminuyó hasta los 441 millones de € m frente a los 461 millones € de 2018. Y el de crédito vivo asociado a las garantías concedidas vivas se ha reducido hasta los 897 millones € frente a los 934,3 millones € de 2018).

Figura 115. IFCIC. Volumen de riesgo vivo (2014-2019) en millones de euros.

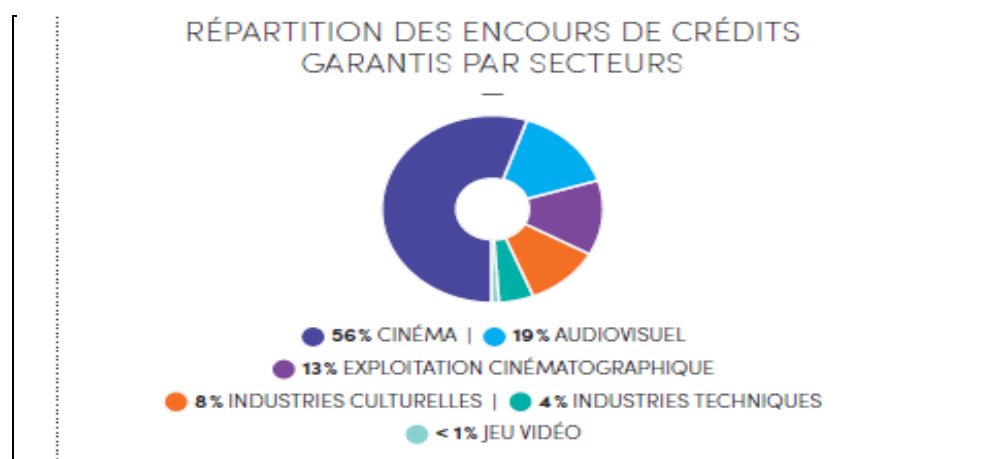


Fuente: Elaborado con los datos de IFCIC, Memoria anual 2019, página 17.

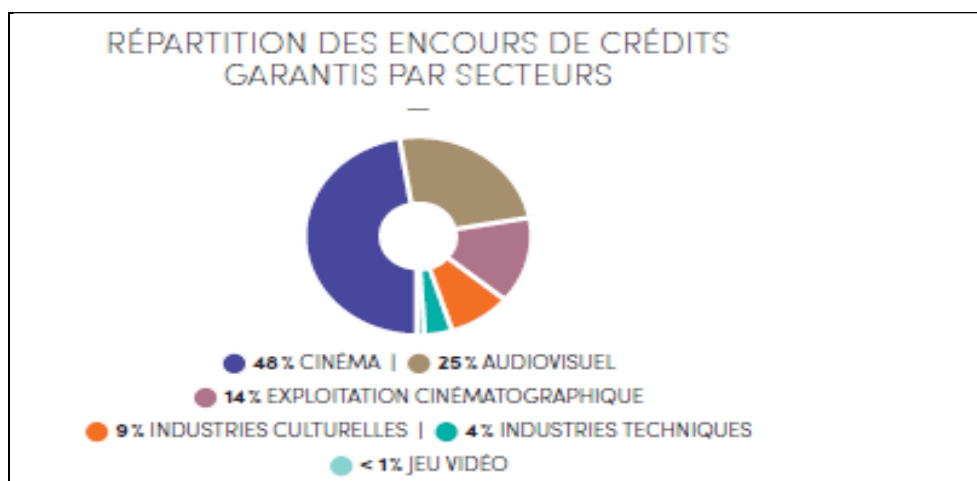
Figura 116. IFCIC. Volumen de riesgo vivo asociado (2014-2019) en millones de euros.

Fuente: Elaborado con los datos de IFCIC, Memoria anual 2019, página 17.

En cuanto al desglose de las garantías por sectores, en las figuras 117 y 118 se pueden observar que se mantienen en cierto modo la importancia del audiovisual. El reparto de las garantías vivas por sectores de los años 2019 y 2018 muestra la importancia de la producción de cine (48% y 56%), seguida del audiovisual (25% y 19,5%), salas de cine (14% y 13%), otras industrias culturales (9% y 8%), industrias técnicas (4% en los dos años) y videojuegos (menos del 1% en ambos ejercicios).

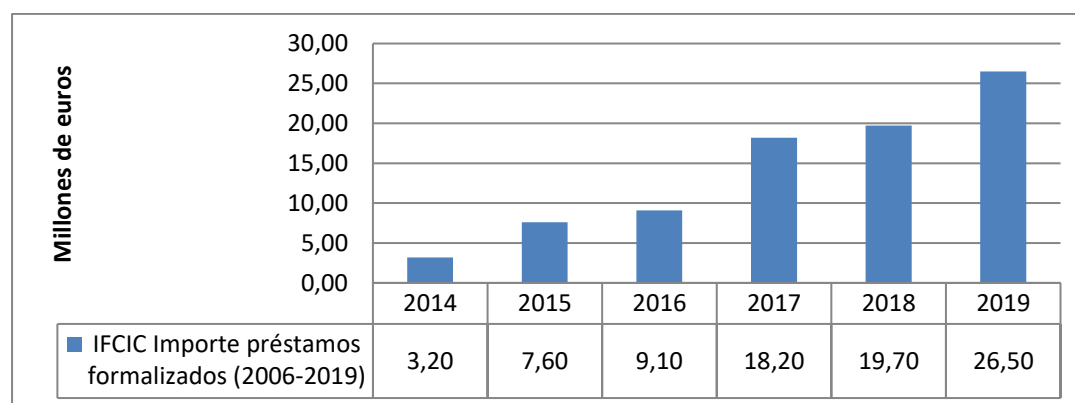
Figura 117. IFCIC. Desglose de las garantías por sectores (2018).

Nota: Adaptado de IFCIC, Memoria anual 2018, página 14.

Figura 118. IFCIC. Desglose de las garantías por sectores (2019).

Fuente: IFCIC, Memoria anual 2019, página 17.

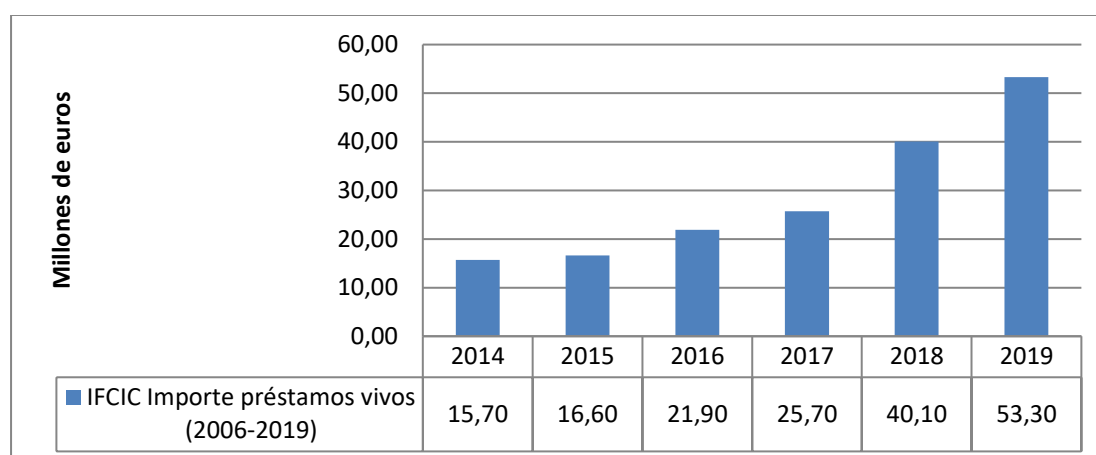
Aunque la actividad de concesión de garantías es la principal del IFCIC, también concede préstamos directamente a los solicitantes de financiación²⁴¹. Tal y como se refleja en la figura 119, el volumen se ha incrementado significativamente desde los 3,2 millones € de 2014, hasta llegar a los 26,5 millones € de 2019, importe récord de los últimos años.

Figura 119. IFCIC. Volumen de préstamos concedidos (2014-2019) en millones de euros.

Fuente: Elaborado con los datos de IFCIC, Memoria anual 2019, página 15.

En cuanto al volumen de la cartera de préstamos vivos, en 2019 alcanza una cifra récord de 53,3 millones € (tal y como se puede ver en la figura 120).

²⁴¹ Mientras que las Sociedades de Garantía Recíproca en España tienen prohibida la concesión de préstamos directos, y tan sólo pueden conceder avales.

Figura 120. IFCIC. Volumen de la cartera de préstamos vivos (2014-2018). En millones €.

Fuente: Elaborado con los datos de IFCIC, Memoria anual 2019, página 16.

Los préstamos son repartidos fundamentalmente, tanto en 2019 como en 2018, en el sector de las otras industrias culturales (57% y 59%), animación (28% y 24%), videojuegos (15% en ambos años) y exportación de cine (2% en 2018).

Al 31/12/2019 el capital social del IFCIC ascendía a 5,4 millones € (2,8 millones € en 2018).

La entidad financiera BPI France Financement era el accionista principal (25,34%), seguido del Estado francés (19,17%), Natixis (16,71%) y resto de entidades financieras francesas (figura 121).

Figura 121. IFCIC. Composición del capital social (2019).

	NOMBRE D'ACTIONS	% DÉTENU
BPIFRANCE FINANCEMENT	91 038	25,34
ÉTAT	69 072	19,17
NATIXIS	60 206	16,71
NEUFLIZE OBC	55 478	15,40
BNP-PARIBAS	27 615	7,66
BPIFRANCE INVESTISSEMENT (FPMEI FCPR)	16 696	4,63
CRÉDIT COOPÉRATIF	14 755	4,09
MY PARTNER BANK (BESV)	6 838	1,90
CREDIT INDUSTRIEL ET COMMERCIAL - CIC	5 176	1,44
HSBC France	3 951	1,10
FONCARIS (CREDIT AGRICOLE)	2 000	0,56
CAISSE CENTRALE DU CREDIT MUTUEL	1 975	0,55
AUTRES	2 633	0,73

Fuente: Extraído de IFCIC, Memoria anual 2019, página 63.

La clave de la solvencia y el funcionamiento del IFCIC radican en una adecuada disposición de reservas y fondos de garantía en cantidad suficiente para hacer frente a su labor de garante de las industrias creativas y culturales. Al cierre del ejercicio 2018 el IFCIC disponía de reservas y fondos de garantía y préstamos por un total de más de 160 millones de €, dotados por el Ministerio de Cultura Francés, el CNC (*Centre National du Cinéma et de l'Image Animée*), the *Caisse des Dépôts et Consignations* y otras fuentes públicas y privadas.

Asimismo, el IFCIC gestionó, de la misma forma que en España lo hizo CREA SGR, el *Media Production Guarantee Fund* (MPGF) en el período 2010-2013, herramienta creada por el subprograma MEDIA con el fin de promover la financiación de las empresas productoras audiovisuales mediante el otorgamiento de garantías a las mismas.

Desde 2015, el IFCIC tiene la delegación para gestionar las solicitudes para Bpifrance.

Desde 2017, se beneficia del apoyo de la denominada *Creative Sectors Guarantee Facility*, creada al amparo del Programa Europa Creativa²⁴².

2.2.AUDIOVISUAL FIANZAS SGR (CREA SGR)²⁴³

2.2.1. Origen y naturaleza de CREA SGR

CREA SGR²⁴⁴ es la marca comercial mediante la cual opera la sociedad de garantía recíproca denominada Audiovisual Fianzas SGR, cuyo fin es la concesión de avales financieros y técnicos a las empresas, fundamentalmente pequeñas y medianas empresas, del sector de las industrias culturales y creativas españolas. En su inicio, la actividad se centró en empresas relacionadas con el sector de la producción cinematográfica y de televisión, extendiendo paulatinamente su actividad al resto de ICC.

La constitución de Audiovisual Fianzas SGR²⁴⁵, fue promovida por la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA), junto con el Ministerio de Cultura, a través del ICAA y otras entidades del sector audiovisual. Hay que señalar la

²⁴² <http://www.ifcic.fr/ifcic/presentation-de-l-ifcic.html> (Consultado el 12/9/2019).

²⁴³ En este apartado sobre los sistemas de garantías y CREA SGR, hay que señalar que el autor de esta investigación ha participado en el consejo de administración de CREA SGR, y manifiesta expresamente que todos los datos aquí analizados corresponden a registros e información pública facilitada por la misma sociedad de acuerdo con la normativa del Banco de España.

²⁴⁴ http://www.creasgr.com/CREASGR_Nota_01.asp (Consultado el 29/3/2019).

²⁴⁵ Ver una magnífica exposición sobre Audiovisual Fianzas SGR en García Fernández, Emilio C., Clemente Mediavilla, Jorge y Reyes Moreno, Maribel (2015): "Planes de apoyo al cine español. Iniciativas públicas y privadas", en García Fernández, Emilio C (editor) (2015): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.

decidida apuesta del gobierno en la puesta en marcha del proyecto de creación de una Sociedad de Garantía Recíproca especializada en el sector de la producción cinematográfica y audiovisual, aunque con capacidad de operar en el resto del ámbito de las industrias culturales españolas.

La sociedad inicio sus operaciones en 2006, como se detalla más adelante, y ha ido incrementando su actividad en función de sus recursos propios manteniendo un notable nivel de solvencia que ha permitido el crecimiento del volumen de operaciones. Convirtiéndose en un elemento clave en el ecosistema financiero de la producción cinematográfica y audiovisual española.

Tal y como se ha mencionado anteriormente, CREA SGR gestionó durante el período 2010-2013 el *Media Production Guarantee Fund* (MPGF), creado por el subprograma MEDIA con el fin de promover la financiación de las empresas de producción cinematográfica mediante el otorgamiento de garantías a las mismas.

El sistema español de garantías se basa en la figura de la sociedad participada por el Estado denominada CERSA ²⁴⁶(Compañía Española de Reaseguramiento), que facilita reaval a todas las Sociedades de Garantía Recíproca españolas. Su labor es esencial para mitigar parte del riesgo de las distintas SGR conforma a las normas legales del sistema. En 2017, se estableció una línea especial de reaval por CESA con el fin de reafianzar las operaciones de financiación relativas al sector cultural y creativo español. Dicha línea está reafianza, a su vez, por el FEI de acuerdo con el Programa Europa Creativa, mencionado anteriormente. Esta línea dispuso de una cantidad inicial de 150 millones de euros. Los porcentajes de reaval ofrecidos por CERSA en virtud de dicha línea especial para las industrias creativas y culturales, fueron inicialmente del 70% siendo elevados al 75% y 80% a partir de mayo de 2020 co el fin de luchar contra los efectos económicos negativos de la Pandemia.

Es de justicia señalar el gran esfuerzo realizado tanto por parte de las instituciones públicas españolas como por las europeas con el fin de favorecer el acceso al crédito de las empresas mediante la elevación de los porcentajes de reaseguramiento de las operaciones.

²⁴⁶ Es una compañía mercantil de carácter estatal dependiente del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad a través de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Fue constituida en 1994, y es una entidad financiera supervisada y regulada por el Banco de España <http://www.cersa-sme.es/garantias-y-avales/sistema-de-garantias/> (Consultado el 29/3/2019).

A continuación, en la figura 122, se resume el modelo de funcionamiento del sistema de garantías español.

Figura 122. *Funcionamiento del sistema español de garantías.*



Fuente: Extraído de la página web de CERSA.

De las 18 sociedades de garantía recíproca (SGR) que existen en España, CREA SGR, es la única de índole nacional y con el foco específico en el sector de las Industrias Culturales y Creativas. El sistema de garantías español se constituyó en 1988, y, desde entonces, según datos ofrecidos por CERSA, se han concedidos más de 32.000 millones de euros en garantías, beneficiando a más de 175.000 empresas y garantizado alrededor de 2 millones de empleos. Existen más de 60.000 empresas beneficiaria y se otorgan garantías anualmente por una cantidad de unos 1.300 millones de euros. Las SGR están sometidas a la supervisión y regulación del Banco de España.

Audiovisual Aval, S.G.R. fue constituida el 23 de diciembre de 2005 y está sujeta a la supervisión y control de las autoridades regulatorias españolas (Banco de España).

Los socios protectores que constituyeron la sociedad fueron los siguientes: EGEDA, ICAA y asociaciones del sector audiovisual, como la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE), la Federación de Cines de España (FECE), la Asociación de Industrias Técnicas Audiovisual Español (AITE) y la Asociación de Distribuidores Independientes Cinematográficos (ADICINE).

Asimismo, se constituyó un consejo de administración presidido por el director general del ICAA y en el que participaban también consejeros independientes vinculados con

la industria de contenidos, como ADESE²⁴⁷ (Asociación de Distribuidores y Editores de Entretenimiento) y la financiación, como la entidad pública ENISA²⁴⁸ (Empresa Nacional de Innovación, dedicada fundamentalmente a conceder préstamos participativos). Posteriormente el número de miembros del consejo de administración se fue reduciendo en línea con las recomendaciones de buen gobierno y adecuando a las necesidades de especialización y profesionalización. Los requerimientos regulatorios consecuencia de la crisis financiera de 2007 han obligado a todas las entidades financieras, incluidas las SGR, ha incrementar sus recursos y actividades en el campo de cumplimiento normativo.

El capital inicial de Audiovisual Aval SGR fue de 6 millones de euros y ha sido incrementado por los socios iniciales y nuevas incorporaciones a fin de ir aumentando la actividad de acuerdo con los recursos propios de la sociedad. En consecuencia se han ido realizado ampliaciones de capital y dotaciones al Fondo de Provisiones Técnicas (FPT). En el año 2015, con el fin de incrementar el capital y recursos de la sociedad para atender a las nuevas exigencias legales sobre recursos propios ²⁴⁹,

En consecuencia, se cerró un acuerdo de fusión con Fianzas y Servicios Financieros entretenimiento. Se modificó el nombre de la sociedad, pasando a denominarse Audiovisual Fianzas, S.G.R. y a efectos comerciales, se creó la marca CREA SGR.

2.2.2. Socios, Capital y Recursos Propios de CREA SGR

La entidad tiene capital mayoritariamente privado, aunque la participación pública es significativa. Se puede afirmar que la sociedad constituye un modelo de colaboración público-privada, con el fin de promover el interés general (promoción de la Cultura) mediante

²⁴⁷ Actualmente denominada AEVI, Asociación Española de Videojuegos. Constituye la patronal de los videojuegos, participados por grandes empresas del sector. <http://www.aevi.org.es/> (Consultado el 19/09/2020).

²⁴⁸ <https://www.enisa.es/> (Consultado el 19/09/2020).

²⁴⁹ La ley 14/20103, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, estableció en el artículo 35 una importantísima modificación del artículo 8 de la Ley 1/1994, de 11 de marzo sobre Régimen Jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca, que quedó redactado de la siguiente manera:

Artículo 8. Cifra mínima del capital social desembolsado y de recursos propios computables.

1. El capital social mínimo de las sociedades de garantía recíproca no podrá ser inferior a 10.000.000 de euros.

2. Para garantizar la liquidez y solvencia de las sociedades de garantía recíproca, en su condición de entidades financieras, el capital indicado en el apartado anterior podrá ser modificado, en los términos establecidos en el artículo 47.1, a) de la Ley 26/1988, de 29 de julio, sobre disciplina e intervención de las entidades de crédito.

3. El importe de la cifra de recursos propios computables de las sociedades de garantía recíproca no podrá ser inferior a 15.000.000 de euros. A los efectos de este apartado la cifra de recursos propios computables se calculará de acuerdo con la definición que fije el Banco de España.

la financiación tanto privada como pública, aunque manteniendo privada la gestión y estando bajo la normativa del derecho privado.

Al 31 de diciembre de 2019 los socios protectores de CREA SGR eran los reflejados en la siguiente tabla 65.

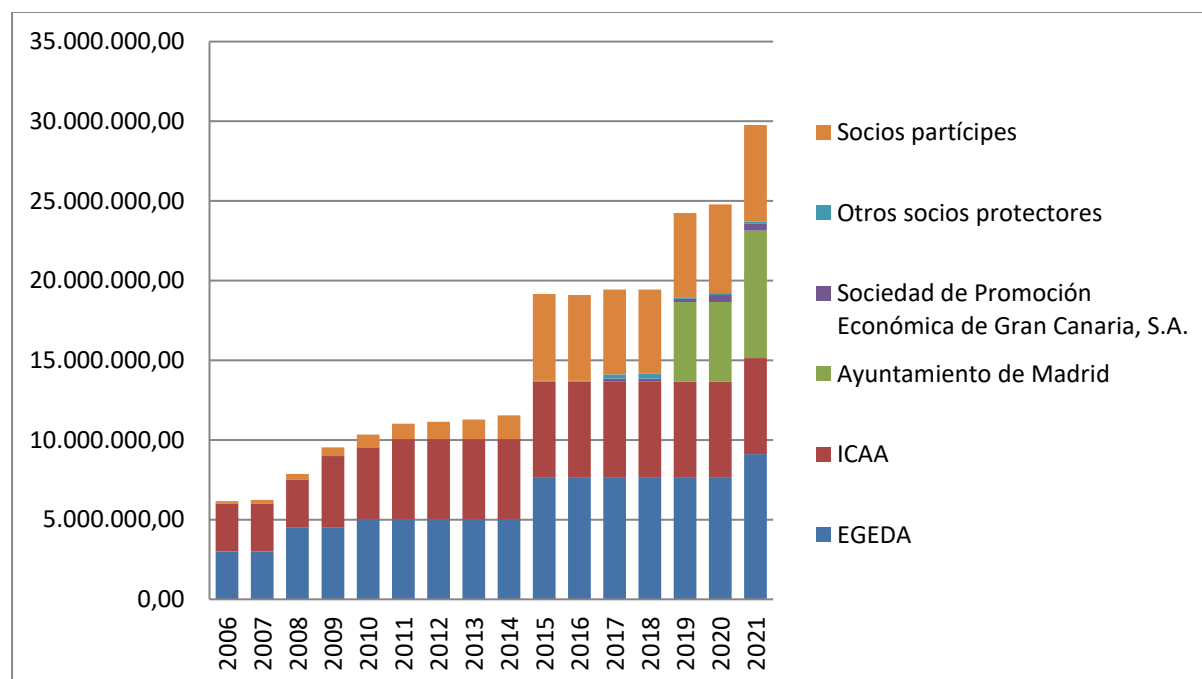
Tabla 65. *Socios protectores de CREA SGR (31/12/2019).*

	Capital social 31/12/2019	Capital social 31/12/2018
Entidad de Gestión de Derechos de Productores Audiovisuales (EGEDA)	7.618.500	7.618.500
Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)	6.029.760	6.029.760
Ayuntamiento de Madrid	4.999.980	-
Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria, S.A.	200.040	200.040
CIRSA Gaming Corporation SA	100.380	100.380
Asociación Nacional de Empresaris de Máquinas Recreativas Andemar Cataluña	4.500	4.500
Confederación de Asociaciones y Federaciones de Empresarios del Recreativo (COFAR)	2.400	2.400
Asociación de Empresarios de Máquinas Recreativas de la CAM Arema	1.800	1.800
Asociación de empresarios Distribuidores y Comercializadores de Máquinas y Material de Juego de España (ASEDICO)	1.500	1.500
Asociación de Empresarios de Máquinas Recreativas de Aragón Azemar Aragón	1.500	1.500
Asociación Andaluza de Empresas Operadoras de Máquinas Recreativas Anmare	600	600
Federación de Cines de España (FECE)	300	300
Asociación de Industrias Técnicas Audiovisual Español (AITE)	300	300
Asociación de Distribuidores Independientes Cinematográficos (ADICINE)	300	300
TOTAL	18.961.860	13.961.880

Fuente: Extraído de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2019.

Las sociedades con participación directa o indirecta igual o superior al 10% del capital social a 31 de diciembre de 2021 eran EGEDA (30,631%), el ICAA (20,255%) y el Ayuntamiento de Madrid (26,849%). Adicionalmente, CREA SGR cuenta con el capital que aportan los socios partícipes, de acuerdo con la ley que regula el funcionamiento de las SGR, que obliga a formar parte de la sociedad, como socio partícipe, a toda aquella compañía que quiere beneficiarse de la concesión de un aval.

Este capital es variable en función de los socios que en cada momento se incorporan a la sociedad para disfrutar de los avales de esta. Es un recurso importante para la entidad por cuanto implica no sólo participación financiera sino involucración en el gobierno de esta, y en cierto sentido una democratización de la actividad de la sociedad entre sus socios. Al 31 de diciembre de 2021, el capital aportado por los socios partícipes ascendía a 6.064.620 €. La evolución del capital de la sociedad en los últimos años es la reflejada en la figura 123.

Figura 123. Evolución del capital social de CREA SGR (2006-2021). En euros.

Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

Durante 2020, y a causa de la situación de crisis económica desatada por la pandemia, tanto la Sociedad Económica de Promoción Económica de Gran Canaria como la Comunidad Autónoma de Madrid estudiaron y en su caso realizaron una aportación de 250.000€ y 1.000.000€, respectivamente, al capital convertible en Fondo de Provisiones Técnicas para cubrir fallidos. Hay que señalar que, para ambos territorios, el audiovisual es considerado un motor estratégico de crecimiento económico.

Asimismo, CREA SGR dispone de un Fondo de Provisiones Técnicas (FPT), que forma parte de su patrimonio y que tiene como finalidad reforzar su solvencia patrimonial, de acuerdo con la normativa legal²⁵⁰. El FPTécnicas es fundamental para absorber las pérdidas

²⁵⁰ La Ley 1/1994, de 11 de marzo sobre el Régimen Jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca, establece:

“Artículo 9. Fondo de provisiones técnicas.

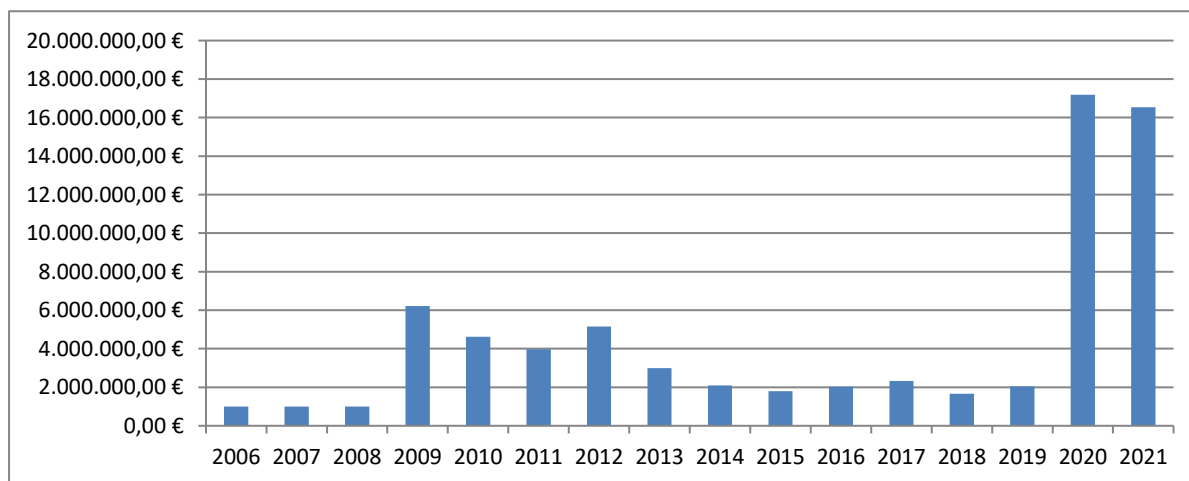
La sociedad de garantía recíproca deberá constituir un fondo de provisiones técnicas, que formará parte de su patrimonio, y tendrá como finalidad reforzar la solvencia de la sociedad. Su cuantía mínima y funcionamiento se determinará reglamentariamente. Dicho fondo de provisiones técnicas, en todo caso, podrá ser integrado por:

- Las subvenciones, donaciones u otras aportaciones no reintegrables que efectúen las Administraciones públicas, los organismos autónomos y demás entidades de derecho público, dependientes de las mismas, las sociedades mercantiles en cuyo capital participe mayoritariamente cualesquiera de las anteriores y las entidades que representen o asocien intereses económicos de carácter general o del ámbito sectorial a que se refieran los estatutos sociales.
- Cualesquiera otras aportaciones que reglamentariamente se determinen”.

que causen la morosidad y fallidos de las operaciones avaladas, ya que el mecanismo contable permite su destino únicamente a estos efectos. Al 31 de diciembre de 2019, el FPT ascendía a 2.050.020,61€. La evolución del FPT en los años anteriores se muestra en la figura 124.

Como consecuencia de la Pandemia, a principios de 2020 se aprobó por Real Decreto Ley²⁵¹ una serie de medidas para apoyar la industria cultural, entre las que se encontraba la aportación al Fondo de Provisiones Técnicas de CREA SGR de 16.275.000 de euros y 3.275.000 de euros como subvención para cubrir los gastos de estudio y comisión de los solicitantes de avales. Durante el mes de agosto de 2020 se desembolsaron el 50% de dichas cantidades, por lo que los recursos propios de la sociedad sufrieron un sustancial aumento a causa del incremento en 8.125.000 de euros del FPT de la sociedad. Tal y como se comentó anteriormente, durante 2020, la Sociedad Económica de Promoción Económica de Gran Canaria y la Comunidad Autónoma de Madrid realizaron una aportación de 250.000 y 1.000.000 de euros, respectivamente, al capital convertible en FPT para cubrir fallidos.

Figura 124. *Evolución del Fondo de provisiones técnicas neto de CREA SGR (2006-2021). En euros.*



Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

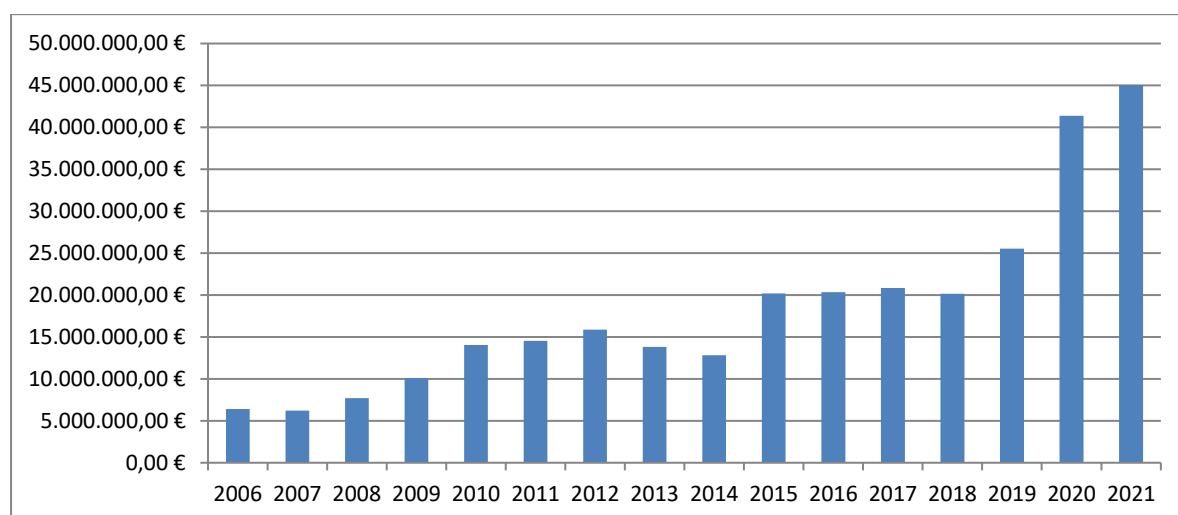
CREA SGR cumple con los principios legales de solvencia patrimonial²⁵², ya que sus recursos propios computables al 31 de diciembre de 2021 ascendían a 45.059.826,88 €. Las

²⁵¹ Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019.

²⁵² Según el Banco de España (Circular nº 5/2008 de 31 de octubre), a efectos del cumplimiento de los requisitos mínimos de solvencia exigibles a las sociedades de garantía recíproca, los recursos propios computables estarán compuestos por:

sociedades de garantía recíproca deberán mantener, en todo momento, un coeficiente de solvencia no inferior al 8%. Dicho coeficiente se calculará sobre las cuentas patrimoniales, los compromisos y demás cuentas de orden que presenten riesgo de crédito, de acuerdo con lo establecido para las entidades de crédito. CREASGR cumple con dichos requisitos a consecuencia de la fusión citada anteriormente, y de las aportaciones extraordinarias realizadas en 2020 como consecuencia de la pandemia. La evolución de los recursos propios computables en los años anteriores se muestra en la figura 125.

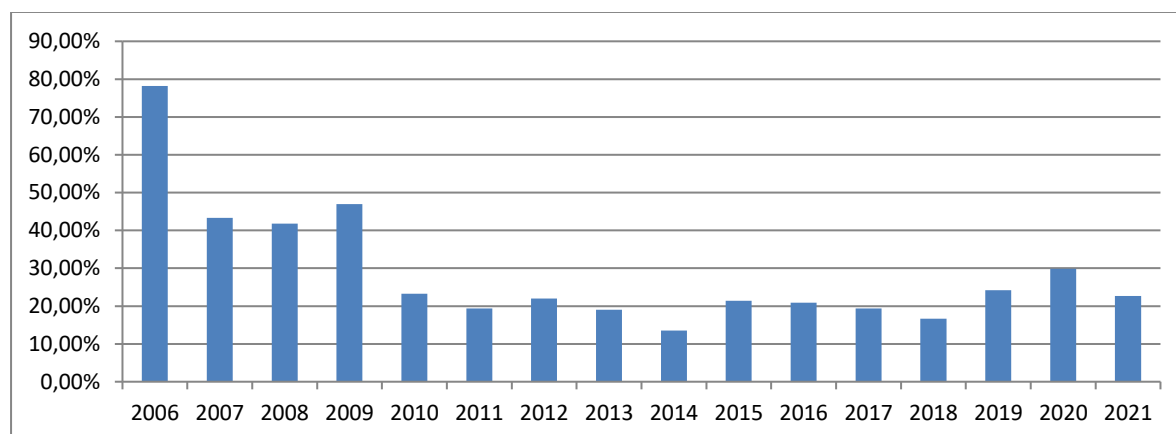
Figura 125. *Evolución de los recursos propios computables de CREA SGR (2006-2021).*



Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

En cuanto al requerimiento de recursos propios por riesgo de crédito supera desde su creación el 8% mínimo legal (figura 126). El coeficiente de solvencia a 31 de diciembre de 2021 era del 22,71%.

-
- El capital suscrito y desembolsado.
 - Las reservas efectivas y expresas.
 - Las reservas de regularización, actualización o revalorización de activos verificadas por el Banco de España.
 - El fondo de provisiones técnicas neto.
 - Menos los resultados negativos de ejercicios anteriores y del ejercicio corriente, así como los activos inmateriales.
 - Otros activos y riesgos que la entidad decida deducir.

Figura 126. *Evolución del coeficiente de solvencia de CREA SGR (2006-2021).*

Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

2.2.3. Actividad de CREA SGR

Los datos acumulados de CREA SGR, una vez realizada la fusión citada representan el mejor exponente de la actividad de los últimos años. En el año 2021 se formalizaron 642 operaciones por importe de 153 millones de euros. La evolución del número e importe de avales formalizados desde su creación ha sufrido un primer período de crecimiento seguido de fases de reducción, hasta que con motivo de la fusión de la sociedad Audiovisual Fianzas SGR con Fianzas y Servicios SGR crece fuertemente en 2015 (figuras 127 y 128).

Durante los primeros meses de soso y a consecuencia de la crisis económica generada por la pandemia, lanzó CREA SGR, con el apoyo del Ministerio de Cultura y Deporte, una línea específica a la que se denominó “COVID-19 empresas culturales”²⁵³, cuyo objetivo era servir de balón de oxígeno de liquidez para las pequeñas y medianas empresas y autónomos del sector cultural que no conseguían acceder a otras medidas gubernamentales de acceso a la liquidez como las facilitadas por el ICO (Instituto de Crédito Oficial). Las condiciones que se establecieron fueran muy aceptables, respecto del interés máximo (1,5%), la comisión de apertura (0,5%) y el plazo (4 años con 18 meses de carencia). Asimismo, CREA SGR redujo su comisión de apertura hasta el 1%, y, se estableció una subvención del Estado a favor de los solicitantes de avales. Se amplió la franja de los importes para solicitar el aval entre 9.000

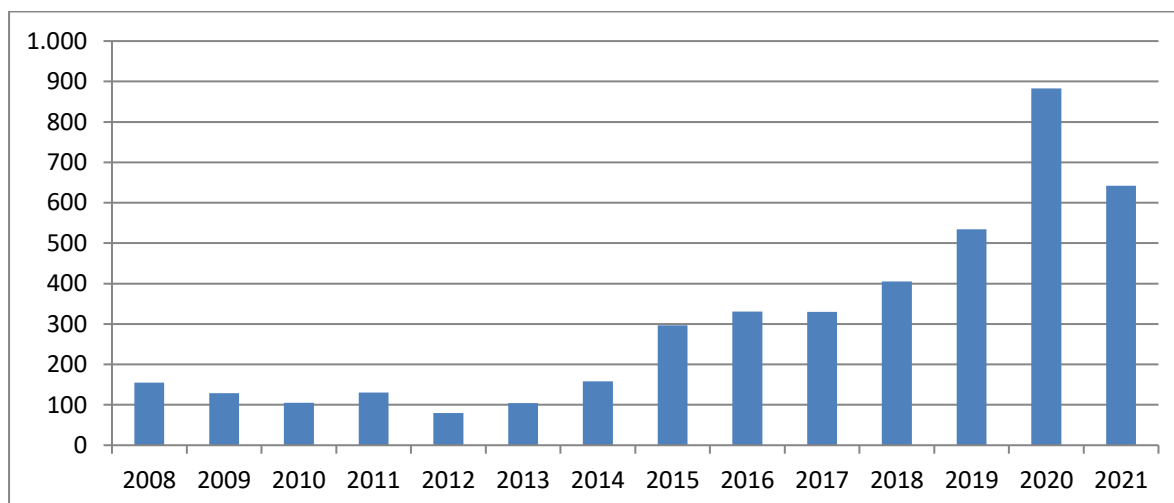
²⁵³ La Línea COVID-19 liquidez empresas culturales se puede consultar en: <https://creasgr.com/linea-covid-19-liquidez-cultura/> Consultado el 19/09/2020).

euros y 100.000 euros, aunque al inicio se estableció un mínimo de 20.000 euros, que fue reducido para ampliar el número de beneficiarios de la financiación.

Adicionalmente, la Comunidad de Madrid apoyó el lanzamiento de otra línea COVID-19 de cultura con el mismo fin, para empresas con domicilio o actividad en la Comunidad de Madrid²⁵⁴.

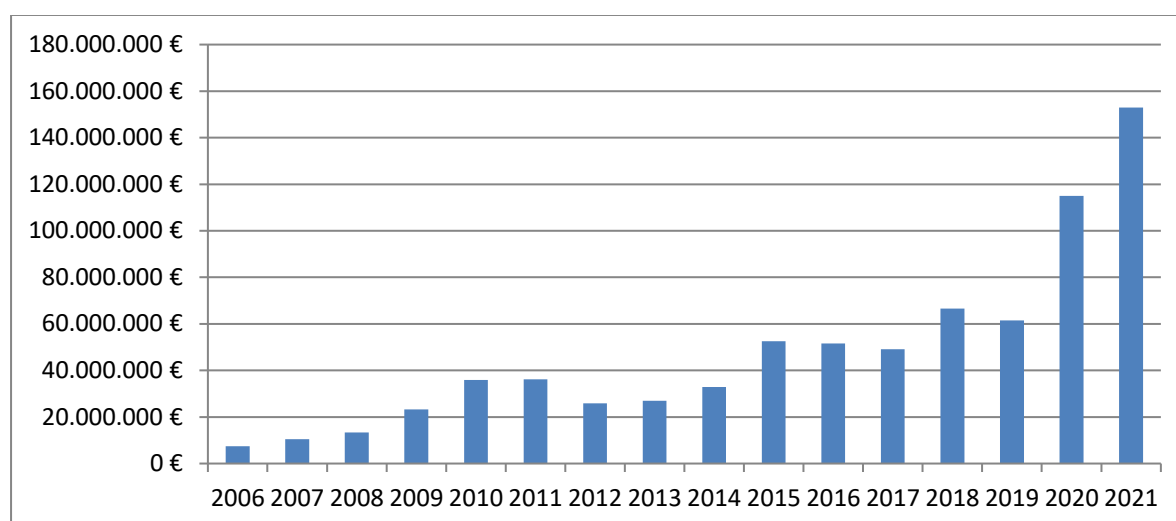
Ambas líneas han resultado un gran éxito y han sido muy bien acogidas por las empresas y autónomos del sector. Las solicitudes de aval a CREA SGR se dispararon de forma significativa y se espera formalizar en el año 2020 alrededor de un millar de solicitudes por alrededor de 115 millones de euros de importe total. Estas cifras suponen casi duplicar la actividad de CREASGR de los dos ejercicios anteriores. Y todo ello sin que, en principio, se estime que la morosidad y falencia se dispare con el riesgo de poner en situación comprometida la solvencia de la entidad. Los solicitantes de aval han demostrado una extraordinaria capacidad de asumir las consecuencias de falta de liquidez consecuencia del parón de la actividad económica de forma que son conscientes al distinguir facilidades de financiación y obtención de liquidez, de lo que supone necesidades estructurales de capital. Es decir, la denominada crisis de liquidez de la crisis de solvencia.

Figura 127. *Evolución del número de avales formalizados de CREA SGR (2006-2021).*



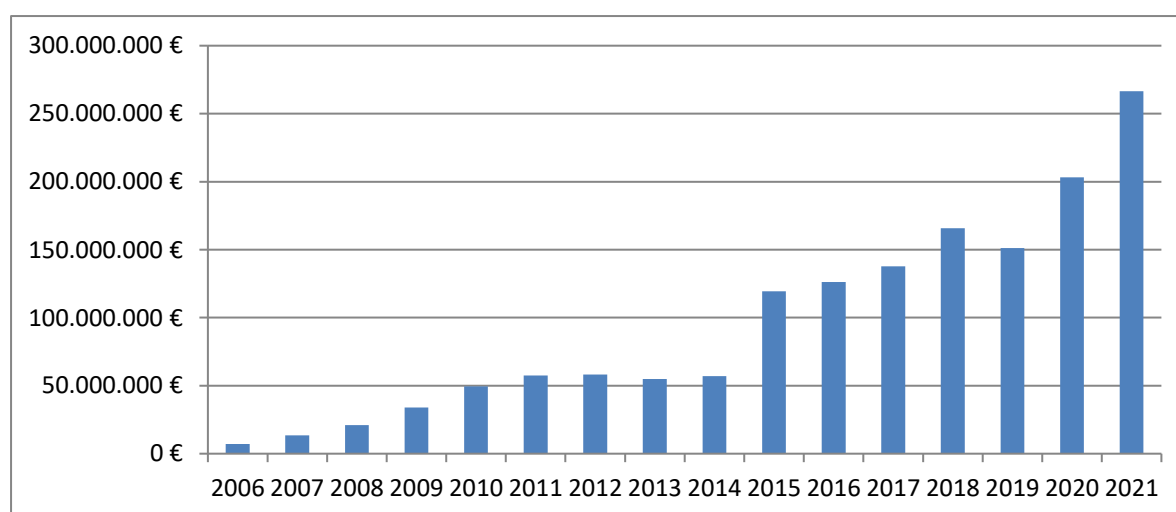
Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

²⁵⁴ La línea COVID-19 liquidez cultura de la Comunidad de Madrid se puede consultar en: <https://creasgr.com/linea-covid-19-cultura-comunidad-de-madrid/> (Consultado el 19/09/2020).

Figura 128. *Evolución del importe de avales formalizados por CREA SGR (2006-2021).*

Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

A 31 de diciembre de 2021 el riesgo vivo era de 266,5 millones €, el máximo de riesgo vivo desde la creación de la sociedad. Y se habían cancelado 6.589 avales por importe de 643 millones €. La evolución del riesgo vivo desde la creación de la sociedad ha sido constante con una ligera disminución en 2013 y 2014, doblándose en 2015 con motivo de la fusión citada de Audiovisual Aval SGR y Fianzas y Servicios SGR (figura 129). En 2020, y con motivo de la pandemia, el riesgo vivo se estima pueda superar los 200 millones de euros.

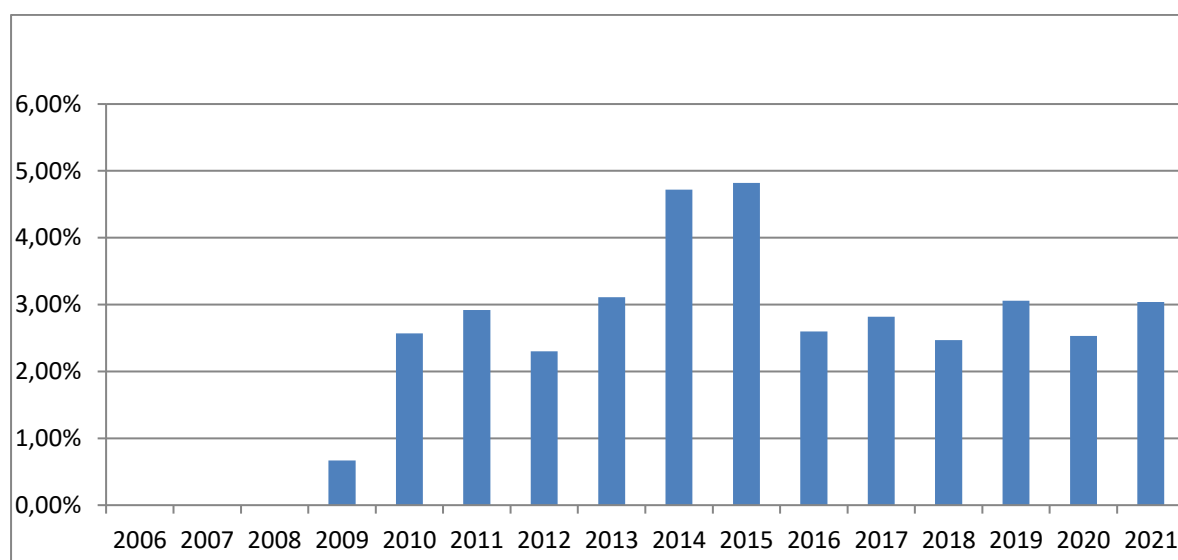
Figura 129. *Evolución del riesgo vivo de CREA SGR (2006-2021). En euros.*

Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

CREA SGR mantiene acuerdo de reafianzamiento con CERSA y la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo cual permite repartir el riesgo de las operaciones de forma significativa²⁵⁵. Este modus operandi constituye la columna vertebral del sistema de garantías en España. Asimismo la Dirección General de Industria Culturales dependiente del Ministerio de Cultura y Deporte concede anualmente una subvención a CREA SGR destinada a cubrir los costes de estudio y comisión de las operaciones formalizadas cada año, con el fin de reducir la carga financiera de los solicitantes de los avales.

En cuanto al coeficiente de morosidad de CREA SGR, históricamente el coeficiente de morosidad ha sido muy bajo (figura 130).

Figura 130. *Evolución del coeficiente de morosidad de CREA SGR (2006-2021).*



Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

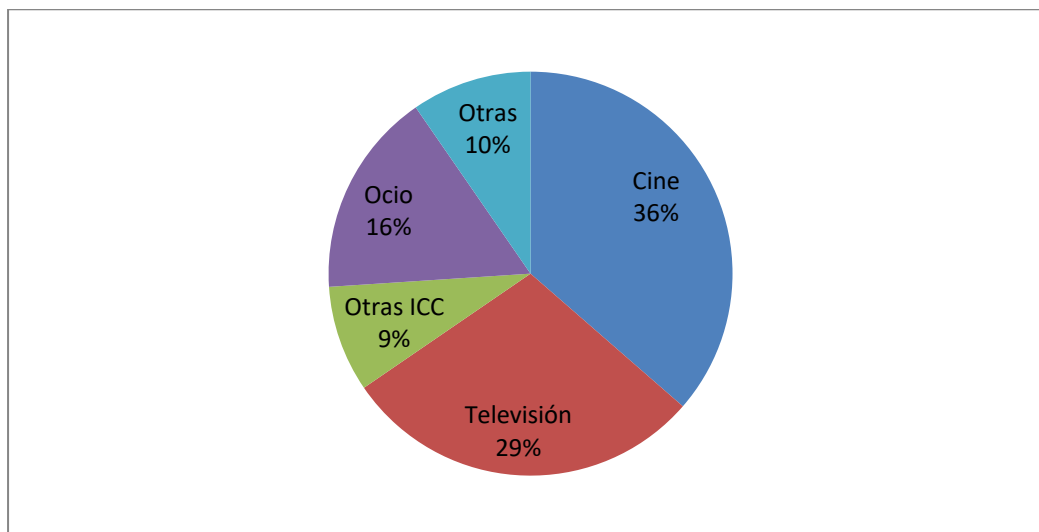
La actividad de CREA SGR por sectores económicos en 2019 ha sido la que se refleja en la figura 131. Habitualmente se mantiene en unos porcentajes en los que la actividad audiovisual supone la mayoría de las operaciones formalizadas, aunque el porcentaje ha

²⁵⁵ En el Informe de Gestión de CREA SGR correspondiente al año 2021 se decía textualmente lo siguiente:

En el ejercicio 2021 se ha prorrogado el contrato firmado con CERSA (Compañía Española de Reafianzamiento) que ha permitido la cesión de riesgo por avales financieros. Durante 2019 ha continuado en vigor el convenio de reafianzamiento firmado con la Administración de la Comunidad Autónoma de Euskadi, que complementa el suscrito con CERSA hasta alcanzar un reafianzamiento del 75% de las operaciones de aval financiero otorgadas por Audiovisual Fianzas, S.G.R. a empresas domiciliadas en el País Vasco. A 31 de diciembre de 2021 está cedido a CERSA, en concepto de riesgo reavalado, 118.365.341,93 euros y al Gobierno Vasco 16.400 euros, lo que en su conjunto se corresponde al 44,43% de la cifra de riesgo vivo de la sociedad (p. 50).

disminuido en el último año debido al incremento de la actividad en el resto de sectores de las ICC. En 2019 la actividad en cine y televisión supuso el 65% del total de la formalización, mientras que en 2017 y 2018 la actividad audiovisual alcanzó el 76% y el 74,7%, respectivamente.

Figura 131. *Desglose de la actividad de CREA SGR por sectores culturales y creativos (2019).*



Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

La sociedad mantiene²⁵⁶ (septiembre 2020) convenios bancarios con diferentes entidades financieras como ABANCA, BANCO CAIXA GENERAL, BANKIA (el 16/6/2020 se firmó un convenio para facilitar una línea de 50 millones de euros), BANKINTER, BBVA, CAIXABANK (el 29/7/2020 se firmó un convenio para habilitar líneas por importe de 40 millones de euros), CAJAMAR, IBERCAJA, SABADELL (en noviembre 2014 se firmó un convenio para facilitar una línea de 10 millones €) a lo que habría que añadir el convenio firmado desde 2012 con TRIODOS BANK (oficina de representación del holandés TRIODOS BANK), desde 2015 con NATIXIS COFICINÉ (sin límite de importe) y desde 2019 con MYTRIPLEA (la plataforma de financiación participativa española con más actividad en los últimos años en la modalidad de préstamo). El tipo de interés medio está referenciado al Euribor + 3 y no existe ninguna comisión

²⁵⁶ <https://creasgr.com/convenios/> (Consultado el 19/09/2020).

adicional de cancelación anticipada. Los convenios se renuevan tácitamente, salvo acuerdo entre las partes para su cancelación.

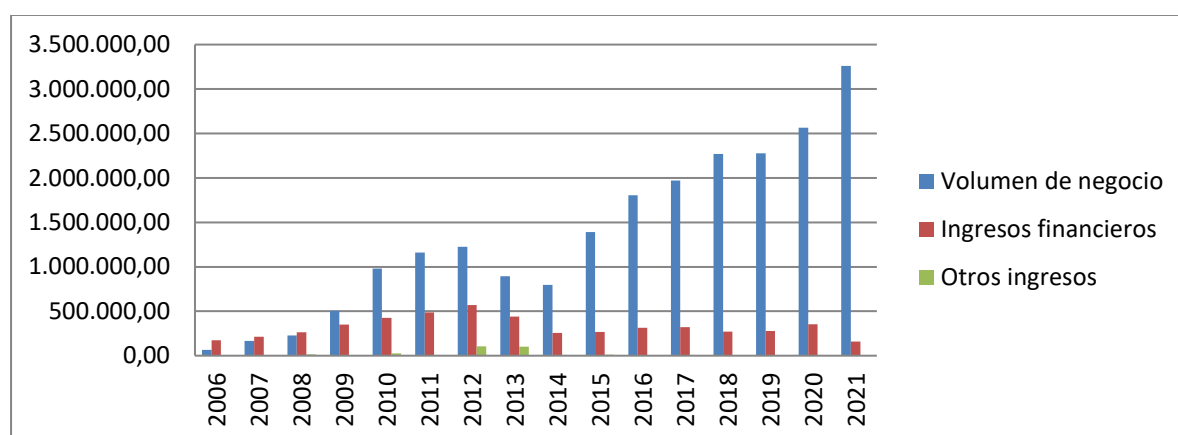
Desde 2018 y hasta principios de 2022 el índice del Euribor se mantuvo alrededor del 0%, incluso en tipos negativos, por lo que los tipos ofertados por las entidades bancarias son probablemente lo más bajos de la historia económica española. De todas formas, sigue siendo fundamental para el sector la existencia de una entidad especializada en el análisis del riesgo de las operaciones de las empresas culturales, que a su vez permita a la banca comercial acercarse con garantías a la financiación de un sector que, en su gran mayoría, siguen desconociendo. Hay que señalar la excepción de una entidad extranjera, con oficina en España, que es Triodos Bank, y que, desde su fundación en Holanda, se ha focalizado en el sector de la cultura, junto con otros que considera de fines éticos, como son los vinculados con el medio ambiente y las actividades sociales.

A este fenómeno, hay que añadir el riesgo que supone para la operativa la concentración bancaria que se está produciendo desde la crisis de 2007 y ahora agudizando con la crisis de 2020. De la adquisición del Banco Popular por el Banco de Santander al proceso de adquisición de Bankia por Caixabank. El estrechamiento de la oferta de entidades de crédito supone un cierto riesgo para el sector de los contenidos por cuanto reduce la competencia y limita el acceso a entidades. De hecho, CREA SGR trabaja activamente en abrir otros canales de financiación alternativa como pueden ser las plataformas de financiación participativa (PFP) en su modalidad de préstamo como las españolas MYTRIPLEA y GROWLY.

Respecto a la gestión económica de la entidad, la sociedad ha ido creciendo en ingresos y gastos, generando beneficios en varios ejercicios que ha dotado al FPT.

Los ingresos de la sociedad provienen fundamentalmente de dos fuentes: las comisiones de aval, que se calculan anualmente sobre el importe vivo avalado, y las comisiones de estudio, que se cobran solamente una vez cuando se formalizan las operaciones avaladas, y los ingresos financieros procedentes de la inversión de los recursos propios, que debido a la caída de los tipos de interés sufren una drástica reducción a partir del año 2013. La evolución histórica de los ingresos totales (figura 132) muestra el incremento en los ingresos fruto de las operaciones frente a la reducción en la proporción de los ingresos financieros.

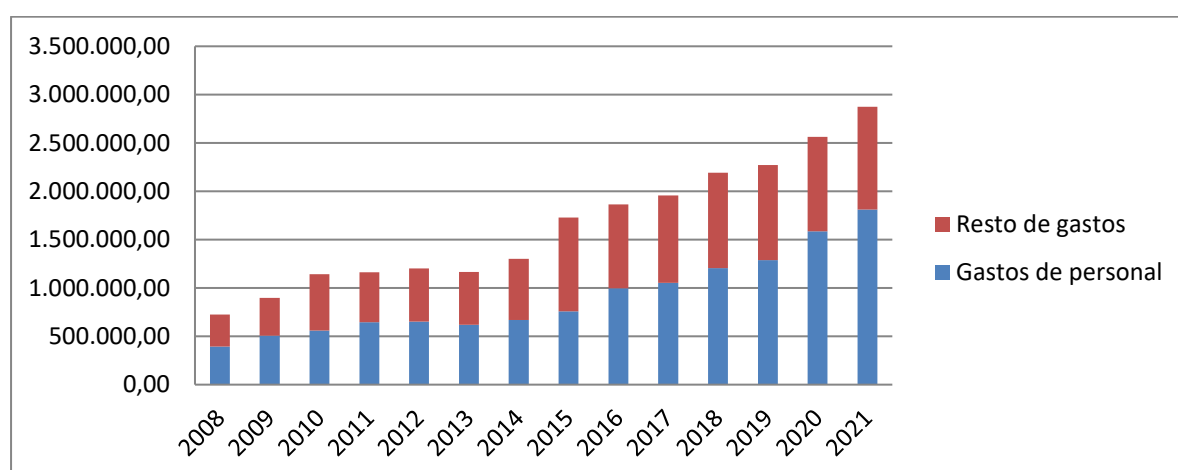
Figura 132. Evolución de los ingresos de CREA SGR (2006-2021). En euros.



Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

Los gastos operativos de la sociedad fundamentalmente corresponden a gastos de personal y otros gastos generales, y están en función del crecimiento sostenido de la operativa de la entidad (ver figura 133). En los últimos años se ha potenciado la actividad vía internet, de forma que las solicitudes se realicen en formato electrónico para reducir gastos de tramitación y elevar la productividad en el estudio de las operaciones. La crisis de 2020 ha puesto de manifiesto lo acertado de dicha política, ya que desde marzo 2020 se impuso el teletrabajo de forma generalizada para el personal de la entidad.

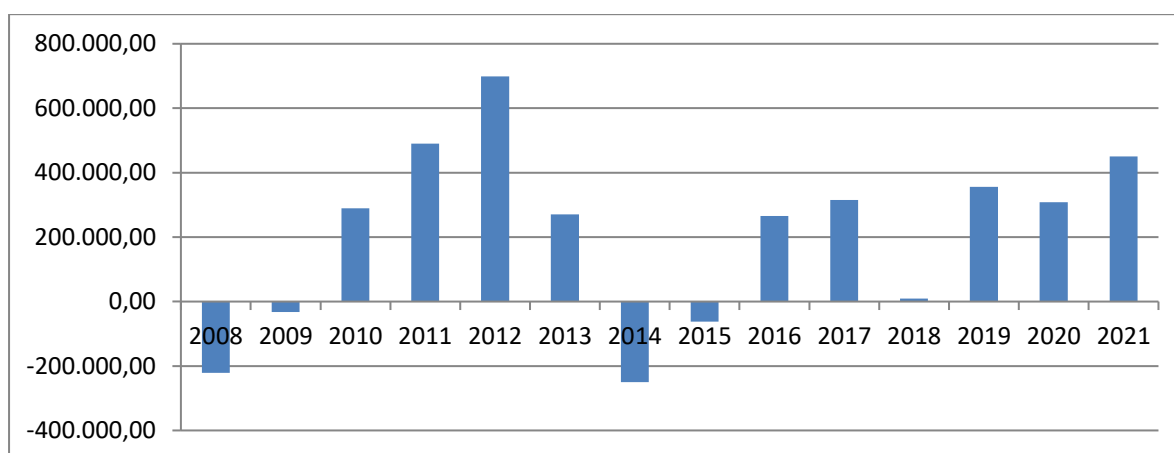
Figura 133. Evolución de los gastos de CREA SGR (2006-2021). En euros.



Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

Los gastos de morosidad y fallidos se contabilizan contra el FPT. En el caso de que existan resultados positivos por las operaciones, se destinan los mismos, bien a la compensación de pérdidas de ejercicios anteriores (como se hizo en 2010 y 2011) o bien, a la dotación del FPT, como se ha hecho en los últimos ejercicios (desde 2015 a 2019). En la figura 134 se puede observar la evolución de los resultados de la sociedad en los últimos años.

Figura 134. *Evolución de los resultados de CREA SGR antes de la dotación del FPT (2006-2021). En euros.*



Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

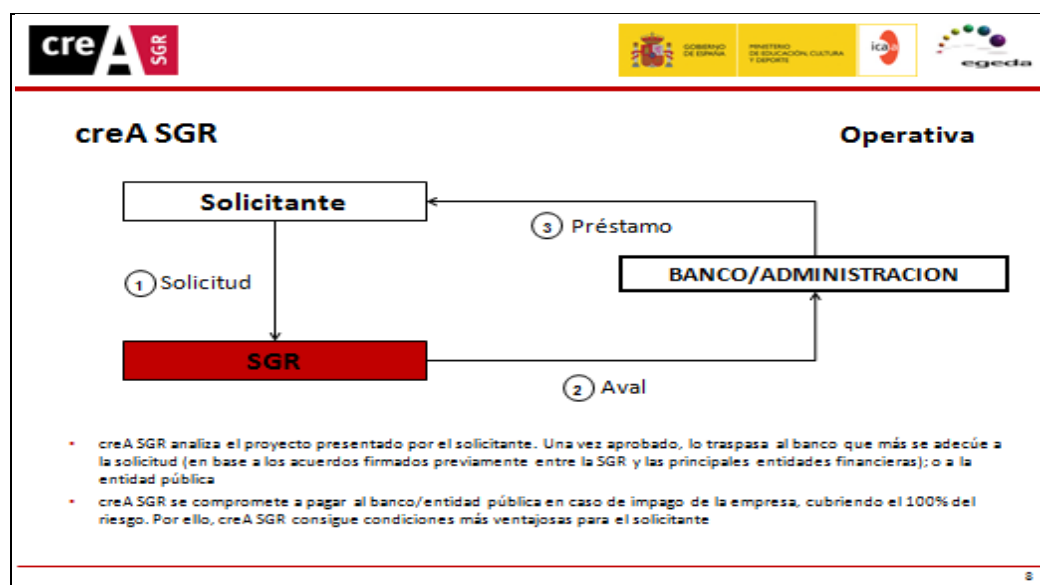
Respecto de la estructura organizativa de la sociedad la misma dispone de un equipo de alrededor de 29 personas (2021) con un enfoque especializado en el análisis y gestión del riesgo de crédito en el sector de las industrias creativas y culturales.

El modelo de funcionamiento de la sociedad se resume en la figura 135. El solicitante de aval (productor en el caso de una producción cinematográfica) se dirige a la sociedad para el estudio de una operación con el fin de que le conceda una entidad financiera un préstamo con la garantía del aval que le conceda la sociedad de garantía. La concesión del aval será fruto de un estudio favorable de las condiciones de la operación que, básicamente, debe garantizar la solvencia, tanto del solicitante, como de la operación que se presente. Dado que en muchas ocasiones la operación consiste en la producción de una película, el análisis del riesgo se centra en la viabilidad financiera de la solicitud. Es decir, que el productor solicitante podrá devolver el crédito con los ingresos futuros de la película, que, por tanto, deberán ser suficientemente acreditados.

En algunos casos se podrá tratar de ventas futuras, en las que existen compromisos previos de venta (preventas) o también subvenciones concedidas pendientes de cobro.

En general, se trata de analizar que el proyecto sea capaz de generar los ingresos futuros necesarios para devolver el crédito, lo que implica un profundo conocimiento, no solo de la operación en sí misma, sino del mercado en general.

Figura 135. *Modelo de funcionamiento de CREA SGR.*



Fuente: Elaborado con datos de CREA SGR, Cuentas anuales y memorias publicadas de 2006 a 2021.

2.2.4. Futuro de los sistemas de garantías en el ámbito iberoamericano

El razonable éxito de CREA SGR en el modelo español de concesión de garantías ha animado a instituciones de ámbito iberoamericano como la SEGIB (Secretaría de Estado Iberoamericana” a promover una iniciativa inspirada el modelo español, en el marco de las Cumbres Iberoamericanas.

En marzo 2021 se lanzaba el Proyecto de Sistema Iberoamericano de Garantías para las Sociedades de Garantías Recíprocas por la SEGIB²⁵⁷.

²⁵⁷ El proyecto se encuentra en <https://www.segib.org/?document=proyecto-de-sistema-iberoamericano-de-garantias-reciprocas-para-las-industrias-culturales-y-creativas> (Consultado 12/6/2022:

3. El *completion bond*²⁵⁸

3.1. Definición y descripción del funcionamiento del *completion Bond*.

Se denomina *completion bond* a una figura jurídica de garantía facilitada por una sociedad (denominada “sociedad de *completion bond*”) a un beneficiario que con riesgo financiero en el proyecto (ya sea un mero inversor privado, un banco o entidad financiera, un operador de televisión, una distribuidora o un agente de ventas) para cubrir el riesgo de que una producción audiovisual en general, no cumpla las fechas de entrega según contrato y de acuerdo con el presupuesto cerrado. El término *completion bond* es similar a nuestra “garantía de finalización” o también al “seguro de buen fin”.

Aunque el *completion bond* es una garantía de cumplimiento más que una póliza de seguro (Newmann: 2007), la figura es muy similar al tradicional contrato de seguro, ya que cubre un riesgo y tiene un coste, que es la prima. Si se produce el siniestro, la sociedad de *completion bond* compensa al beneficiario.

Lo que ocurre es que la sociedad de *completion bond* vigila el proyecto, fiscaliza el cumplimiento del contrato de producción, controla los costes para evitar desviaciones de costes o de calendario, y, si es preciso, asume la dirección de la producción para finalizar la producción,

El coste del *completion bond* forma parte del presupuesto de la película y consiste en un porcentaje sobre determinadas partidas presupuestarias, que se denominan “bondeables”. El coste depende tanto del mercado como de la naturaleza de la producción. A mayor riesgo se puede considerar que el coste también se incrementa. Los porcentajes oscilan en torno al 2,50% del presupuesto, aunque la forma de calcularlo, excluyendo determinados costes de la producción del objeto del bond puede hacer variar de forma significativa el coste de este²⁵⁹.

²⁵⁸ Este apartado sobre el denominado *completion bond* se basa en la experiencia profesional del autor de la tesis durante su participación en la sociedad IBEROAMERICAN FILM BOND S.L. y el conocimiento de los procedimientos habituales en el sector del *completion bond* europeo.

²⁵⁹ Según Maureen A. Ryan el coste del bond es alrededor del 3% del presupuesto, aunque en el caso de las producciones de bajo presupuesto puede tratarse de un precio a tanto alzado. Ver en Ryan, Maureen A. (2010): *Producer to Producer*, Michael Wiese Productions, página 233. Según Per Newmann, el coste oscila entre el 3% y el 5% del presupuesto aprobado menos el 10% del importe de la garantía. Ver en Newmann, Per, Appelgren, Charlotte (2007): *The Fine Art of Coproducing*, Neumann Publishing, página 114.

La sociedad de *completion bond* contrata con una compañía de seguros, la asunción del riesgo y la cobertura económica del siniestro. En consecuencia, la comisión que el productor satisface a la sociedad de *completion bond* es en realidad una prima de seguros que percibe la citada compañía de seguros, quien a su vez paga a la sociedad de *completion bond* una comisión de gestión, ya que la sociedad de *completion bond* realiza un trabajo de consultoría y de campo analizando y controlando la producción.

La figura del *completion bond* es habitualmente empleada en Estados Unidos y Gran Bretaña, así como en otros países con gran producción (Alemania, India, Escandinavia...). Las principales empresas del sector son Film Finances Inc., de origen inglés, International Film Guarantors LLC (IFG), compañía estadounidense, y European Film Bonds (EFB), de origen danés. El primer *completion bond* se firmó para la producción de la *Reina de África* (*African Queen*) en 1951²⁶⁰. El *completion bond* cubre fundamentalmente los siguientes cuatro conceptos de riesgo.

En primer lugar, la desviación sobre el coste presupuestado inicialmente. Las posibles desviaciones sobre el presupuesto corren a cargo de la sociedad de *completion bond*, de forma que los sujetos financiadores no están obligados a realizar adicionales aportaciones para finalizar la película.

En segundo lugar, el posible desvío de fechas para terminar la producción respecto de las fechas cerradas en contrato. De igual forma que las desviaciones de presupuesto, la sociedad de *completion bond*, también cubre dichas desviaciones de coste por el alargamiento del periodo de la producción.

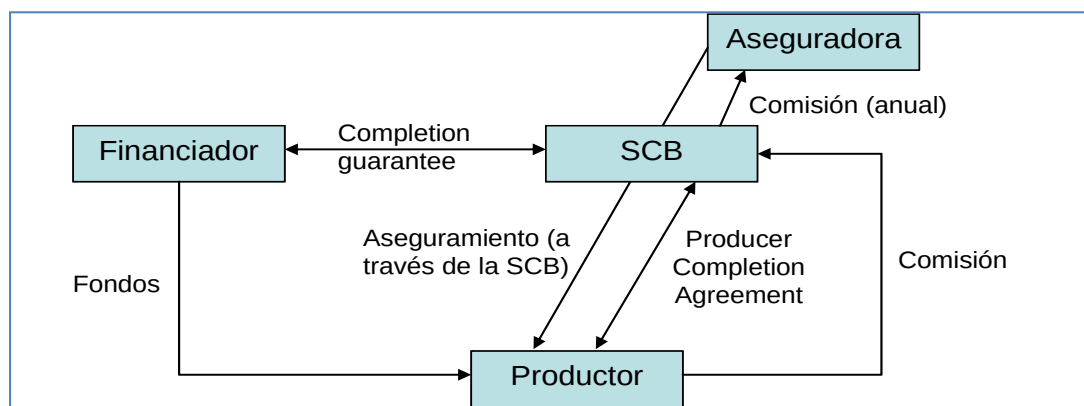
En tercer lugar, la necesidad de cambiar el control de la producción. En este caso, que ya supone un riesgo muy serio para el buen fin de la película, la sociedad de *completion bond* se hace cargo de la producción para terminarla en coste y fecha.

Y, por último, el riesgo más importante de todos, como es que la producción se detenga y no se finalice el proyecto. En este caso extremo, la sociedad de *completion bond* reintegra estaría obligada a entregar las cantidades invertidas por los financiadores, de forma que no pierden el dinero invertido hasta ese momento en la producción.

²⁶⁰ Ver en Newmann, Per, Appलगren, Charlotte (2007): *The Fine Art of Coproducing*, Neumann Publishing, página 113.

Los agentes participantes en un esquema de garantía de finalización son los siguientes: Productor, Financiator, Sociedad de *completion bond* (SCB) y la Compañía de seguros (figura 136).

Figura 136. Flujos entre agentes en un esquema de “Completion Bond”.



Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, el productor se dirige a la sociedad de “*completion bond*” para formalizar un *completion bond* para su proyecto. A continuación, la sociedad de *completion bond* inicia analiza todo el proyecto (*due diligence*) lógicamente con anterioridad (al menos un par de meses) al inicio de la producción. La *due diligence* tienes dos aspectos fundamentales: *due diligence* de producción y *due diligence* legal.

La primera comprende una primera revisión completa de todos los aspectos relacionados con la producción efectiva de la película, comerciales, económicos y financieros de la producción, con el fin de prever los riesgos de producción a consecuencia de sobrecostos o retrasos en las fechas. Para realizar esta *due diligence* la sociedad de *completion bond* analiza, entre otros, los siguientes documentos: el coste según presupuesto inicial, el guion, el currículum profesional de los miembros claves del equipo, el plan de rodaje, las localizaciones, el calendario y el plan de financiación del proyecto.

En segundo lugar, respecto de la revisión legal, se analizan los contratos con el fin de prever potenciales riesgos de carácter jurídico²⁶¹. En esta fase, la sociedad de *completion bond* envía una denominada “carta de intenciones” (*Letter of intent*) en la que declara si intención de formalizar el *completion bond*, siempre que se cierre positivamente la *due diligence*.

²⁶¹ Los principales contratos que revisa la sociedad de *completion bond* son los correspondientes al equipo técnico y artístico (director, director de producción, personas clave), los diversos contratos de seguros, así como los contratos relativos a la financiación y en su caso coproducción, y, en general, todos aquellos en que existan cesiones de derechos de propiedad intelectual e industrial.

Una vez cerrada positivamente la *due diligence*, se formaliza el *completion bond*, que se compone de dos contratos vinculados, que se firman simultáneamente por la sociedad de *completion bond*, uno con el productor y otro con los beneficiarios.

Por un lado, el denominado *Producer Completion Agreement*” (PCA) suscrito entre la sociedad de *completion bond* y el productor, que incluye lo siguiente:

- Identificación detallada de la producción sujeta al bond: título provisional o definitivo, tipología de producción, director, equipo artístico principal, datos sobre localización y similares para identificar el proyecto.
- Calendario de producción, desde el inicio a la finalización.
- Costes presupuestados: costes directos (costes *above y below de line*), más las contingencias (un porcentaje sobre los costes directos), la retribución de la sociedad de *completion bond* y los costes financieros.
- Esquema de financiación del coste de producción.
- Coste del *completion bond*, que tendrá que ser abonado por el productor a la firma de los documentos para que entre en vigor el contrato.
- Los acuerdos de distribución de la película.
- Los contratos de seguros de la producción (accidentes, seguro cinematográfico, etc.)
- Las obligaciones de la productora respecto de la gestión de la cuenta bancaria en la que se ingresan los recursos financieros.
- Los costes de producción no incluidos en la cobertura del *bond*.
- Las obligaciones de la productora respecto del flujo de información que tiene que enviar a la sociedad de *completion bond*.
- Los eventos cubiertos por el *bond* y la facultad de la sociedad de *completion bond* de hacerse cargo total de la producción sustituyendo en su labor al productor de la película.
- Las obligaciones de pago de la sociedad de *completion bond* para cubrir el posible siniestro así como las garantías que el productor concede a la sociedad de *completion bond* con el fin de cubrir los pagos realizados a causa del siniestro.

En segundo lugar, el documento denominado *Completion Guarantee* (CG) suscrito entre la sociedad de *completion bond* y los beneficiarios de la garantía (que son las entidades que financian la película), en la que se incluye lo siguiente:

- Los datos para identificar la producción, de igual forma que en el *Producer Completion Agreement* con el productor.
- Todo el esquema de financiación del coste de la producción.
- El coste del *bond*.
- Sucesos cubiertos por el *bond* y el esquema de compensación en caso de ocurrencia del evento.
- Los costes no cubiertos por el *bond*.
- Esquema de reparto de las indemnizaciones percibidas de los contratos habituales de aseguramiento de la producción, en caso de haberse aplicado.
- Esquema de recuperación de los fondos en el caso que la sociedad de *completion bond* haya tenido que satisfacerlos.
- Las obligaciones y derechos tanto del beneficiario como de la sociedad de *completion bond*.

Ambos contratos están vinculados, de forma que el *Completion Guarantee* se firma como anexo del *Producer Completion Agreement*. El *completion bond* entra en vigor en el momento en que el productor ha abonado su precio, normalmente a la firma de los contratos.

Una vez formalizado el acuerdo y abonado el precio, la sociedad de *completion bond* pone en marcha la supervisión de la producción. Para llevar a cabo este seguimiento, la sociedad de *completion bond* realiza una serie de acciones en diferentes momentos. Durante la fase de rodaje, el proceso se inicia con una reunión previa con el equipo principal de la producción. El productor envía diariamente a la sociedad de *completion bond* un informe diario, tanto al inicio del día (con el programa de rodaje o *call sheet*) como al final del día con el estado de desarrollo o *progress report*, en el que se refleja el gasto acumulado, el gasto pendiente y el seguimiento del presupuesto. La sociedad de *completion bond* habla directamente con el productor siempre que existan desviaciones presupuestarias y, en todo caso, al menos una vez a la semana. Asimismo, es preciso que la sociedad de *completion bond* realice al menos una visita al rodaje.

Durante la fase de postproducción la sociedad de *completion bond* mantiene la comunicación con el productor, aunque lógicamente se requiere menor presencia que en la fase de rodaje.

La garantía de la sociedad de *completion bond* se da por finalizada cuando el productor realiza la entrega al distribuidor de los materiales de la película. La sociedad de

completion bond informa al productor y beneficiarios que se ha producido la entrega de los materiales y, en consecuencia, queda liberada de sus obligaciones.

Existen tres supuestos de hechos pueden dar lugar a los que se denomina “siniestro” en la garantía de una sociedad de *completion bond*: las desviaciones en presupuesto o calendario, la necesidad de tomar el control de la producción y la posible paralización de la producción

En primer lugar, en el caso desviaciones de los costes del presupuesto cubiertos por la sociedad de *completion bond*, la sociedad de *completion bond* aporta fondos a la producción de forma inmediata para cubrir el gasto. Con el fin de poder recuperar la aportación de la sociedad de *completion bond*, el productor cede a la misma derechos correspondientes a la producción así como los ingresos derivados de los mismos. Aunque, la posición de recuperación de la sociedad de *completion bond* está en segunda fila después de los financiadores originales (que a su vez son los beneficiarios de la garantía) para que puedan recuperar su inversión de acuerdo con los contratos de producción originales. Una vez que la sociedad de *completion bond* haya recuperado los fondos proporcionados, los derechos sobre la producción vuelven al productor. En el caso de que la sociedad de *completion bond* quisiera limitar su obligación de aportación a una cantidad máxima de desviación presupuestaria, se formalizaría lo que se denomina un *low budget bond*.

En segundo lugar, se puede dar el hecho, que es poco habitual, de que sea imprescindible por parte de la sociedad de *completion bond* de tomar el control de la producción. En el *Producer Completion Agreement* está previsto específicamente la facultad que tiene la sociedad de *completion bond* de tomar el control de la producción, siempre que sea evidente la posibilidad de incurrir en un flagrante caso de incumplimiento del coste presupuestado o las fechas de producción y que el producto no haya conseguido resolver la incertidumbre mediante la ejecución de medidas específicas.

En el caso de toma de control de la producción por parte de la sociedad de *completion bond* ésta asumiría las funciones de producción obligando al productor a facilitar a la misma toda la ayuda que precise así como el acceso a todos los materiales, contratos, documentación y cuentas bancarias de la producción. A pesar de la toma de control, permanecen vigentes todas las obligaciones contractuales del productor con terceras partes. La toma de control tampoco supone un mayor coste añadido para la producción, ya que todos los costes adicionales corren por cuenta de la sociedad de *completion bond*.

El último supuesto posibles es el de la paralización y finalización de la producción sin completar la misma. Obviamente, es el peor escenario para todos los intervinientes en la producción, tanto para el mismo productor como para la sociedad de *completion bond*. Supone el fracaso absoluto de cualquier producción en marcha y su probabilidad es muy baja. En este caso, la sociedad de *completion bond* reembolsaría los fondos aportados por los por los financiadores a la película. En el *Producer Completion Agreement* se prevé específicamente la posibilidad de que la sociedad de *completion bond* pueda ejercer su derecho a exigir la paralización y finalización de la producción, siempre que existan pruebas ciertas y evidentes de que la producción no puede ser llevada a cabo o que desde el punto de vista financiero resulta imposible completar. En el *Producer Completion Agreement* se especifican los costes que no cubre el *bond* en caso de desviación presupuestaria, salvo que estén específicamente incluidos en el acuerdo firmado por ambas partes²⁶².

3.2.Obligaciones del productor en el *completion bond*

En el *Producer Completion Agreement* se establecen las siguientes obligaciones para el productor.

En primer lugar, la obligación del productor de cumplir las condiciones de la producción que se pactaron inicialmente respecto del guión, la definición del director, la composición del talento principal, así como aquellas personas esenciales para el proyecto, el calendario de producción y el coste de producción. La sociedad de *completion bond* debe recibir los contratos firmados con el productor ejecutivo, el directo y el talento principal, para

²⁶² Los costes habitualmente excluidos de la cobertura del *bond* son:

- Aquellos costes ajenos a la producción de los productos entregables al distribuidor.
- Los costes de P&A (costes promoción y publicidad) de la película.
- Los costes correspondientes a la contratación de un número de empleados superior a los incluidos en el presupuesto y de acuerdo con el calendario de producción original.
- Los costes consecuencias de la formalización de los contratos de seguro habituales en el sector.
- Aquellos costes bancarios (intereses y comisiones) que no estuvieran específicamente detallados en el presupuesto.
- Los costes de producción derivados de la negligencia de terceras partes.
- Aquellos costes derivados del rodaje de escenas no contempladas en el guión original aprobado por la sociedad de *completion bond*.
- Todos aquellos costes que pudieran surgir después de la finalización y entrega de la producción.
- Los costes consecuencia de incumplimiento de contratos o incumplimiento de normas de carácter legal.
- Los honorarios por asesoramiento fiscal, y legal, en general.
- Los costes consecuencias de temas fiscales.
- Los desembolsos por la adquisición de licencias y textos utilizados en la producción.
- Las pérdidas causadas por las diferencias del del tipo de cambio.

el control y seguimiento de la sociedad de *completion bond*. Los elementos clave, tanto del equipo artístico como del equipo técnico no pueden ser sustituidos sin la aprobación previa de la sociedad de *completion bond*.

El productor está obligado a satisfacer la remuneración pactada a la sociedad de *completion bond* en la firma de los contratos, con el fin de que el *bond* sea efectivo.

El productor se compromete a que la producción contará con las especificaciones y requerimientos definidos en los acuerdos de distribución y licencia, y de la entrega de la película al distribuidor en los plazos acordados. La formalización de acuerdos de distribución posteriores deberá ser autorizada por la sociedad de *completion bond*. El productor está obligado a formalizar los seguros habituales de producción cinematográfica así como aquellos que pudiera señalar que faltara por suscribir por parte de la sociedad de *completion bond*.

El productor se compromete a que todos los recursos financieros obtenidos sean destinados a los pagos definidos en el presupuesto, de acuerdo con el *cash flow* aprobado inicialmente, así como a permitir que la sociedad de *completion bond* controle y revise la cuenta bancaria donde se ingresen los recursos financieros de la producción.

El productor debe incluir en el presupuesto una partida para contingencias de gastos, que se calculan como un porcentaje del presupuesto (por ejemplo el 10%). Esta partida deberá ser desembolsada desde el inicio y mantenida en cuenta para atender a potenciales contingencias.

En caso de que la sociedad de *completion bond* tuviera que aportar fondos para cubrir el riesgo, el productor faculta a la sociedad de *completion bond* para que su derecho de recuperación sea anterior al de recuperación de la remuneración del productor.

El productor se obliga a informar permanentemente a la sociedad de *completion bond* sobre la evolución de la producción en todos sus aspectos, y autoriza a la sociedad de *completion bond* a presentarse en cualquier momento de la producción (desde el rodaje a la postproducción, edición y montaje).

El productor deberá presentar a la sociedad de *completion bond* la producción final y sus cortes, así como informar a la misma del momento en que los materiales hayan sido enviados y recibidos por la distribuidora.

El productor está obligado a actuar con la máxima diligencia en caso de que existan posibilidad de desviación de los costes presupuestados o de las fechas de rodaje y demás hitos de la producción.

Asimismo, en caso de que la sociedad de *completion bond* considere que las acciones tomadas por el productor no son suficientes para garantizar el fin de la producción en tiempo y coste, la sociedad de *completion bond* tendrá el derecho de tomar el control efectivo de la producción. En consecuencia, en el caso de que sea imposible continuar por razones de coste y tiempo la producción la sociedad de *completion bond* también tendrá la facultad de decisión sobre la paralización y finalización de la producción, a paralizar y finalizar la producción.

Por último, el productor se obliga a devolver a la sociedad de *completion bond* los fondos que hubieran sido desembolsados por la sociedad de *completion bond* con el fin de cubrir los costes incurridos. En virtud de lo anterior, el productor cede a la sociedad de *completion bond* todos los derechos de la producción, hasta que haya recuperado los fondos desembolsados. Una vez recuperados los fondos aportados, los derechos de la producción retornarían al productor.

3.3.Ventajas para los productores y financiadores de la película

La principal ventaja para los productores que supone la formalización de un *completion bond* es facilitar el acceso a la financiación de inversores privados, en general, como las entidades financieras concedan préstamos a la productora o la inversión de fondos de inversión y capital riesgo. Y esto es así porque el *completion bond* cubre el riesgo principal de cualquier inversión en producción, como es el cumplimiento de los costes presupuestados y de la duración de todas las fases de la producción hasta la entrega de la película en el plazo establecido.

En consecuencia, el *completion bond* puede ser una herramienta interesante para ayuda a la entrada de inversión privada en la producción cinematográfica, que siempre es temerosa de asumir riesgos no previstos. Paralelamente, el productor puede incrementar el presupuesto de la producción ya que cuenta con más recursos, y al mismo tiempo reduce su exposición personal al proyecto manteniendo su independencia en el caso de la producción independiente, ya que no dependerá exclusivamente de la financiación de las *majors*.

Asimismo, la generalización del *completion bond* genera, lógicamente, una especialización empresarial y financiera más acorde con los estrictos requerimientos de gestión que impone el bond. Así como, beneficiarse la producción de la experiencia empresarial de las mismas sociedades de *completion bond*.

La denominada *due diligence* tanto de producción como legal que realiza la sociedad de *completion bond* puede ayudar a la productora a señalar debilidades que no había contemplado y mejorar el diseño legal del proyecto, en su caso.

Es frecuente que la misma sociedad de *completion bond* contribuya a la solución de posibles conflictos de interés entre el productor y determinados elementos esenciales del equipo, como el director, en las tradicionales discusiones sobre recursos y duración de los rodajes, apoyando las decisiones del productor para cumplir el presupuesto inicialmente firmado.

En las coproducciones de ámbito internacional el *completion bond* juega un papel muy importante, ya que permite al productor de cada país controlar la producción en la de su coproductor, limitando los gastos de control y permitiendo hacer un seguimiento total del proyecto.

En cuanto a los financiadores de las producciones, el valor del *completion bond* es evidente sin perjuicio de la forma en la que se canalicen los recursos de los inversores. Ya sea como préstamo a devolver para el productor sobre la base de una preventiva o de una subvención, en cuyo caso podrá descontar el contrato y obtener unas condiciones financieras más suaves al reducirse la exposición al riesgo de la entidad de crédito financiera. O bien para los inversores que participan como productores de la película como sucede en el modelo español de las Agrupaciones de Interés Económico (AIE), en el que es fundamental la entrega de materiales para la calificación de la película, que es cuando se puede generar la deducción fiscal correspondiente. Incluso para las Administraciones Públicas el bond puede suponer una cierta garantía de que los proyectos financiados públicamente sean capaces de finalizar la producción en tiempo y coste. Y por último, para garantizar la entrega de los materiales en caso de precompras de derechos de distribución, nacional o internacional, con adelanto o anticipos de fondos.

En todos los casos se cubren los dos grandes temores de los inversores: la no finalización de la producción y la limitación del importe de los fondos aportados.

Capítulo 6. El apoyo del Estado al cine mediante las políticas fiscales.

1. Introducción

Históricamente, la política fiscal se ha utilizado ampliamente para favorecer e impulsar la industria cinematográfica nacional, y no sólo en España sino también en Europa y resto del mundo²⁶³.

La Comisión Europea ha ratificado, en fechas relativamente recientes, la legalidad del sistema de deducción de fiscal para producciones cinematográficas y audiovisuales, mediante la Decisión de 15 de julio de 2015 (C (2015) 5032 final) relativa a la ayuda estatal SA.40885

²⁶³ Se puede consultar en la web del ICAA la gran cantidad de países en todo el mundo que tienen establecidas medidas fiscales de apoyo a la producción de cine nacional y de rodajes de cine internacional en sus territorios. Tanto en Europa (Austria, Bélgica, Croacia, República Checa, Estonia, Finlandia, Francia, Georgia, Alemania, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Macedonia, Malta, Países Bajos, Noruega, Portugal, Serbia, Eslovaquia, Eslovenia, Suiza, Reino Unido), Asia-Oceanía (Australia, Fiji, Malasia, Nueva Zelanda, Corea del Sur, Taiwán, Tailandia) África (Mauricio y Sudáfrica), Oriente Medio (Emiratos Árabes Unidos), Latinoamérica/Caribe (Colombia, República Dominicana, México, Panamá, Puerto Rico, Trinidad y Tobago, Islas Vírgenes), y diferentes legislaciones de Canadá (Alberta, Columbia Británica, Manitoba, New Brunswick, Terranova y Labrador, Nueva Escocia, Ontario, Quebec, Yukón) y Estados Unidos (Alabama, Arkansas, California, Colorado, Connecticut, Georgia, Hawái, Illinois, Kentucky, Luisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Minnesota, Mississippi, Nevada, Nuevo México, Nueva York, Carolina del Norte, Ohio, Oklahoma, Oregón, Pensilvania, Rhode Island, Carolina del Sur, Tennessee, Utah, Virginia, Washington, Virginia Occidental). Disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/cine/datos-industria-cine/coproducir-esp/Incentivos-mundial-2017.pdf> (consultado el 9/10/2019).

(2015/N) en la que declara la compatibilidad con el mercado interior con arreglo al artículo 107 apartado 3, letra d), del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea²⁶⁴.

La aprobación por la mayoría de los diputados del Parlamento y la publicación de la denominada Ley del Cine (Ley 5/2007, de 28 de diciembre del Cine) constituyó un paso importante en la creación de un modelo moderno, efectivo y estable de política fiscal dirigida a la industria de producción audiovisual.

La Ley nació en el peor momento económico de la historia reciente de España (y de Occidente) ya que a finales de 2008 cayó Lehman Brothers y estalló la denominada Gran Crisis Financiera, que en España desembocó en una modificación constitucional para controlar el gasto presupuestario, en un cambio de gobierno (del PP al PSOE), en un rescate bancario, en una intervención decisiva del BCE en defensa del euro, y en una reducción generalizada de la inversión pública y el gasto fiscal, que unida a la caída de actividad económica, incremento del paro, cierre de empresas, reducción de cotizaciones sociales, caída en picado de la recaudación fiscal e imposibilidad de una verdadera reducción significativa del déficit (por el mantenimiento de nuestro estado del bienestar en pensiones, educación, sanidad, protección del desempleo y similares) sólo se produjo una contracción de la actividad económica que causó un período técnico de Depresión, del que se empezó a salir en 2014, aunque con las estructuras sociales y económicas francamente dañadas (empleo precario, reducción de salarios, pérdida de empresas y posición en los mercados, retroceso de la posición de España en la economía mundial). La fuerte recuperación del PIB nos devuelve las esperanzas en una nueva fase de crecimiento y recuperación de proyectos aparcados por la crisis. Y entendemos que el Cine es uno de ellos.

La Ley del Cine establece en su Capítulo III, artículos 19 a 37, las “Medidas de fomento e incentivos a la cinematografía y el audiovisual”, así como en sus disposiciones adicional cuarta y final segunda.

Respecto a los denominados “incentivos fiscales”²⁶⁵ se introduce la novedad, que luego comentaremos, del empleo de las AIE, así como de las entidades de capital riesgo

²⁶⁴ Hay que señalar que dicha Comunicación es consecuencia de que el 10 de febrero de 2015, las autoridades españolas notificaron algunas modificaciones del régimen de ayudas de la Diputación Foral de Vizcaya consistente en deducciones fiscales para producciones cinematográficas y audiovisuales Ver la Comunicación en:

https://www.bizkaiacinema.eus/pdf/ca_CE_C_2015_5032_final.pdf?hash=8284ab6b9d533ab97c63e1f1760109b7 (Consultado el 3/3/201).

²⁶⁵ La Ley 5/2007, de 28 de diciembre del Cine, establece en su Artículo 21. Incentivos fiscales.

(aunque en este último caso no se ha producido hasta la fecha ningún desarrollo legal ni reglamentario).

Asimismo, se introdujo un nuevo apartado 3 por el artículo 1.4 del Real Decreto-ley 6/2015, de 14 de mayo, con el fin de controlar el cumplimiento del criterio de “intensidad máxima” del sistema de ayudas (tanto directas como fiscales).

Sin entrar en una detallada exposición del mecanismo de funcionamiento del modelo, que se expondrá jurídicamente en el apartado siguiente, sí es preciso describir en este momento cómo funciona el sistema. El legislador español, y posteriormente la doctrina administrativa emanada por la Dirección General de Tributos a través de sus contestaciones vinculantes a consultas de los contribuyentes, ha optado por lo que denomina un modelo de *tax shelter*. Es decir, permitir la creación de vehículos jurídicos especiales (en nuestro caso español las denominadas Agrupaciones de Interés Económico) para estructurar las operaciones. Estos vehículos jurídicos no tienen otro fin que el fiscal, por mucho que determinadas interpretaciones de la norma quieran argumentar que se trata de impulsar la creación de nuevas entidades especializadas en la producción. Los verdaderos productores siguen siendo los productores, y las nuevas estructuras jurídicas de producción se convierten en financiadores de los proyectos, ya que encargan la producción ejecutiva a los productores. Todo es legal y bendecido por la DGT, pero es el sistema que nos hemos dotado, que está

“1. Los incentivos fiscales aplicables al sector de la cinematografía serán los establecidos en la normativa tributaria con las especialidades previstas en esta Ley.

2. Para un mejor aprovechamiento de los incentivos fiscales previstos en la normativa tributaria, en particular los regulados en los artículos 34.1 y 38.2 del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales fomentará:

a) La constitución de agrupaciones de interés económico de acuerdo con lo previsto en la Ley 12/1991, de 29 de diciembre, de agrupaciones de interés económico, a las que resultará de aplicación el régimen fiscal establecido en los artículos 48 y 49 del citado texto refundido y demás normativa de desarrollo.

b) Las inversiones de las entidades de capital-riesgo en el sector cinematográfico, de acuerdo con lo previsto en la Ley 25/2005, de 24 de noviembre, reguladora de las entidades de capital-riesgo y de sus sociedades gestoras, a las que les resultará de aplicación el régimen fiscal previsto en el artículo 55 del citado texto refundido y demás normativa de desarrollo.

3. El importe de las deducciones aplicadas por incentivos fiscales junto con el de las ayudas recibidas no podrá superar el porcentaje de intensidad máxima establecido en este capítulo para cada una de las líneas de ayuda. El Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales verificará en cualquier momento y hasta el cumplimiento del plazo previsto en el artículo 39 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, que las producciones beneficiarias de las ayudas no superan estos porcentajes, siendo la superación de su límite causa de reintegro o de reducción de las ayudas concedidas hasta el importe máximo financiable.

La Agencia Estatal de Administración Tributaria y el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales establecerán, en los términos señalados en la normativa tributaria, los oportunos mecanismos de colaboración dirigidos al intercambio de la información necesaria a efectos del control de la intensidad máxima de las ayudas a percibir por cada producción, cuya identificación corresponderá al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales”. (BOE 28/12/2029, número 312, página 53.694).

funcionando pero que no abre realmente nuevos caminos a la financiación privada. Se trata, en suma, de lograr un beneficio financiero mediante la imputación de deducciones fiscales y bases imponibles negativas por partes de las AIEs a los socios que las componen, todo ello, insistimos, con un escrupuloso respeto a la Ley. Posteriormente, en diciembre 2020, se introdujo una nueva figura que no precisa de ser socio de una AIE para beneficiarse fiscalmente. Se trata de la novedosa figura del “financiador” que no es productor, pero sí disfruta de las deducciones por su inversión. Hay que señalar que sólo disfruta de la deducción por inversiones, y no de la imputación de las bases imponibles negativas de la AIE. La rentabilidad de estas operaciones financieras viene dada tanto de la imputación de las deducciones como de las potenciales bases imponibles negativas de la AIE. En el nuevo sistema que, por cierto, es mucho más sencillo de instrumentar, se limita el beneficio del inversor a un 20% de su inversión, frente al alrededor del 40% que puede suponer el sistema vía AIE.

2. Las deducciones fiscales y la creación de las AIE

Las deducciones fiscales relacionadas con la inversión en producciones cinematográficas y series audiovisuales se encuentran recogidas en los apartados 1 y 2 del artículo 36 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades²⁶⁶. El apartado 3 del citado artículo se ocupa de la deducción por inversiones en espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales. Hay que señalar que el citado articulado está sujeto a constantes modificaciones, en aras, entendemos, de una mayor claridad y eficacia de la norma.

Las deducciones vigentes hasta el 31 de diciembre de 2019²⁶⁷ eran del 25 por ciento respecto del primer millón de base de la deducción, y del 20 por ciento sobre el exceso de

²⁶⁶ Artículo 36. Deducción por inversiones en producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales.

²⁶⁷ Antes de la redacción dada por el Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019, el Artículo 36 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, referido a la deducción por inversiones en producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales, establecía lo siguiente:

1. Las inversiones en producciones españolas de largometrajes cinematográficos y de series audiovisuales de ficción, animación o documental, que permitan la confección de un soporte físico previo a su producción industrial seriada darán derecho al productor a una deducción:

a) Del 25 por ciento respecto del primer millón de base de la deducción.
b) Del 20 por ciento sobre el exceso de dicho importe.

La base de la deducción estará constituida por el coste total de la producción, así como por los gastos para la obtención de copias y los gastos de publicidad y promoción a cargo del productor hasta el límite para ambos del 40 por ciento del coste de producción.

Al menos el 50 por ciento de la base de la deducción deberá corresponderse con gastos realizados en territorio español.

El importe de esta deducción no podrá ser superior a 3 millones de euros.

En el supuesto de una coproducción, los importes señalados en este apartado se determinarán, para cada coproductor, en función de su respectivo porcentaje de participación en aquella.

Para la aplicación de la deducción establecida en este apartado, será necesario el cumplimiento de los siguientes requisitos:

a') Que la producción obtenga el correspondiente certificado de nacionalidad y el certificado que acredite el carácter cultural en relación con su contenido, su vinculación con la realidad cultural española o su contribución al enriquecimiento de la diversidad cultural de las obras cinematográficas que se exhiben en España, emitidos por el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, o por el órgano correspondiente de la Comunidad Autónoma con competencia en la materia.

b') Que se deposite una copia nueva y en perfecto estado de la producción en la Filmoteca Española o la filmoteca oficialmente reconocida por la respectiva Comunidad Autónoma, en los términos establecidos en la Orden CUL/2834/2009.

La deducción prevista en este apartado se generará en cada período impositivo por el coste de producción incurrido en el mismo, si bien se aplicará a partir del período impositivo en el que finalice la producción de la obra.

No obstante, en el supuesto de producciones de animación, la deducción prevista en este apartado se aplicará a partir del período impositivo en que se obtenga el certificado de nacionalidad señalado en la letra a') anterior.

La base de la deducción se minorará en el importe de las subvenciones recibidas para financiar las inversiones que generan derecho a deducción.

El importe de esta deducción, conjuntamente con el resto de las ayudas percibidas por el contribuyente, no podrá superar el 50 por ciento del coste de producción.

2. Los productores registrados en el Registro de Empresas Cinematográficas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte que se encarguen de la ejecución de una producción extranjera de largometrajes cinematográficos o de obras audiovisuales que permitan la confección de un soporte físico previo a su producción industrial seriada tendrán derecho a deducción del 20 por ciento de los gastos realizados en territorio español, siempre que los gastos realizados en territorio español sean, al menos, de 1 millón de euros.

La base de la deducción estará constituida por los siguientes gastos realizados en territorio español directamente relacionados con la producción:

1º Los gastos de personal creativo, siempre que tenga residencia fiscal en España o en algún Estado miembro del Espacio Económico Europeo, con el límite de 100.000 euros por persona.

2º Los gastos derivados de la utilización de industrias técnicas y otros proveedores.

El importe de esta deducción no podrá ser superior a 3 millones de euros, por cada producción realizada.

La deducción prevista en este apartado queda excluida del límite a que se refiere el último párrafo del apartado 1 del artículo 39 de esta Ley. A efectos del cálculo de dicho límite no se computará esta deducción.

El importe de esta deducción, conjuntamente con el resto de las ayudas percibidas por el contribuyente, no podrá superar el 50 por ciento del coste de producción.

Los productores que se acojan a este incentivo fiscal asumirán las siguientes obligaciones:

1.º Incorporar en los títulos de crédito y en la publicidad de la producción una referencia específica a haberse acogido al incentivo fiscal e indicar de forma expresa los lugares específicos de rodaje en España y la colaboración del Gobierno de España, las Comunidades Autónomas, de la Spain Film Commission y de las Film Commissions/Film Offices que hayan intervenido.

2º Remitir al Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) para su archivo, clasificación y gestión los siguientes materiales:

– Una copia de la producción audiovisual en formato digital de alta calidad en versión original y en las versiones comercializadas en España.

– Sinopsis y una ficha técnica y artística actualizada.

– Material gráfico de promoción de la producción (carteles, fotografías, etc.).

– Una cantidad suficiente de fotogramas de la obra incentivada con la autorización implícita para ser utilizados en la promoción del territorio en donde se haya rodado.

3º Las empresas beneficiarias se comprometen a ceder los derechos de reproducción parcial de las obras audiovisuales y materiales gráficos entregados para la realización de actividades y elaboración de materiales de promoción en España y en el extranjero con fines culturales o turísticos, que podrán realizarse por las Entidades

dicho importe Tomando como base de la deducción el coste total de la producción más los gastos para la obtención de copias y los gastos de publicidad y promoción a cargo del productor hasta el límite para ambos del 40 por ciento del coste de producción. Asimismo, al menos el 50 por ciento de la base de la deducción deberá corresponderse con gastos realizados en España. La base de la deducción se minorará en el importe de las subvenciones recibidas para financiar las inversiones que generan derecho a deducción. El importe de esta deducción, conjuntamente con el resto de las ayudas percibidas por el contribuyente, no podrá superar el 50 por ciento del coste de producción.

Respecto de los rodajes de películas extranjeras en suelo español se establece una deducción a los productores españoles encargados del rodaje, del 20 por ciento de los gastos realizados en territorio español, siempre que los gastos realizados en territorio español sean, al menos, de 1 millón de euros. Siempre que los gastos realizados en territorio español directamente relacionados con la producción, con una serie de límites (los gastos de personal creativo, siempre que tenga residencia fiscal en España o en algún Estado miembro del Espacio Económico Europeo, con el límite de 100.000 euros por persona). Y también con el límite de 3 millones de euros y el que las ayudas públicas no superen el 50 por ciento del coste de producción.

Posteriormente, y consecuencia de la crisis desatada por la pandemia de 2020, se aprobó el Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019²⁶⁸, mediante el cual se incrementaron cinco puntos el importe del porcentaje de las deducciones (de 25% a 30% el primer millón y de 20% a 25% el resto) y de 3 a 10 millones el importe máximo de las deducciones. Modificación que beneficia tanto a las producciones nacionales como a los rodajes de películas extranjeras en España. Asimismo, se detallan una serie de supuestos en que determinadas producciones, por sus especiales

Estatales, Regionales, Provinciales o Locales con competencias en Cultura, Turismo y/o Economía, así como por la Spain Film Commission y por las Film Commissions/Film Offices que hayan intervenido.

4º Informar al Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) a efectos estadísticos:

- de la fecha de inicio y finalización de la producción,
- del importe del gasto total de la producción realizado en España, sea o no objeto finalmente del incentivo.

²⁶⁸ En su Disposición final primera de modificación de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, se establece que “con efectos para los períodos impositivos que se inicien a partir de 1 de enero de 2020, se modifican los apartados 1 y 2 del artículo 36 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades”. (BOE 6/5/2020, página 31.313).

características, puedan superar el 50% de financiación pública (documentales, entre otras categorías²⁶⁹).

La deducción por la inversión en producciones cinematográficas fue contemplada en la legislación fiscal española ya desde los años 80.

Lo que constituye una novedad es la apertura que se realizó mediante la Ley 5/2007, de 28 de diciembre, del Cine (Ley del Cine 2007) a la utilización de instrumentos jurídicos como son las Agrupaciones de Interés Económico (AIE) para la inversión cinematográfica con el fin de captar inversores en las obras audiovisuales atraídos por el disfrute de los beneficios fiscales que se podrían obtener mediante la aplicación de la normativa fiscal vigente. Concretamente la imputación a los socios de la AIE tanto de las deducciones fiscales de la AIE como de las bases imponibles negativas que pudiera generar.

El problema de la citada regulación ha sido que, en vez de efectuar las correspondientes modificaciones legislativas, a las que haremos referencia más adelante, en la Ley que regula las AIE, así como en la legislación del Impuestos sobre Sociedades (y Reglamento del IS) se ha optado por construir el modelo a base de consultas vinculantes a la Dirección General de Tributos (DGT) por parte de los interesados. Ello ha dado lugar a docenas de contestaciones, a diferentes interpretaciones por parte de los contribuyentes, una más conservadoras que otras, y distintas interpretaciones por parte de la Administración

²⁶⁹ De acuerdo con Disposición final primera de modificación de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades “el importe de esta deducción, conjuntamente con el resto de las ayudas percibidas, no podrá superar el 50 por ciento del coste de producción. No obstante, dicho límite se elevará hasta:

a'') El 85 por ciento para los cortometrajes.

b'') El 80 por ciento para las producciones dirigidas por una persona que no haya dirigido o codirigido más de dos largometrajes calificados para su explotación comercial en salas de exhibición cinematográfica, cuyo presupuesto de producción no supere 1.500.000 de euros.

c'') El 80 por ciento en el caso de las producciones rodadas íntegramente en alguna de las lenguas cooficiales distintas al castellano que se proyecten en España en dicho idioma cooficial o subtítulo.

d'') El 80 por ciento en el caso de producciones dirigidas exclusivamente por personas con un grado de discapacidad igual o superior al 33 por ciento reconocido por el órgano competente.

e'') El 75 por ciento en el caso de producciones realizadas exclusivamente por directoras.

f'') El 75 por ciento en el caso de producciones con un especial valor cultural y artístico que necesiten un apoyo excepcional de financiación según los criterios que se establezcan mediante Orden Ministerial o en las correspondientes convocatorias de ayudas.

g'') El 75 por ciento en el caso de los documentales.

h'') El 75 por ciento en el caso de las obras de animación cuyo presupuesto de producción no supere 2.500.000 de euros.

i'') El 60 por ciento en el caso de producciones transfronterizas financiadas por más de un Estado miembro de la Unión Europea y en las que participen productores de más de un Estado miembro.

j'') El 60 por ciento en el caso de coproducciones internacionales con países iberoamericanos”. (BOE 6/5/2020, número 126, página 31.314).

Tributaria (por un lado, la DGT, por otro la Inspección de Hacienda y en tercer lugar por la jurisdicción económico-administrativa) así como por los tribunales de justicia ordinarios.

El mismo ICAA publicó un estudio sobre el sistema con el fin de tratar de difundir la bondad de la nueva regulación como fuente de financiación de las producciones audiovisuales²⁷⁰. Hay que señalar que la Agencia Tributaria abrió inspecciones a una serie de operaciones, de cuantía significativa, interpretando de forma distinta a como se había planteado por los contribuyentes con consecuencias en algunos casos negativas para los administrados, lo cual generó una cierta inquietud en el sector de la producción ya que el perjuicio recaía sobre los denominados “inversores fiscales”, que habían acudido a la llamada de la rentabilidad financiera que ofrecían las, en cierto modo, complejas, estructuras fiscales que comercializaban determinados intermediarios y entidades financieras con el asesoramiento jurídico de despachos jurídicos especializados en la materia.

En suma, un panorama al inicio confuso y actualmente (marzo de 2019) con mayor seguridad jurídica en la construcción de las estructuras fiscales, que como hemos dicho anteriormente no dejan de ser algo complicadas en cuanto requieren de la formalización de diversos contratos entre inversores y productores ejecutivos de la película con el fin de cumplir estrictamente con la función de productor que asume la AIE y al mismo tiempo garantizar la seguridad mercantil, laboral y fiscal de los inversores, que lógicamente no desean tener sorpresas desagradables posteriores a su inversión consecuencia de distinta interpretación de la inspección de Hacienda respecto a su inversión en la producción, entre otras razones, por el cuestionamiento de su carácter de productor socio en la AIE.

Dicho lo anterior, surgieron cuestiones delicadas, con recientes contestaciones de la DGT ²⁷¹que vuelven a causar cierta confusión, como es la creación de AIE sin que ejerzan

²⁷⁰ Viana, Víctor y Pérez-Bustamante, David (2010): Cine y fiscalidad en España. Guía práctica sobre los incentivos fiscales aplicables a las inversiones cinematográficas, Madrid, ICAA. Disponible en línea: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/principal/novedades/cine/2010/seminario-sobre-cine-y-fiscalidad-una-nueva-mirada-a-la-financiacion-e-inversion-en-la-produccion-de-cine-en-espana/Cineyfiscalidad.pdf> (Consultado el 29/3/2019).

²⁷¹ Como ejemplo de la prolífica labor de contestación de la DGT se han encontrado más de 39 contestaciones al respecto en la página web del Ministerio:

http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=1484-00
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V1366-07
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0207-08
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0006-09
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0558-11
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V1045-12
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V1598-12
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V2007-12

realmente una clara y probada actividad productora. En una última contestación de la DGT se podría entender que dichas estructuras son aceptadas por la Administración, siendo la realidad que han sido perseguidas desde el inicio por la Inspección de Hacienda. De hecho, estamos a la espera de sentencia de los tribunales ordinarios al respecto de determinadas AIE constituidas en Canarias por el fin de producir películas realizadas en dichas islas.

Este ejemplo de la inseguridad jurídica planteada por la consideración de la verdadera naturaleza como productor de la AIE a estos efectos, ha supuesto una gran fuente de conflicto entre la Inspección de Hacienda y los contribuyentes.

La Ley de Presupuesto Generales del Estado para 2017 zanjó definitivamente la cuestión a favor de la consideración de la AIE como productora, siempre que la misma cumpla los requisitos legales establecidos²⁷²,

http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0464-13
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V2218-13
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0076-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0123-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0125-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0126-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0128-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0317-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0520-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0894-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V1164-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V1675-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V2402-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V2770-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V2811-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V2928-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V3055-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V3208-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V3433-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V3870-15
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V1272-16
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V2079-16
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V3217-16
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V3364-16
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V3767-16
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V3771-16
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V4231-16
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V4490-16
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V4770-16
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0018-17
http://petete.minhafp.gob.es/consultas/?num_consulta=V0744-18

²⁷² “A los efectos de lo dispuesto en el artículo 120.2 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, se entenderá que las Agrupaciones de Interés Económico ostentan la condición de productor siempre que se constituyan como productora independiente, mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 4.n) de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, se incorporen a la producción con anterioridad a la fecha de finalización de rodaje, y designen al productor ejecutivo encargado de asumir la iniciativa del proyecto” (Disposición adicional centésima

En cuanto al impacto real de las deducciones fiscales, las Memorias de Beneficios Fiscales ²⁷³ de los Presupuestos Generales del Estado de cada año incluyen un cálculo de estas, aunque sin desglosar la parte que corresponde a producciones cinematográficas y audiovisuales de la de otras actividades culturales (espectáculos en vivo).

La evolución, que se presenta en la figura 145, muestra un extraordinario incremento desde los escasos 2,63 millones de euros y 2,97 millones de euros de los años 2015 y 2016, a los 20,63 millones de euros y 32,7 millones de euros de los años 2017 y 2018, respectivamente.

En 2019 y 2020 se prorrogaron los presupuestos de 2018. En el proyecto de PGE para 2021 se incluyen 90,95 millones de euros para este concepto. Lo que demuestra el impulso que se ha dado a la financiación de la producción cinematográfica por esta vía de las AIE.

Figura 137. *Importe de las deducciones fiscales a la inversión cinematográficas (2015-2021). En millones de euros.*

vigésima sexta de la Ley 3/2017, de 27 de junio, de Presupuestos Generales del Estado para 2017, BOE 28/6/2017, página 53.989).

²⁷³ Las Memorias de Beneficios Fiscales de los Presupuestos Generales del Estado (PGE) de cada año se encuentran disponibles en línea en los siguientes recursos.

La Memoria de Beneficios Fiscales del Proyecto de PGE de 2021: https://www.sepg.pap.hacienda.gob.es/Presup/PGE2021Proyecto/MaestroTomos/PGE-ROM/doc/L_21_A_A2.PDF (página 187). (Consultado el 3/3/2020).

La Memoria de Beneficios Fiscales del Proyecto de PGE de 2020 y 2019 no se encuentran disponibles en la misma página, ya que al final se prorrogaron los presupuestos de 2018. No hemos encontrado la Memoria Beneficios Fiscales de los Proyectos de PGE de 2020.

La Memoria de Beneficios Fiscales del Proyecto de PGE de 2019 en: http://www.congreso.es/docu/pge2019/pge_2019-tomos/PGE-ROM/doc/L_19_A_A2.PDF (consultado el 5/11/2020).

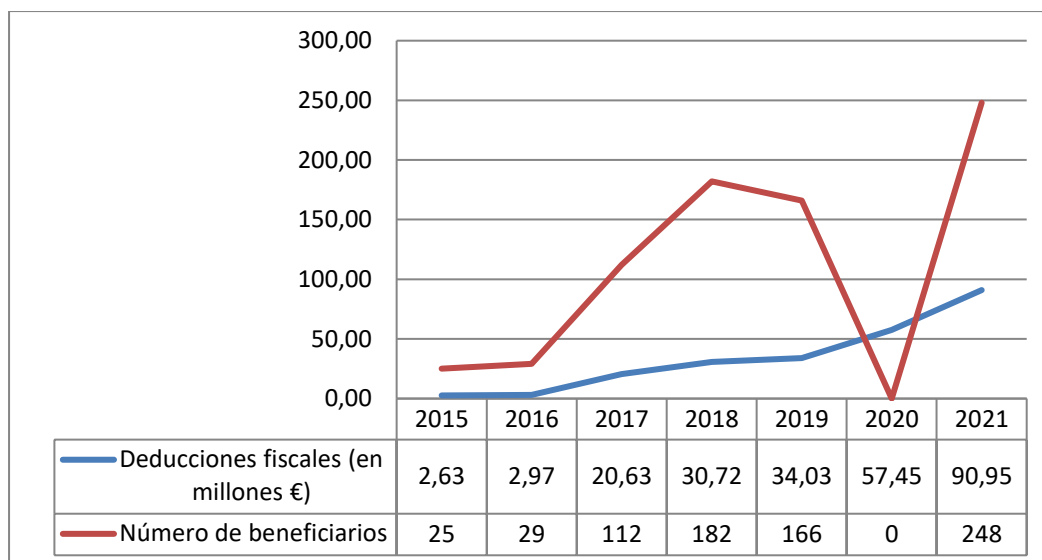
La Memoria de Beneficios Fiscales de los PGE de 2018:

http://www.congreso.es/docu/pge2018/pge_2018-tomos/PGE-ROM/doc/L_18_A_A2.PDF (página 177).

La Memoria de Beneficios Fiscales de los PGE de 2017: http://www.sepg.pap.hacienda.gob.es/Presup/PGE2016Proyecto/MaestroTomos/PGE-ROM/doc/L_16_A_A2.PDF (página 165).

La Memoria de Beneficios Fiscales de los PGE de 2016: http://www.sepg.pap.hacienda.gob.es/Presup/PGE2017Proyecto/MaestroTomos/PGE-ROM/doc/L_17_A_A2.PDF (página 187).

La Memoria de Beneficios Fiscales de los PGE de 2015: http://www.sepg.pap.hacienda.gob.es/Presup/PGE2015Proyecto/MaestroTomos/PGE-ROM/doc/L_15_A_A2.PDF (página 163).



Fuente: Elaboración propia con los datos de las Memorias de Beneficios Fiscales de los PGE de los años 2015 a 2021, salvo la correspondiente a 2020, que no ha sido encontrada.

En la Memoria de Beneficios Fiscales de los PGE de 2021 se afirma que este incentivo afecta a pocas entidades, pero por unas cuantías elevadas, que se han más que triplicado desde 2013 a 2018²⁷⁴.

En la Memoria de Beneficios Fiscales de los PGE de 2021 se explica el fuerte incremento esperado en las deducciones del ejercicio 2021 frente a 2020 por el cambio normativo²⁷⁵:

Por último, hay que señalar que el fundamento legal de la imputación de los resultados contables y deducciones de la AIE se encuentra en el artículo 46 de la Ley del

²⁷⁴ Este incentivo se caracteriza por afectar a un número muy reducido de entidades, pero por unas cuantías medias elevadas, habiendo pasado estas de 48.643 euros en 2013 a 161.473 euros en 2018. Se supone que la proporción de beneficiarios respecto al total de declarantes del impuesto disminuirá desde el 1,6 por diez mil en 2018 hasta el 1,3 por diez mil en 2020. De este modo, se estima un decrecimiento acumulado del número de declarantes del 18,7 por ciento en el conjunto del bienio, motivado por un crecimiento del 8,6 por ciento en 2019 y una contracción del 25,2 por ciento en 2020, debido sobre todo a la paralización del sector durante parte del año como consecuencia de la crisis sanitaria. En lo que se refiere a la cuantía media de estas deducciones, se supone una expansión del 42,8 por ciento entre 2018 y 2020 (tasas anuales del 14,2 y del 25 por ciento en 2019 y 2020, respectivamente). (Memoria Beneficios Fiscales PGE 2021, pp. 157 y sigs.).

²⁷⁵ También es preciso subrayar el auge de la deducción por producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales, que experimenta un incremento del 58,3 por ciento respecto a 2020, situándose la cuantía del beneficio fiscal en 90,95 millones de euros, lo cual se explica por el cambio normativo aprobado en 2020, al que se ha aludido antes. (Memoria Beneficios Fiscales PGE 2021, p. 176).

Impuesto sobre Sociedades, que es el que realmente permite que los socios inversores puedan obtener una rentabilidad financiera a la operación.

Artículo 46. Criterios de imputación.

1. Las imputaciones a que se refiere el presente capítulo se efectuarán a las personas o entidades que ostenten los derechos económicos inherentes a la cualidad de socio o de empresa miembro el día de la conclusión del período impositivo de la entidad sometida al presente régimen, en la proporción que resulte de los estatutos de la entidad.

2. La imputación se efectuará:

a) Cuando los socios o empresas miembros sean entidades sometidas a este régimen, en la fecha de finalización del período impositivo de la entidad sometida a este régimen.

b) En los demás supuestos, en el siguiente período impositivo, salvo que se decida hacerlo de manera continuada en la misma fecha de finalización del período impositivo de la entidad sometida a este régimen.

La opción se manifestará en la primera declaración del impuesto en que haya de surtir efecto y deberá mantenerse durante tres años.

3. Deducción por financiación de la producción

El 30 de diciembre de 2020²⁷⁶ se aprobó una nueva modificación del sistema de deducciones a la inversión en la producción audiovisual, ampliando el ámbito de aplicación mediante la introducción de una nueva figura de “inversor” mediante la suscripción de un contrato de financiación. La aprobación de la medida resultó por el apoyo de la oposición lo

²⁷⁶ A través de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021, que, en su Disposición final trigésima primera de modificación de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, introduce un nuevo apartado 7 definiendo la figura del financiador.

que ha levantado una cierta polémica tanto en el Gobierno como en la Agencia Tributaria²⁷⁷. El nuevo apartado 7 del artículo 39 de la LIS dice literalmente:

7. También tendrá acceso a la deducción prevista en el apartado 1 y 3 del artículo 36 de esta Ley, el contribuyente que participe en la financiación de producciones españolas de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y de series audiovisuales de ficción, animación, documental o producción y exhibición de espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales realizada por otro contribuyente, cuando aporte cantidades en concepto de financiación, para sufragar la totalidad o parte de los costes de la producción sin adquirir derechos de propiedad intelectual o de otra índole respecto de los resultados del mismo, cuya propiedad deberá ser en todo caso de la productora. Dichas aportaciones se podrán realizar en cualquier fase de la producción hasta la obtención del certificado de nacionalidad.

El reintegro de las cantidades aportadas se realizará mediante las deducciones líquidas en cuota, que de acuerdo con el contrato y lo establecido en el apartado 1 y 3 del artículo 36, el productor traspase al contribuyente que participa en la financiación.

Para la aplicación de lo dispuesto en el presente artículo será necesario que tanto el productor como el contribuyente que participen en la financiación de la producción, suscriban un contrato de financiación en el que se precisen, entre otros, los siguientes extremos:

- a) Identidad de los contribuyentes que participan en la producción.
- b) Descripción de la producción.
- c) Presupuesto de la producción con descripción detallada de los gastos y, en particular, de los que se vayan a realizar en territorio español.

²⁷⁷ Ver el artículo de EL PAÍS al respecto <https://elpais.com/economia/2020-12-22/la-industria-del-cine-tendra-mas-ayudas-fiscales-en-2021-pese-a-la-oposicion-de-psoe-y-podemos.html> (Consultado el 15/1/2021).

d) Forma de financiación de la producción, especificando separadamente las cantidades que aporte el productor, las que aporte el contribuyente que participe en su financiación y las que correspondan a subvenciones y otras medidas de apoyo.

e) Las demás cuestiones que reglamentariamente se establezcan.

El contribuyente o contribuyentes que participan en la financiación tendrán derecho a acreditar en su autoliquidación la deducción prevista en ese artículo, determinándose su importe en las mismas condiciones que se hubieran aplicado el productor. No obstante, lo anterior, el contribuyente que participa en la financiación de la producción no podrá aplicar una deducción superior al importe correspondiente, en términos de cuota, resultante de multiplicar por 1,20 el importe de las cantidades por él desembolsadas para la financiación de aquella. El exceso podrá ser aplicado por el productor.

3.1. Los sistemas fiscales aplicables a la producción cinematográfica en España

En España, conviven actualmente cuatro sistemas fiscales de apoyo a la producción cinematográfica con diferencias en cuanto al importe deducible y algunas otras condiciones.

Por un lado, el que rige en toda España (excepto en Canarias, Navarra y País Vasco) basado en la Ley del Impuesto sobre Sociedades expuesto en el apartado anterior, y denominado régimen común. Por otro lado, el sistema aplicable en Canarias, por su especial situación geográfica “ultraperiférica”, y que constituye una extraordinaria excepción por los importes deducibles (que suponen como máximo veinte puntos adicionales a los porcentajes de deducción en la cuota establecidos en la norma general). Y por último los sistemas forales de Navarra y las tres provincias del País Vascos (Álava, Guipúzcoa y Vizcaya) con sistemas similares en estas tres Diputaciones vascas. Que en su momento fueron más generosos en el importe de las deducciones que el régimen común, pero que tras la última reforma de diciembre de 2020 mantienen porcentajes de deducción similares.

4. Las medidas públicas de apoyo y rescate al sector cultural y de la producción cinematográfica ante la crisis provocada por la COVID-19

Sin perjuicio de las medidas generales y transversales establecidas por el Estado para combatir la depresión causada por la pandemia, la herramienta específica más importante

hasta la fecha (30/10/2020) ha sido el Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019²⁷⁸ (en adelante RDL 17/2020).

El RDL 17/2020 incluye medidas generales para todos los sectores culturales en el capítulo I, tanto de orden financiero como laboral. Y dedica específicamente el capítulo III al sector de la cinematografía y las artes audiovisuales²⁷⁹.

4.1. Medidas especiales dirigidas a la financiación del sector de la Cultura

Dentro de las medidas generales establecidas en el capítulo I del RDL 17/2020, se incluyen medidas para facilitar la financiación del sector cultural mediante la concesión directa de dos subvenciones a CREASGR con el fin de ampliar su fondo de provisiones técnicas en 16.250.000€ y subvencionar el coste de comisión de apertura de los avales a los beneficiarios (3.750.000€). En realidad, la segunda subvención, aunque se concede a la SGR, en realidad beneficia directamente a los solicitantes de avales, ya que subvenciona el coste de los mismos.

Tal y como dice la exposición de motivos del RDL 17/2020, CREASGR se considera como la única entidad especializada en la financiación a las pymes del sector cultural en España²⁸⁰, lo cual no deja de ser un cierto reconocimiento a la labor que se ha desarrollado durante todos estos años en dicha sociedad²⁸¹.

El fin que persigue el Ministerio de Cultura es que CREASGR pueda promover, en colaboración con las entidades financieras que deseen participar, las siguientes líneas de financiación dirigidas a empresas del sector cultural por un importe total de 780.000.000 €. Dichas líneas cubrirían todo el sector cultural, de la forma que se detalla a continuación:

²⁷⁸ El RDL 17/2020 fue convalidado según se puede leer en la Resolución de 20 de mayo de 2020, del Congreso de los Diputados, por la que se ordena la publicación del Acuerdo de convalidación del Real Decreto ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019.

²⁷⁹ En el anexo 4 se reproduce el texto del RDL 17/2020 en lo que se refiere a las medidas aplicable al sector cinematográfico.

²⁸⁰ “La Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR es la única herramienta financiera especializada en exclusiva en la prestación de avales a las pequeñas y medianas empresas del sector cultural español, habiendo sido su labor en estos años fundamental para permitirles el acceso a la financiación bancaria y poner en marcha así diferentes proyectos culturales” (Exposición de motivos RDL 17/020).

²⁸¹ Desde un punto de vista personal constituye un honor en cuanto a la labor de consejero que el firmante de esta investigación ha estado realizando en CREA SGR durante los últimos años.

- Línea Audiovisual.
- Línea de las Artes Escénicas.
- Línea de la Industria Musical.
- Línea de la Industria del Libro.
- Línea de las Bellas Artes.
- Línea de otras empresas del sector cultural.

Cada línea financiará proyectos del ámbito que le sea propio y recibirá un importe mínimo de 40 millones de euros, sin que ello afecte al régimen general de responsabilidad del fondo de provisiones técnicas, con arreglo a lo establecido en la Ley 1/1994, de 11 de marzo, sobre el Régimen Jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca.

Con el fin de facilitar el acceso a los avales, se reduce el coste de la comisión de apertura del aval para acceder a las líneas al 0,5 %, costes que serán financiados con cargo a la subvención prevista de 3.750.000€ (prevista en la letra b) del apartado 1 de este artículo).

Dicho RDL se desarrolló mediante Orden de 21 julio de 2020²⁸², con el fin de detallar los términos de la concesión de las subvenciones, así como las condiciones y particularidades de las líneas de financiación. Dicha Orden fue modificada mediante Orden de 8 de marzo de 2021²⁸³, con el fin de adaptarse a la situación del sector cultural, que sufre una incidencia negativa mayor a la prevista inicialmente en la Orden modificada. En consecuencia y tal como expone el Ministerio de Cultura en su página web²⁸⁴ de forma literal “amplía el objeto de la línea de financiación para dar cabida no sólo a desajustes de tesorería, sino para incluir también la posibilidad de apoyar otras necesidades derivadas de las medidas y restricciones adoptadas por la situación del Covid-19”.

La Orden de 8 de marzo de 2021 también amplía el plazo para la presentación de las solicitudes hasta el 31 de octubre del 2021 y el plazo de realización de actividades hasta el 31

²⁸² Orden de 21 de julio de 2020, por la que se conceden subvenciones directas de las previstas en el artículo 22.2 B) de la ley 38/2002, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, a la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR, para la dotación de su fondo de provisiones técnicas y para la financiación del coste de la comisión de apertura de los avales a los préstamos a empresas del sector cultural con motivo de la crisis del Covid-19. Disponible en: <https://www.pap.hacienda.gob.es/bdnstrans/GE/es/convocatoria/552810> (Consultado el 24/3/2021).

²⁸³ Orden de 8 de marzo del 2021 que modifica la Orden de 21 de julio de 2020, por la que se conceden subvenciones directas de las previstas en el artículo 22.2 B) de la ley 38/2002, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, a la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR, para la dotación de su fondo de provisiones técnicas y para la financiación del coste de la comisión de apertura de los avales a los préstamos a empresas del sector cultural con motivo de la crisis del Covid-19. Disponible en: <https://www.pap.hacienda.gob.es/bdnstrans/GE/es/convocatoria/552810> (Consultado el 24/3/2021).

²⁸⁴ Recuperado de: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/industriasculturales/linea-liquidez-covid-19.html> (Consultado el 24/3/2021).

de diciembre del 2021, sin perjuicio de posibles futuras ampliaciones de su vigencia si las circunstancias así lo demandan. Esta ampliación se hace coincidir con la modificación del Marco Temporal relativo a las medidas de ayuda estatal destinadas a respaldar la economía en el contexto del actual brote Covid-19 y a la modificación del anexo de la Comunicación de la Comisión a los Estados miembros sobre la aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea al seguro de crédito a la exportación a corto plazo adoptado por la Comisión Europea en enero del 2021.

La tercera medida implementada por la nueva orden obedece a la ampliación del importe máximo de la financiación solicitada, ya que tanto la modificación del objeto de la línea como la experiencia y actividad de la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas evidencia la existencia de una demanda del sector cultural de solicitar financiación por importe superior a los 100.000 euros inicialmente autorizados, de modo que el importe máximo de las solicitudes de financiación será de hasta 2.000.000 de euros a tenor de la Orden de 8 de marzo de 2021.

Otro aspecto que incluye es la posibilidad de exigir garantías a los solicitantes en función del importe total de la solicitud de financiación, sin que en ningún caso aquéllas puedan tener naturaleza hipotecaria.

Finalmente, en aras de garantizar una mayor seguridad jurídica y del principio de igualdad, la orden prevé la posibilidad de aplicar estas nuevas condiciones y plazos a todas aquellas solicitudes presentadas con anterioridad a su entrada en vigor siempre que así lo soliciten los interesados.

4.2. Medidas de apoyo a la cinematografía y a las artes audiovisuales respecto del cumplimiento de obligaciones formales para la recepción de ayudas, así como de concesión de ayudas.

Dentro de las medidas concretas de apoyo a la cinematografía se establecen un catálogo de medidas formales administrativas que pretenden aliviar la presión ejercida sobre los productores a la hora de cumplir ciertas obligaciones respecto de las películas objeto de ayudas. Se pueden resumir de la forma siguiente:

1) Ampliación de plazos para el cumplimiento de obligaciones impuestas a películas beneficiarias de ayudas concedidas en el periodo 2016 a 2019

2) Medidas para flexibilizar el cumplimiento de determinadas obligaciones que deban realizarse en el año 2020 respecto del número de salas donde debe producirse el estreno de la película, y reducción de la obligatoriedad de los gastos de lanzamiento de la película (copias, publicidad y promoción) en función de la ayuda percibida.

3) La obligación de iniciar el rodaje y de comunicarlo al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales o al organismo autonómico competente, se exigirá a partir del fin de la vigencia de la declaración del estado de alarma para todos los proyectos de películas cinematográficas beneficiarios de las líneas de ayudas concedidas en el ejercicio 2019. En el caso de coproducciones con empresas extranjeras, así como en otros especialmente justificados, el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales podrá ampliar, a solicitud de las empresas beneficiarias de las ayudas y mediante resolución motivada, los plazos para el cumplimiento de dicha obligación.

4) El pago de las ayudas generales para la producción de largometrajes sobre proyecto del año 2019 será del 50 % de la ayuda otorgada sin necesidad de haber comunicado el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, o al organismo autonómico competente, el inicio del rodaje del largometraje.

5) Reconocimiento como coste de la película de los gastos subvencionables en que hayan incurrido las empresas beneficiarias de las ayudas concedidas en 2019 y, en su caso, en ejercicios anteriores, que, como consecuencia del COVID-19 o de las medidas establecidas para combatirlo, no hayan podido aplicarse, total o parcialmente, al proyecto objeto de la subvención percibida.

6) Ampliación del concepto de estreno comercial de una película al estreno en plataformas de VOD. El RDL 17/2020 amplió en principio hasta el 31 de agosto de 2020, la posibilidad de estrenar a través de servicios de comunicación audiovisual televisiva, así como de servicios de comunicación electrónica que difundan canales de televisión o de servicios de catálogos de programas. También incluye la posibilidad de que mediante orden se pudiera ampliar el plazo establecido, cuando por causas derivadas de las medidas sanitarias o de contención adoptada, persistan en la fecha indicada limitaciones en el normal funcionamiento de la exhibición cinematográfica. Este plazo fue ampliado hasta el 31 de enero de 2021²⁸⁵.

²⁸⁵ Orden CUD/807/2020 de 27 de agosto, por la que se amplía el plazo establecido para considerar estreno comercial de una película cinematográfica el realizado a través de determinados servicios de comunicación

7) Concesión de subvenciones directas por importe de 13.252.000€ a las salas de exhibición cinematográfica, por los conceptos siguientes:

a) Gastos incidentales generados como consecuencia de las medidas sanitarias adoptadas. Entre otros, implementación de un plan de prevención de riesgos para trabajadores y público, desinfección, compra de material –mascarillas, guantes, jabón desinfectante, mamparas– o señalética específica, entre otros elementos y acciones necesarias para la protección y seguridad de las personas.

b) Campañas orientadas a la reapertura y vuelta del público a los cines.

c) Actuaciones que permitan aumentar la programación de campañas escolares.

d) Espacio publicitario para promoción y tráiler de cine español en las salas, así como de campañas institucionales.

4.2.1. Medidas fiscales de incremento de las deducciones a la inversión y el mecenazgo

En primer lugar, mediante la modificación del artículo 36 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, incrementando los incentivos fiscales relacionados con la producción cinematográfica, Tal y como dice la exposición de motivos “como medida que favorece la mayor competitividad del sector cinematográfico y audiovisual español en el entorno nacional e internacional. Con la modificación propuesta se permitirá incrementar la atracción de producciones y rodajes internacionales y la actividad económica del sector audiovisual en España, de modo que se genere empleo y se produzca el subsiguiente incremento de ingresos tributarios; además de contribuir positivamente a la promoción de España”. Fines loables y que compartimos, sobre todo si se observa el panorama mundial donde se utiliza dichos mecanismos de forma permanente y en constante competencia (incluso llegando en determinados territorios al denominado dumping fiscal). En segundo lugar, modificando la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, para elevar en 5 puntos porcentuales los porcentajes de deducción previstos para las donaciones efectuadas por contribuyentes del IRPF y del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español sin establecimiento permanente.

Capítulo 7. Resultados y discusión.

Después de haber analizado con relativa profundidad la situación actual de la financiación de la producción española podemos extraer los siguientes resultados.

1. Los datos confirman que el incremento de la producción cinematográfica no va unido a un mayor fortalecimiento del sector.

Las más de 200/220 producciones anuales (incluidas coproducciones internacionales y documentales) son realizadas por alrededor de 350 empresas productoras (lo que a todas luces parece excesivo). Apenas media docena de productoras han participado en más de cuatro películas (dos en 2020) y alrededor de 50 en más de una o dos películas (45 en 2020). Alrededor de 300 productoras solo participan en la producción de una película al año (340 en 2020). Si bien este efecto de productoras de una sola película se debe en parte al efecto de constituir Agrupaciones de Interés Económico para cada película, el hecho es que pueden existir no más de 50/60 productoras activas con producciones recurrentes y trayectorias más o menos permanentes.

Aunque España se puede considerar una potencia europea en lo que se refiere al número de producciones (dentro de las cuatro cinematografías más importantes), no lo es tanto en cuanto al rendimiento en taquilla de estas. Cerca de la mitad de las producciones corresponden a documentales (con menor potencial de recaudación que la ficción). Asimismo, las primeras 20 películas española en nivel de recaudación obtienen de media en el período 2007-2020 el 84% de la taquilla del cine español (nada menos que el 97% en 2020).

Adicionalmente, los costes medios de las producciones son sustancialmente inferiores a los de los países de nuestro entorno, lógicamente porque se realizan en función del plan de financiación. Y los planes de financiación en países como Francia incluyen unas cantidades en concepto de inversión pública (subvenciones directas y deducciones fiscales) y privada (precompras operadores) sustancialmente superiores a las nuestras.

2. El apoyo de la financiación pública es decisivo para la financiación de la producción, pero al mismo tiempo insuficiente por sí misma, por lo que es preciso acudir a otras fuentes de financiación.

La inversión pública es esencial. Y las cifras así lo demuestran. El Estado aporta alrededor de 70 millones de euros anuales a la financiación del cine, de los que unos 60 van dirigidos a la producción. Y las Comunidades Autónomas en su conjunto aportan una cantidad similar anual.

Lo cual arroja un modelo complejo de financiación en los que la participación de los emisores de televisión y plataformas es decisiva. El modelo general de una película de coste medio, aunque sujeto a las características de cada película, se podría resumir de la forma siguiente: financiación pública (50%), operadores de televisión y plataformas *streaming* (30%), otros ingresos (10%) y recursos propios (10%).

Lo que ocurre es que la casuística es tan enorme que no hay más remedio que diseñar un complejo ecosistema de financiación para el desarrollo del sector, con un sistema de garantías (que ya existe desde 2006) y con especial atención a la inversión privada, que sigue siendo la gran ausente en este sector. Pero la inversión privada acudirá si existe rentabilidad financiera para la inversión. Y la rentabilidad se obtiene cumpliendo unos planes comerciales y de explotación en los que la presencia internacional es fundamental. No sólo es suficiente la creatividad (que se supone) y la capacidad técnica y artística (que también), sino que las historias lleguen a las audiencias por su propio interés y por eficaces actividades comerciales y de negocio.

Nuevas herramientas de financiación como el *crowdfunding* o financiación participativa pueden ayudar al productor a poner en conocimiento de potenciales inversores sus proyectos, dinamizando las fuentes de financiación. Para tratar de incrementar las cifras habituales de inversión del micromecenazgo es preciso apostar por plataformas de financiación participativa de inversión y préstamos (reguladas en España y Europa) con más capacidad de atracción para los inversores profesionales.

3. El productor independiente sigue siendo el protagonista efectivo del sector.

Tenemos que partir de unos hechos que la realidad nos muestra que siguen siendo en general ignorados.

En primer lugar, hemos de considerar la producción cinematográfica como una actividad que, aunque es fundamentalmente económica, por la necesidad que tiene de recursos y la dedicación de los mismos a la creación de un producto de consumo de carácter inmaterial, no deja de tener un componente absolutamente creativo, de manifestación de la cultura, ideas, manías e idiosincrasia de un pueblo, que, quiera o no, se encuentra reflejado, retratado para bien o para mal, en la historia de su cine. Y esa es la razón por la que prácticamente no existe ningún país en el mundo que no tenga su propia producción cinematográfica, y que, aunque el dominio norteamericano sea, como hemos visto, prácticamente hegemónico, no por ello se desatiende ni desaparece la producción cinematográfica nacional. Y aunque económicamente dicha producción nacional sea débil, frágil y prácticamente en coma industrial, es uno de los enfermos más saludables que existen tal y como demuestran la extraordinaria cantidad de películas que se producen de forma sistemática año tras año. Es decir, que por muchos problemas económicos y financieros que aquejen de forma permanente al sector de la producción, se siguen haciendo películas, incluso de alto nivel artístico y en algunos casos con un extraordinario éxito de taquilla. Por lo que se podría deducir en una primera reflexión que para qué preocuparnos sobre los modelos de financiación, protección o promoción del cine, si va a sobrevivir por sí mismo pase lo que pase. Es una forma de afrontar el problema, que parece a veces ser subsumida por algunos agentes del sector cuando, por ejemplo, se denigran de forma absoluta las políticas públicas de subvenciones directas a la producción. Pero esta visión cínica del problema no resuelve desgraciadamente nada de nada.

Si consideramos que la producción cinematográfica nacional va a continuar existiendo a pesar de los inconvenientes que se le presenten, será más lógico encauzar dicho potencial creativo en unas estructuras y orden económico que permitan la conformación de un verdadero tejido industrial que no sólo dé cauce al enorme fenómeno creativo, sino que ofrezca verdaderos réditos económicos a la sociedad en su conjunto.

Porque la esencia del problema de la falta de una sólida industria de la producción nacional es precisamente la inexistencia de empresas sólidas y permanentes que constituyan la columna vertebral del sector.

Podríamos partir de la hipótesis de que el volumen de producción existente en España es suficiente, al menos en términos cuantitativos, no tanto cualitativos, para satisfacer las necesidades cinematográficas del país y cubrir su potencial exportador. En realidad, es mucho suponer, ya que, como hemos visto en las páginas anteriores, las cifras engañan. Los cientos de películas que se producen son dispares en cuanto a presupuesto de producción y modelo de explotación. Directamente podemos considerar que las películas de largometrajes documentales no tienen nada que ver, desde el punto de vista industrial, con las películas de ficción apoyadas por las cadenas de televisión privadas. El centenar de documentales que se ruedan en España anualmente, se emiten prácticamente solo en televisión y sus costes de producción son inferiores, en general, a la ficción, salvo algunas honrosas excepciones de documentales de alta factura técnica y artística, con recorrido comercial en salas de cine. Las películas producidas por las cadenas privadas de televisión son de un coste medio estimado para que con la inversión en lanzamiento pueda recuperarse la inversión en la misma y por tanto en las que la taquilla esperada es un elemento indispensable al elaborar el proyecto, por lo que el género dominante suele ser la comedia y aquello que los jefes de los estudios, que es en lo que se han convertido nuestras cadenas de televisión, piensan que va a llegar al público de forma masiva. En los últimos tiempos, nuevos operadores del mundo del VOD (Netflix y su competencia) están ofreciendo financiación para la producción, sobre todo de producto para televisión, y con una filosofía global, de explotación en todos los mercados.

Por tanto, el volumen de producción no tiene realmente un techo natural, dependerá de las circunstancias del momento: el mercado (en el más puro sentido liberal) es y será el que fija el volumen de producción, no los políticos, ni los gobiernos, ni siquiera las cadenas de televisión. A los políticos les interesa alardear de los magníficos resultados del cine, sobre todo si encima está en el gobierno, dedicando el menor dinero público posible y siempre amenazando con cortar las líneas de suministro, como si de un enfrentamiento bélico se tratara. Las cadenas de televisión disponen de sus límites presupuestarios, de explotación y de modelos de negocio, que les impone unos límites naturales de producción. Pero el mercado en sí mismo parece no imponer límites más allá del interés del público por el producto. En los festivales y mercados internacionales se puede ver año tras año, con las excepciones de las fases cíclicas de crisis y depresión, como la producción audiovisual se dispara continuamente con nuevas ofertas mundiales.

En consecuencia, sería torpe, para un sector económico, como es el de la producción cinematográfica, desaprovechar el extraordinario momento creativo por no ser capaz de levantar unas estructuras económicas sólidas que permitan consolidar todo lo ya creado.

Históricamente, como se ha expuesto anteriormente, todas las políticas públicas de apoyo al Cine (con mayúsculas) se han justificado asumiendo los mejores principios que se puedan exponer, no solo en España sino también en Europa. Sin embargo, ni los efectos han sido los esperados, ni en lo que se refiere a la creación de una verdadera industria ni a la forma en que se debería estructurar dicha industria.

Hemos visto que la industria del cine ocupa a muchos agentes, con intereses contrarios, pero que de su actuación conjunta se beneficia un público, que, a través de sus diferentes pantallas, disfruta de su producción.

El concepto de “productor independiente”²⁸⁶ es sobre el que ha pivotado, de forma quizás absolutamente hipócrita, toda la construcción del modelo de producción tanto en España como en Europa. Pero, la realidad en este momento, y sobre todo en España que la producción y el productor “independiente” prácticamente no existen, salvo honrosas excepciones. Porque este es un sector plagado de “honrosas excepciones”.

Y por qué decimos que el productor independiente no existe (salvo honrosas excepciones). Porque la independencia en la producción solo se puede conseguir si se dispone de independencia en la financiación. Ya que sin independencia económica no hay independencia política ni empresarial. Y aunque las políticas de subvenciones públicas pueden crear una cierta dependencia e incluso clientelismo, las políticas de empresa de los agentes que son esenciales para la financiación pueden llegar a eliminar totalmente la independencia de la producción. Si una producción es desarrollada, en su idea y origen, por el equipo de desarrollo de una televisión, controlada su producción mediante la figura de la coproducción, eligiendo el casting principal, las estrellas y los principales elementos técnicos como el director, dirigida su lanzamiento con el uso de la parrilla de todos los canales de la cadena y apoyada en todo el proceso financieramente, el productor independiente tan solo se

²⁸⁶ La Ley define como productor independiente, en su artículo 1, a “aquella persona física o jurídica que no sea objeto de influencia dominante por parte de un prestador de servicio de comunicación/difusión audiovisual ni de un titular de canal televisivo privado, ni, por su parte, ejerza una influencia dominante, ya sea, en cualesquiera de los supuestos, por razones de propiedad, participación financiera o por tener la facultad de condicionar, de algún modo, la toma de decisiones de los órganos de administración o gestión respectivos”.

ha convertido en un productor “ejecutivo”. Que es una figura esencial para la producción de la película, pero no es independiente. Porque los productores ejecutivos pueden estar muy bien remunerados, pero no asumen la figura del empresario productor independiente que financia su película y asume el resultado de su éxito o su fracaso.

Y esta situación no es nueva. Ni ha aparecido de un día a otro. Ni es desconocida por todos los agentes de la industria. Por eso, en todas las leyes sobre Cine la figura del productor independiente es esencial. Hasta el punto de que cabe preguntarse si no es en realidad un mito fundacional o un tabú de la sociedad “cinematográfica” que a lo mejor hay que atreverse a romper.

Si eliminamos la figura del productor independiente quizás reconozcamos el fracaso de una idea y la construcción de una industria alrededor de los grandes operadores de televisión e internet (en un proceso acelerado de convergencia no sólo tecnológica sino también empresarial) que son los verdaderos productores independientes del sistema. ¿O no?

Por qué no mantener la ficción (nunca mejor dicho) del productor independiente con el fin de que podamos seguir funcionando con los mecanismos históricos de protección del Cine. Porque si lo eliminamos de la historia (con minúsculas), tampoco es necesario tan alambicado sistema jurídico económico construido alrededor de esta figura. O es que, a lo mejor, sí que es un elemento necesario para nuestro modelo económico de la producción española y europea. Recordemos que somos un continente que protege a los creadores, no sólo a los productores, de forma más patente que en otros sistemas como el norteamericano, en el que los productores asumen la posición del creador (guionista, director, compositor) a la hora de la gestión de determinados derechos de autor.

El criterio de la “independencia” se establece respecto de los prestadores de servicio de comunicación/difusión audiovisual y de los titulares de canales televisivos privados. En consecuencia, no es un concepto absoluto de independencia, sino respecto de unos agentes específicos del mercado audiovisual: prestadores de comunicación audiovisual y canales de televisión privados.

Por tanto, tampoco debería ser difícil construir un sector de producción independiente sólido con la colaboración o participación de otros sectores económicos, como el financiero o de industrias conectadas con la producción, como son las empresas de servicios técnicos audiovisuales u otros. De hecho, existen experiencias en el pasado y actuales donde grupos de

servicios audiovisuales (como Mediapro, Vértice o Secuoya) han integrado empresas de producción audiovisual en sus estructuras. Otras productoras tienen participación de entidades financieras o vehículos de inversión. En realidad, los mismos grupos citados anteriormente son participados de forma significativa por fondos de inversión en busca de su rentabilidad.

Lo que ocurre es el que prestador de comunicación audiovisual, como, por ejemplo, un gran grupo telefónico, o un canal de televisión privado, son a la vez los grandes demandantes de producto audiovisual, por lo que son o deberían ser los mejores clientes de las productoras audiovisuales. Y aquí radica el problema, cuando el cliente tiene la capacidad de condicionar de forma efectiva al proveedor. Es bien sabido que en las relaciones cliente/proveedor ninguna de ambas partes se siente cómodo con la excesiva fuerza económica de la otra parte. De hecho, muchas de las normas de protección de la competencia se crean para proteger un ecosistema de relaciones más o menos igualitarias, o al menos que no produzcan situaciones de abuso de la posición dominante, por ejemplo. Sin perjuicio de la labor de las entidades reguladoras de la competencia, que en el mundo del cine siempre han desarrollado un papel destacado²⁸⁷ la realidad es que las relaciones jurídico-económicas están muy descompensadas.

Y a pesar de los esfuerzos de política nacional para encauzar estos problemas la realidad se encarga de demostrar que el sector de la producción independiente es débil, atomizado y extremadamente dependiente de sus clientes finales, fundamentalmente canales de televisión privados.

Por último, hay que señalar que la figura del productor independiente vuelva a estar en cuestión y, de acuerdo con los propios productores independiente, perjudicada con la

²⁸⁷ Véanse como ejemplo las Resoluciones de la CNMC al respecto, analizando la históricamente habitual contratación por lotes de las *majors* distribuidoras de cine en sus relaciones con los exhibidores. Resolución de 21 de enero de 1994 Expediente R 58/93 distribuidoras de cine <https://www.cnmc.es/expedientes/r-6893> y Resolución de 21 de enero de 1994 Expediente R 68/93 distribuidoras de cine https://www.cnmc.es/sites/default/files/76022_6.pdf.

Y sobre intercambio de información de clientes la Resolución de 10 de mayo 2006 Expediente 588/05 https://www.cnmc.es/sites/default/files/56615_6.pdf, recurrida ante la Audiencia Nacional. Así como la Sentencia de la Audiencia Nacional de 20 de marzo de 2013, estimando parcialmente el recurso de las entidades sancionadas por el Tribunal de Defensa de la Competencia https://www.cnmc.es/sites/default/files/317875_6.pdf.

Y sobre conductas uniformes de las distribuidoras por haberse concertado para uniformizar sus políticas comerciales, repartiéndose una parte sustancial del mercado español de la distribución cinematográfica. <https://www.cnmc.es/expedientes/vs058805>.

nueva propuesta de redacción de la modificación de la Ley General Audiovisual, aprobada por el Congreso de los Diputados (junio de 2022) y pasada a tramitación al Senado.

Según las asociaciones del sector de la producción independiente, la definición propuesta abre la puerta a considerar independientes a aquellas productoras participadas o que trabajen para una televisión o plataforma de streaming siempre que su producción se dirija a otra televisión o plataforma de streaming.

Sin embargo, el Ministerio de Cultura no parece compartir dicha interpretación, que pareciera es fruto de la presión del Ministerio de Asuntos Económicos como concesión a las grandes empresas audiovisuales²⁸⁸. Como se puede observar, la política y la economía siempre van unidas de la mano.

²⁸⁸ EFE (9/6/2022): "Alrededor de un centenar de productores independientes se han concentrado este mediodía frente al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital para pedir una rectificación del proyecto de ley audiovisual, aprobado por el Congreso el pasado 26 de mayo y pendiente aún del visto bueno del Senado.

Convocados por la Plataforma Audiovisual de Productores Independientes (PAP), que agrupa a las asociaciones AECINE, PIAF, PROA, PROFILM, MAPA y DIBOOS, y con la presencia de representantes de la asociación de mujeres cineastas CIMA, los asistentes se manifestaron tras una pancarta que reivindicaba la diversidad cultural.

Desde los días previos a su aprobación en el Congreso, los productores vienen denunciando que una enmienda introducida en el último momento por el PSOE, y que salió adelante con la abstención del PP y de Unidas Podemos, pone "en serio peligro la supervivencia de un ecosistema cultural diverso y equilibrado".

"Ese cambio permite que las grandes corporaciones y televisiones produzcan con filiales haciendo intercambios y cruces como si fueran independientes", ha señalado el productor y portavoz de la PAP, José Antonio Hergueta en declaraciones a los periodistas a las puertas del Ministerio.

"Es un fraude al estatus de la producción independiente europea, porque se trata de una transposición de una norma europea y estamos contrariando 30 años de política de España y de la UE", ha agregado.

Hergueta ha confiado en que el Gobierno rectifique y ha recordado que aún hay margen en el Senado. "Somos el único país con una legislación tan laxa que contraviene la pauta europea", ha señalado, "el paradigma no puede ser abrir la producción independiente a grupos extranjeros y grandes corporaciones".

En un comunicado difundido este jueves, los productores agrupados en la plataforma dicen sentirse "menospreciados" por el Ministerio de Cultura después de que el ministro Miquel Iceta tachara de "exagerado" su clamor contra la ley audiovisual.

Ayer mantuvieron una reunión con representantes del Ministerio de Asuntos Económicos, que entienden es "quien lidera" esta ley, pero lamentan que "la visión estratégica de ambas partes se haya aún muy lejos de converger y las diferencias se hacen difíciles de conciliar".

Hergueta ha recordado también que el hecho de que la ley audiovisual -que regula obligación de inversión de las televisiones y plataformas en producción audiovisual- y la ley del cine -que incluye la normativa sobre subvenciones- establezcan diferentes definiciones de lo que es la producción independiente supone una gran "inseguridad jurídica" para el sector.

"Esperamos de este Gobierno que se posicione claramente, no que abra una nueva ventana sin saber dónde conduce, necesitamos claridad", ha subrayado.

Entre los asistentes a la concentración estaban muchos de los principales productores independientes españoles, como Gerardo Herrero y Mariela Besuievski (Tornasol Films), Álvaro Longoria (Morena Films), María Luisa Gutiérrez (Bowfinger), Cristina Zumárraga, María Zamora (productora de "Alcarrás"), Beatriz Bodegas, Fernando Colomo, Ana Saura o César Benítez.

4. Propuesta de un modelo de financiación de la producción independiente

La postura que se mantiene en toda esta investigación es, no sólo la necesidad de seguir trabajando a favor de la figura del productor independiente, sino que se considera una figura absolutamente necesaria para la buena salud del sector audiovisual en su conjunto y clave para garantizar el flujo constante de la creatividad y el talento.

Las consideraciones para realizar tienen múltiples aspectos, y son fundamentalmente de orden político, económico y jurídico, pero también de modelos de funcionamiento y prácticas empresariales.

A continuación, vamos a desarrollar en ocho epígrafes las principales medidas que se proponen para mejorar la financiación del sector de la producción cinematográfica y en consecuencia su sector empresarial, tratando de argumentar de forma sencilla y eficiente la razón de las mismas, tomando siempre como base toda la información expuesta anteriormente en la presente investigación.

Hay que señalar que la doctrina ya ha propuesto medidas similares en diferentes momentos. Por ejemplo García Santamaría (2018) realiza nueve interesantes propuestas en el estudio anual que publica la Fundación Alternativas sobre la Cultura en España:

1. Una de las primeras cuestiones por esclarecer es si España debe disponer de una “cinematografía fuerte”, o más bien de una “industria audiovisual fuerte”, puesto que las políticas que habría que seguir tendrían que ser diferentes.
2. Desarrollar un ambicioso plan de relanzamiento del audiovisual español, siguiendo el modelo italiano, que invertirá 300 millones de euros; una cifra que no parece una cantidad relevante para la quinta cinematografía de la UE.
3. De acuerdo con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual, las autoridades españolas deben mostrarse activas a la hora de imponer obligaciones de inversión en producción a operadores y servicios de VOD.
4. Reforzar los procesos de transparencia y rendición de cuentas de los productores y, en general, de todos aquellos sectores que sean beneficiados con ayudas públicas.

La ley audiovisual obliga a televisiones privadas y plataformas a destinar un 5% de su recaudación (la pública es un 6%) a financiar obra audiovisual europea siempre y cuando sus ingresos anuales sean de al menos 10 millones de euros.

De ese 5%, al menos un 70% (3,5% del total) tendrá que ser para producción independiente en lengua oficial o cooficiales. Disponible en línea en: <https://www.efe.com/efe/espana/cultura/los-productores-reclaman-al-gobierno-una-rectificacion-de-la-ley-audiovisual/10005-4827951>.

5. Introducción de una cláusula, al igual que en Francia, que asegure la diversidad de la producción audiovisual. En este sentido, sería muy provechoso recuperar las salas de cine en aquellas localidades de provincia que carecen de ellas y en las poblaciones con más de 50.000 habitantes, e incluso crear una distribución en red como en Gran Bretaña. Estas salas son una muestra de la diversidad cultural y un elemento indispensable para seguir manteniendo nuestro patrimonio cinematográfico.
 6. Creación de ayudas automáticas para la exportación de obras audiovisuales.
 7. Las cadenas generalistas de televisión podrían destinar una parte de los recursos que ahora dedican a la producción de cine a la “producción independiente” o, lo que es lo mismo, a la realización de películas en las que el grupo propietario no sea el productor.
 8. Las series son las grandes aliadas de los servicios *over the top* (OTT) y uno de los pilares de la creatividad audiovisual; por tanto, deben recibir una mayor atención por parte de la Administración.
 9. Permitir que los egresados de estudios de audiovisual puedan tener acceso al menos a la producción de programas para TVE y los canales autonómicos, destinando por ley una parte de su producción para sus proyectos (pág. 118).
- Como se puede observar, el espíritu de dichas medidas es compatible con lo que a continuación se expone.

4.1. Medidas de política nacional y autonómica de fomento de la producción independiente vía subvenciones directas al sector de la producción. Flexibles y dirigidas a obtener seguridad jurídica

Las políticas de apoyo directo mediante subvenciones al sector de la producción independiente son fundamentales para la supervivencia del sector.

Tal y como se ha querido exponer en todo este trabajo, las subvenciones son elemento necesario, aunque no suficiente, para el mantenimiento de su capacidad productiva. Aunque quizás se planteó la creación de un modelo de ayudas como política transitoria hasta la maduración económica del sector, la realidad ha demostrado, y no sólo en España sino prácticamente en todas las cinematografías de nuestro entorno, que es un elemento básico para la financiación de la producción.

Solo el planteamiento de propuestas basadas en un cierto populismo económico-político puede argumentar la desaparición de los sistemas de subvenciones como innecesarios e incluso nocivos para el sector.

Tal y como se ha mostrado en los análisis de financiación de las películas expuestas en el trabajo, las subvenciones directas suponen alrededor del 30% de la financiación. Y eso es debido a la propia singularidad del producto y el mercado al que se dirige. Este tipo de subvenciones directas junto con los sistemas de incentivos y deducciones fiscales llegan a suponer al menos del 50% de la financiación media de las películas.

Otra cosa es desarrollar un modelo de subvenciones que realmente prime y consiga los objetivos que se plantea, y en este sentido cabe proponer los siguientes principios básicos iniciales de actuación:

- 1) Incremento del volumen de ayudas de forma proporcional a la importancia de la producción cinematográfica en nuestra industria y en comparación con los países de nuestro entorno.
- 2) Selección de los beneficiarios en base a principios que faciliten indudablemente el desarrollo de una industria real de producción independiente, no un sector dependiente de la concesión de subvenciones por parte de los organismos públicos.

- 3) Seguimiento del resultado de los sucesivos programas de ayudas con el fin de ir ajustando los mismos en la medida de conseguir los objetivos propuestos.

El primer punto depende de las políticas económicas públicas que se encuentran incluidas en los Presupuestos Generales del Estado y de las Comunidades Autónomas, ya que éstas tienen cedidas las competencias de cultura. Por tanto, están al albur de las políticas generales del país y de cada Comunidad Autónoma, convirtiéndose de alguna forma en el “patito feo” de los presupuestos, siempre sujetos al poder de presión de los grupos de interés económicos, políticos y sociales, entre los cuales se encuentra el de los productores, que no es precisamente el que cosecha más éxitos entre sus asociados. Y para ejemplo la muestra de la política presupuestaria desde el año 2009.

Tal y como se ha citado en esta investigación, la Ley del Cine establecía una cifra mágica de 100 millones de euros como el objetivo a alcanzar. Nunca se llegó a esta cifra.

Por otro lado, las Comunidades Autónomas han desarrollado una política acorde con sus presupuestos y sus necesidades, dentro de un panorama de incremento de la deuda y escasez de recursos. Es cierto que la crisis desatada por la pandemia en 2020 ha supuesto un toque de atención a nuestros gobernantes que se han volcado en apoyar proyectos con el respaldo financiero que supone el plan de ayudas de la Unión Europea (los famosos 140.000 millones de euros en ayudas directas y financiación). El Plan España Hub Audiovisual de Europa, se enmarca dentro de esta gran estrategia de convertir el audiovisual (incluidos los videojuegos e industrias de contenidos digitales) en una gran apuesta estratégica, por lo que habrá que esperar a ver el resultado de dichas acciones.

4.2. Medidas de política nacional y autonómica, de fomento de la producción independiente de orden fiscal: deducciones y créditos de impuestos, con criterios de sostenibilidad y duración en el tiempo que apoye el emprendimiento y el desarrollo del sector

La política fiscal se ha mostrado sumamente eficaz a la hora de dotar de recursos a la producción cinematográfica y audiovisual, tanto en España como en el resto de las cinematografías, en Europa y fuera de ella.

Sin embargo, creemos que dicha política debe ir ajustándose a los tiempos, sin eliminar las ayudas directas públicas, por las razones anteriormente citadas (ya que suponen el primer grado de control del gasto público) y deben ir ganando seguridad jurídica, mejorando el diseño de los modelos y poder tener una duración en el tiempo que permita la planificación financiera y empresarial.

Seguridad jurídica porque, como hemos comentado, la legislación no creemos que deba construirse sobre la base de la doctrina administrativa (contestaciones de la DGT a consultas vinculantes efectuadas por los administrados) sino en la Ley y su desarrollo reglamentario. En nuestro caso adaptando toda esta doctrina administrativa en la Ley y Reglamento del Impuesto Sobre Sociedades, y legislación concordante.

Asimismo, mejorando continuamente el diseño jurídico de los mismos, quizás ir construyendo modelos más cerca de los denominados *tax rebates* o créditos de impuesto que las estructuras de *tax shelter*, que son mucho más costosas para los beneficiarios e incluso para los contribuyentes. Sinceramente, es preferible modelo más sencillos que estructuras fiscales complejas que, a largo plazo, suelen producir problemas para todos por las diferencias de interpretación entre el contribuyente y la autoridad fiscal. La última reforma de diciembre de 2020 ha ido en la línea de introducir una nueva figura como el “inversor financiero” para el disfrute de los beneficios fiscales, sin que tenga que convertirse socio de la AIE. Es decir, una línea más simplificadora de trámites y más accesible a inversores de bajos importes y películas de menor importe. Posiblemente este modelo de inversor “financiero/fiscal” sea el que se impondrá en los próximos años.

4.3. Medidas de política financiera dirigidas a la facilitación del acceso al crédito del sector de la producción audiovisual independiente

El acceso a la financiación por parte de las productoras cinematográficas y audiovisuales se encuentra tradicionalmente muy condicionado al devenir de la política crediticia general, pasando por etapas extremadamente duras para el acceso a la financiación (que son las más frecuentes) a períodos de una gran facilidad de acceso a la financiación (que excepcionalmente se ha producido prácticamente desde 2014 hasta ahora (marzo 2019), consecuencia de la política monetaria europea tras la Gran Depresión (expansión cuantitativa), pero la tesis que mantengo es que esta situación no es sostenible ni duradera. Volverán los tiempos de rigidez en la concesión del crédito al mercado en general, y el sector

volverá a sufrir extraordinarios apuros financieros. Solo puede construirse un sistema adecuado para el emprendimiento y desarrollo del sector si potenciamos los ejes siguientes:

En primer lugar, mediante el impulso de la inversión del capital riesgo sobre todo en las fases de desarrollo, a través de las diferentes figuras de *Business Angels* y similares.

En segundo lugar, es preciso el impulso de una banca especializada en el sector que entienda el negocio y el riesgo inherente al mismo, sobre todo en lo referente a las pequeñas y medianas empresas, que son la mayoría del sector (actualmente existen algunos ejemplos, pero son escasos y precisamente no integrados dentro de los campeones bancarios nacionales).

Asimismo, es precisa la creación de herramientas de financiación alternativas a la bancaria tradicional (*crowdfunding*), que permitan la entrada de financiadores distintos de la banca tradicional, con el fin de no depender exclusivamente de la voluntad de las entidades financieras y sus circunstancias.

Ha que seguir manteniendo las herramientas de mitigación del riesgo como son los sistemas de garantías, dotándolos de recursos propios (robusteciendo su capital y Fondo de Provisiones Técnicas) así como apoyando la diversificación de su riesgo en todo el sector de las Industrias Creativas y Culturales como medida de mitigación del riesgo. Así como estableciendo y fortaleciendo sistemas de reaseguro y reafianzamiento tanto con entidades públicas nacionales (CERSA) y autonómicas (ya existen precedentes en el País Vasco) y locales, como internacionales (FEI).

Por último, es precisa la asunción de figuras modernas de aseguramiento en el sector, como el *completion bond* (usado de forma general por las producciones cinematográficas internacionales como vía de aseguramiento del buen fin de las películas para la tranquilidad de los inversores privados, y públicos) y adaptando las mismas a la legislación española y apoyando su difusión y contratación.

4.4. Medidas en relación con la defensa de la libre competencia

Evidentemente, un sector que no compite de forma sana tiende a generar monopolios y oligopolios en cualquiera de sus fases que no hace sino perjudicar el funcionamiento total del sistema. Y desgraciadamente esto es lo que ocurre en el sector audiovisual, por lo que es

preciso que las autoridades de la competencia, tanto nacionales (CNMC) como internacionales (Comisión Europea) actúen con contundencia ante los evidentes abusos de posición dominante que se dan en muchas etapas de la cadena de valor del sector audiovisual. No hay que confundir defensa de la libre competencia con proteccionismo. Se trata de aplicar las mismas reglas a todos los agentes de la cadena de valor audiovisual, tanto nacionales como extranjeros para garantizar la libre competencia.

4.5. Medidas de formación, desarrollo empresarial y cualificación del tejido empresarial de la producción independiente

Una de las causas de la dificultad de acceso a la financiación reside en una cierta falta de rigor financiero en parte del sector de la producción. Debido precisamente a su atomización y escaso tamaño, le impide dotarse de recursos materiales y humanos acordes a los proyectos que desarrollan.

Un apoyo por parte de las Autoridades a la profesionalización del sector, y una conciencia por parte de los agentes del mismo de dotarse de tal medio son imprescindibles para la profesionalización del mismo. En las cinematografías más desarrolladas de nuestro entorno, el sector de la producción no es sólo un hervidero de talento e ideas, sino un campo donde proliferan los asesores y especialistas jurídicos y financieros. Es impensable una reunión en Europa con productores e inversores donde no estén presentes los abogados y los financieros.

4.6. Medidas de desarrollo de la exportación de la producción independiente. La especial relación de los productores en el espacio Iberoamericano

La exportación del cine y de la producción audiovisual es fundamental para su desarrollo e incluso supervivencia como sector. Las razones son sencillas de explicar. El mercado nacional no ofrece suficiente dimensión para que por sí solo se puedan amortizar los costes de la producción cinematográfica. El número de habitantes (y potenciales espectadores) y la media de asistencia al cine (en constante disminución) no son magnitudes suficientes para generar ingresos de taquilla suficientes para la amortización del coste de las películas.

Es esencial la venta internacional de nuestra cinematografía como en otros muchos sectores económicos. Ello solo se puede lograr con una combinación de factores. Desde la inicial concepción del producto cinematográfico como un producto que pueda viajar, internacional, con mensajes aceptables en otras latitudes, hasta la política comercial de distribución del mismo y los imprescindibles apoyos institucionales a la promoción exterior. Solo con una combinación de estos tres elementos será posible convertir nuestro producto nacional en mundial, con las posibilidades de rentabilizar el producto e incluso utilizar este canal como vía de financiación previa a la producción.

Y dentro de esta política de expansión internacional debería ocupar un espacio privilegiado el continente americano por lo que supone de territorio en el que el idioma español goza de una penetración absoluta (con la notable excepción de Brasil). Y aun teniendo en cuenta las obvias diferencias entre el español de los diferentes países de la región, la realidad es que constituyen una oportunidad única de transmisión del mensaje que en general se percibe insuficientemente atendida.

A pesar de las loables iniciativas como la del fondo IBERMEDIA (en la producción cinematográfica) y el gran trabajo de todos los organismos internacionales de colaboración y cooperación (SEGIB, CAACI), es preciso esfuerzos superiores. Por ejemplo, la creación de un Fondo de Garantías Iberoamericano²⁸⁹ que pudiera avalar la producción cinematográfica de la región de forma similar a como actúa el sistema de garantías español a través de CREA SGR.

4.7. Propuestas de fortalecimiento de la defensa y protección de los derechos de propiedad intelectual de los productores independientes

Los productores se plantean de forma recurrente en los últimos años que o se defienden de quienes les arrebatan los beneficios de sus obras audiovisuales o se trabaja gratis para ellos. Planteamientos también compartidos por todos los agentes de la industria, tanto públicos como privados. Las últimas iniciativas legislativas europeas (aprobación por el Parlamento Europeo de la propuesta de reforma de la Directiva de propiedad intelectual para adaptarla al entorno digital en marzo 2019²⁹⁰) suponen un extraordinario avance en esta

²⁸⁹ Ver las declaraciones de Enrique Vargas en <https://www.somosiberoamerica.org/tribunas/un-fondo-iberoamericano-para-el-fomento-y-desarrollo-de-las-industrias-culturales-y-creativas/>.

²⁹⁰ De la propuesta en 2016, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016PC0593&from=ES>

dirección. Fundamentalmente en lo que respecta a la responsabilidad de las plataformas de internet respecto del contenido publicado por el usuario (junto con el establecimiento de un derecho conexo para los editores de prensa). Falta conseguir una acción eficaz, judicial y social contra la piratería audiovisual. El daño ya está hecho. La desaparición, temprana, de un sector completo con el videográfico (mucho antes de lo que aconteció en otros países de nuestro entorno) es un claro mensaje de lo que ocurre cuando no se prestan atención a las señales y a los hechos claramente delictivos.

Propuestas de orden judicial como la creación de una Fiscalía especializada en la defensa de los derechos de propiedad intelectual. De orden administrativo como la creación de una Dirección General de Derechos de Propiedad Intelectual, pasando por el fortalecimiento en recursos de la Sección Primera de la Comisión de Propiedad Intelectual son medidas esenciales para la defensa de la Propiedad Intelectual ²⁹¹. A las que hay que añadir las habituales propuestas de reforzar las campañas de sensibilidad social ante el fenómeno de la piratería y llegar a acuerdos de autorregulación de la piratería entre los principales agentes del mercado.

4.8. Propuestas de desarrollo de principios de buenas prácticas y responsabilidad social corporativa en el sector de la producción independiente

Los principios de buen gobierno corporativo, que actualmente en España son de aplicación más bien voluntaria que obligatoria, salvo en las empresas cotizadas, deberían implantarse de forma general en el sector de la producción cinematográfica y audiovisual. De esta forma, se iría ganando parte del respeto, que quizás se ha perdido a veces por factores sobre todo muy mediáticos conectados a un sector que, de cara a la opinión pública, parece sólo vivir a costa de las subvenciones y asumiendo el mínimo riesgo posible. Cuando en realidad, tal y como hemos querido exponer a lo largo de todo este trabajo, se trata de un sector importante dentro de nuestras Industrias Creativas y Culturales, motor de talento y economía en el sector de los contenidos, generador de empleo intensivo en mano de obra cualificada y remunerada por encima de la media y alerta siempre a las últimas novedades tanto tecnológicas como desde el punto de vista social y político. No hay que olvidar el

a la aprobación <http://adepi.net/2018/09/12/el-parlamento-europeo-aprueba-la-propuesta-de-directiva-de-propiedad-intelectual/> con 438 votos a favor, 226 en contra y 39 abstenciones.

²⁹¹ Así lo proponen las Entidades de Gestión y demás entidades asociadas en ADEPI ante la celebración de las elecciones generales del 28 A 2019 <http://adepi.net/2019/03/11/diez-medidas-para-el-sector-cultural/>.

tremendo impacto que el cine y el audiovisual en general tiene en la sociedad por los mensajes que transmite y los canales de todo tipo en que se divulga (la sociedad teledirigida de la que ya en 1997 hablaba Giovanni Sartori²⁹² y la pantalla global de Gilles Lipovetsky y Jean Serroy de 2007²⁹³).

4.9 Elaboración de un Plan Estratégico del Cine donde la comunicación tenga un papel coherente con la percepción que se tiene del cine y su industria.

Las elaboraciones de planes estratégicos son la consecuencia inevitable de cualquier propuesta de acción en cualquier sector industrial. Es preciso estructurar de forma rigurosa, ordenada, con señalamiento de los objetivos y la cuantificación económica de los mismos. Todo ello acompañado de una eficaz política de comunicación que acompañe el proceso.

En realidad, las instituciones han recorrido varias veces este camino (tal y como se ha mencionado en esta investigación) a través de los Planes Estratégicos del Ministerio de Cultura. El último ejemplo ha sido la puesta en marcha del Plan “España, Hub Audiovisual de Europa”, sobre el cual ya hemos comentado en la presente investigación y están en pleno desarrollo en el momento de cerrar este trabajo (mayo de 2022).

Por último, hay que recalcar que las propuestas de este modelo subyacen en los planes que de forma recurrente se han planteado tanto por los organismos públicos competentes como por las organizaciones y agentes del sector. Quizás, el hecho de no haberse completado nunca de forma eficaz, o al menos limitado, se ha debido a una serie de circunstancias. La primera y más importante, las limitaciones presupuestarias. Pero también, otras de índoles más políticas y sectoriales. Por ejemplo, la falta de un cierto compromiso total en la promoción de la cinematografía por parte de todos los agentes, fundamentalmente privados del sector, (productoras, distribuidoras, exhibidores, operadores de televisión y ahora las plataformas).

Se podría considerar al Estado (a través de sus organismos especializados, como es el Ministerio de Cultura, a través del ICAA) como el agente que debería liderar el citado plan. La realidad es que son varios los organismos que tienen intereses y presupuestos enfocados al

²⁹² Giovanni Sartori, Homo videns. *La sociedad teledirigida*, Madrid: Taurus.

²⁹³ Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean (2007): *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Barcelona: Anagrama.

proyecto: desde el Ministerio de Cultura, en general, hasta el Ministerio de Economía (sustituido en enero de 2020 por el actual Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital). En realidad, lo importante es que desde el Estado exista el interés de transformar apoyando el modelo, favoreciendo la llegada de inversión, no solo pública sino fundamentalmente privada, y asentar el sector. Y para ello se necesitan plazos de al menos cinco a diez años en los que ir construyendo las bases de un modelo más sostenible, no solo desde el punto de vista ecológico, sino también financiero.

Una vez expuestos los resultados de la investigación solo cabe concluir con una discusión sobre la verdadera importancia de los mismos. Por un lado, puede argumentarse que ya es conocida por la doctrina la tradicional situación de la producción cinematográfica española, en cuanto a su perfil económico y financiero y su importancia en el ecosistema del audiovisual. Sin embargo, se puede apuntar a una serie de factores que pueden enriquecer el panorama. Dada la tradicionalmente escasa dedicación, más allá de los especializados ámbitos públicos, administrativos y académicos, a la financiación del Cine, aportar datos y propuestas para la financiación del sector puede resultar estimulante. Si consideramos que los recursos públicos son escasos (que siempre lo son por definición) y que deben dirigirse al bien público (en el más amplio sentido de la palabra), investigaciones como la presente solo pretender aportar elementos más a una discusión razonada sobre el tema.

Se puede criticar perfectamente que un incremento sustancial de los recursos a la producción cinematográfica puede tener un efecto pernicioso sobre el incremento de costes, la sobreproducción y la nula visibilidad comercial de los productos. Es cierto, pero lo mismo se puede argumentar de cualquier sector productivo. Lo importante es que se puedan disponer de los recursos que nos posicionen a nuestra industria en el lugar que nos corresponde por nuestro tamaño y representatividad. Y esta investigación tan sólo pretende arrojar, si es posible, un poco de luz adicional al tema.

CONCLUSIONES

1. La industria de la producción española es débil y extremadamente dependiente de las subvenciones públicas, los operadores de televisión y las plataformas de *streaming*.

En primer lugar, los datos analizados del estado de la cuestión de la industria de la producción y audiovisual española nos presentan una industria, en general, atomizada en sus agentes productores, excesivamente dependiente de las subvenciones públicas para la financiación de sus proyectos (como es usual en nuestro entorno más próximo). Y, además, dominada por las grandes corporaciones nacionales e internacionales (como también es usual en nuestro entorno más próximo). Y, en consecuencia, absolutamente limitada, desde el punto de vista económico en su crecimiento y desarrollo (problema detectado también por nuestros organismos europeos).

En este punto, hay que hacer una clara distinción entre la producción cinematográfica y televisiva, ya que la primera es la que históricamente ha gozado tanto del apoyo público como del favor de la crítica y de la industria. En cambio, la producción para la televisión se ha considerado generalmente un encargo de producción por parte de los operadores de televisión en un medio popular y menos exigente desde el punto de vista técnico y creativo. No hay que insistir en que esta percepción ha ido desapareciendo en los últimos años, ya con el visionado en España de las magníficas producciones de HBO y todavía aún más con el desembarco en España de Netflix y demás plataformas de OTT.

En todo caso, siguen sin existir empresas sólidas de producción, desde el punto de vista financiero, que puedan cometer una producción constante y de calidad, más allá de las dependientes directa o indirectamente de las decisiones de los grandes grupos audiovisuales.

2. Las fuentes de financiación de la producción siguen siendo insuficientes para el desarrollo empresarial del sector

En segundo lugar, las fuentes de financiación de la producción han permanecido en cierto sentido invariables en los últimos treinta años, al menos en lo que se refiere al apoyo público a la producción cinematográfica, eje de toda la política cinematográfica estatal y autonómica, quizás de forma errónea, como ha ido demostrando el escaso éxito de los fondos destinados al sector. Fondos que no solo se convirtieron en indispensables para el tejido industrial de la producción, sino que también crearon un cierto clientelismo en el modelo,

olvidando el aspecto más comercial de los proyectos. Dicho lo anterior, también se puede concluir que en los últimos años se ha ido definiendo un modelo de producción más cercano al público, en cuanto consumidor último del producto cinematográfico, con evidentes éxitos de taquilla, al menos nacional. En cuanto a los fondos privados, fundamentalmente siguen siendo preventas o fórmulas de coproducción con operadores de televisión y los nuevos agentes de la industria que son las plataformas OTT, pero en suma siguen manteniendo las mismas características que cuando se financiaba básicamente con las subvenciones, las preventas de la televisión pública y los anticipos de los distribuidores. Sólo el impulso de los modelos de apoyo fiscal vía *tax shelter* que se han establecido en España a partir de la Ley del Cine de 2007 ha permitido introducir una nueva vía de financiación, adicional a la directa pública de las subvenciones.

3. Insuficiente impacto de las nuevas formas de financiación del sector

En tercer lugar, las nuevas formas de financiación apenas han tenido efecto alguno en la producción independiente más allá de garantizarles la supervivencia en tiempos de crisis, lo cual ha sido esencial, pero es insuficiente para la creación de una sólida industria de producción independiente. Si se nos permite utilizar un símil náutico, podemos decir que han funcionado los sistemas de salvamento pero que la estructura de los barcos no aguanta las tormentas de la travesía.

En cuanto a la financiación procedente de los denominados inversores fiscales podemos concluir que no deja de ser una inyección indirecta adicional de fondo públicos vía deducciones, pero no basado en la rentabilidad del proyecto para los inversores. Y creemos que esta característica es un efecto no deseado del sistema.

Debemos señalar la excepcionalidad del fenómeno de la sociedad de garantía recíproca (CREA SGR), que ha permitido sortear la crisis a docenas de productoras independientes mediante la concesión de avales que les ha permitido obtener la financiación para seguir producción. Hay que remarcar que dichos avales siempre han tenido la garantía de los proyectos y contratos en que se embarcaban las productoras, así como las garantías personales de las mismas sociedades solicitantes. Pero todo ello no ha tenido un real y gran impacto en la mejora de la industria de la producción en su totalidad. Tan sólo mejoras adicionales a su funcionamiento que les ha permitido seguir trabajando gracias al acceso a la financiación que han supuesto las garantías.

4. Necesidad de un nuevo ecosistema financiero propio para la producción

Dicho lo anterior, podemos finalizar el resultado de nuestra investigación, indicando que tanto desde la doctrina como desde las políticas públicas se comparte la necesidad de contar con un ecosistema financiero propio, en el que se combinen de forma eficaz y rigurosa los elementos siguientes:

- Un subsistema de intervención pública, mediante subvenciones directas e indirectas vía deducciones o incentivos fiscales, y ayudas públicas, tanto desde el punto de vista de protección de la competencia y defensa frente al abuso de la posición dominante. Todo ello como resultado del papel integrador del Estado, desde el Estado central a las Comunidades Autónomas, evitando duplicidades, cubriendo las principales demandas del sector y enfocado a la creación de una industria. Todo ello enmarcado en un entorno de absoluta seguridad jurídica en un plazo temporal que permita afianzar el sistema.
- Una colaboración público-privada en el desarrollo de herramientas aseguradoras de la financiación del sector, compuesta por elementos tales como un sistema de avales y un seguro de buen fin.
- Una iniciativa privada en la producción que se dirija a la creación de sociedades capitalizadas con programas de producción rigurosos y constantes en el tiempo, en colaboración (comercial más que accionarial) con los grandes distribuidores, operadores de televisión y plataformas de OTT.
- El desarrollo de nuevas fuentes de inversión mediante la entrada de capital privado vía fondos de inversión del denominado “capital riesgo”, business *angels*, plataformas de *crowdfunding*, y todas aquellas herramientas que permitan la llegada de capital privado a la industria, para lo cual, los productores deberán ofrecer altos requisitos de fiabilidad y disciplina financiera.

Todos estos elementos son esenciales para el funcionamiento del modelo de forma virtuosa que permita su desarrollo, principalmente internacional, de acuerdo con la posición de España en el mundo.

FUENTES

Tesis doctorales

- Abuja Rodríguez, Miguel (2017): *Producción cinematográfica independiente 2.0: Estrategias de bajo presupuesto frente a la tecnología 3D y el contenido Premium*, Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla. Disponible en línea en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/69586/2.TESIS%20DOCTORAL%20MIGUEL%20A.%20ABUJA.pdf;jsessionid=2C9B3C8217D5388E6BECCFCC10B9AF73?sequence=1> (Consultado el 18/11/2020).
- Codes Calatrava, Jose M. (2017): *La actividad subvencional en el cine* (Tesis doctoral), Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir, Valencia. Disponible en línea en: <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=t0HhvkESQFM%3D> (Consultado el 9/7/2019).
- Daryanani Melwani, Vibha (2017): *El cine Low Cost como Modelo de Negocio. Nuevas formas de producir, distribuir y consumir el cine español (2008 - 2016)*, Tesis Doctoral. Universitat Ramon Llull. FCRIB - Comunicació i Relacions Internacionals. Disponible en línea en: <https://www.tdx.cat/handle/10803/406080#page=1> (Consultado el 19/12/2019).
- Herrera de la Muela, Ignacio (2008): *La promoción cultural española en el exterior: la actividad cultural y promoción del cine del Instituto Cervantes (1991-2004)*, Memoria para optar al grado de Doctor, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Comunicación Audiovisual. Disponible en línea en: <https://eprints.ucm.es/8733/>
- Izquierdo Castillo, Jessica (2007): *Distribución y exhibición cinematográficas en España. Un estudio de situación del negocio en la transición tecnológica digital*. Castellón, Tesis Doctoral, Universitat Jaume I. Disponible en línea: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10466/izquierdo.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Consultado el 1/7/2019).
- Marqués Emo, Anna (2018): *El productor ejecutivo en la industria española del cine, 2000-2010. Un oficio en transición*, Tesis Doctoral, Universitat Ramon Llull. FCRIB - Comunicació i Relacions Internacionals. Disponible en línea en: <https://www.tdx.cat/handle/10803/463095#page=1> (Consultado el 19/12/2019).

- Martín del Mazo, Ana (2018): *Cultura digital y distribución cinematográfica Cómo está cambiando Internet la comercialización fílmica en España*, Tesis Doctoral, Universidad Carlos III de Madrid, Getafe. Disponible en línea en: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/26819/martin_cultura_tesis_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Consultado el 18/11/2020).
- Noriega Patiño, María Gabriela (2018) *Posicionamiento del cine español en el mercado nacional (2005-2015)*. [Tesis]. Disponible en línea en: <https://eprints.ucm.es/>.

Libros

- Albornoz L, García Leiva Ma. Trinidad, eds. (2017): *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*, Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Álvarez Monzoncillo, José María (Coordinador) (2011a): *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*, Madrid: Fundación Telefónica-Ariel. Disponible en línea: https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/82/ (Consultado el 27/3/2019).
- Álvarez Monzoncillo, José María y Menor Sendra, Juan (2011b): “El dinero del audiovisual”, en Álvarez Monzoncillo, José María (Coordinador) (2011): *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*, Madrid: Fundación Telefónica.
- Álvarez Monzoncillo, José María y López Villanueva, Javier (2017): “Marco regulatorio actual y su proceso de revisión”, en Gutiérrez Montes, Eladio (Coordinador) (2017): *Televisión Abierta. Situación actual y Tendencias de futuro de la TDT*, Madrid: Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación.
- Álvarez Monzoncillo, José M.^a y Iwens, Jean Lus (1992): *El futuro del audiovisual en España*, Madrid, Fundesco.
- Anguita Villanueva, Luis (2004): “La cultura en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea”, en Estudios sobre la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, pp. 83-116. ISBN 84-9750-276-0. Disponible en: https://eprints.ucm.es/12478/1/CULTURA_CARLOS_final.pdf (consultado el 30/9/2020).
- Arnaz, Carlos M. (2002): *Negocios de la televisión. Transformaciones del valor en el modelo digital*, Madrid: Gedisa/Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión.

- Blanes, Álvar (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona: Gedisa.
- Bonet, Lluís (2016): “La dimensión sectorial de las políticas culturales en España”, en Rius-Ulldemolins, Joaquín y Rubio Arostegui, Juan Arturo (eds.) (2016): *Treinta años de políticas culturales en España. Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, Valencia: PUV Universitat de Valencia.
- Bellón Núñez-Mera, Carlos y Ruiz-Verdú, Pablo (2018): “El "crowdfunding" y la financiación del emprendimiento”, en *Papeles de Economía Española*, N.º 157, 2018. ISSN: 0210-9107. *Análisis Económico de la revolución digital*, páginas 128-150.
- Buitrago Restrepo, Felipe y Duque Márquez Iván (2015): *La economía naranja. Una oportunidad infinita*, BID, Disponible en línea: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3A%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf> (Consultado el 27/3/2019).
- Buquet Corleto, Gustavo (2005): *El poder de Hollywood. Un análisis económico del mercado audiovisual en Europa y Estados Unidos*, Madrid, Fundación Autor.
- Bustamante, Enrique (2017): “La TDT de servicio público estatal y RTVE: Balance y futuro”, en Gutiérrez Montes, Eladio (Coordinador) (2017): *Televisión Abierta. Situación actual y Tendencias de futuro de la TDT*, Madrid: Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación.
- Bustamante, Enrique (2014): “El caso español: mutación ideológica de modelos”, en francés, Domènec, Miquel, Gavalda Roca, Josep, Llorca Abad, Germán y Perís Blanes, Álvar (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, Enrique (Coordinación) (2004): *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, Enrique (Editor) (2001a): *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*, Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, Enrique (2001b): *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Madrid: Gedisa/Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión.
- Bustamante, Enrique y Corredor Lanas, Patricia (2016): “Políticas de la comunicación y la cultura en España. Balance de una articulación siempre precaria”, en Rius-Ulldemolins, Joaquín y Rubio Arostegui, Juan Arturo (eds.) (2016): *Treinta años de políticas culturales en España. Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, Valencia: PUV Universitat de Valencia.

- Cabezón, Luis A. y Gómez Urdá, Félix G (2004): *La producción cinematográfica*, Madrid: Cátedra.
- Calvo Herrera, Concepción (2017): *Cómo financiar tu película*, Madrid: Editorial Fragua.
- Cameron, Sam (2005): “El cine”, Towse, Ruth (ed.) (2005): *Manual de economía de la cultura*. Madrid: Fundación Autor.
- Campos, Francisco (2017): “El valor social de la televisión en abierto”, en Gutiérrez Montes, Eladio (Coordinador) (2017): *Televisión Abierta. Situación actual y Tendencias de futuro de la TDT*, Madrid: Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación.
- Carrillo Bernal, Javier (2018): *Paradigma Netflix. El entretenimiento del algoritmo*, Barcelona, Editorial UOC.
- Cebrián Herreros, Mariano (2002): *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*, Madrid: Gedisa/Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión.
- García Fernández, Emilio C. y Clemente Mediavilla, Jorge (2015): “Política de promoción y comunicación del cine español”, en García Fernández, Emilio C (editor) (2015): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.
- Clemente Mediavilla, Jorge (2015): “Presencia de la industria audiovisual española en Internet”, en García Fernández, Emilio C (editor) (2015): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.
- Clemente Mediavilla, Jorge y Reyes Moreno, Maribel (2015): “Planes de apoyo al cine español. Iniciativas públicas y privadas”, en García Fernández, Emilio C (editor) (2015): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.
- Cuevas Puente, Antonio (1999): *Economía Cinematográfica*, Madrid: Egeda-Imaginógrafo,
- Cuevas Puente, Antonio (1994): *Las relaciones entre el cinema y la televisión en España y otros países de Europa*, Madrid: Comunidad de Madrid/Egeda.
- Deltell Escolar, Luis (2015): “El cine español a través de las redes sociales”, en García Fernández, Emilio C (editor) (2015): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.
- Eguizábal, Raúl (Ed.) (2017): *Metodologías, 3*, Madrid, Editorial Fragua, Biblioteca de Ciencias de la Comunicación.

- Eguizábal, Raúl (Ed.) (2016): *Metodologías*, 2, Madrid, Editorial Fragua, Biblioteca de Ciencias de la Comunicación.
- Eguizábal, Raúl (Ed.) (2015): *Metodologías*, 1, Madrid, Editorial Fragua, Biblioteca de Ciencias de la Comunicación
- Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) (2009): *La percepción del cine español por el público*, Madrid: EGEDA/EDAF.
- Florida, Richard (2012): *The Rise of the Creative Class. Revisited*, New York: Basic Books.
- Francés, Domènec, Miquel, Gavalda Roca, Josep, Llorca Abad, Germán y Perís Blanes, Álvar (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona: Gedisa.
- (2014): “La producción audiovisual española ante las incertidumbres del modelo mediático”, en francés, Domènec, Miquel, Gavalda Roca, Josep, Llorca Abad, Germán y Perís Blanes, Álvar (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona: Gedisa.
- Frey, Bruno S. (2005): “El apoyo público a las artes”, en Towse, Ruth (ed.) (2005): *Manual de economía de la cultura*, Madrid: Fundación Autor.
- García Fernández, Emilio C. (Coord.) (2016): *Historia del Cine*, Madrid: Editorial Fragua.
- García Fernández, Emilio C. (editor) (2015a): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.
- García Fernández, Emilio C. (2015b): “Análisis de los sectores cinematográficos en España (1980-2014)”, en García Fernández, Emilio C (editor) (2015): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.
- García Fernández, Emilio C., Clemente Mediavilla, Jorge y Reyes Moreno, Maribel (2015): “Planes de apoyo al cine español. Iniciativas públicas y privadas”, en García Fernández, Emilio C (editor) (2015): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.
- García Fernández, Emilio C. y Gómez Alonso, Rafael (2015): “Presencia del cine español en el extranjero”, en García Fernández, Emilio C (editor) (2015): *Marca e identidad del cine español. Proyección nacional e internacional entre 1980 y 2014*, Madrid: Editorial Fragua.
- García Fernández, Emilio C. (2009): “La figura del productor en la industria cinematográfica española”, en Javier Marzal Felici y Francisco Javier Gómez Tarín (editores) (2009): *El productor y la producción en la industria cinematográfica*, Madrid: Editorial Complutense. Disponible en línea en:

<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/34112/EMILIO%20C.%20GARC%C3%8dA%20FERN%C3%81NDEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Consultado el 5/7/2019).

- García Santamaría, J. V. (2016): *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*, Barcelona, Editorial UOC.
- García Santamaría, J. V. (2015): *La exhibición cinematográfica en España*, Madrid, Cátedra.
- García Santamaría, J. V. y López Villanueva, J. (2019). Las televisiones en la producción de cine español. En C. F. Heredero (Coord.), *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión (2015-2018)* (pp. 219-255). Festival de Málaga.
- Guimerá, Josep Angel (2017): “Las televisiones locales”, en Gutiérrez Montes, Eladio (Coordinador) (2017): *Televisión Abierta. Situación actual y Tendencias de futuro de la TDT*, Madrid: Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación.
- Gubbins, Michael (2011): *La revolución digital. El público se implica*, Madrid, Cine Regio, Academia de las Artes, Ministerio de Cultura.
- Gutiérrez Montes, Eladio (Coordinador) (2017): *Televisión Abierta. Situación actual y Tendencias de futuro de la TDT*, Madrid: Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación.
- Harvey, Edwin R. (2005): *Política y financiación pública de la cinematografía*, Madrid, Fundación Autor.
- Huguet, María (2014): “¿Cómo rentabilizar los contenidos audiovisuales? Una propuesta centrada en la creación de valor añadido y la percepción del usuario”, en Francés, Domènec, Miquel, Gavalda Roca, Josep, LLorca Abad, Germán y Perís Blanes, Álvar (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona: Gedisa.
- Jacoste Quesada, José G. (1996): *El productor cinematográfico*, Madrid: Síntesis.
- Jason E. (2006): *El juego de Hollywood. The movie business book*, Madrid: T y B Editores.
- Kichberg, Volker (2005): “El patrocinio empresarial de las artes”, en Towse, Ruth (ed.) (2005): *Manual de economía de la cultura*, Madrid: Fundación Autor.
- Jenkins, Henry y otros (2015): *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*, Barcelona: Gedisa.
- Larrañaga Rubio, Julio (2016): “Las industrias creativas en los Países Nórdicos y en España” en Fernández-Sanz, Juan José et al. (editores) (2016): *Crisis Económica e implantación de la Sociedad de la Información (Países Nórdicos & España)*, Salamanca: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones

- Larrañaga Rubio, Julio (2011): “Análisis económico de los contenidos online en España. Cine en la red” en Cebián Herreros, Mariano et al. (editores) (2011): *Industrias culturales. El modelo nórdico como referencia para España*, Zamora: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones
- Larrañaga Rubio, Julio (2005): “La evolución de la industria cinematográfica en España (1987-2002): unos comentarios económicos” en Cuesta Cambra, Ubaldo (editor) (2005): *La comunicación social contemporánea. Teoría y técnica*, Madrid: Servicio de Publicaciones, Facultad de Ciencias de la Información,
- Larrañaga Rubio, Julio (2004): “La excepción cultural como defensa de la industria del cine nacional: una visión económica” en Maqua, Javier (coord.) (2004): *El futuro del Cine Español. La excepción cultural*, Madrid: ADIRCE, Fundación Autor, SGAE
- Linares Palomar, Rafael, Fernández Manzano, Eva, Fernández-Ramírez, Laura y McGowan, Nadia (2021): *Principios básicos de la producción audiovisual cinematográfica*, Madrid, Ommpress.
- Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean (2007): *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Barcelona: Anagrama.
- Lasuén Sancho, José Ramón y Aranzadi del Cerro, Javier (2002): *El crecimiento económico y las artes*. Madrid: Fundación Autor.
- Levison, Louise (2013): *Filmmakers and financing*, Variety, Focal Press, Squire.
- Lizanda Cuevas, José Manuel (2017): *Guía contable y fiscal de la industria del cine y audiovisual*, Barcelona: Benecé Produccion, SL, PROA, EGEDA, FAPAE, CREASGR.
- Márquez, Israel (2015): *Una genealogía de la pantalla*, Barcelona: Anagrama.
- Marzal Felici, Javier y Gómez Tarín, Francisco Javier (editores) (2009): *El productor y la producción en la industria cinematográfica*, Madrid: Editorial Complutense. Disponible en línea en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/34178/El%20productor%20y%20la%20producci%c3%b3n%20en%20la%20industria%20cinematogr%c3%a1fica.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (consultado el 5/7/2019).
- Matamoras, David (Coordinador) (2009): *Distribución y marketing cinematográfico. Manual de primeros auxilios*, Barcelona: Comunicación Activa Cine.
- Mazaira, Andrés (2017): “Nuevos modelos de televisión”, en Gutiérrez Montes, Eladio (Coordinador) (2017): *Televisión Abierta. Situación actual y Tendencias de futuro de la TDT*, Madrid: Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación.

- Medina, Mercedes (2017): “La televisión privada nacional”, en Gutiérrez Montes, Eladio (Coordinador) (2017): *Televisión Abierta. Situación actual y Tendencias de futuro de la TDT*, Madrid: Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación.
- Miguel, Juan Carlos y otros (2017): “Las televisiones autonómicas públicas y privadas”, en Gutiérrez Montes, Eladio (Coordinador) (2017): *Televisión Abierta. Situación actual y Tendencias de futuro de la TDT*, Madrid: Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación.
- Montal, Steve (2006): “Festivales y mercados de cine” en Squire, Jason E. (editor) (2006): *El juego de Hollywood. The Movie Business Book*, Madrid: T&B Editores.
- Murciano, Marcial y González Saavedra, Carlos (2018): “Las industrias culturales y creativas en España: una aproximación cuantitativa” en Juan José Sánchez Balaguer, Santiago Arroyo Serrano, José Francisco Parra Azor, Antonio José Verdú Jover (coordinadores): *Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica: evolución y perspectivas (2018)*, Alicante, Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad Miguel Hernández de Elche – Fundación Iberoamericana de las Industrias Culturales y Creativas. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Disponible en línea en: <http://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/1321/2018/11/Las-Industrias-culturales-y-creativas-en-Iberoamérica.pdf> (Consultado 31 21/10/2020).
- Neira, Elena (2020): *Streaming Wars*, Barcelona: Timun Mas.
- Newmann, Per y Appelgren, Charlotte (2007): *The Fine Art of Coproducing*, Neumann Publishing.
- O'Hagan, John (2005): “Los beneficios fiscales”, en Towse, Ruth (ed.) (2005): *Manual de economía de la cultura*. Madrid, Fundación Autor.
- Otero, José María (2008): *¿Por qué se ayuda al cine? Protección, Arte y Humor*, Madrid: Egeda.
- Pérez de Silva, Javier (2002): *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial*, Madrid: Gedisa/Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión.
- Pérez San Juan, Olga (Coordinadora) (2008): *Detrás de la Cámara. Historia de la televisión y de sus cincuenta años en España*, Madrid: Foro Histórico de las Comunicaciones. COIT/AEIT. Disponible en:

- <http://forohistorico.coit.es/index.php/biblioteca/libros-electronicos/item/detras-de-la-camara-historia-de-la-television-y-de-sus-cincuenta-anos-en-espana-2008>
- Peris, Àlvar (2014): “El modelo público de televisión autonómica: una crisis anunciada y retransmitida en directo”, en Francés, Domènec, Miquel, Gavalda Roca, Josep, Llorca Abad, Germán y Perís Blanes, Àlvar (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona: Gedisa.
- Prieto Sacristán, Jesús (2021): “Los modelos de financiación de las industrias creativas y culturales. El caso de la financiación de la producción cinematográfica española y los modelos de garantías” en Ateca Amestoy, Victoria, Ganuza, Juan-José y Prieto Sacristán, Jesús (2021): *Economía y Cultura. Una mirada hacia el futuro*, Madrid: FUNCAS.
- Redondo, Ignacio (2000): *Marketing Cinematográfico*, Madrid: Pirámide/ESIC.
- Riambau, Esteve y Torreiro, Casimiro (2008): *Productores en el cine español. Estado, dependencias y mercado*, Madrid: Cátedra/Filmoteca Española.
- Rius-Ulldemolins, Joaquín y Rubio Arostegui, Juan Arturo (eds.) (2016): *Treinta años de políticas culturales en España. Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, Valencia: PUV Universitat de Valencia.
- Roca, Josep, Llorca Abad, Germán y Perís Blanes, Àlvar (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona: Gedisa.
- Rodríguez Pastoriza, Francisco (2001): *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*, Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión.
- Ryan, Maureen A. (2010): *Producer to Producer*, Michael Wiese Productions.
- Sáinz Sánchez, Miguel (1999): *El productor audiovisual*, Madrid: Síntesis
- Santos Redondo, Manuel (Coordinador) (2011): *La economía de las industrias culturales en español*, Madrid, Fundación Telefónica/Ariel. Disponible en línea: https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/92/ (Consultado el 30/05/2019).
- Sartori, Giovanni (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid: Taurus.
- Simon, Deke (2013): *Films and Video Budgets*, Michael Wiese Productions.
- Sinclair, John (2002): *Televisión: comunicación global y regionalización*, Madrid: Gedisa/Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión,
- Schultz, Gunther G (2005): “El comercio internacional”, Towse, Ruth (ed.) (2005): *Manual de economía de la cultura*. Madrid, Fundación Autor.
- Simon, Deke (2013): *Films and Video Budgets*, Michael Wiese Productions.

- Squire, Jason E. (editor) (2006): *El juego de Hollywood. The Movie Business Book*, Madrid: T&B Editores.
- Throsby, Daniel (2001). *Economía y cultura*, Madrid: Cambridge University Press.
- Throsby, Daniel (2005): “El capital cultural”, en Towse, Ruth (ed.) (2005): *Manual de economía de la cultura*. Madrid: Fundación Autor.
- Tono Martínez, José (2007): *Conceptos y experiencias de la Gestión Cultural*, Madrid: Ministerio de Cultura.
- Tooze, Adam (2018): *Crash. Cómo una década de crisis financieras han cambiado el mundo*, Barcelona: Crítica.
- Toural-Bran, Carlos y López-García, Xosé (Coordinadores) (2019): *Ecosistema de los cibermedios en España. Tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos*, Salamanca: Comunicación Social.
- Towse, Ruth (ed.) (2005): *Manual de economía de la cultura*, Madrid: Fundación Autor.
- Ulin, Jeffrey C. (2013): *The business of Media Distribution*, Variety, Focal Press.
- Vogel, Harold L. (2004): *La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico*, Madrid: Fundación Autor.
- Zallo, Ramón (2011): *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*, Barcelona: Gedisa.

Artículos en revistas científicas

- Altabás Fernández, C. (2014): Autofinanciación y crowdfunding: Nuevas vías de producción, distribución y exhibición del cine español independiente tras la crisis financiera española, *Historia y Comunicación Social*, 190, pp. 387-399. doi: 10.5209/rev_HICS.2014.v19.45141.
- Álvarez Monzoncillo, José María López, Javier (2015): Vidas paralelas de las películas, *adComunica. revista científica* (2015): de estrategias, tendencias e innovación en comunicación Núm. 10 Pág. 21-40. Disponible en: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/4872/4975>.
- Aranzubia, A. y Gallego, J. I. (2021). El cine español en el catálogo de Netflix: una aproximación desde la perspectiva de la diversidad. *Comunicación y Sociedad*, e8030. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.8030>

- Bello Cuevas, J. A. (2013): Hacer Cine en España, *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 230, pp. 140-160. Disponible en línea en: 10.5209/rev_CDMU.2012.v23.41130.
- Bellón, Carlos y Ruiz-Verdún, Pablo (2018): El crowdfunding y la financiación del emprendimiento, *Papeles de Economía Española*, 158, pp.129-150.
Disponible en línea en:
http://www.funcas.es/publicaciones_new/Sumario.aspx?IdRef=1-01157 (Consultado 31/6/7/2020).
- BFI (British Film Institute): Se puede consultar información sobre la industria del cine británico en su web <https://www.bfi.org.uk/>.
- Binimelis, Mar (2016): Los discursos de la financiación colectiva del audiovisual (crowdfunding): equilibrios y tensiones en torno a la idea del bien común y la sostenibilidad económica, *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, ISSN 1696-2508, N°. 13, 201. Disponible en línea en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6103540> (Consultado el 8/7/2019).
- Camacho Clavijo, Sandra (2016): El crowdfunding: régimen jurídico de la financiación participativa en la Ley 5/2015 de fomento de la financiación empresarial, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 17 (junio):85-115. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5530508> (Consultado el 15/2/2021).
- Cancio Fernández, Raúl C. (2009): La acción administrativa sobre el hecho cinematográfico durante el franquismo, *Revista de Derecho UNED*, número 5. Disponible en línea en: <http://revistas.uned.es/index.php/RDUNED/article/view/10983> (Consultado el 18/11/2020).
- Cantalapiedra Nieto, Basilio (2019): Crowdfunding y audiovisual de proximidad. La economía colaborativa como instrumento de desarrollo sectorial, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* N° 95/2019, pp. 257-288. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.95.9095. Disponible en línea en: <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/70510/6887554.pdf?sequence=1> (Consultado el 24/2/2021).
- Casanellas Chuecos, Montserrat (2016): Nuevos marcos de apoyo fiscal al mecenazgo en España: perspectiva jurídica estatal y autonómica, *Revista Catalana de Dret Públic*, n° 52. Disponible en línea: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/116624/1/657451.pdf> (Consultado el 18/11/2020).

- Coronado, Carlota y Larrañaga, Julio (2015): La financiación por medio del crowdfunding del audiovisual: el caso del cortometraje "Juan y la nube", *Documentación de las ciencias de la información*, ISSN 0210-4210, N° 38, 2015, págs. 203-221. Disponible en línea en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5334077> (consultado el 8/7/2019).
- Crusafón Baqués, Carmina (2011): El espacio audiovisual euro-latinoamericano: el cine como eje central de la cooperación supranacional. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, ISSN 0211-2175, N° 41, 2011, págs. 27-45 [en línea] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3825148> (Consultado el 29/3/2019).
- Clemente Mediavilla, Jorge y García Fernández, Emilio C. (2015): “Contribución de los sitios web de la industria cinematográfica española a la percepción del Cine Español. *Revista de estudios de comunicación*, 21 (40). pp. 67-83. ISSN 0037-1102 1989-631X. Disponible en línea en: <https://eprints.ucm.es/41729/1/Contribuci%C3%B3n%20de%20los%20sitios%20Web.pdf> (Consultado el 11/10/2020).
- Deltell Escolar, Luis y Clemente Mediavilla, Jorge (2016): “Productoras españolas en la red. Actividad en Twitter y Facebook” *Estudios sobre el mensaje periodístico*, ISSN-e 1134-1629, N° 22, 2, 2016, págs. 969-980. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/54246/49604>.
- Deltell Escolar, Luis, Clemente Mediavilla, Jorge y García Fernández, Emilio C. (2016): “Cambio de rumbo. Percepción del cine español en la temporada 2014”. *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias*, ISSN 1887-8598, N°. 10, 2016, págs. 77-89. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/53775/49249>.
- Deltell, L.; García Fernández, E. C. (2013): “La promoción fílmica en el universo digital. Hacia el ocaso de la exhibición cinematográfica en España”. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18 N° Especial Noviembre. Págs. 203-217. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44237/41799>.
- Díaz Arias, Rafael (2020): Retos del servicio público multimedia en los tiempos del coronavirus, *Cuadernos de Periodistas* (40). pp. 22-36. ISSN 1889-2922. Disponible en línea en: https://eprints.ucm.es/61688/1/Retos_servicio_p%C3%ABlico_multimedia_cuadernos_periodistas.pdf (Consultado el 11/10/2020).

- Fernández Colorado, Luis (2005): *Andanzas, quebrantos y mistificaciones, Cuadernos de la Academia*, ISSN 1138-2562, N°. 13-14, 2005 (Ejemplar dedicado a: El cine español durante la Transición democrática (1974-1983) / coord. por Arturo Lozano Aguilar, Julio Pérez Perucha), pp. 405-420.
- Gabeiras, Patricia (2014): Una alternativa de financiación para el cine español, *Revista de Bolsas y Mercados Españoles* nr. 199/2014. Disponible en línea: <http://gabeirasyasociados.com/una-alternativa-de-financiacion-para-el-cine-espanol/> (consultado el 27/03/2019). Artículo resumen de la tesis doctoral titulada *La constitución de un Fondo de Titulización de Activos audiovisuales como alternativa en colaboración público-privada a la política de subvenciones al sector cinematográfico*.
- García Fernández, Emilio C. y Deltell Escolar, Luis: La promoción fílmica en el universo digital. Hacia el ocaso de la exhibición cinematográfica en España. *Historia y Comunicación social*. Vol. 18. N° Especial. Noviembre 2013. Págs. 203-217. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44237/41799>.
- García Fernández, Emilio C. y Reyes Moreno, Maribel y Clemente Mediavilla, Jorge (2013): Público y cine en España. Problemas de identidad y marca para un cine propio. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20 (2). pp. 695-718. ISSN 1134-1629. Disponible en línea en: <https://eprints.ucm.es/36333/1/P%C3%BAblico%20y%20cine%20en%20Espa%C3%B1a-Emilio%20Garcia.pdf> (Consultado el 11/10/2020).
- García Leiva, María Trinidad (2016): Política audiovisual europea y diversidad cultural en la era digital. *Comunicación y sociedad*. 2016; 27:221-241. Disponible en línea en: <https://ucm.on.worldcat.org/oclc/708528329> (consultado el 02/10/2020).
- García Leiva, María Trinidad (2016): ¿Cómo mapear la diversidad de la industria audiovisual en la era digital? Notas metodológicas. CIC. *Cuadernos De Información y Comunicación*, 21, 13-25. <https://doi.org/10.5209/CIYC.52880> (consultado el 1/10/2020).
- García Santamaría, J. V. (agosto de 2013): Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia. *Palabra Clave*, vol. 16, nº 2, pp. 366-397.
- García Santamaría, J.V. (2009): La transformación de los complejos de cine en complejos de ocio, *Telos*, número 78, pp. 150-158.

- García Santamaría, J.V., y Alcolea Díaz, G. (2021). Mediapro: reconversión de un carrier en grupo global de comunicación. *Profesional De La información*, 30(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.12>.
- García Santamaría, J. V., Barranquero Carretero, A., y Cedillo, G. R. (2017). El mercado televisivo español del siglo XXI: concentración y precariedad. *Observatorio (OBS*)*, 11(3). <https://doi.org/10.15847/obsOBS1132017774>.
- García Santamaría, José Vicente y Maestro, Lidia (2015): “La exhibición cinematográfica española “, *adComunica. revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación* Núm. 10 Pág. 77-97. Disponible en: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/4875/4986>.
- García Santamaría, J. V., Pérez Serrano, M. J., y Alcolea Díaz, G. (2020). Prisa en el sistema mediático español: del liderazgo a la pérdida de centralidad. *Profesional De La información*, 28(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.14>.
- García Santamaría, J.V., Pérez Serrano, M.J., y Alcolea Díaz, G. (2014): Las nuevas plataformas televisivas en España y su influencia en el mercado. *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 69, pp. 390- 417. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1017_UC3/20jes.html DOI: 10.4185/RLCS-2014-1017.
- García Santamaría, J.V., Pérez Serrano, M. J., y Rodríguez Pallares, Miriam (2020): Portavoces oficiales y estrategia audiovisual en la crisis de la Covid-19 en España, *Profesional de la información*, v. 29, n. 5, e290513. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.13>.
- García Serrano, Federico (2009): Las técnicas del "pitching" en el mercado audiovisual español: del caramelo al guión. Congreso Internacional Brand Trends, 16/02/2009, Valencia. Disponible en línea en: https://eprints.ucm.es/8577/1/Pitching_del_caramelo_al_guion.pdf (consultado el 11/10/2020).
- González Pola, Covadonga (2012): El micromecenazgo permite a los creadores ver sus sueños hechos realidad. Verkami y el crowdfunding cultural. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, ISSN 0213-084X, Nº. 110 (MARZO), 2019 (Ejemplar dedicado a: GEOTECNOLOGÍA), págs. 104-110 (Consultado el 21/7/2020).
- Heredero Díaz, Olga Reyes Sánchez, Francisco (2017):” Presente y futuro de las ayudas a la industria cinematográfica española”, *Fotocinema. revista científica de cine y fotografía* Núm. 14 Pág. 341-363. Disponible en:

file:///C:/Users/sgr1/Downloads/Dialnet-

PresenteYFuturoDeLasAyudasALaIndustriaCinematograf-5863498.pdf.

- Herrero Prieto, Luis César (2011): El turismo cultural en España: Un sector estratégico. *Papeles de Economía Española*, N° 128, 2011, págs. 172-187 Disponible en línea en: <https://www.funcas.es/articulos/el-turismo-cultural-en-espana-un-sector-estrategico/> (Consultado el 7/10/2020).
- Jurado Martín, Montserrat (2018): Propuesta de categorización de festivales de cine. Estudio del caso en España, *Miguel Hernández Communication Journal*, 9 (1), pp. 131-160, Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche/Alicante). Disponible en <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/238/449> (Consultado el 14/12/2020).
- Jurado Martín, M. y Cortés Selva, Laura (2018). Y, ¿para qué sirven los festivales de cine? Estudio sobre las funciones de los certámenes cinematográficos en España (2000-2002), *Sphera Publica*, 1 (18), 83-103. Disponible en: <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/333> (Consultado el 18/3/2021).
- Marcos Recio, Juan Carlos (2000): Europa quiere preservar su identidad lingüística y social: Cine y televisión educativa, mito o realidad. *Cuadernos de documentación multimedia*, 11. pp. 1-28. ISSN 1575-9733, Universidad Complutense de Madrid, Disponible en: <http://www.ucm.es/http://www.ucm.es/info/multidoc/prof/jmarcos/default.htm> (Consultado el 30/9/2020).
- Martí Pablo, F. y Muñoz Yebra, C. (2001): Economía del cine y del sector audiovisual en España, ICE”, *Revista de Economía*, 1(792). Disponible en: <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/226> (Consultado el 16/5/2020).
- Martín Faba, José María (2015): El crowdlending en España: regulación y experiencias. Especial referencia a la PFP “Comunitae”, *Revista CESCO* de págs. 25-51. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5254086> (Derecho de Consumo, ISSN-e 2254-2582, N°. 15, 2015, Consultado el 15/2/2021).
- Martínez de Albéniz, Iñaki (2014): La política cultural en el País Vasco: del gobierno de la cultura a la gobernanza cultural, *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, Santiago de Compostela, Vol. 11, n° 3. (149-172).
- Martínez Gallardo, Francisco David y Alberitch Pascual, Jordi (2013): Plataformas y proyectos de crowdsourcing y crowdfunding cinematográfico en España (2007-2011),

- Historia y Comunicación Social*, Vol. 18. Nº Esp. Octubre (2013) 85-95. Disponible en línea en https://www.researchgate.net/profile/Jordi_Alberich-Pascual/publication/263699965_Plataformas_y_proyectos_de_crowdsourcing_y_crowdfunding_cinematografico_en_Espana_2007-2011/links/00b7d53bb96854285c000000.pdf (Consultado el 25/5/2020)
- Molina, Horacio, Pombo, Pablo y Ramíres, Jesús N. (2020): La medición de la adicionalidad generada por los Sistemas de Garantía de Crédito, XIX Congreso Internacional AECA · Santiago de Compostela, 27 al 29 de septiembre de 2017. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/329487440_La_medicion_de_la_adicionalidad_generada_por_los_Sistemas_de_Garantia_de_Credito. (Consultado el 15/2/2021).
- Molina, Horacio, Pombo, Pablo y Ramírez, Jesús N. (2020): Garantías y modelos de negocio. en *BANCA & DESARROLLO | Revista ALIDE*, páginas 26.31. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/345015384_Tipologias_de_sistemas_de_garantia_y_sus_modelos_de_negocio (Consultado el 15/2/2021).
- Moreno Domínguez, José Manuel (2008): Diversidad audiovisual e integridad cultural. Analizando el programa IBERMEDIA, ISSN-e 0188-252X, Nº. 9, 2008, págs. 95-118 [en línea] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2593628>.
- Moreno Domínguez, José Manuel (2004): Hacia una política audiovisual iberoamericana: el caso de Ibermedia, Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información: economía, política y lógicas culturales: III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación (273-283), Sevilla: Universidad de Sevilla. / coord. Por Francisco Sierra Caballero, Francisco Javier Moreno Gálvez, 2004, ISBN 8460783898, págs. 274-283 [en línea] <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/59323>.
- Pablo Martí, F., & Muñoz Yebra, C. (2001): Economía del cine y del sector audiovisual en España. *ICE, Revista de Economía*, 1(792). Recuperado a partir de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/226> (Consultado el 26/10/2020).
- Padrós Reig, Carlos y Muñoz Fernández, Marc (2006): Efectos económicos de la normativa de protección y fomento de la cinematografía en España, *Revista de Administración Pública*, número 171.
- Palazón Meseguer, Alfonso (2001) Comunicación web: el valor de los contenidos de la Red, *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y*

- educación*, ISSN 1134-3478, N° 17, 2001 (Ejemplar dedicado a: La comunicación de hoy: crisol de nuevos lenguajes), pp. 93-96.
- Pérez-Rufí, J., & Castro-Higueras, A. (2020): Producción de cine en España: el éxito condicionado por las empresas participantes. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(1), 169-182. doi:<https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.3>. (Consultado el 27/10/2020).
- Poveda Criado, Miguel Ángel (2015): Fuentes de financiación de la industria audiovisual española, *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, ISSN 1012-1587, N°. Extra 2, 2015, páginas 877-886. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5834787> (Consultado el 5/11/2020).
- Previati, Daniel, Galloppo, Giuseppe y Salustri, Andrea (2015): Crowdfunding en la Unión Europea: factores impulsores y atractivo, en *Papeles de Economía Española*. N.º 146, 2015. ISSN: 0210-9107. «MERCADOS DE CRÉDITO», páginas 104-120. Disponible en línea en: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/504402> (Consultado el 15/2/2021).
- Pesudo Martínez, J., & Izquierdo Castillo, J. (2021). Los gigantes tecnológicos conquistan el audiovisual. El caso de Amazon Prime Video en *Área Abierta*, 21(3), 367-385. <https://doi.org/10.5209/arab.76193> (Consultado el 16/11/2021).
- Rausell-Köster, Paul (2013): Comprender la economía de la cultura como vía para salir de la crisis, *El Profesional de la Información* Vol. 22, Núm. 4, julio-agosto 2013. Disponible en línea: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2013/julio/02.html>
- Roig Telo, A; Sánchez-Navarro, J. y Leibovitz, T. (2012): ¡Esta película la hacemos entre todos! Crowdsourcing y crowdfunding como prácticas colaborativas en la producción audiovisual contemporánea. *Revista Icono14* [en línea] 20 de enero de 2012, Año 10, Vol. 1, pp. 25-40. Recuperado (8/7/2019), de <http://www.icono14.net>.
- Rubio Martín, Gracia (2020): Análisis del crowdfunding en España: una nueva herramienta social para fomentar la sostenibilidad. *REVESCO. Revista De Estudios Cooperativos*, 135, e69182. Disponible en <https://doi.org/10.5209/reve.69182> (Consultado el 25/1/2021).
- Sajardo Moreno, Antonia y Pérez Sempere, Salvador (2019); Análisis de las plataformas de crowdfunding social en el estado español: un estudio de casos. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos* (130). pp. 149-175. ISSN 1885-8031. Disponible en:

<https://eprints.ucm.es/55212/1/2019-130%28149-175%29.pdf> (consultado el 11/10/2020).

- Solera Navarro, Fátima y Cabello Fernández-Delgado, Florencio (2015): Crowdfunding para la producción cultural basada en el procomún: el caso de Goteo (2011-2014) en *Historia y Comunicación Social* Vol. 20, Núm. 2 (2015) 447-464 ISSN: 1137-0734 http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51393 (Consultado el 16/11/2021).
- Zunzunegui, Fernando: (2015): Shadow banking, crowdfundig y seguridad jurídica en *Papeles de Economía Española*, N.º 146, 2015. ISSN: 0210-9107. «MERCADOS DE CRÉDITO». Páginas 145-159. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5295515> (Consultado el 15/2/2021).

Informes y memorias corporativas

- Álvarez Monzoncillo, José María y López Villanueva, Javier (2016): “La producción audiovisual: promesas a través de la crisis”, en *Informe sobre el estado de la cultura en España 2016. La cultura como motor del cambio*, Madrid, Fundación Alternativas.
- Álvarez Monzoncillo, José María y López Villanueva, Javier (2015): “El audiovisual español: evolución en curso”, en *II Informe sobre el Estado de la Cultura en España. La salida digital* (2014), Madrid, Fundación Alternativas.
- Álvarez Monzoncillo, José María y López Villanueva, Javier (2011): “El audiovisual español: nuevas oportunidades en el exterior”, en *Informe sobre La Cultura española y su proyección global 2011*, Madrid, Fundación Alternativas.
- Álvarez Monzoncillo, José María y López Villanueva, Javier (2006): *La situación de la industria cinematográfica española: políticas públicas ante los mercados digitales*, Madrid, Laboratorio de Alternativas, documento de trabajo 92/2006.
- Asociación Galega de Productores Independientes (AGAPI) (2016): *Anuario de Información do Sector Audiovisual Galego*, Santiago de Compostela. Publica anualmente este Anuario.
- Attentional, Headway International and Harris Interactive (2014): *A profile of current and future audiovisual audience*, Luxemburgo, Unión Europea. Disponible en: <https://publications.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/108c4160-1980-4bd5-8bf8-ce7f06da8449> (Consultado el 27/3/2019).

- Badillo, Angel (2014): *Las políticas públicas de acción cultural exterior de España*, Madrid: Real Instituto Elcano, 2014. Disponible en línea: <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/403edb0044639570ad11bde307648e49/EEE19-badillo-politicas-publicas-accion-cultural-exterior-espana+.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=403edb0044639570ad11bde307648e49> (Consultado el 27/3/2019).
- Banco Central Europeo (2018): *Informe anual 2017*. Disponible en línea: https://www.bde.es/bde/es/secciones/informes/Publicaciones_de/Informe_Anual_de/index2017.html#xc606 (Consultado el 27/3/2019).
- Banco de España (2020): *La respuesta de la política monetaria del Banco Central Europeo frente a crisis del Covid-19*, Documentos ocasionales nº 2026. Disponible en línea: <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriadas/DocumentosOcasiones/20/Fich/do2026.pdf> (Consultado el 5/10/2020).
- Banco de España (2020): *La economía española ante la crisis del COVID-19 Comparecencia ante la Comisión de Asuntos Económicos y Transformación Digital del Congreso de los Diputados 18 de mayo de 2020*, Documentos ocasionales nº 2023. Disponible en línea: <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriadas/DocumentosOcasiones/20/Fich/do2023.pdf> (Consultado el 5/10/2020).
- Banco de España (2020). *Boletín Económico 3/2020, Informe Trimestral de la Economía Española*. Disponible en línea: <file:///C:/Users/JESUS%20PRIETO/Downloads/be2003.pdf> (Consultado el 5/10/2020).
- Banco de España (2018): *Informe Trimestral de la Economía Española. Boletín Económico 1/2019*. Disponible en línea: https://www.bde.es/bde/es/secciones/informes/boletines/Boletin_economic/ (Consultado el 27/3/2019).
- Barlovento Comunicación (2019): *Análisis televisivo 2018*. <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/12/analisis-televisivo-2018-BarloventoComunicacion.pdf> (Consultado el 1/4/2019).
- Baujard, Terry et alius (2009): *Study on the Role of Banks in the European Film Industry*, Peacefulfish. Disponible en línea: http://www.media-italia.eu/files/doc/1139_12May-Banks_Final_Report.pdf (consultado el 27/3/2019).

- Bustamante, Enrique (Coordinación) (2020) *Informe sobre el estado de la cultura en España. La acción cultural exterior de España. Análisis y propuestas para un nuevo enfoque*. Disponible en línea en: https://www.fundacionalalternativas.org/public/storage/publicaciones_archivos/78ec608c0961f46fd8c132501430a254.pdf (Consultado el 6/11/2020).
- Bustamante, Enrique (Coordinación) (2017): *Informe sobre el estado de la Cultura en España. Igualdad y diversidad en la era digital 2017*, Madrid: Fundación Alternativas. Disponible en línea: <http://www.fundacionalalternativas.org/las-publicaciones/informes/informe-sobre-el-estado-de-la-cultura-en-espana-2017-igualdad-y-diversidad-en-la-era-digital> (Consultado el 30/5/2019).
- Bustamante, Enrique (Coordinación) (2015). *II Informe sobre el estado de la cultura en España 2014. La salida digital*, Madrid: Fundación Alternativas. Disponible en línea: <http://www.fundacionalalternativas.org/cultura-y-comunicacion/documentos/documentos-interes/informe-sobre-el-estado-de-la-cultura-en-espana-2014-la-salida-digital> (Consultado el 30/5/2019).
- Bustamante, Enrique (2013): *La cultura en tiempos de crisis. Fuentes financieras y políticas públicas*, Madrid: Fundación Alternativas. Disponible en línea: http://www.fundacionalalternativas.org/public/storage/cultura_documentos_archivos/6b530de3cae4649920364a44841532c5.pdf (Consultado el 30/5/2019).
- Bustamante, Enrique (Coordinación) (2011): *Informe sobre La Cultura española y su proyección global 2011*, Madrid: Fundación Alternativas. Disponible en línea: <http://www.fundacionalalternativas.org/las-publicaciones/informes/informe-sobre-la-cultura-espanola-y-su-proyeccion-global-2011> (Consultado el 30/05/2019).
- CIEC (IESE/Facultad de Navarra) (2008): *La Televisión en España. Informe 2007*, Madrid: UTECA.
- CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée): Todas las estadísticas sobre Cinematografía y Audiovisual, incluido Videojuegos, de Francia se pueden consultar en su página web <https://www.cnc.fr/web/en>.
- Comisión Europea (2018): *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Una Nueva Agenda europea para la cultura*. Bruselas, 22.5.2018 COM (2018) 267 final. Disponible en línea en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/TXT/?uri=COM:2018:0267:FIN> (Consultado el 30/9/2020).

Comisión Europea (2014): *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. El cine europeo en la era digital. Tender puentes entre la diversidad cultural y la competitividad*, Bruselas, 15.5.2014 COM (2014) 272 final Disponible en línea: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014DC0272&from=ES>. (Consultado el 30/9/2020).

Comisión Europea (2010): *Libro Verde. Liberar el potencial de las Industrias Creativas*, Bruselas, 27.4.2010 COM (2010)183 final. Disponible en línea: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0183&from=ES> (Consultado el 30/9/2020).

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2019): *Informe Económico Sectorial de las Telecomunicaciones y el Audiovisual 2018*. Desde 2014 integra la anterior Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), que anualmente, desde 2002, publica su Informe Anual Todos los informes están disponibles en: <https://www.cnmc.es/informes>.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2020): *Informe sobre el cumplimiento en el ejercicio 208, de la obligación de financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, documentales, y series de animación*. 24 de abril de 2020 FOE/DTSA/026/19/ANUAL2018. Disponible en línea: https://www.cnmc.es/sites/default/files/2940110_2.pdf (Consultado el 3/3/2020).

Anualmente se realiza dicho informe desde el ejercicio 2003, en el que lo emitía originalmente la Comisión Interministerial constituida el 14 de septiembre de 2004, que creó un Grupo de Trabajo compuesto por funcionarios del ICAA y de la Subdirección de Medios Audiovisuales.

Comité Económico y Social Europeo (CESE): *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la «Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establece el Programa Europa Creativa [COM (2011) 785 final — 2011/0370 (COD)] (2012/C 181/07)*. Disponible en línea

<file:///C:/Users/jesus%20prieto/Documents/Documentación/Unión%20Europea/CELEX%253A52012AE0828%253AES%253ATXT.pdf>.

Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA): Información sobre el sistema de garantías disponible en línea <http://www.cersa-sme.es/garantias-y-avales/sistema-de-garantias/> (Consultado el 29/3/2019).

Comscore (2020): Encuentro-Industria-del-CINE-13-noviembre-2020. Recuperado: <file:///C:/Users/JESUS%20PRIETO/Downloads/Encuentro-Industria-del-CINE-13-noviembre-2020.pdf> (Consultado el 14/1/2021).

Corredor Lanas, Patricia (2014): *El estado de la cultura en España 2013. La perspectiva de los agentes culturales*, Madrid: Fundación Alternativas. Disponible en línea: <http://www.fundacionalternativas.org/cultura-y-comunicacion/documentos/documentos-interes/el-estado-de-la-cultura-en-espana-2013-la-perspectiva-de-los-agentes-culturales> (Consultado el 29/3/2019).

CREA SGR, Memoria e información corporativa. Disponible en línea: <http://www.creasgr.com/> (Consultado el 18/01/2021).

Deloitte (2011): *Informe Económico de la Televisión Privada*, Madrid. Publicado anualmente desde 2004 a 2011.

Écija Bernal, Hugo (Dir.) (2005): *Libro Blanco del Audiovisual*. Hacia una Nueva Política Audiovisual, Madrid.

EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales”: Publica anualmente desde 2011 un Panorama Audiovisual, que a partir de 2013 pasó a denominarse Panorama Audiovisual Iberoamericano. Ver los libros, algunos disponibles en línea, en http://www.egeda.es/EGE_PubLibros.asp (Consultado el 29/3/2019).

Panorama Audiovisual Iberoamericano (2018). Disponible en línea: http://www.egeda.es/EGE_LibrosPanoramaIberoamericano2018.asp. (Consultado el 29/3/2019).

Panorama Audiovisual Iberoamericano (2017). Disponible en línea: http://www.egeda.es/EGE_LibrosPanoramaIberoamericano2017.asp (Consultado el 29/3/2019).

Panorama Audiovisual Iberoamericano (2016). Disponible en línea: http://www.egeda.es/EGE_LibrosPanoramaIberoamericano2016.asp (Consultado el 29/3/2019).

Panorama Audiovisual Iberoamericano (2015). Disponible en línea: http://www.egeda.es/EGE_LibrosPanoramaIberoamericano2015.asp (Consultado el 29/3/2019).

- EY (2014): *Creating growth Measuring cultural and creative markets in the EU*. Disponible en línea: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/\\$FILE/Creating-Growth.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/$FILE/Creating-Growth.pdf) (Consultado el 29/3/2019).
- European Patent Office and Office for Harmonization in the Internal Market (2013): *Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union*, Munich: EPO&HIM. Disponible en línea: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/IPContributionStudy/performance_in_the_European_Union/eperformance_in_the_European_Union_sum-en.pdf (Consultado el 29/3/2019).
- EUROSTAT. Todas las estadísticas sobre Cultura se pueden consultar en <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Category:Culture> (consultado el 5/10/2020).
- Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España (FAPAE). Publicaba anualmente su Memoria anual, desde el año 2000 a 2016.
- Fernandez Leost, José Andrés (2012): *La acción cultural exterior en Europa: un análisis comparado*, Documento de Trabajo 17/2015, Madrid: Fundación Alternativas. Disponible en línea: <http://www.fundacionalternativas.org/cultura-y-comunicacion/documentos/documentos-interes/la-accion-cultural-exterior-en-europa-analisis-comparado> (Consultado el 29/3/2019).
- Fontaine, Gilles y Deirdre Kevin (June 2016): *Media ownership: towards Pan European groups*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). Disponible en línea: <https://rm.coe.int/16807835e3> (Consultado el 29/3/2019).
- Fontaine, Gilles, Grece, C. (November 2016): *Origin of films and TV content in VOD catalogues & Visibility of films on VOD service*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory. Disponible en línea: <https://rm.coe.int/1680783582> (Consultado el 29/3/2019).
- Fontaine, Gilles (2016): *Films on television: Origin, age and circulation*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory. Disponible en línea: <https://rm.coe.int/films-on-television-2017-g-fontaine-/1680788fb7> (Consultado el 29/3/2019).
- Fundación Ortega Marañón. Organiza Seminarios sobre la industria audiovisual desde 2009, en 2011 y 2013. Disponible en línea: <https://iuiog.com/seminarios/seminario-ortega-y-gasset-sobre-la-industria-audiovisual-en-espana/> (Consultado el 29/3/2019).

- Fundación Ortega Marañón (2013): *El cine español hoy*, Madrid: Fundación Ortega Marañón
https://iuiog.com/wp-content/uploads/sites/5/2017/11/2013_CONCLUSIONES_III_SEMINARIO_INDUSTRIA_AUDIOVISUAL.pdf (Consultado el 29/3/2019).
- García Delgado, José Luis et alius (2012): *Valor económico del español*, Madrid: Fundación Telefónica/Editorial Ariel. Disponible en línea: https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/183/ (Consultado el 30/05/2019).
- García Santamaría, J. V. (2018). El cine español en la era digital: transformaciones profundas, actuaciones escasas. En E. Bustamante (Coord.), *Informe sobre el estado de la cultura en España 2018. España y el espacio cultural iberoamericano* (pp. 109-120). Fundación Alternativas.
- GECA: *Anuario de la Televisión*. Publicación anual desde 2001 a 2006.
- González, Angel y Ramos, Javier (2018): *Informe anual del crowdfunding en España 2017*, Universo Crowdfunding/Universidad Complutense. Disponible en línea en: file:///C:/Users/jesus%20prieto/Downloads/UC_Informe-AnualCF_en-España-2016_def.pdf (Consultado el 8/7/2019).
- IBERMEDIA (2017): *Informe anual. Ejercicio 2016*. Disponible en línea: <https://www.segib.org/?document=informe-anual-de-ibermedia-2016>.
- IDEA (2013): *Survey on access to finance for cultural and creative sectors*. Bruselas, Comisión Europea. Disponible en línea: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/access-finance_en.pdf. (Consultado el 26/11/2020).
- IFCIC, *Memoria anual 2019*, página 15. Disponible en línea en: <http://www.ifcic.fr/images/documents/rapports-annuels/ifcic-rapport-activite-2019-web.pdf> (Consultado el 29/10/2020).
- Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/inicio.html> (Consultado el 29/3/2019).
- ICAA. *Tendencias Cine Español 1996-2003*. Disponible en línea en: <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:7cac0447-66eb-4c1b-99d6-44a4c73a5540/evoluccineesp1996-2003.pdf> (Consultado el 26/11/2020).

- ICAA. *Memoria de Ayudas a la cinematografía*. Publicación anual de 2006 a 2017. Disponible en línea: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/mac/2015.html> (Consultado el 29/3/2019)
- ICAA. *Anuario de Cine*. Publicación anual de 1968 a 2020 (antes llamado “Boletín Anual”). Disponible en línea: <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cine/mc/anuario-cine/portada.html> (última consulta el 19/4/2022).
- Instituto Catalán de las Industrias Culturales (2015): *La DGEC y los sectores culturales*, Barcelona: Departamento de Cultura - Dirección General de Creación y Empresas Culturales. Disponible en: https://issuu.com/icec_generalitat/docs/160127_dgcec_y_los_sectores_cultura.
- Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles (IFCIC). Anualmente (2008-2020) presenta su memoria de actividades. Disponible en línea: <http://www.ifcic.fr/ifcic/rapports-annuels.html> (Consultado el 30/10/2020).
- Kanzler, Martin (2020): *Fiction Film Financing in Europe: A sample analysis of films released in 2018*. European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg. Disponible en: <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-2020-edition-/1680a1719d> (Consultado el 25/3/2021).
- Kanzler, Martin (2019b): *Fiction Film Financing in Europe: A sample analysis of films released in 2017*. European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg. Disponible en línea: <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-2019/1680998479> (Consultado el 17/11/2020).
- Kanzler, Martin (2019a): *Fiction Film Financing in Europe. Big Picture Book*. European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg. Disponible en línea: <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-big-picture-book/168094f6aa> (Consultado el 8/10/2019).
- Kanzler, Martin (2017): *The circulation of European films outside Europe Key figures*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Disponible en línea: <https://rm.coe.int/export-2017/1680788fb4> (Consultado el 29/3/2019)-
- KEA/ IDEA/ imec-SMIT-VUB (2017): *Mapping the Creative Value Chains. A study of the economy of culture in the digital age*, Bruselas: Comisión Europea. Disponible en línea: <http://www.keanet.eu/publications-2/>. (Consultado el 27/11/2020).

- KEA (Julio 2016): *Mons 2015 - European Capital of Culture Demystifying the risk of cultural investment*, Bruselas, Comisión Europea. Disponible en línea: <http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/Mons-2015-ECOC-demystifying-the-risk-of-cultural-investment-ENG.pdf> (Consultado el 27/11/2020).
- KEA (agosto 2012): *El capítulo Cultura del Programa Europa Creativa 2014-2020*, Bruselas: Parlamento Europeo, Departamento Temático B: Políticas Estructurales y de Cohesión. Disponible en línea: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2012/495825/IPOL-CULT_NT\(2012\)495825\(SUM01\)_ES.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2012/495825/IPOL-CULT_NT(2012)495825(SUM01)_ES.pdf) (Consultado el 27/11/2020).
- KEA (junio 2009): *The impact of Culture on Creativity*, Bruselas: Comisión Europea. Disponible en línea: <http://www.keanet.eu/studies-and-contributions/the-impact-of-culture-on-creativity/> (Consultado el 27/11/2020).
- KEA (octubre 2006): *The economy of Culture in Europe*, Bruselas: Comisión Europea. Disponible en línea: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf (Consultado el 26/11/2020).
- Klimt, Mabel (2017): “Nuevo modelo de ayudas públicas a la cinematografía del Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales a la luz de la normativa europea”, en *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2017*, Madrid: EGEDA.
- Krainhöfer, Tanja C. (2018): *Research for the European Commission – Mapping of Collaboration Models among Film Festivals. A qualitative analysis to identify and assess collaboration models in the context of the multiple functions and objectives of film festivals*, Brussels. Disponible en línea en: https://www.oficinamediaespana.eu/images/media_europa/ReportMappingofCollaborationModelsamongFilmFestivals.pdf (Consultado el 27/11/2020).
- MEDIA Salles: Todas las estadísticas sobre el sector de la exhibición cinematográfica europeo se pueden consultar en su página web <http://www.mediasalles.it/>.
- Minds (2014): *Analysis of the legal rules for exploitation Windows and commercial practices in EU Member States and of the importance of exploitation Windows for new business practices*, European Union. Disponible en línea: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/analysis-legal-rules-exploitation-windows-and-commercial-practices-eu-member-states>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría de Estado de Cultura (2016): *Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2017*. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Documentación y Publicaciones. Disponible en línea:

<http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/industriasculturales/PlanFomento17/PlanFomento17.pdf> (Consultado el 29/3/2019).

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría de Estado de Cultura (2020): *Plan Cultura 2020*. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Documentación y Publicaciones. Disponible en línea: <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/transparencia/sec/plan-cultura-2020.pdf> (Consultado el 29/3/2019).

Ministerio de Cultura (2021) *Anuario de Estadísticas Culturales 2021*. Elaborado por la División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Ministerio de Cultura. Disponible en línea en <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/naec/portada.html> (Consultado el 27/4/2022).

Ministerio de Cultura CULTURABase. Base de datos con estadísticas culturales publicada en internet. Disponible gratuitamente en línea: <http://www.mcu.es/culturabase/cgi/um?L=0> (Consultado el 29/3/2019).

Ministerio de Cultura, *La Cuenta Satélite de la Cultura en España*. Datos de 2010 a 2020. Disponible en línea: <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/csce/portada.html> (Consultado el 29/3/2019).

Ministerio de Cultura, *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España*. Anual desde 2002 a 2015. Disponible en línea: <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/ehc/portada.html> (Consultado el 29/3/2019).

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría de Estado de Cultura (2012): *Plan Estratégico General 2012-2015 de la Secretaría de Estado de Cultura*. Disponible en línea: <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/plan-estrategico-general-2012-2015-secretaria-de-estado-de-cultura/cultura-sociedad/14133C> (Consultado el 29/3/2019)

Ministerio de Hacienda y Función Pública (2018): *Presentación del Proyecto de Presupuestos Generales del Estado 2018*. Disponible en línea: <http://www.sepg.pap.minhfp.gob.es/sitios/sepg/es-ES/Presupuestos/ProyectoPGE/Documents/LIBROAMARILLO2018.pdf> (Consultado el 29/3/2019).

MPA (Motion Picture Association): Estadísticas sobre el sector de la producción cinematográfica, televisiva y para plataformas, estadounidense, formado por las majors (Disney, Warner, Sony, Paramount y Universal) y Netflix. Se pueden consultar en su página web <https://www.motionpictures.org/>.

Neira, Elena (2018): “Impacto del modelo Netflix en el consumo cultural en pantallas: big data, suscripción y long tail” en Anuario AC/E de Cultura Digital 2018, Acción Cultural Española

Disponible en línea en: <https://www.accioncultural.es/es/ebook-anuario-2018>

(Consultado el 3/4/2019).

La Coalición de Creadores e industrias de contenidos (2020): *Observatorio de la piratería y hábitos de consume de contenidos digitales 2020*. Disponible en: <http://lacoalicion.es/2020/09/25/observatorio-de-pirateria-2019/> (Consultado el 17/2/2021).

Observatorio Vasco de la Cultura (2012): *Valoración de intangibles en operaciones financieras con agentes culturales*, Vitoria, Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco, Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura. Disponible en línea:

http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb_publicaciones_ukie_zin/es_def/adjuntos/intangibles_2012.pdf.

Olsberg, Jonathan and Barnes, Andrews (2014): *Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

ONTSI (2019): *Informe anual del sector de los contenidos digitales en España, 2019*. Disponible en: <https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/2020-01/InformeSectorContenidosDigitales2019.pdf> (Consultado el 15/12/2020).

Oxera and Oliver&Ohlbaum (2016): *The impact of cross-border access to audiovisual content n EU consumers*. Disponible en línea: <http://www.oxera.com/Latest-Thinking/Publications/Reports/2016/The-impact-of-cross-border-access-to-audiovisual-c.aspx>

Patricia, Simone (2021): *The circulation of European films in non-national markets Key figures 2019*, European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg, 2021. Disponible en: <https://rm.coe.int/export-2020-en-final-online-version/1680a1e35f> (Consultado el 25/3/2021).

- PricewaterhouseCoopers S. L, (PwC) (2019): *La oportunidad de los contenidos de ficción en España. Análisis de oportunidad.* Disponible en: <https://www.audiovisual451.com/wp-content/uploads/2019/03/La-oportunidad-de-los-contenidos-de-ficcion-en-España.pdf> (Consultado el 1/4/2019).
- Prieto Sacristán, Jesús (2014): La financiación de la película cinematográfica. Desarrollo de los instrumentos de financiación especializados y los sistemas de garantías, en EGEDA (2014): *Panorama Audiovisual Iberoamericano* (2014). Disponible en: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.egeda.com/Documentos/PANORAMA_AUDIOVISUAL_IBEROAMERICANO_2014_300dpi.pdf.
- PRODESCON (2001): *La producción audiovisual española antes el reto de la internacionalización*, Madrid, FAPAE/ICEX.
- Rooter (2012): *Informe para la promoción y difusión del sector de la animación en España como una industria cultural creativa*, Diboos. Disponible en línea: <http://www.diboos.com/portfolio-view/informe-para-la-promocion-y-la-difusion-del-sector-de-la-animacion-en-espana-como-una-industria-cultural-y-creativa-2012/>.
- (2012): *Informe del desarrollo tecnológico y nuevos modelos de negocio del sector de la animación en España*, Diboos. Disponible en línea: <http://www.diboos.com/portfolio-view/informe-de-desarrollo-tecnologico-y-nuevos-modelos-de-negocio-del-sector-de-la-animacion-en-espana/>.
- (2012): *Libro Blanco de sector de la Animación en España*, Diboos. Disponible en línea: <http://www.diboos.com/wp-content/uploads/2013/01/LBA12.pdf>.
- Rubio, Arturo, Rius, Joaquim y Martínez Illa, Santi, con la colaboración de Sánchez Belando, Victoria (2014): *El modelo español de financiación de las artes y de la cultura en el contexto europeo. Crisis económica, cambio institucional, gobernanza y valor público de la cultura y la política cultural*, Documento de Trabajo 16/2014 Madrid: Fundación Alternativas/ Fundación SGAE. Disponible en línea: <http://www.fundacionalternativas.org/cultura-y-comunicacion/documentos/documentos-interes/la-financiacion-de-las-artes-y-de-la-cultura-en-el-contexto-europeo>.
- Rubio Arostegui, Juan Arturo y Villarroya Planas, Anna (2019): *El papel del mecenazgo en la política cultural española. Propuestas para reconfigurar su papel en la crisis de las artes y la industria cultural*, Ministerio de Cultura/Fundación Alternativas.

- Disponible en línea:
<https://culturaymecenazgo.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:3077671f-bfd2-4bea-a791-c0a54fdd554/papeldelmecenazgo.pdf> (Consultado el 22/8/2019).
- Saura, Antonio y Mora Jiménez, Raúl de: (2010): *Presencia del cine español en el mercado internacional*, Documento de Trabajo 3/2010, Fundación Alternativas. Disponible en línea:
<http://www.fundacionalternativas.org/cultura-y-comunicacion/documentos/documentos-interes/presencia-del-cine-espanol-en-el-mercado-internacional>
- SGAE (Sociedad General de Autores y Editores):
Anuario de las Artes escénicas, musicales y audiovisuales. Publicación anual desde 1999 a 2020. Disponible en línea: <http://www.anuariosgae.com/home.html>
- SEGIB, (marzo 2021): *Proyecto de Sistema Iberoamericano de Garantías Recíprocas para las Industrias Culturales y Creativas*. Disponible en línea en;
<https://www.segib.org/?document=proyecto-de-sistema-iberoamericano-de-garantias-reciprocas-para-las-industrias-culturales-y-creativas>
- Talavera Milla, Julio (2017): *Film production in Europe – Production volume, co-production and worldwide circulation*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). Disponible en línea:
<https://rm.coe.int/filmproductionineurope-2017-j-talavera-pdf/1680788952> (Consultado el 27/3/2019).
- Tera Consultants (2010): *Building a Digital Economy. The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries*,
- Tera Consultants (2014): *The economic contribution of the creative industries to EU GDP and employment*. Disponible en línea:<http://www.teraconsultants.fr/en/issues/The-Economic-Contribution-of-the-Creative-Industries-to-EU-in-GDP-and-Employment>
- UNESCO (2017): *Informe mundial sobre la cultura para el desarrollo humano sostenible*, París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en línea:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002489/248920s.pdf>
- UNESCO (2016): *Globalization of Cultural Trade: A Shift in Consumption*, Montreal: UNESCO Institute for Statistics. Disponible en línea:
http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/the-globalisation-of-cultural-trade-a-shift-in-consumption-international-flows-of-cultural-goods-services-2004-2013-en_0.pdf

UNESCO (2013): *Textos fundamentales de la Convención de 2005 sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. Disponible en línea: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf> (consultado el 30/05/2019).

UNESCO (2010): *Informe Mundial de la UNESCO. Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*, París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en línea: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001878/187828s.pdf>.

UNESCO (2005): *Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*, París, UNESCO. Disponible en línea: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000142919_spa (consultado el 25/04/2019).

Unión Europea (2018): *Ex-ante evaluation of new financial instruments for SMEs, mid-caps and organisations from the CCS*, Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology (European Commission), SQW. Disponible en línea: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/935e114a-5687-11e9-a8ed-01aa75ed71a1/language-en> (Consultado el 6/5/2021).

Unión Europea (2012): *Policy Handbook on How to strategically use the EU support programmes, including Structural Funds, to foster the potential of culture for local, regional and national development and the spill-over effects on the wider economy?* Informe resultado del grupo de trabajo de expertos de los estados miembros en industrias culturales y creativas en el marco del Work Plan for culture 2011-2014. Bruselas: Unión Europea. Disponible en línea:

http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/eu/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/principal/novedades/general/2012/manual-de-politicas-sobre-como-hacer-un-uso-estrategico-de-los-programas-de-ayuda-de-la-union-europea/Manual_politicasEU.pdf.

Unión Europea (2016): *Good practice report towards more efficient financial ecosystems: innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS)*, Luxembourg, Unión Europe. Disponible en línea:

<https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f433d9df-deaf-11e5-8fea-01aa75ed71a1> (consultado el 11/04/2019).

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) (2010): *Economía Creativa. Una opción factible de desarrollo*.

Disponible en línea: https://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

- UTECA (Unión de Televisiones Comerciales Asociadas): Informe UTECA sobre la situación del audiovisual en España. Publicación anual desde 2004 a 2012. Durante las Jornadas UTECA (celebradas de 2006 a 2013, y reanudadas en 2016), se presentan distintos informes sobre el sector. Disponible en línea: <http://uteca.tv/jornadas.php>
- Vaca Berdayes, Ricardo (2016): Mercado televisivo en España, en “Panorama Audiovisual Iberoamericano”, Madrid: EGEDA.
- VVAA (2018): *4rd Annual Alternative Finance Industry Study. Shifting Paradigms*, Disponible en línea en: <https://cdn.crowdfundinsider.com/wp-content/uploads/2019/04/CCAF-4th-european-alternative-finance-benchmarking-industry-report-shifting-paradigms-April-2019.pdf> (consultado el 8/7/2019).
- VVAA (2018): *Anuario AC/E 2018 de cultura digital*, Acción Cultura Española (AC/E). Disponible en línea en: <https://www.accioncultural.es/es/ebook-anuario-2018> (Consultado el 3/4/2019).
- VVAA (2014): *Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU*, ET Disponible en línea: <http://www.creatingeurope.eu/en/wp-content/uploads/2014/11/study-full-en.pdf>.
- VVAA (2017): *Expanding Horizons, 3rd Annual Alternative Finance Industry Study*, Cambridge University, CME Group Foundation. Disponible en línea: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2018-02-ccaf-exp-horizons.pdf.
- VVAA (1999): *Financiación y Ayudas al Sector Audiovisual*, Madrid: Écija y Asociados/Cine Informe.
- VVAA (2006): *Financing the Arts and Culture in the EU*, Bruselas: Parlamento Europeo, Departamento Temático B: Políticas Estructurales y de Cohesión. Disponible en línea: [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/es/document.html?reference=IPOL-CULT_ET\(2006\)375309](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/es/document.html?reference=IPOL-CULT_ET(2006)375309).
- VVAA (2020): *Focus 2019. World Film Market Trends*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). Publicación anual del OBS. Disponible en línea: <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/industry/focus> (consultado el 5/11/2020).
- VVAA (2021): *Sociedad Digital en España 2021. El año en que todo cambió*, Madrid: Fundación Telefónica/Taurus. Disponible en línea: <https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/sociedad-digital-en-espana-2020-2021/730/#openModal> (Consultado el 29/10/2021).

- VVAA (2019): *Industria del Cine y del audiovisual en España. Estado de la cuestión (2015-2018)*, Málaga, Festival de Cine de Málaga e Iniciativas Audiovisuales, S.A. Disponible en línea: https://www.researchgate.net/profile/Concepcion_Cascajosa/publication/331984700_Industria_del_Cine_y_el_audiovisual_en_Espana_Estado_de_la_cuestion_2015-2018/links/5c9939fea6fdccd4603aef9e/Industria-del-Cine-y-el-audiovisual-en-Espana-Estado-de-la-cuestion-2015-2018.pdf?origin=publication_detail (Consultado el 21/8/2019).
- VVAA (2016): *Industrias audiovisuales y mercado en España*, Málaga, Grupo de investigación Eumed.net (SEJ 309), Universidad de Málaga, Campus Universitario-Teatinos. Disponible en línea: <http://www.eumed.net/libros-gratis/> (Consultado el 8/4/2019).
- VVAA (2005): *Informe para la Reforma de los medios de comunicación titularidad del Estado*, Madrid.
- VVAA (2016): *Informe sobre el estado de la cultura en España 2016. La cultura como motor del cambio*, Madrid: Fundación Alternativas Disponible en línea: <http://www.fundacionalternativas.org/las-publicaciones/informes/informe-sobre-el-estado-de-la-cultura-en-espana-2016-la-cultura-como-motor-del-cambio>
- VVAA (2007): *La financiación pública y privada en el sector audiovisual*, VI Jornadas Profesionales, Colección Andalucía Promoción Audiovisual, número 6, Sevilla, Fundación Audiovisual de Andalucía.
- VVAA (2015): *Las alianzas entre empresas e instituciones culturales*, Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Barcelona, Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Disponible en línea: <http://www.culturayalianzas.es/wp-content/uploads/2016/03/Las-alianzas-....pdf>.
- VVAA (2001): *La Nueva Era de la Televisión*, Madrid: Academia de las Ciencias y de las Artes de la Televisión – Corporación Multimedia.
- VVAA (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona: GEDISA.
- VVAA (2009): *Programa Ibermedia 1998-2008. Evaluación. 10 años de apoyo al Cine Iberoamericano*. Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), Fundación para la Investigación Audiovisual/Universidad Internacional Menéndez Pelayo, [en línea] <https://www.segib.org/?document=10-anos-de-apoyo-al-cine-iberoamericano>
- VVAA (1998): *Public Aid Mechanisms for Film and Television in Europe: A Comparative Analysis*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory (Council of Europe).

- Disponible en línea: <https://rm.coe.int/public-funding-report-2004-en-optim-pdf/16808e46d9> (Consultado el 17/11/2020).
- VVAA (2016): *Public financing for film and television content. The state of soft money in Europe*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory (Council of Europe) Disponible en línea: https://search.coe.int/observatory/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016808e46df. (Consultado el 17/11/2020).
- VVAA (2016): *Sustaining Momentum. 2nd Annual Alternative Finance Industry Report*, Cambridge University, KPMG, CME Group Foundation. Disponible en línea: <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/publications/sustaining-momentum/#.WVuq0ojyIU>.
- VVAA (2015): *Territoriality and its impact on the financing of audiovisual works*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory (Council of Europe). Disponible en línea: <https://rm.coe.int/168078347f> (Consultado el 28/3/2019).
- VVAA (2020): *The European audiovisual industry in the time of COVID-19*, Strasbourg, European Audiovisual Observatory (Council of Europe). Disponible en línea en: <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46> (Consultado el 17/11/2020).
- VVAA (2022): *Yearbook 2021-2022. Key Trends*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe) disponible en línea en: https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home/-/asset_publisher/9iKCxBYgiO6S/content/key-trends-2021-2022-report-just-published?inheritRedirect=false&redirect=https%3A%2F%2Fwww.obs.coe.int%2Fen%2Fweb%2Fobservatoire%2Fhome%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_9iKCxBYgiO6S%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_pos%3D1%26p_p_col_count%3D5 (Consultado el 27/4/2022).
- VVAA (2021): *Yearbook 2020-2021. Key Trends*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe) disponible en línea en: <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/industry/film> (Consultado el 27/4/2022).
- VVAA (2020): *Yearbook 2019-2020. Key Trends*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe) disponible en línea en: <https://rm.coe.int/yearbook-keytrends-2019-2020-en/16809ce58d> (Consultado el 5/11/2020).

- VVAA (2018): *Yearbook 2017-2018. Key Trends*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe) disponible en línea en: <https://rm.coe.int/yearbook-keytrends-2017-2018-en/16807b567e> (Consultado el 5/11/2020).
- VVAA (2016): *Yearbook 2015. Key Trends*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe). Publicación anual del OBS desde 2016. Disponible en: <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/industry/key-trends> (Consultado el 5/11/2020).
- VVAA (2015): *Yearbook 2014. Television, cinema, video and on-demand audiovisual services- the pan-European picture*, Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe).
- Viana, Víctor y Pérez-Bustamante, David (2010): *Cine y fiscalidad en España. Guía práctica sobre los incentivos fiscales aplicables a las inversiones cinematográficas*, Madrid, ICAA. Disponible en línea: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/principal/novedades/cine/2010/seminario-sobre-cine-y-fiscalidad-una-nueva-mirada-a-la-financiacion-e-inversion-en-la-produccion-de-cine-en-espana/Cineyfiscalidad.pdf> (Consultado el 29/3/2019).
- Villarroya Planas y otros (2013): *Internacionalización de las industrias culturales y creativas españolas*, Madrid: Fundación Alternativas: Disponible en línea: <http://www.fundacionalternativas.org/cultura-y-comunicacion/documentos/documentos-interes/internacionalizacion-de-las-industrias-culturales-y-creativas-espanolas>.

Prensa y revistas

- Carballo, Antonio. Artículo en *Cine y Tele* (5/7/2018) <http://www.cineytele.com/2018/07/04/ibermedia-cumple-20-anos/>.
- EFE (9/6/2022) <https://www.efe.com/efe/espana/cultura/los-productores-reclaman-al-gobierno-una-rectificacion-de-la-ley-audiovisual/10005-4827951> (Consultado el 12/6/2022).
- Évole, Fernando. Entrevista en *El Español* (25/11/2020). Disponible en: https://www.elespanol.com.cdn.ampproject.org/c/s/www.elespanol.com/cultura/cine/20201125/fernando-evole-cines-necesitan-millones-ayudas-sobrevivir/538447154_0.amp.html (Consultado el 14/1/2021).

García Fernández, Emilio C.: “Redescubrir el cine español”. *Audiovisual451*. 20 de diciembre de 2013. <http://www.audiovisual451.com/redescubrir-el-cine-espanol/>

García Fernández, Emilio C.: “Cartografía de un paisaje. Hacia una definición de la marca del cine español”. *Audiovisual451*. 2 de enero de 2015. <http://www.audiovisual451.com/cartografia-de-un-paisaje-hacia-una-definicion-de-la-marca-del-cine-espanol/>

García Fernández, Emilio C.: “(Des)información. Transparencia en el cine español”. *Audiovisual451*. 9 de enero de 2015. <http://www.audiovisual451.com/desinformacion-transparencia-en-el-cine-espanol/>

García Fernández, Emilio C.: “La fiesta del cine español o el sordo que no quiere oír”. *Audiovisual451*. 6 de febrero de 2015. <http://www.audiovisual451.com/la-fiesta-del-cine-espanol-o-el-sordo-que-no-quiere-oir/>

García Fernández, Emilio C.: “2016: El cine español, la taquilla y mucho más”. *Audiovisual451*. 1 de febrero de 2017. <http://www.audiovisual451.com/2016-el-cine-espanol-la-taquilla-y-mucho-mas/>

Otero, José María (2018). Entrevista en Cine y Tele, 5/7/2018 <http://www.cineytele.com/2018/07/04/ibermedia-cumple-20-anos/>.

Vilardell, Elena. Entrevista en Cine y Tele (5/7/2018) <http://www.cineytele.com/2018/07/04/ibermedia-cumple-20-anos/>.

<https://elpais.com/economia/2020-12-22/la-industria-del-cine-tendra-mas-ayudas-fiscales-en-2021-pese-a-la-oposicion-de-psoe-y-podemos.html> (Consultado el 15/1/2021).

https://www.eldiario.es/economia/pionero-prestamos-p2p-imputado-delincuencia_1_1063344.html#:~:text=En%202018%2C%20Comunitae%20quebr%C3%B3%20y,parado%20la%20actividad%22%2C%20declar%C3%B3. (Consultado el 15/2/2021).

<https://produccionaudiovisual.com/produccion-cine/la-definicion-de-productor-independiente-en-riesgo-con-la-nueva-ley-general-de-comunicacion-audiovisual/> (consultado el 6/6/2022).

<https://elpais.com/cultura/2022-05-25/los-productores-independientes-amenazan-al-gobierno-por-la-ley-audiovisual-esto-es-la-guerra.htm> l (consultado el 6/6/2022)

https://www.eldiario.es/cultura/ley-audiovisual-traiciona-productores-independientes-ultimo-momento_1_9005739.html (consultado el 6/6/2022).

<https://www.espinof.com/cine-espanol/sentencia-muerte-para-industria-productores-cine-independiente-espanol-denuncian-cannes-nueva-ley-audiovisual> (Consultado el 6/6/2022). <https://www.rtve.es/noticias/20220523/ley-audiovisual-productores-independientes/2350861.shtml> (Consultado el 6/6/2022).

Legislación estatal

El BOE publica una recopilación de normas estatales y autonómicas referentes a la Cinematografía en un Código de Cinematografía y Artes Audiovisuales. Selección y ordenación: Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (Ministerio de Cultura y Deporte). Edición actualizada a 16 de octubre de 2020. Disponibles en línea en: <https://www.boe.es/legislacion/codigos/codigo.php?id=220&modo=2&nota=0> (consultado el 4/11/2020).

Las normas que se citan a continuación han sido utilizadas a lo largo de esta investigación y no constituyen un panorama completo de la legislación aplicable al sector.

Decreto 3837/1970, de 31 de diciembre, por el que se regula la hipoteca mobiliaria de películas cinematográficas.

LEY 15/2001 de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual. (Derogada).

Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. (Derogada).

Orden CUL/2834/2009, de 19 de octubre, por la que se dictan normas de aplicación del Real Decreto 2062/2008, de 12 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, en las materias de reconocimiento del coste de una película e inversión del productor, establecimiento de las bases reguladoras de las ayudas estatales y estructura del Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales.

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Resolución de 2 de julio de 2010, del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, por la que se establecen criterios para la obtención del certificado cultural a

los efectos del cumplimiento de los requisitos necesarios en materia de ayudas a la amortización de largometrajes

Ley 9/2014, de 9 de mayo, de Telecomunicaciones.

Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades

Ley 55/2017, de 28 de diciembre, del Cine.

Real Decreto 1084/2015, de 4 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

Orden ECD/2784/2015, de 18 de diciembre, por la que se regula el reconocimiento del coste de una película y la inversión del productor.

Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas previstas en el Capítulo III de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, y se determina la estructura del Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales.

Orden CUD/426/2019, de 11 de abril, por la que se modifica la Orden ECD/2784/2015, de 18 de diciembre, por la que se regula el reconocimiento del coste de una película y la inversión del productor y la Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas previstas en el Capítulo III de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, y se determina la estructura del Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales.

Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial, «BOE» núm. 101, de 28 de abril de 2015. Recuperada de <https://www.boe.es/eli/es/l/2015/04/27/5> (consultado el 8/7/2019).

Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/2020/05/06/pdfs/BOE-A-2020-4832.pdf> (consultado el 30/10/2020).

Orden CUD/582/2020, de 26 de junio, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas estatales para la producción de largometrajes y de cortometrajes y regula la estructura del Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales.

Real Decreto-ley 34/2020, de 17 de noviembre, de medidas urgentes de apoyo a la solvencia empresarial y al sector energético, y en materia tributaria.

Disposición final trigésima primera de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021.

Normativa europea

Reglamento (UE) N 651/2014 de la Comisión, de 17 de junio de 2014, por el que se declaran determinadas categorías de ayudas compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado. Publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea de fecha 26 de junio de 2014. Disponible en línea en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0651&qid=1459769498200&from=ES> (Consultado el 12/9/2019).

Reglamento (UE) n° 1295/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2013, por el que se establece el Programa Europa Creativa (2014 a 2020) y se derogan las Decisiones n° 1718/2006/CE, n° 1855/2006/CE y n° 1041/2009/CE Texto pertinente a efectos del EEE. Disponible en línea en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1295&from=ES> (consultado el 4/7/2019).

Decisión n° 1718/2006/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de noviembre de 2006 relativa a la aplicación de un programa de apoyo al sector audiovisual europeo (MEDIA 2007). Publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea de fecha 24 de noviembre de 2006 (L.327/12 a L327/19). Disponible en línea en: file:///C:/Users/sgr1/Downloads/CELEX_32006D1718_ES_TXT.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Herramientas innovadoras para impulsar el acceso a la financiación del sector de las industrias culturales y creativas en Europa²⁹⁴.

1. Ayudas públicas.

²⁹⁴ Fuente: Unión Europea (2016): *Good practice report towards more efficient financial ecosystems: innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS)*.

1.1. Ayudas públicas a fondo perdido:

- 1.1.1. Enterprises Estonia (Estonia),
- 1.1.2. TEKES (Finlandia)
- 1.1.3. Invega (Lithuania).

1.2. Cheques, vales: estos programas consisten en pequeños importes de créditos o ayudas facilitados por los gobiernos a Pymes para adquirir servicios innovadores en sus procesos de negocio. Existen en muchos países de la Unión Europea (Irlanda, Holanda, Alemania, Estonia, Lituania, Gran Bretaña y Portugal)

- 1.2.1. aws Kreativwirtschaftsscheck (Austria): se desarrolla en forma de ayudas superiores a 5.000€ para facilitar a las Pymes de todas las industrias para usar servicios creativos en el entorno de un proyecto de innovación. Más de 40.000 empresas disfrutaban de este modelo.

http://awsg.at/Content.Node/en/innovation_investment/creative-industries/3850.en.php

- 1.2.2. Creativeworks London BOOST (Gran Bretaña): este programa sustituyó al programa Creative Voucher en las etapas finales del proyecto Creativeworks London. <http://creativeworkslondon.org.uk>

- 1.2.3. Tillvaxtverket (Suecia): exitoso programa piloto que vincula salud e industrias creativas.

- 1.2.4. Creative Wallonia (Bélgica): vales para las industrias creativas.

- 1.2.5. Innovation voucher (Gran Bretaña): por un valor de más de 5.000 libras se puede usar para el pago de un experto externo para ayuda al desarrollo de las Pymes.

- 1.2.6. The growth vouchers research programme (Gran Bretaña): ayuda a Pymes a encontrar asesoría estratégica del sector privado.

<https://www.gov.uk/government/collections/growth-vouchers-programme>

- 1.2.7. Entrepreneurship vouchers (Portugal)

- 1.2.8. Innovationsgutschein C, Baden-Württemberg (Alemania)

- 1.2.9. Inocekiai (Lituania):

- 1.2.10. Innovation vouchers (Austria): apoyados por la agencia austríaca de promoción de la investigación (FFG) para fomentar la cooperación entre las universidades y las organizaciones de investigación.

1.3. Incentivos fiscales:

- 1.3.1. The Enterprise Investment Scheme (EIS) y The Seed Enterprise Investment Scheme (SEIS), dirigidos por el HM Revenue & Customs (HMRC), www.hmrc.gov.uk/seedeis

- 1.3.2. Así como sistemas de incentivos fiscales, que incluyen deducción o exención, para la producción de cine, programas de televisión, animación e infantiles, de para los videojuegos y orquestas (Gran Bretaña)

1.4. Apoyo público con retorno en caso de alcanzarse unos objetivos de beneficio:

- 1.4.1. En España el modelo de préstamo y ayudas del ICEC (Instituto Catalán para las Empresas Culturales). <http://www.gencat.cat/cultura/icec/>

1.5. Otros instrumentos variados de financiación pública:

- 1.5.1. Creative England (Gran Bretaña), que ofrecen un extraordinario abanico de posibilidades (préstamos a cero intereses, inversión en capital, préstamos participativos, programas para startups, financiación para arranque de startups, fondo de desarrollo de películas, cortometrajes, televisión y videojuegos) <http://creativeengland.co.uk>

- 1.5.2. Aws (Austria):

- 1.5.3. Cultuur Ondernemen (Holanda) <http://www.cultuur-ondernemen.nl/>

- 1.5.4. Hamburg Kreativ Gesellschaft (Germany): institución municipal creada para fomentar las industrias creativas en Hamburgo. <http://kreativgesellschaft.org>

2. Deuda financiera

2.1. Préstamos

- 2.1.1. Kredex (Estonia): préstamos, venture capital, seguro de crédito y garantías con garantía del Estado.
- 2.1.2. The Arts Impact Fund (Gran Bretaña): un fondo de 7 millones de libras lanzado en marzo de 2015 para demostrar el potencial de la inversión social en el arte. Ofrece financiación a devolver entre 150.000 libras y 600.000 libras.
- 2.1.3. Creative England Business Loans (Gran Bretaña):
- 2.1.4. Culturinvest (Bélgica): fondo de inversión para emprendedores creativos.
- 2.1.5. StART (Bélgica): ofrece deuda e inversión en capital.
- 2.1.6. Creative Industry Finance (UK): ofrece préstamos.
- 2.1.7. Les fonds d'avances remboursables de l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC), de Francia: ofrece préstamos reembolsables para la financiación del cine e industrias culturales y otros diversos (editoriales, librerías independientes, galerías de arte y jóvenes diseñadores de moda).
- 2.1.8. Rentevrije Lening (Holanda): ofrece préstamos sin interés.
- 2.1.9. Innovate UK (Gran Bretaña): ofrece fondos para investigación y desarrollo.

2.2. Micro financiación

- 2.2.1. MicroBank La Caixa (España): MicroBank se constituye en el 2007 como banco social para canalizar la actividad de microcréditos que hasta ese momento venía realizando "la Caixa" a través de su Obra Social, www.microbank.com/index_es.html
- 2.2.2. NRW.Bank. Kreativwirtschaftsfonds (Alemania): ofrece microcréditos para startups y Pymes.

3. Inversión en capital

3.1. Venture Capital

- 3.1.1. Vertis SGR spa (Italia): <http://www.vertissgr.it>
- 3.1.2. Vaekstfonden-Venture Capital and Equity Fund (Dinamarca): El Fondo Danés de Crecimiento es un fondo público de apoyo a las ICC. <http://www.vf.dk/>
- 3.1.3. VC Fonds Kreativwirtschaft Berlin II (Alemania): Es uno de los dos fondos lanzados por el IBB Betellingungsgesellschaft en Berlín. <http://www.ibb-bet.de>
- 3.1.4. The Creative Industries Fund – Portugal Ventures (Portugal): www.dgtf.pt
- 3.1.5. Austria aws Gründerfonds (Austria): <https://www.aswg.at/Content.Node/footer/presse/98992.php>
- 3.1.6. ELEVEN – Eleven Accelerator Venture Fund (Bulgaria)
- 3.1.7. Royal Majestic Fashion and Design Fund (Finlandia): fondo de inversion privado.
- 3.1.8. ALMI funds para startups y Pymes (Suecia):
- 3.1.9. Nextury Ventures (Lituania):
- 3.1.10. Practica Capital (Lituania):
- 3.1.11. Arengufond (Estonia):

3.2. Business angels: inversores en las fases iniciales de constitución de la start-ups.

- 3.2.1. Invicta Angels (Portugal): <http://www.invictaangels.pt/>
- 3.2.2. Business Angels Scheme for Culture (ACCME'14) (España) http://blog.bancat.com/wp-content/uploads/2014/12/ACCME-14-15_Informaci%C3%B3.pdf

3.3. **Capital semilla:** se ofrece financiación para el estudio y desarrollo del concepto inicial. Es anterior a la fase de startup.

3.3.1. AIB Seed Capital Fund (Irlanda).

3.3.2. White Star Capital (Gran Bretaña): <http://whitestarvc.com>

3.3.3. London Venture Partners (Gran Bretaña): <http://www.londonvp.com/>

4. Crowdfunding

4.1. KissKissBankBank (Francia)

4.2. Voordekunst (Holanda)

4.3. Fund It (Irlanda)

4.4. PPL Crowdfunding (Portugal)

4.5. Nordstarter (Alemania)

4.6. Wspieramkulture, pl (Polonia)

4.7. Crowdfunder (Gran Bretaña): es una plataforma de recompensa.

4.8. Crowdcube (Gran Bretaña): es una plataforma de inversión en capital.

4.9. Seeds (Gran Bretaña)

4.10. Funding Circle (Gran Bretaña)

4.11. Hoojandia (Estonia):

4.12. Hithit.com (República Checa)

4.13. Poligon (Eslovenia)

4.14. Goteo (España): <https://www.goteo.org/>

4.15. Market Development Fund (Dinamarca)

4.16. PRODUZIONI DAL BASSO (Italia)

4.17. UNICREDIT BANK AUSTRIA ART AWARD (Austria):
www.kunstpreis.bankaustria.at

4.18. PHUNDEE (Gran Bretaña): www.phundee.com

5. Esquemas de mitigación del riesgo

5.1. Esquemas de garantía:

5.1.1. IFCIC (Francia): Se hace mención en el capítulo.... de esta Tesis.

5.1.2. CREA SGR (España): Lo estudiaremos detenidamente en el capítulo.... de esta Tesis.

5.1.3. Creative Europe Loan Guarantee Facility

6. Otras formas alternativas de financiación

6.1. Sponsorización

6.2. Donaciones corporativas

6.2.1. Prométhea (Bélgica)

6.3. Venture philanthropy

6.3.1. Corpus Hominis Arti (Italia)

6.4. Iniciativas público-privadas

6.4.1. Financiación de las galerías privadas mediante la compra de arte por los museos públicos (Austria)

6.4.2. Fundación ARCO (España)

6.4.3. The Arts Council of Norway (Noruega)

6.4.4. The Fondazioni Museo delle Abntichité Egizie di Torino (Italia)

6.4.5. MAXXI (Italia)

6.4.6. IFIC- fondo para jóvenes diseñadores de moda.

Anexo 2. Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19. Medidas relativas al sector de la cinematografía y de las artes audiovisuales (BOE, número 126, de 6 de mayo de 2020, páginas 31.291 a 31.319)

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Desde que el día 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud la elevara a pandemia internacional, la situación de emergencia de salud pública ocasionada por el COVID-19 ha evolucionado, tanto a nivel nacional como mundial, con enorme rapidez. Se trata de una crisis sanitaria sin precedentes y de una extraordinaria amplitud, tanto por el alto

número de ciudadanos afectados, más de doscientos mil en España en el momento actual, como por el extraordinario riesgo en que ha situado a todo tipo de derechos tanto individuales como colectivos, lo que ha exigido la adopción de medidas inmediatas para hacer frente a esta situación.

Así, haciendo uso de la habilitación que otorga al Gobierno la Ley Orgánica 4/1981, de 1 de junio, de los estados de alarma, excepción y sitio, mediante el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, se declaró el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, el cual, a la vista de la evolución de la epidemia, ha tenido que ser prorrogado, previa autorización del Congreso de los Diputados, hasta en tres ocasiones, a través de los Reales Decretos 476/2020, de 27 de marzo; 487/2020, de 10 de abril, y 492/2020, de 24 de abril.

Las necesarias medidas de contención adoptadas están teniendo un impacto económico fulminante, ya que suponen reducir la actividad económica y social de forma temporal, restringiendo la movilidad y paralizando la actividad en numerosos ámbitos; con las consiguientes pérdidas de rentas para familias y trabajadores, así como para las diferentes empresas y sectores de la economía española.

Por ello, se han venido adoptando medidas económicas y sociales que, además de facilitar la adecuada respuesta sanitaria a la emergencia, permitan garantizar la protección de familias, trabajadores y colectivos vulnerables, y sostener el tejido productivo y social, minimizando el impacto y facilitando que la actividad económica se recupere cuanto antes.

Entre los sectores económicos especialmente afectados por la crisis y sus consecuencias se encuentra el de la cultura. El conjunto de los espacios culturales y escénicos se ha visto absolutamente paralizado, lo que ha abocado a sus profesionales a una drástica pérdida de ingresos y a una situación crítica, dada su fragilidad estructural. Para hacer frente a esa situación, es imprescindible implementar nuevas medidas que complementen y adapten las ya existentes con carácter general, acomodándolas a las singularidades del sector. Estas singularidades hacían muchas veces ineficaces las previsiones generalistas, tanto para la protección de trabajadores como para las empresas, especialmente autónomos y PYMES, que, a la pérdida de liquidez, sumaban la falta de acceso adecuado a la financiación.

Además, la crisis provocada por el COVID-19 afecta, de manera muy relevante, a las mujeres del sector cultural que, en muchas ocasiones, partían ya de situaciones de desigualdad. Por ello, en la aplicación y desarrollo de estas nuevas medidas se atenderá a la igualdad efectiva entre mujeres y hombres de acuerdo con el primer criterio general de actuación de los poderes públicos previsto en el artículo 14 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Hay que recordar el peso significativo de la cultura en la economía española. Los principales resultados obtenidos en la Cuenta Satélite de la Cultura en España indican que, en 2017, la aportación del sector cultural al Producto Interior Bruto (PIB) español se cifró en el 2,4 %, situándose en el 3,2 % considerando el conjunto de actividades económicas vinculadas con la propiedad intelectual. Por sectores culturales, destaca el sector de libros y prensa, con una aportación al PIB total en 2017 del 0,75 %, sector que representa el 31,5 % en el conjunto de actividades culturales. Le siguen, por orden de importancia, el sector audiovisual y multimedia (28,7 %), que incluye entre otras las actividades de cine, vídeo, videojuegos, música grabada o televisión. Entre los restantes sectores destacan Artes plásticas (14,8 %), Artes escénicas (9,8 %) y Patrimonio, archivos y bibliotecas (8,6 %). En el conjunto de actividades vinculadas con la propiedad intelectual, el 60,9 % se corresponde con el ámbito

cultural y el 39,1 % restante a publicidad e informática, cuyo alcance queda restringido a aquellas actividades que tengan vinculación con la propiedad intelectual. Los resultados ponen de manifiesto, pues, el significativo peso tanto de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual como de las actividades culturales dentro de la economía española.

En el mismo sentido, y muestra de esta relevancia, el volumen de empleo cultural ascendió en 2019 a 710,2 mil personas, un 3,6 % del empleo total en España en la media del periodo anual; siendo el 68,8 % del empleo cultural personal asalariado. En cuanto al tejido empresarial destaca, que el número de empresas recogidas en el Directorio Central de Empresas (DIRCE) cuya actividad económica principal es cultural ascendió a 122.673 a principios del 2018, lo que supone el 3,7 % del total de empresas recogidas en el Directorio.

No hay que olvidar, además, que el artículo 44 de la Constitución establece la obligación de los poderes públicos de garantizar el acceso de todos ciudadanos a la cultura y el deber de promover la cultura como derecho inalienable de todos los españoles.

La promoción de la cultura y el acceso de los ciudadanos a la misma conlleva el compromiso ineludible de los poderes públicos de establecer los instrumentos para que ello sea posible, lo cual debe materializarse, entre otras actuaciones, mediante medidas de fomento y protección que garanticen la existencia, desarrollo y progreso de la actividad cultural.

La cultura es, en esencia, libertad creativa, y, por tanto, no son los poderes públicos los actores directos de la acción cultural; sino que su función es la de favorecer que los verdaderos protagonistas del hecho cultural, los profesionales, cuenten con los medios necesarios para garantizar el derecho contenido en nuestra Carta Magna. Nuestra Constitución entiende la cultura no como un lujo dirigido a las élites, sino como un eje vertebrador de la sociedad democrática.

Por todo ello, es necesario garantizar la supervivencia de las estructuras culturales, y de los trabajadores y empresas que se dedican al sector; para así hacer efectivo el derecho de acceso a la cultura. A esa finalidad responde la presente disposición, aprobando una serie de medidas de apoyo al sector cultural para hacer frente a la situación derivada del COVID-2019. Estas medidas incluyen elementos de Ayuda en el sentido del artículo 107 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Su base jurídica quedaría definida por el Marco Temporal Nacional (Ayuda SA.56851, aprobada por Decisión de la Comisión del pasado 2 de abril), de modo que, conforme al punto 8.1 del citado Marco Temporal Nacional, las nuevas líneas de ayuda que se establezcan bajo su amparo no tienen que ser notificadas separadamente a la Comisión Europea.

II

El real decreto-ley se estructura en 5 capítulos, 15 artículos, 8 disposiciones adicionales, y 13 disposiciones finales.

El capítulo I se ocupa de las medidas generales para apoyar a empresas y trabajadores del sector cultural. En primer lugar, es preciso facilitar la financiación del sector, puesto que los mecanismos habituales establecidos al efecto en anteriores reales decretos-leyes no han resultado tan eficaces como cabría haber esperado, por no garantizar en este ámbito el acceso a la financiación y liquidez necesarios. Por ello, deben arbitrarse urgentemente medios especializados y enfocados a las singularidades de estas actividades. Así, se dispone la concesión directa de dos subvenciones a la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual

Fianzas SGR, para ampliar su fondo de provisiones técnicas y subvencionar el coste de la comisión de apertura de los avales de los préstamos al sector cultural, de forma que pueda abrir una línea de acceso a la financiación de los agentes del sector en las condiciones más favorables, con el apoyo del instrumento de garantía financiera del programa Europa Creativa de la Comisión Europea. Esta línea de acceso a la financiación no sólo estará abierta a los sectores culturales más tradicionales, sino que también comprenderá a otros sectores vinculados directamente a la cultura digital, como el sector de los videojuegos, que conecta cultura y tecnología con una alta capacidad de innovación, creando nuevos hábitos de consumo cultural y con una creciente influencia cultural: según la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2018-2019, el 13,8 % de la población española utiliza videojuegos al menos una vez al mes. La Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR es la única herramienta financiera especializada en exclusiva en la prestación de avales a las pequeñas y medianas empresas del sector cultural español, habiendo sido su labor en estos años fundamental para permitirles el acceso a la financiación bancaria y poner en marcha así diferentes proyectos culturales.

En segundo lugar, se articula el apoyo a los trabajadores del sector cultural que no han quedado amparados por los mecanismos de cobertura establecidos hasta la fecha. De este modo se da respuesta al colectivo de artistas en espectáculos públicos encuadrados en el Régimen General de la Seguridad Social, especialmente vulnerables en las circunstancias actuales, dado que por la intermitencia que caracteriza a la actividad artística, no alcanzan a reunir los requisitos para tener derecho a la prestación por desempleo. Para ello, se habilita un acceso extraordinario a la prestación por desempleo, de la que se podrán beneficiar ante la falta de actividad por el cierre establecido de los locales o instalaciones, ya sean abiertos o cerrados, donde desarrollan sus actividades profesionales, como consecuencia del COVID-19.

El capítulo II regula medidas de apoyo a las artes escénicas y de la música, desde diferentes perspectivas. Destaca especialmente el establecimiento de un sistema de ayudas extraordinarias a las artes escénicas y de la música, para paliar los daños sufridos como consecuencia de la crisis sanitaria del COVID-19. Estas ayudas, que tendrán carácter excepcional y se concederán por una sola vez, se otorgan a través de dos líneas, encaminadas al sostenimiento de las estructuras culturales de toda índole y a las actividades escénicas y musicales y proyectos culturales. En definitiva, a la protección inmediata y urgente del tejido empresarial, asociativo y artístico, entendido dicho tejido como estructuras culturales sin las cuales sería imposible el retorno deseado a la actividad cultural habitual. El sistema será implementado por el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM), basándose en los principios de publicidad, transparencia, objetividad, igualdad y no discriminación. Las ayudas se otorgarán siguiendo el procedimiento de concurrencia competitiva, y se regirán por lo dispuesto en este real decreto-ley y en la resolución de convocatoria. Para su financiación, se autoriza la concesión de un crédito extraordinario.

Además, se introduce un mecanismo para permitir que los profesionales del sector puedan percibir anticipos e indemnizaciones, en caso de aplazamiento o cancelación de las actuaciones ya contratadas con el Sector Público, cuyo importe no exceda de 50.000 euros. Las medidas adoptadas por las autoridades sanitarias, primero, y la declaración del estado de alarma, después, han llevado consigo el cierre de teatros, salas e instalaciones análogas, y, con ello, la resolución o suspensión de los contratos de interpretación artística y de espectáculos que se habían celebrado. Por ello, se habilita al órgano de contratación para reconocer como anticipo un porcentaje del importe de los contratos suspendidos, y una indemnización, en caso de resolución, siempre que la suspensión o resolución tenga por causa

directa las medidas adoptadas por las autoridades competentes para hacer frente a la crisis del COVID-19.

En el capítulo III, se incluyen medidas de apoyo a la cinematografía y a las artes audiovisuales. El sector de la producción y exhibición cinematográfica también se ha visto especialmente afectado por la crisis sanitaria. Además, el sistema de ayudas a la cinematografía está basado en una serie de hitos, como el inicio del rodaje, la calificación de las películas, la obtención de la nacionalidad, el estreno comercial de las películas en salas de cine y el reconocimiento del coste, que generan obligaciones de cumplimiento sucesivo, de modo que el eventual incumplimiento de alguna de ellas acarrea necesariamente el de las posteriores. Por ello, es necesario flexibilizar y adaptar a las circunstancias existentes el cumplimiento de dichos requisitos, dando la oportunidad a las empresas de cumplir con sus obligaciones en un contexto que no les es imputable. También se adapta transitoriamente la definición de «estreno comercial» de las películas, permitiendo que, hasta que las salas de exhibición vuelvan a estar en funcionamiento, se pueda considerar como tal el realizado a través de servicios de comunicación audiovisual televisiva, servicios de comunicación electrónica que difundan canales de televisión y servicios de catálogos de programas. Por último, se establece la concesión directa de ayudas a las salas de exhibición cinematográfica, cuya actividad se ha visto también suspendida, para hacer frente tanto a los gastos subsistentes, como a la necesaria promoción para la vuelta a la actividad; habilitando igualmente un crédito extraordinario para su financiación.

El capítulo IV regula las medidas relativas al sector del libro y al arte contemporáneo. En primer lugar, se crea un mecanismo extraordinario de ayudas para garantizar el apoyo urgente al mantenimiento de las estructuras del sector librero y de la cadena de suministro del libro. El sistema será implementado por la Dirección General del Libro y Fomento de la Lectura, en ejercicio de sus competencias, basándose en los principios de publicidad, transparencia, objetividad, igualdad y no discriminación. Las ayudas se otorgarán siguiendo el procedimiento de concurrencia competitiva, y se regirán también por lo dispuesto en este real decreto- ley y en la resolución de convocatoria.

En segundo lugar, y respecto al arte contemporáneo, las ayudas se vertebran, por un lado, incrementando las partidas correspondientes a la promoción del mismo, orientando aquellas a hacer frente de forma inmediata al impacto negativo de la crisis sanitaria del COVID-19. Y, por otro, mediante una dotación extraordinaria para la adquisición de arte contemporáneo español. Con ello se favorecerá el mercado interno de arte contemporáneo, al que por primera vez se le dedicará una cantidad específica e independiente del resto de presupuesto que anualmente ejecuta la Dirección General de Bellas Artes en la adquisición de piezas para las Colecciones Públicas del Estado. La financiación del apoyo previsto en este capítulo implica la concesión del crédito extraordinario correspondiente.

Por último, el capítulo V regula otras medidas, tales como las que se adoptan para las actividades culturales subvencionadas que han resultado canceladas como consecuencia del COVID-19, lo que permite dar seguridad jurídica a los beneficiarios de las subvenciones concedidas. Además, se introduce una disposición relativa a las ayudas tramitadas por el Consejo Superior de Deportes, cuya cuantía se ve determinada por los resultados obtenidos por los deportistas en diferentes competiciones. Dado que la situación generada por la evolución del COVID-19 ha supuesto la suspensión de muchas de aquellas, es necesario prever la continuidad de dichas ayudas, evitando que los deportistas beneficiarios, que no han podido competir, ni, por tanto, alcanzar los resultados de los que dependen las mismas, por causa que no les es imputable, se vean privados de ellas.

En otro orden de cosas, la disposición adicional primera establece el límite total acumulado, en todo momento, durante el ejercicio 2020, de los compromisos otorgados por el Estado respecto a todas las obras o conjuntos de obras cedidas temporalmente para su exhibición en instituciones de competencia exclusiva del Ministerio de Cultura y Deporte y de sus Organismos públicos adscritos. La disposición adicional única del Real Decreto-ley 26/2018, de 28 de diciembre, por el que se aprueban medidas de urgencia sobre la creación artística y la cinematografía, fijaba el límite de dichos compromisos para el ejercicio 2019, por lo que debe determinarse el correspondiente al año 2020, dando cumplimiento a lo previsto en la disposición adicional novena de la Ley 16/1985, de 25 de junio, de Patrimonio Histórico Español.

Por su parte, las disposiciones adicionales segunda a sexta declaran acontecimiento de excepcional interés público al Plan Berlanga, al Programa Alicante 2021, al evento «España País Invitado de Honor en la Feria del Libro de Fráncfort en 2021», al Plan de Fomento de la ópera en la Calle del Teatro Real y al acontecimiento «175 Aniversario de la construcción del Gran Teatre del Liceu»; para contribuir a obtener financiación privada que se destine a la reactivación del sector.

La siguiente disposición adicional persigue facilitar la protección del colectivo de autores y artistas que no reúnen los requisitos para acceder a un subsidio de desempleo, o a una pensión de jubilación. En este contexto, los fondos asistenciales puestos en marcha desde hace décadas por las entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual para sus socios más necesitados son instrumentos fundamentales; debiendo atribuirse temporalmente a la asamblea general la facultad de incrementar los recursos destinados a la realización de actividades asistenciales, para garantizar su eficacia en beneficio de sus miembros más vulnerables.

Por otro lado, la Disposición Adicional Tercera del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, supuso la suspensión de las licitaciones de los contratos públicos en general. Aunque la norma establecía algunas excepciones, la prolongación de la duración del estado de alarma ha podido llegar a provocar en ciertos casos una situación de posible perjuicio para los intereses públicos que todos los diferentes contratos públicos tratan de servir.

En los procedimientos de contratación existen un buen número de garantías procedimentales que tienen por finalidad asegurar el respeto a los principios más esenciales que protegen a los interesados, principios que deben aplicarse de manera armónica y coordinada con las necesidades de interés público antes mencionadas. Por esta razón, si bien en su momento parecía lógico que en la fase inicial del estado de alarma se adoptasen medidas más intensas con el fin de evitar el perjuicio de los derechos de los administrados ante las medidas limitativas necesariamente impuestas para luchar contra el COVID-19, en el momento actual, en que se ha iniciado una mejora de la situación y una progresiva relajación de las medidas acordadas, parece lógico alzar la suspensión general impuesta a las licitaciones públicas en todos aquellos supuestos en que no pueda existir merma alguna para los derechos de los licitadores. Tal circunstancia es plenamente concurrente en los casos en que la selección del contratista se verifica mediante la tramitación electrónica de los procedimientos de contratación, la cual permite y garantiza la presentación electrónica de la documentación requerida y el acceso igualmente electrónico a los diferentes trámites de procedimiento. Esta previsión, recogida en la disposición adicional octava, permitirá también

el inicio de nuevos procedimientos de contratación que reúnan estos requisitos, extendiéndose además a los recursos especiales que procedan.

También se acuerdan, en línea indicada de promover y facilitar la financiación privada, una serie de modificaciones normativas. Así, la disposición final primera modifica el artículo 36 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, incrementando los incentivos fiscales relacionados con la producción cinematográfica, como medida que favorece la mayor competitividad del sector cinematográfico y audiovisual español en el entorno nacional e internacional. Con la modificación propuesta se permitirá incrementar la atracción de producciones y rodajes internacionales y la actividad económica del sector audiovisual en España, de modo que se genere empleo y se produzca el subsiguiente incremento de ingresos tributarios; además de contribuir positivamente a la promoción de España.

Igualmente, resulta imprescindible incrementar la participación ciudadana en la financiación de proyectos de mecenazgo, por lo que se modifica la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, para elevar en 5 puntos porcentuales los porcentajes de deducción previstos para las donaciones efectuadas por contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas; elevación que resulta igualmente aplicable a los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español sin establecimiento permanente. Asimismo, las Disposiciones finales tercera a quinta amplían el plazo de otros programas considerados como acontecimientos de excepcional interés público.

Por otra parte, se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. La situación socioeconómica provocada por la COVID19 justifica la adopción de medidas urgentes para modificar el sistema de precios públicos universitarios con vistas al curso 2020-2021. Así, la disposición final séptima incluida en este real decreto-ley elimina el sistema de horquillas, que ha impactado de forma significativa sobre la estructura de precios. Este sistema ha conllevado, no solo un incremento de los mismos en términos generales, sino un aumento notable de la disparidad en dichos precios en función de la Comunidad Autónoma donde se preste dicho servicio, afectando de forma grave al acceso a la educación universitaria pública y al principio de igualdad de derechos y deberes de los españoles. De esta forma, se fomenta el acceso a la enseñanza superior pública y evita que los altos precios públicos universitarios provoquen inequidad y abandono de estudios. Conviene aclarar, igualmente, que la disposición modificada carece de carácter orgánico, con arreglo a la disposición adicional cuarta de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre.

Es necesario, de igual manera, ajustar la composición del Patronato de la Fundación España Deporte Global, F.S.P., creada por el Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril, de medidas urgentes complementarias para apoyar la economía y el empleo, para que forme parte del mismo una representación de las Federaciones deportivas españolas y competiciones oficiales y no oficiales. Con ello, se facilitará, con carácter inmediato, el funcionamiento y toma de decisiones del órgano de gobierno de la entidad, haciendo más ágil y operativo su desempeño ordinario.

Además, se considera necesario modificar la actual regulación de los encargos de entidades pertenecientes al Sector Público que no tengan la consideración de poder adjudicador a medios propios personificados, cuya interpretación ha suscitado en ocasiones dudas, con el fin de completar y precisar más su redacción, así como de facilitar que los órganos del Estado y de las Comunidades Autónomas puedan ejercer las funciones que tienen conferidas con la máxima eficiencia y coordinación, aspectos ambos especialmente

necesarios en las actuales circunstancias económicas y sociales derivadas del COVID-19, siempre con pleno respeto a la libre competencia. Así, la disposición final octava modifica la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, aclarando que el requisito del control exigido para la consideración de un medio propio personificado respecto de una entidad perteneciente al Sector Público que no tenga la consideración de poder adjudicador se remite al previsto para los poderes adjudicadores; y se precisa el régimen aplicable a los encargos horizontales, es decir, los casos en que una entidad del Sector Público estatal de las característica indicadas realice un encargo a otra del mismo sector, controladas ambas, directa o indirectamente, por una misma entidad de dicho sector, así como el régimen de la compensación a percibir en estos casos por la entidad que reciba el encargo.

Finalmente, se completan y aclaran las medidas ya adoptadas en materia de contratación para afrontar las consecuencias derivadas de la situación creada por el COVID-19, recogidas en el Real Decreto-ley 8/2020, de 17 de marzo, de medidas urgentes extraordinarias para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19. A tal efecto, se aclara el ámbito de aplicación, incluyendo los contratos actualmente vigentes celebrados por las entidades pertenecientes al Sector Público cualquiera que sea la normativa de contratación pública a la que estén sujetos con arreglo al pliego. Por otra parte, en los contratos de servicios y de suministros de prestación sucesiva que hayan quedado suspendidos conforme a lo previsto en el real decreto-ley, se precisa la posibilidad de que el órgano de contratación pueda realizar anticipos a cuenta del importe estimado de la indemnización que corresponda al contratista. Y, en materia de concesiones, se especifican determinados aspectos del régimen de restablecimiento del equilibrio económico del contrato, y por la necesidad de precisar la regulación de determinados encargos previstos en la legislación de contratación pública.

III

El artículo 86 de la Constitución permite al Gobierno dictar decretos-leyes «en caso de extraordinaria y urgente necesidad», siempre que no afecten al ordenamiento de las instituciones básicas del Estado, a los derechos, deberes y libertades de los ciudadanos regulados en el Título I de la Constitución, al régimen de las Comunidades Autónomas ni al Derecho electoral general.

El real decreto-ley constituye un instrumento constitucionalmente lícito, siempre que el fin que justifica la legislación de urgencia, sea, tal como reiteradamente ha exigido nuestro Tribunal Constitucional (sentencias 6/1983, de 4 de febrero, F. 5; 11/2002, de 17 de enero, F. 4, 137/2003, de 3 de julio, F. 3 y 189/2005, de 7 julio, F. 3), subvenir a una situación concreta, dentro de los objetivos gubernamentales, que por razones difíciles de prever requiere una acción normativa inmediata en un plazo más breve que el requerido por la vía normal o por el procedimiento de urgencia para la tramitación parlamentaria de las leyes, máxime cuando la determinación de dicho procedimiento no depende del Gobierno.

Ninguna duda ofrece que la situación que afronta nuestro país por la declaración de emergencia de salud pública de importancia internacional, unida a la reciente declaración de estado de alarma, generan la concurrencia de motivos que justifican la extraordinaria y urgente necesidad de adoptar diversas medidas. Además, la adopción de medidas de carácter económico acudiendo al instrumento del real decreto-ley ha sido avalada por el Tribunal Constitucional, siempre que concurra una motivación explícita y razonada de la necesidad, entendiendo por tal que la coyuntura económica exige una rápida respuesta, y la urgencia,

asumiendo como tal que la dilación en el tiempo de la adopción de la medida de que se trate mediante una tramitación por el cauce normativo ordinario podría generar algún perjuicio.

Los organismos internacionales y los principales servicios de estudios se están enfrentando con mucha precaución a la estimación del impacto del COVID-19 sobre la economía en el cambiante escenario actual, sujeto a una gran incertidumbre, pero no cabe duda de que será muy significativo. Entre las últimas estimaciones, se ha publicado recientemente el informe de Perspectivas de la Economía Mundial del FMI de abril de 2020 en el que se prevé un importante impacto de la crisis sanitaria en términos de crecimiento y empleo, no solo de España, sino también de otros países de nuestro entorno y de la economía mundial en su conjunto, si bien, en su escenario base, se espera que la pandemia se disipe en el segundo semestre de 2020 y que las medidas de contención puedan irse replegando, de manera que la actividad económica se vaya normalizando gradualmente gracias al apoyo brindado por las distintas políticas aplicadas. También el Banco de España ha hecho públicas sus estimaciones de crecimiento para este año y el próximo, en el que se recogen distintos escenarios de reducción de la actividad.

Teniendo en cuenta ese contexto, el presente real decreto-ley continúa y refuerza los apoyos públicos y privados movilizados por el Gobierno español en las pasadas semanas, y se centra en el apoyo a empresas y trabajadores del sector cultural, adoptando medidas específicas para dar respuesta a las necesidades que surgen de la situación excepcional creada por la crisis sanitaria; respaldando a los agentes económicos y sociales para que su incidencia sea la menor posible y facilitando la recuperación económica cuando comience a remitir la crisis pandémica. Las previsiones de esta disposición responden a esa finalidad, encaminándose a mejorar la situación del sector y de los profesionales de la cultura a través de diferentes instrumentos para afrontar las consecuencias del COVID-19.

Asimismo, la extraordinaria y urgente necesidad de aprobar este real decreto-ley se inscribe en el juicio político o de oportunidad que corresponde al Gobierno (SSTC 61/2018, de 7 de junio, FJ 4; 142/2014, de 11 de septiembre, FJ 3) y esta decisión, sin duda, supone una ordenación de prioridades políticas de actuación (STC, de 30 de enero de 2019, Recurso de Inconstitucionalidad núm. 2208-2019), centradas en el cumplimiento de la seguridad jurídica y la salud pública. Los motivos de oportunidad que acaban de exponerse demuestran que, en ningún caso, el presente real decreto-ley constituye un supuesto de uso abusivo o arbitrario de este instrumento constitucional (SSTC 61/2018, de 7 de junio, FJ 4; 100/2012, de 8 de mayo, FJ 8; 237/2012, de 13 de diciembre, FJ 4; 39/2013, de 14 de febrero, FJ 5). Al contrario, todas las razones expuestas justifican amplia y razonadamente la adopción de la presente norma, al responder a la finalidad legítima de aprobar medidas que contribuyan a abordar de forma inmediata el impacto económico y social del COVID-19 (SSTC 29/1982, de 31 de mayo, FJ 3; 111/1983, de 2 de diciembre, FJ 5; 182/1997, de 20 de octubre, FJ 3).

Debe señalarse también que este real decreto-ley no afecta al ordenamiento de las instituciones básicas del Estado, a los derechos, deberes y libertades de los ciudadanos regulados en el Título I de la Constitución, al régimen de las Comunidades Autónomas ni al Derecho electoral general. En particular, y por lo que se refiere a las medidas de carácter tributario, como señala la STC 100/2012, de 8 de mayo, en su FJ 9, «del hecho de que la materia tributaria esté sujeta al principio de reserva de ley (arts. 31.3 y 133.1 y 3 CE) y de que dicha reserva tenga carácter relativo y no absoluto «no se deriva necesariamente que se encuentre excluida del ámbito de regulación del decreto-ley, que podrá penetrar en la materia tributaria siempre que se den los requisitos constitucionales del presupuesto habilitante y no ‘afecte’, en el sentido constitucional del término, a las materias excluidas» (SSTC 182/1997,

de 28 de octubre, FJ 8; 137/2003, de 3 de julio, FJ 6; y 108/2004, de 30 de junio, FJ 7; 245/2004, de 16 de diciembre, FJ 4; y 189/2005, de 7 de julio, FJ 7). Es decir, «el hecho de que una materia esté reservada a la Ley ordinaria, con carácter absoluto o relativo, no excluye la regulación extraordinaria y provisional de la misma mediante Decreto-ley» (SSTC 60/1986, de 20 de mayo, FJ 2; y 182/1997, de 20 de octubre, FJ 8). A lo que este Tribunal debe atender al interpretar el límite material del art. 86.1 CE «no es, pues, al modo como se manifiesta el principio de reserva de Ley en una determinada materia, la tributaria en este caso (si tiene carácter absoluto o relativo y qué aspectos de dicha materia se encuentran amparados o no por dicha reserva), sino más bien al examen de si ha existido ‘afectación’ por el Decreto-ley de un derecho, deber o libertad regulado en el Título I de la Constitución», lo que exigirá «tener en cuenta la configuración constitucional del derecho o deber afectado en cada caso y la naturaleza y alcance de la concreta regulación de que se trate» (SSTC 182/1997, de 28 de octubre, FJ 8; 137/2003, de 3 de julio, FJ 6; 108/2004, de 30 de junio, FJ 7; y 245/2004, de 16 de diciembre, FJ 4, 189/2005, de 7 de julio, FJ 7; y 329/2005, de 15 de diciembre FJ 8). Y, sobre este particular, en la sección 2 del capítulo segundo del título I de la Constitución, bajo la rúbrica «De los derechos y deberes de los ciudadanos», se inserta el art. 31.1 CE, precepto que establece «un auténtico mandato jurídico, fuente de derechos y obligaciones», del que «se deriva un deber constitucional para los ciudadanos de contribuir, a través de los impuestos, al sostenimiento o financiación de los gastos públicos» (SSTC 182/1997, de 28 de octubre, FJ 6; 245/2004, de 16 de diciembre, FJ 5; y 189/2005, de 7 de julio, FJ 7), siendo, en consecuencia, uno de «los deberes cuya afectación está vedada al Decreto-ley el deber de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos que enuncia el art. 31.1 CE» (SSTC 137/2003, de 3 de julio, FJ 6; 245/2004, de 16 de diciembre, FJ 5; y 189/2005, de 7 de julio, FJ 7) (...).

Pues bien, el artículo 31.1 de la Constitución Española «conecta el citado deber de contribuir con el criterio de la capacidad económica» y lo relaciona, a su vez, «no con cualquier figura tributaria en particular, sino con el conjunto del sistema tributario», por lo que queda claro que «que el decreto-ley no podrá alterar ni el régimen general ni aquellos elementos esenciales de los tributos que inciden en la determinación de la carga tributaria, afectando así al deber general de los ciudadanos de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos de acuerdo con su riqueza mediante un sistema tributario justo» (SSTC 182/1997, de 28 de octubre, FJ 7; 137/2003, de 3 de julio, FJ 6; 108/2004, de 30 de junio, FJ 7; y 189/2005, de 7 de julio, FJ 7). De manera que vulnerará el art. 86 CE «cualquier intervención o innovación normativa que, por su entidad cualitativa o cuantitativa, altere sensiblemente la posición del obligado a contribuir según su capacidad económica en el conjunto del sistema tributario» (SSTC 182/1997, de 28 de octubre, FJ 7; 137/2003, de 3 de julio, FJ 6; 108/2004, de 30 de junio, FJ 7; y 189/2005, de 7 de julio, FJ 7). Por tanto, será preciso tener en cuenta «en cada caso en qué tributo concreto incide el decreto-ley –constatando su naturaleza, estructura y la función que cumple dentro del conjunto del sistema tributario, así como el grado o medida en que interviene el principio de capacidad económica–, qué elementos del mismo –esenciales o no resultan alterados por este excepcional modo de producción normativa– y, en fin, cuál es la naturaleza y alcance de la concreta regulación de que se trate» (SSTC 182/1997, de 28 de octubre, FJ 7; 137/2003, de 3 de julio, FJ 6; 108/2004, de 30 de junio, FJ 7; y 189/2005, de 7 de julio, FJ 7).».

A la luz de estas consideraciones, cabe afirmar que las medidas tributarias contenidas en este real decreto-ley no vulneran el citado artículo 31 de la Constitución ya que, como se señala en la antes citada STC 100/2012 (FJ 9), no alteran «de manera relevante la presión fiscal que deben soportar los contribuyentes y, por consiguiente, no ha provocado un cambio sustancial de la posición de los ciudadanos en el conjunto del sistema tributario, de manera

que no ha afectado a la esencia del deber constitucional de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos que enuncia el artículo 31.1 CE» (SSTC 137/2003, de 3 de julio, FJ 7; y 108/2004, de 30 de junio, FJ 8). La modificación de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, se circunscribe a deducciones específicas, en un sector productivo determinado, por lo que carece de un alcance general, sin llegar a afectar ampliamente a la totalidad de los contribuyentes y a la obligación de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos con arreglo a su capacidad económica. La misma consideración ha de hacerse respecto a la reforma de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, y al establecimiento o ampliación del plazo de programas considerados como acontecimientos de excepcional interés público.

Por tanto, en el conjunto y en cada una de las medidas que se adoptan, concurren, por su naturaleza y finalidad, de forma palmaria como pocas veces las circunstancias de extraordinaria y urgente necesidad que exige el artículo 86 de la Constitución Española como presupuestos habilitantes para recurrir al instrumento jurídico del real decreto-ley.

El presente real decreto-ley responde a los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia, y eficiencia, tal y como exige la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas. A estos efectos se pone de manifiesto el cumplimiento de los principios de necesidad y eficacia dado el interés general en el que se fundamentan las medidas que se establecen, siendo el real decreto-ley el instrumento más adecuado para garantizar su consecución.

La norma es acorde con el principio de proporcionalidad al contener la regulación imprescindible para la consecución de los objetivos previamente mencionados. Igualmente, se ajusta al principio de seguridad jurídica, siendo coherente con el resto del ordenamiento jurídico. En cuanto al principio de transparencia, la norma está exenta de los trámites de consulta pública, audiencia e información pública que no son aplicables a la tramitación y aprobación de decretos-leyes. Por último, en relación con el principio de eficiencia, este real decreto-ley impone las cargas administrativas necesarias para la consecución de sus fines.

Este real decreto-ley se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.2 de la Constitución Española, que dispone que, sin perjuicio de las competencias que podrán asumir las Comunidades Autónomas, el Estado considerará el servicio de la cultura como deber y atribución esencial; y además por los títulos competenciales previstos en el artículo 149.1. 1.ª, 13.ª, 14.ª, 17.ª, 18.ª y 30.ª de la Constitución.

En virtud de cuanto ha sido expuesto, haciendo uso de la autorización contenida en el artículo 86 de la Constitución Española, a propuesta del ministro de Cultura y Deporte y de la ministra de Hacienda, y previa deliberación del Consejo de ministros en su reunión del día 5 de mayo de 2020,

DISPONGO:

CAPÍTULO I

Medidas para facilitar la financiación del sector cultural y de apoyo a sus trabajadores

Artículo 1. Concesión directa de subvenciones a Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR, para el impulso de la financiación del sector cultural.

1. De acuerdo con lo establecido en el artículo 22.2.b) de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, se establece la concesión directa de las siguientes subvenciones para el impulso de la financiación del sector cultural:

a) A la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR, por importe de 16.250.000 € para la dotación de su fondo de provisiones técnicas, con cargo a la aplicación 24.04.334C.771.

b) A la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR por importe de 3.750.000 € para la financiación del coste de la comisión de apertura de los avales de los préstamos a empresas del sector cultural con motivo de la crisis del COVID 19, con cargo a la aplicación 24.04.334C.472.

2. La concesión de estas subvenciones se instrumentará mediante resolución del ministro de Cultura y Deporte y se ejecutará a través de transferencia del Ministerio de Cultura y Deporte a la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR, según lo previsto en el artículo 66.1 del Reglamento de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, aprobado por el Real Decreto 887/2006, de 21 de julio.

3. La resolución podrá contemplar que el abono de las subvenciones se realice en un único pago anticipado, de acuerdo con lo previsto en el artículo 34.4 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, y en su Reglamento de desarrollo.

4. En defecto de lo previsto en este real decreto-ley, será de aplicación supletoria a estas subvenciones lo dispuesto en la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, y en su Reglamento de desarrollo, salvo en lo que en una y otro afecte a la aplicación de los principios de publicidad y concurrencia.

5. La Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR promoverá, en colaboración con las entidades financieras que deseen participar, las siguientes líneas de financiación dirigidas a empresas del sector cultural por un importe total de 780.000.000 €:

- Línea Audiovisual.
- Línea de las Artes Escénicas.
- Línea de la Industria Musical.
- Línea de la Industria del Libro.
- Línea de las Bellas Artes.
- Línea de otras empresas del sector cultural.

Cada línea financiará proyectos del ámbito que le sea propio y recibirá un importe mínimo de 40 millones de euros, sin que ello afecte al régimen general de responsabilidad del fondo de provisiones técnicas, con arreglo a lo establecido en la Ley 1/1994, de 11 de marzo, sobre el Régimen Jurídico de las Sociedades de Garantía Recíproca. La resolución de concesión preverá los mecanismos necesarios para permitir que, en el caso de no agotarse el importe mínimo de alguna línea en el plazo que se determine, pueda acrecentar a las demás.

La Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR dará cuenta mensualmente de la distribución de la financiación por líneas ante una Comisión de Seguimiento integrada por un representante de la propia Sociedad y por los titulares de la Secretaría General de Cultura y la Subsecretaría de Cultura y Deporte.

6. El coste de la comisión de apertura del aval para acceder a las líneas previstas en el apartado anterior será del 0,5 %.

Estos costes serán financiados con cargo a la subvención prevista en la letra b) del apartado 1 de este artículo.

Las restantes condiciones de las líneas se determinarán en la resolución de concesión correspondiente.

7. Para proceder al pago de las subvenciones a que se refiere este artículo, se autoriza la aplicación del Fondo de Contingencia y la concesión de los siguientes créditos extraordinarios en el Ministerio de Cultura y Deporte:

3.750.000 euros en la aplicación 24.04.334C.472, «A la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR, para la financiación del coste de la comisión de apertura de los avales de los préstamos a empresas del sector cultural con motivo de la crisis del COVID 19».

16.250.000 euros en la aplicación 24.04.334C.771, «A la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Fianzas SGR, para la dotación de su fondo de provisiones técnicas».

Los anteriores créditos extraordinarios se financiarán de la siguiente forma:

9.730.000 euros procedentes de las aportaciones y transferencias del Ministerio de Cultura y Deporte y de sus organismos autónomos.

10.270.000 euros de conformidad con lo establecido en el artículo 50 de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria.

Para dar cumplimiento a lo anterior se realizarán las modificaciones presupuestarias que resulten necesarias, de conformidad con lo establecido en la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria.

CAPÍTULO III

Medidas de apoyo a la cinematografía y a las artes audiovisuales

Artículo 5. Ampliación de plazos para el cumplimiento de obligaciones impuestas a películas beneficiarias de ayudas concedidas en el periodo 2016 a 2019.

1. Se amplían los plazos para el cumplimiento de las obligaciones que a continuación se señalan, cuando les resulten de aplicación, en relación con las películas beneficiarias de ayudas generales y selectivas para la producción de largometrajes sobre proyecto, así como de ayudas a la producción de cortometrajes sobre proyecto concedidas entre los años 2016 a 2019 al amparo de la Orden ECD/2796/2015, de 18 de diciembre, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas previstas en el capítulo III de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, y se determina la estructura del Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales, y de la Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas previstas en el Capítulo III de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, y se determina la estructura del Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales; así como de las correspondientes resoluciones de convocatoria y concesión.

a) Para las películas beneficiarias de ayudas generales y selectivas para la producción de largometrajes sobre proyecto que se estrenen en el año 2020, se amplían los siguientes plazos establecidos en sus correspondientes bases reguladoras:

1.º Se amplía en 5 meses el plazo establecido para presentar la declaración de ingresos ante el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

2.º Se amplía en 10 meses el plazo máximo establecido para el estreno comercial en salas de exhibición del largometraje.

b) Para las películas beneficiarias de ayudas generales y selectivas para la producción de largometrajes sobre proyecto y de ayudas para la producción de cortometrajes sobre proyecto,

se amplían los siguientes plazos establecidos en sus bases reguladoras, cuando dichos plazos venzan en el año 2020, a partir de la entrada en vigor del estado de alarma:

1. ° Se amplía en 5 meses el plazo para comunicar al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales el fin de rodaje y solicitar la calificación y el certificado de nacionalidad de la película.
2. ° Se amplía en 4 meses el plazo para acreditar el coste de la película.
3. ° Se amplían en 4 meses el plazo para entregar una copia de la película objeto de ayuda a la Filmoteca Española.

2. En supuestos especialmente justificados, el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales podrá extender, a solicitud de las empresas beneficiarias de las ayudas y mediante resolución motivada, los plazos establecidos en el apartado anterior.

Artículo 6. Medidas para flexibilizar el cumplimiento de determinadas obligaciones que deban realizarse en el año 2020.

1. Las obligaciones establecidas en el artículo 14.1, letras d) y e), y artículo 23.1, letras d) y e), de la Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, y en los apartados correlativos de las correspondientes resoluciones de convocatoria y concesión, respecto a los proyectos de películas cinematográficas beneficiarios de las ayudas generales y selectivas para la producción de largometrajes sobre proyecto, quedan modificadas en los términos que se indica en los apartados siguientes.

2. El número de salas exigido para el cumplimiento de los requisitos relativos al estreno del largometraje, cuando dicho estreno se realice en el año 2020, se reducirá de la siguiente manera:

a) Respecto a la obligación establecida en el artículo 14.1.e) de la Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, y en los correlativos de las resoluciones de convocatoria y concesión, el estreno se deberá efectuar en:

1. ° 20 salas para largometrajes con un coste reconocido superior a 2.000.000 euros.
2. ° 10 salas para largometrajes con coste igual o inferior a 2.000.000 euros.
3. ° 6 salas para largometrajes con versión original en lenguas cooficiales distintas del castellano, en 3 de las cuales, al menos, se exhibirán en su versión original.
4. ° 2 salas para largometrajes de carácter documental.

b) Respecto a la obligación establecida en el artículo 23.1.e) de la Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, y en los correlativos de las resoluciones de convocatoria y concesión, el estreno se deberá efectuar en 7 salas, que se reducirán a 2 para largometrajes de carácter documental y para largometrajes con versión original en lenguas cooficiales distintas del castellano.

3. Los gastos que deben destinarse a copias, publicidad y promoción para el estreno del largometraje en salas de exhibición en España, con arreglo a los artículos 14.1.d) y 23.1.d) de la Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, y en los correlativos de las resoluciones de convocatoria y concesión, cuando dicho estreno se realice en el año 2020, serán de, al menos, el 7 % en el caso de ayudas generales y el 3 % en el caso de ayudas selectivas. Cuando la ayuda percibida hubiera sido inferior al 75 % de la solicitada, los gastos deberán ser de, al menos, el 5 % en el caso de ayudas generales y el 2 % en el caso de ayudas selectivas.

4. Lo dispuesto en los apartados anteriores será de aplicación, en su caso, a las obligaciones establecidas en el artículo 14.1, letras d) y e), y artículo 22.1, letras d) y e), de la Orden ECD/2796/2015, de 18 de diciembre.

Artículo 7. *Exigibilidad de la obligación de inicio y comunicación de rodaje.*

1. La obligación de iniciar el rodaje y de comunicarlo al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales o al organismo autonómico competente, establecida en la Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, y en las correspondientes resoluciones de convocatoria y concesión, se exigirá a partir del fin de la vigencia de la declaración del estado de alarma para todos los proyectos de películas cinematográficas beneficiarios de las siguientes líneas de ayudas concedidas en el ejercicio 2019:

- a) Ayudas generales para la producción de largometrajes sobre proyecto.
- b) Ayudas selectivas para la producción de largometrajes sobre proyecto.
- c) Ayudas a la producción de cortometrajes sobre proyecto.

A estos efectos, y una vez finalizada la vigencia de la declaración del estado de alarma, se iniciará de nuevo el cómputo del plazo de la citada obligación, con independencia del que ya hubiera transcurrido.

2. En el caso de coproducciones con empresas extranjeras, así como en otros especialmente justificados, el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales podrá ampliar, a solicitud de las empresas beneficiarias de las ayudas y mediante resolución motivada, los plazos para el cumplimiento de dicha obligación.

Artículo 8. *Pago de las ayudas generales para la producción de largometrajes sobre proyecto.*

Como excepción a lo establecido en la Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, y en las resoluciones de convocatoria y concesión, las empresas beneficiarias en el año 2019 de las ayudas generales para la producción de largometrajes sobre proyecto recibirán, previa solicitud, el 50 % de la ayuda otorgada sin necesidad de haber comunicado el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, o al organismo autonómico competente, el inicio del rodaje del largometraje.

Artículo 9. *Reconocimiento de costes.*

Serán reconocidos como coste de la película conforme a lo previsto en la Orden ECD/2784/2015, de 18 de diciembre, los gastos subvencionables en que hayan incurrido las empresas beneficiarias de las ayudas generales y selectivas a la producción de largometrajes sobre proyecto y ayudas a la producción de cortometrajes sobre proyecto, concedidas en el ejercicio 2019 y, en su caso, en ejercicios anteriores, que, como consecuencia del COVID-19 o de las medidas establecidas para combatirlo, no hayan podido aplicarse, total o parcialmente, al proyecto objeto de la subvención percibida.

Artículo 10. *Estreno comercial de una película a través de determinados servicios de comunicación o de catálogos de programas.*

1. Hasta el 31 de agosto de 2020, se considerará también estreno comercial de una película, sin que esta pierda su condición de película cinematográfica conforme se define en el artículo 4.a) de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, el que se lleve a cabo a través de servicios de comunicación audiovisual televisiva, así como de servicios de comunicación electrónica que difundan canales de televisión o de servicios de catálogos de programas.

2. Cuando se realice el estreno a través de alguno de los servicios previstos en el apartado anterior, no serán exigibles a las películas que hayan sido beneficiarias de ayudas otorgadas por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales las obligaciones establecidas en el artículo 14.1.d) y e), y en el artículo 23.1.d) y e) de la Orden CUD/769/2018, de 17 de julio, respecto a las ayudas generales para la producción de

largometrajes sobre proyecto y ayudas selectivas para la producción de largometrajes sobre proyecto, respectivamente; así como en los preceptos correspondientes de las resoluciones de convocatoria y concesión.

Dichas películas deberán cumplir necesariamente con las obligaciones relativas a la solicitud de nacionalidad y de calificación.

3. Mediante orden del ministro de Cultura y Deporte se podrá ampliar el plazo establecido en el apartado 1 del presente artículo, cuando por causas derivadas de las medidas sanitarias o de contención adoptadas, persistan en la fecha indicada limitaciones en el normal funcionamiento de la exhibición cinematográfica.

Artículo 11. *Concesión directa de subvenciones para titulares de salas de exhibición cinematográfica.*

1. De acuerdo con lo establecido en el artículo 22.2.b) de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, y en el marco de la crisis sanitaria generada por el COVID-19, se establece la concesión directa de subvenciones para personas físicas o jurídicas titulares de salas de exhibición cinematográfica que figuren en el Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

2. Estas ayudas irán destinadas a sufragar los gastos que a continuación se relacionan realizados por las salas de exhibición cinematográfica en el año 2020 derivados de la crisis del COVID-19:

a) Gastos incidentales generados como consecuencia de las medidas sanitarias adoptadas. Entre otros, implementación de un plan de prevención de riesgos para trabajadores y público, desinfección, compra de material –mascarillas, guantes, jabón desinfectante, mamparas– o señalética específica, entre otros elementos y acciones necesarias para la protección y seguridad de las personas.

b) Campañas orientadas a la reapertura y vuelta del público a los cines.

c) Actuaciones que permitan aumentar la programación de campañas escolares.

d) Espacio publicitario para promoción y tráiler de cine español en las salas, así como de campañas institucionales.

3. Se autoriza la aplicación del Fondo de Contingencia y la concesión de un crédito extraordinario en la Sección 24 «Ministerio de Cultura y Deporte», Servicio 01 «Ministerio, Subsecretaría y Servicios Generales», Programa 000X «Transferencias internas», concepto 419 «Al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales para la creación de un Fondo Social Extraordinario derivado de la crisis del coronavirus COVID-19», por importe de 13.252.000 euros.

Su repercusión en el presupuesto del ICAA es la siguiente:

PRESUPUESTO DE INGRESOS:

A) Aplicación 24.103.400.02 «Del departamento a que está adscrito por necesidades excepcionales provocadas por la crisis del COVID-19», 13.252.000 euros.

PRESUPUESTO DE GASTOS:

A) Aplicación 24.103.335C.475. «Para sufragar los gastos que sean consecuencia de las medidas sanitarias de prevención adoptadas, así como los destinados a favorecer la visibilidad de la reapertura de los cines», 13.252.000 euros.

La financiación de este crédito extraordinario se realizará de conformidad con el artículo 50 de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre.

4. La convocatoria de estas ayudas se efectuará por resolución de la persona titular de la Dirección General del Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales, y en ella se establecerá el plazo y forma para la presentación de las solicitudes, los requisitos exigibles, la forma de justificación de los gastos subvencionados y el importe máximo de cada una de las ayudas.

5. La cuantía máxima de la ayuda vendrá dada por el número de pantallas de que disponga cada sala de exhibición, con arreglo a los siguientes criterios:

- a) 8.000 euros para salas con una única pantalla.
- b) 14.000 euros para salas con 2 pantallas.
- c) 20.000 euros para salas que cuenten con entre 3 y 5 pantallas.
- d) 26.000 euros para salas que cuenten con entre 6 y 8 pantallas.

e) 32.000 euros para salas que cuenten con más de 8 pantallas.

(...)

Disposición final primera. Modificación de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades.

Con efectos para los períodos impositivos que se inicien a partir de 1 de enero de 2020, se modifican los apartados 1 y 2 del artículo 36 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades, que quedan redactados de la siguiente forma:

«1. Las inversiones en producciones españolas de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y de series audiovisuales de ficción, animación o documental, que permitan la confección de un soporte físico previo a su producción industrial seriada darán derecho al productor a una deducción:

- a) Del 30 por ciento respecto del primer millón de base de la deducción.
- b) Del 25 por ciento sobre el exceso de dicho importe.

La base de la deducción estará constituida por el coste total de la producción, así como por los gastos para la obtención de copias y los gastos de publicidad y promoción a cargo del productor hasta el límite para ambos del 40 por ciento del coste de producción.

Al menos el 50 por ciento de la base de la deducción deberá corresponderse con gastos realizados en territorio español.

El importe de esta deducción no podrá ser superior a 10 millones de euros.

En el supuesto de una coproducción, los importes señalados en este apartado se determinarán, para cada coproductor, en función de su respectivo porcentaje de participación en aquella.

Para la aplicación de la deducción, será necesario el cumplimiento de los siguientes requisitos:

a') Que la producción obtenga el correspondiente certificado de nacionalidad y el certificado que acredite el carácter cultural en relación con su contenido, su vinculación con la realidad cultural española o su contribución al enriquecimiento de la diversidad cultural de las obras cinematográficas que se exhiben en España, emitidos por el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, o por el órgano correspondiente de la Comunidad Autónoma con competencia en la materia.

b') Que se entregue una copia nueva y en perfecto estado de la producción en la Filmoteca Española o la filmoteca oficialmente reconocida por la respectiva Comunidad Autónoma.

La deducción prevista en este apartado se generará en cada período impositivo por el coste de producción incurrido en el mismo, si bien se aplicará a partir del período impositivo en el que finalice la producción de la obra.

No obstante, en el supuesto de producciones de animación, la deducción prevista en este apartado se aplicará a partir del período impositivo en que se obtenga el certificado de nacionalidad señalado en la letra a') anterior.

La base de la deducción se minorará en el importe de las subvenciones recibidas para financiar las inversiones que generan derecho a deducción.

El importe de esta deducción, conjuntamente con el resto de las ayudas percibidas, no podrá superar el 50 por ciento del coste de producción. No obstante, dicho límite se elevará hasta:

a'') El 85 por ciento para los cortometrajes.

b'') El 80 por ciento para las producciones dirigidas por una persona que no haya dirigido o codirigido más de dos largometrajes calificados para su explotación comercial en salas de exhibición cinematográfica, cuyo presupuesto de producción no supere 1.500.000 de euros.

c'') El 80 por ciento en el caso de las producciones rodadas íntegramente en alguna de las lenguas cooficiales distintas al castellano que se proyecten en España en dicho idioma cooficial o subtítulo.

d'') El 80 por ciento en el caso de producciones dirigidas exclusivamente por personas con un grado de discapacidad igual o superior al 33 por ciento reconocido por el órgano competente.

e'') El 75 por ciento en el caso de producciones realizadas exclusivamente por directoras.

f'') El 75 por ciento en el caso de producciones con un especial valor cultural y artístico que necesiten un apoyo excepcional de financiación según los criterios que se establezcan mediante Orden Ministerial o en las correspondientes convocatorias de ayudas.

g'') El 75 por ciento en el caso de los documentales.

h'') El 75 por ciento en el caso de las obras de animación cuyo presupuesto de producción no supere 2.500.000 de euros.

i'') El 60 por ciento en el caso de producciones transfronterizas financiadas por más de un Estado miembro de la Unión Europea y en las que participen productores de más de un Estado miembro.

j'') El 60 por ciento en el caso de coproducciones internacionales con países iberoamericanos.

2. Los productores registrados en el Registro Administrativo de Empresas Cinematográficas del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales que se encarguen de la ejecución de una producción extranjera de largometrajes cinematográficos o de obras audiovisuales que permitan la confección de un soporte físico previo a su producción industrial seriada tendrán derecho a una deducción por los gastos realizados en territorio español:

a) Del 30 por ciento respecto del primer millón de base de la deducción.

b) Del 25 por ciento sobre el exceso de dicho importe.

La deducción se aplicará siempre que tales gastos sean, al menos, de 1 millón de euros. No obstante, para los gastos de preproducción y postproducción destinados a animación y efectos visuales realizados en territorio español, el límite se establece en 200.000 euros.

La base de la deducción estará constituida por los siguientes gastos realizados en territorio español directamente relacionados con la producción:

1.º Los gastos de personal creativo, siempre que tenga residencia fiscal en España o en algún Estado miembro del Espacio Económico Europeo, con el límite de 100.000 euros por persona.

2.º Los gastos derivados de la utilización de industrias técnicas y otros proveedores.

El importe de esta deducción no podrá ser superior a 10 millones de euros, por cada producción realizada.

La deducción prevista en este apartado queda excluida del límite a que se refiere el último párrafo del apartado 1 del artículo 39 de esta Ley. A efectos del cálculo de dicho límite no se computará esta deducción.

El importe de esta deducción, conjuntamente con el resto de las ayudas percibidas por la empresa contribuyente, no podrá superar el 50 por ciento del coste de producción.

Reglamentariamente se podrán establecer los requisitos y obligaciones para tener derecho a la práctica de esta deducción.»

Disposición final segunda. Modificación de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Con efectos desde el 1 de enero de 2020, se modifica el apartado 1 del artículo 19 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, que queda redactado de la siguiente manera:

«1. Los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas tendrán derecho a deducir de la cuota íntegra el resultado de aplicar a la base de la deducción correspondiente al conjunto de donativos, donaciones y aportaciones con derecho a deducción, determinada según lo dispuesto en el artículo 18 de esta Ley, la siguiente escala:

Base de deducción Importe hasta	Porcentaje de deducción
150 euros.	80
Resto base de deducción.	35

Si en los dos períodos impositivos inmediatos anteriores se hubieran realizado donativos, donaciones o aportaciones con derecho a deducción en favor de una misma entidad por importe igual o superior, en cada uno de ellos, al del ejercicio anterior, el porcentaje de deducción aplicable a la base de la deducción en favor de esa misma entidad que exceda de 150 euros será el 40 por ciento.»

Anexo 3. Las seis medidas post covid-19 propuestas por el European Producer Club (EPC) (9/10/2020)²⁹⁵

EPC CALLS FOR MEASURES FOR AN INNOVATIVE EUROPEAN AUDIOVISUAL LANDSCAPE POST COVID-19

The current crisis has accelerated the fundamental transformation of the European audiovisual market. Support and balanced measures are required in order to allow the European industry to adapt and evolve, maintaining its cultural and entrepreneurial diversity. This preserves the essence of what Europe stands for. We believe that, at this crucial point, the intervention of the European Union, through a variety of measures, is urgently required.

We are in favour of promoting and enhancing European champion works, produced in each European Country, that can compete with the works produced by large foreign-owned platforms. We need to support these champion works to help them reach European and international audiences. This is the best way of ensuring diversity of content, entrepreneurship, nurturing European filmmakers, and creating a healthy ecosystem.

This is the only way in which independent producers can compete in the new status quo and have the capacity to develop great stories, grow talent, strengthen their relationships with creative teams and create great works now, and in the future.

1. We call for the introduction of an **investment obligation of 25% of the turnover of OTT services into European Works**, of which 80% is reserved to independent production companies and at least 50% of which is dedicated to local content produced by independent producers. No part of the 25% investment obligation should be fulfilled through companies owned or controlled in whole or in part by the OTT streaming services making the investment.

2. We call for the implementation of a **Best Practice Charter** between independent producers and OTT services which includes the following:

- 1) the producers should retain the ownership of their IP rights.
- 2) the producers should receive a fair remuneration for their work and for the transfer or license of their exclusive rights to the OTT service.
- 3) the producers should receive a share of revenues linked to the success of their work.
- 4) the producer's creative role should be fully respected.
- 5) there should be an obligation on data transparency on the OTT streaming services.

3. We call for the creation of an-EU **funded Project Development Fund** dedicated to independent producers that helps develop projects which have the highest level of quality and international potential.

²⁹⁵ Recuperado de <https://www.europeanproducersclub.org/epcmeasuresrecovid19> (Consultado el 26/1/2021).

For European independent producers to better compete, the best tool is to have great works, and in order to be able to do that, capital is required to acquire IP and develop it independently.

4. We call for the creation of a **European Co-Production Fund to foster European Film and TV series co-productions** within the independent model, replicating and adding to the existing model of Eurimages for features films, and aimed at fostering high end quality co-productions channeled through the independent producers. We also propose the relaxation of the 60% State Aid intensity limit in the case of coproductions in order to incentivise multi-country financing.

5. We call for the development of a **new EU funded online distribution tool for European content**, that offers a flexible and fair model for independent European audiovisual works, enabling independent and diverse content to reach audiences whilst increasing competition by offering producers an alternative route to reach consumers different to that of the foreign owned OTT services.

6. We call for the creation of a **Covid-19 EU Guarantee/Insurance Fund for cross-border film and TV (co)-productions**.

Anexo 4. TOP 20 por recaudación de películas españolas, de acuerdo con los datos ofrecidos por el ICAA.

AÑO 2020

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores	Recaudación acumulada
1	Padre no hay más que uno 2: La llegada de la suegra	29/07/2020	12.938.633 €	2.317.890	12.938.633
2	Adú	31/01/2020	6.371.655 €	1.088.469	19.310.288
3	Malasaña 32	17/01/2020	3.760.940 €	610.057	23.071.228
4	Hasta que la boda nos separe	14/02/2020	2.726.373 €	452.401	25.797.601
5	Superagente Makey	17/07/2020	1.828.232 €	328.633	27.625.833
6	Eso que tú me das	30/09/2020	1.414.176 €	244.887	29.040.009
7	Verano que vivimos, El	04/12/2020	1.042.969 €	164.334	30.082.978
8	Si yo fuera rico	15/11/2019	975.044 €	159.010	31.058.022
9	Boda de Rosa, La	21/08/2020	921.191 €	154.193	31.979.213
10	No mataras	16/10/2020	863.983 €	138.090	32.843.196
11	Hasta el cielo	18/12/2020	861.234 €	136.050	33.704.430
12	Rifkin's Festival	02/10/2020	685.669 €	108.927	34.390.099
13	Sentimental	30/10/2020	679.435 €	109.061	35.069.534
14	Voces	24/07/2020	651.014 €	112.867	35.720.548
15	Gallina Turuleta, La	01/01/2020	637.048 €	108.460	36.357.596
16	Explota explota	02/10/2020	483.501 €	79.314	36.841.097
17	Niñas, Las	04/09/2020	480.355 €	83.510	37.321.452
18	Te quiero, imbécil	24/01/2020	437.865 €	73.726	37.759.317
19	Akelarre	02/10/2020	272.483 €	48.100	38.031.800
20	Nieva en Benidorm	11/12/2020	265.623 €	43.425	38.297.423
			38.297.423 €	6.561.404	

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2019

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	Padre no hay más que uno	01/08/2019	14.241.285 €	2.495.863
2	Lo dejo cuando quiera	12/04/2019	11.376.111 €	1.890.794
3	Si yo fuera rico	15/11/2019	11.375.141 €	1.866.195
4	Mientras dure la guerra	27/09/2019	10.997.962 €	1.907.356
5	Dolor y gloria	22/03/2019	5.766.876 €	947.226
6	Bajo el mismo techo	01/02/2019	3.595.755 €	598.627
7	Perdiendo el este	15/02/2019	2.940.128 €	482.764
8	Los Japón	28/06/2019	2.768.443 €	478.886
9	Quien a hierro mata	30/08/2019	2.525.989 €	425.190
10	Silencio de la ciudad blanca, El	25/10/2019	2.319.302 €	459.227
11	Superlópez	23/11/2018	2.066.458 €	361.098
12	Adiós	22/11/2019	1.854.765 €	315.191
13	Legado en los Huesos	05/12/2019	1.595.685 €	259.999
14	Rodríguez y el más allá, Los	31/10/2019	1.394.579 €	242.205
15	Gran aventura de los Lunnis y el libro mágico, La	18/01/2019	1.330.732 €	228.302
16	Taxi a Gibraltar	15/03/2019	1.282.086 €	209.050
17	Trinchera infinita, La	31/10/2019	1.147.508 €	202.828
18	Gente que viene y bah	18/01/2019	1.117.820 €	189.171
19	Tiempo después	28/12/2018	1.049.088 €	178.978
20	Odisea de los Giles, La	29/11/2019	804.645 €	128.450
			81.550.358 €	13.867.400

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2018

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	Campeones	06/04/2018	19.092.222 €	3.288.420
2	Superlópez	23/11/2018	10.615.541 €	1.798.799
3	Perfectos desconocidos	01/12/2017	8.007.212 €	1.295.596
4	Mejor verano de mi vida, El	12/07/2018	7.935.774 €	1.381.003
5	Tribu, La	16/03/2018	6.146.641 €	1.009.802
6	Cuaderno de Sara, El	02/02/2018	5.197.167 €	844.513
7	Yucatán	31/08/2018	5.141.044 €	916.333
8	Sin Rodeos	02/03/2018	4.495.600 €	720.212
9	Futbolísimos, Los	24/08/2018	3.437.934 €	638.060
10	Todos lo saben	14/09/2018	3.137.938 €	570.326
11	Ola de Crímenes	05/10/2018	3.040.874 €	503.994
12	Fotógrafo de Mauthausen, El	26/10/2018	2.404.453 €	400.326
13	Thi Mai, rumbo a Vietnam	12/01/2018	1.834.212 €	309.313
14	Loving Pablo	09/03/2018	1.765.881 €	275.872
15	Que baje Dios y lo vea	05/01/2018	1.635.106 €	270.051
16	Pacto, El	17/08/2018	1.602.280 €	281.623
17	Sombra de la ley, La	11/10/2018	1.446.383 €	242.732
18	Reino, El	28/09/2018	1.437.077 €	273.634
19	Mundo es suyo, El	22/06/2018	1.339.061 €	234.525
20	Miamor perdido	14/12/2018	1.184.045 €	199.405
			90.896.445 €	15.454.539

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2017

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	Tadeo Jones 2: El secreto del Rey Midas	25/08/2017	17.917.439 €	3.227.410
2	Perfectos desconocidos	01/12/2017	14.373.417 €	2.256.917
3	Es por tu bien	24/02/2017	9.536.256 €	1.552.197
4	Secreto de Marrowbone, El	27/10/2017	7.332.325 €	1.182.440
5	Señor, dame paciencia	16/06/2017	6.636.689 €	1.087.268
6	Toc toc	06/10/2017	6.050.635 €	1.047.243
7	Contratiempo	06/01/2017	3.661.397 €	555.476
8	Guardián invisible, El	03/03/2017	3.603.891 €	583.603
9	Veronica	25/08/2017	3.525.648 €	611.401
10	Bar, El	24/03/2017	2.879.787 €	475.302
11	Lo que de verdad importa	17/02/2017	2.715.066 €	445.962
12	Llamada, La	29/09/2017	2.705.357 €	483.238
13	Librería, La	10/11/2017	2.366.547 €	373.837
14	Abracadabra	04/08/2017	1.692.429 €	286.093
15	Oro	09/11/2017	1.315.316 €	216.526
16	Niebla y la doncella, La	01/09/2017	1.198.358 €	197.177
17	Plan de fuga	28/04/2017	1.112.593 €	196.302
18	Villaviciosa de al lado	02/12/2016	1.102.084 €	164.043
19	Los del túnel	20/01/2017	1.092.733 €	180.271
20	Deep	03/11/2017	1.089.552 €	183.361
			91.907.519 €	15.306.067

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2016

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	Un monstruo viene a verme	07/10/2016	26.470.143 €	4.616.870
2	Palmeras en la Nieve	25/12/2015	12.244.777 €	1.899.845
3	Villaviciosa de al lado	02/12/2016	8.138.723 €	1.252.449
4	Cien años de perdón	04/03/2016	6.676.116 €	1.073.974
5	Cuerpo de elite	26/08/2016	6.539.462 €	1.102.339
6	Kiki, el amor se hace	01/04/2016	6.195.929 €	1.062.007
7	Ocho apellidos catalanes	20/11/2015	4.053.033 €	628.382
8	Hombre de las mil caras, El	23/09/2016	2.597.062 €	410.284
9	Zipi y Zape y la Isla del Capitán	29/07/2016	2.462.329 €	455.897
10	Julieta	08/04/2016	2.149.792 €	339.328
11	No culpes al karma de lo que te pasa por gilipollas	11/11/2016	2.082.644 €	347.810
12	Ozzy	14/10/2016	2.005.187 €	385.901
13	Pregón, El	18/03/2016	1.916.439 €	301.629
14	100 metros	04/11/2016	1.854.845 €	303.230
15	1898. Los últimos de Filipinas	02/12/2016	1.783.263 €	284.848
16	Toro	22/04/2016	1.710.576 €	308.515
17	Olivo, El	06/05/2016	1.659.373 €	322.501
18	Que Dios nos perdone	28/10/2016	1.386.430 €	209.570
19	Tenemos que hablar	26/02/2016	1.336.866 €	206.816
20	Embarazados	29/01/2016	1.219.949 €	198.950
			94.482.938 €	15.711.145

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2015

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	OCHO APELLIDOS CATALANES	16/11/2015	31.486.086 €	5.069.757
2	ATRAPA LA BANDERA	28/08/2015	10.960.610 €	1.936.424
3	PERDIENDO EL NORTE	06/03/2015	10.450.257 €	1.657.171
4	REGRESION	02/10/2015	8.925.096 €	1.437.155
5	AHORA O NUNCA	19/06/2015	8.274.059 €	1.398.013
6	PALMERAS EN LA NIEVE	11/09/2015	4.620.648 €	731.386
7	DESCONOCIDO, EL	25/09/2015	2.976.991 €	484.479
8	TRUMAN	30/10/2015	2.826.991 €	500.487
9	ANACLETO: AGENTE SECRETO	04/09/2015	2.659.785 €	415.716
10	MI GRAN NOCHE	23/10/2015	2.451.565 €	476.021
11	UN DIA PERFECTO	28/08/2015	2.079.871 €	334.935
12	EXTINCTION	14/08/2015	2.047.822 €	348.584
13	EN EL CORAZON DEL MAR	04/12/2015	1.797.507 €	276.111
14	ISLA MINIMA, LA	25/09/2014	1.654.586 €	257.550
15	OVEJAS NO PIERDEN EL TREN, LAS	21/11/2014	1.269.385 €	216.148
16	CLUB DE LOS INCOMPRENDIDOS, EL	25/12/2014	1.202.667 €	188.288
17	EXODUS: DIOS Y REYES	05/12/2014	1.057.117 €	165.987
18	FELICES 140	10/04/2015	955.562 €	157.855
19	REY GITANO	17/07/2015	927.034 €	157.404
20	MA MA	11/09/2015	816.165 €	138.902
			99.439.804 €	16.348.373

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2014

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	8 APELLIDOS VASCOS	14/03/2014	55.163.075 €	9.346.289
2	NIÑO, EL	28/08/2014	15.902.863 €	2.687.841
3	TORRENTE 5	02/10/2014	10.592.908 €	1.803.259
4	EXODUS: DIOSES Y REYES	05/12/2014	7.812.068 €	1.192.386
5	ISLA MINIMA, LA	25/09/2014	6.126.720 €	1.030.010
6	MORTADELO Y FILEMON CONTRA JIMMY EL CACHONDO	28/11/2014	4.480.282 €	695.128
7	RELATOS SALVAJES	17/10/2014	4.272.740 €	725.702
8	PANCHO, EL PERRO MILLONARIO	05/06/2014	2.507.488 €	459.554
9	CARMINA Y AMEN	29/04/2014	1.976.986 €	391.638
10	TRES BODAS DE MAS	05/12/2013	1.950.443 €	318.466
11	PERDONA SI TE LLAMO AMOR	19/06/2014	1.943.367 €	352.161
12	FUTBOLIN	15/12/2013	1.548.552 €	274.139
13	KAMIKAZE	28/03/2014	1.459.332 €	282.825
14	ESCOBAR: PARAISO PERDIDO	14/11/2014	1.336.136 €	217.548
15	VIVIR ES FACIL CON LOS OJOS CERRADOS	31/10/2013	1.249.654 €	222.500
16	REC 4 APOCALIPSIS	31/10/2014	1.078.704 €	174.099
17	VIDA INESPERADA, LA	01/12/2013	1.028.860 €	170.116
18	CLUB DE LOS INCOMPRENDIDOS, EL	25/12/2014	946.205 €	142.280
19	MINDSCAPE	22/11/2013	834.517 €	138.824
20	ISMAEL	22/12/2013	543.471 €	89.646
			122.754.372 €	20.714.411

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2013

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	FAST & FURIOUS 6	24/05/2013	9.438.569 €	1.456.529
2	MAMA	17/12/2012	7.869.704 €	1.160.401
3	ZIPI Y ZAPE Y EL CLUB DE LA CANICA	04/10/2013	5.085.786 €	865.724
4	AMANTES PASAJEROS, LOS	06/03/2013	5.018.756 €	706.378
5	BRUJAS DE ZUGARRAMURDI, LAS	27/09/2013	4.729.558 €	802.514
6	TRES BODAS DE MAS	05/12/2013	4.265.420 €	632.251
7	CUERPO, EL	21/12/2012	3.311.157 €	497.277
8	GRAN FAMILIA ESPAÑOLA, LA	05/09/2013	2.968.829 €	462.262
9	SEPTIMO	08/11/2013	2.935.309 €	470.287
10	JUSTIN Y LA ESPADA DEL VALOR	20/09/2013	2.316.379 €	392.552
11	ULTIMOS DIAS, LOS	27/03/2013	2.123.599 €	300.754
12	TESIS SOBRE UN HOMICIDIO	05/04/2013	1.627.864 €	232.701
13	VOLVER A NACER	21/12/2012	1.525.340 €	227.715
14	FUTBOLIN	20/12/2013	1.287.977 €	210.729
15	COMBUSTION	26/04/2013	1.254.157 €	192.699
16	LO IMPOSIBLE	11/10/2012	1.048.868 €	163.776
17	¿QUIEN MATO A BAMBI?	15/11/2013	835.959 €	144.404
18	VIDA DE ADELE, LA	25/10/2013	769.771 €	113.337
19	UNA PISTOLA EN CADA MANO	05/12/2012	724.836 €	109.007
20	VIVIR ES FACIL CON LOS OJOS CERRADOS	31/10/2013	694.359 €	105.262
			59.832.197 €	9.246.559

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2012

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	LO IMPOSIBLE	11/10/2012	41.009.378 €	5.914.601
2	AVENTURAS DE TADEO JONES, LAS	30/08/2012	18.016.634 €	2.720.152
3	TENGO GANAS DE TI	18/06/2012	12.122.051 €	1.980.358
4	IRA DE TITANES (WRATH OF THE TITANS)	29/03/2012	5.938.003 €	837.056
5	LUCES ROJAS	02/03/2012	3.012.861 €	466.868
6	CUERPO, EL	21/12/2012	2.964.834 €	416.848
7	GRUPO 7	04/04/2012	2.392.973 €	374.533
8	[REC] 3 GENESIS	28/03/2012	2.341.731 €	369.935
9	PROMOCION FANTASMA	27/12/2011	1.717.203 €	274.519
10	KATMANDU, UN ESPEJO EN EL CIELO	07/12/2011	1.537.101 €	246.674
11	XP 3D	28/12/2011	1.529.725 €	196.784
12	FRIA LUZ DEL DIA, LA	04/04/2012	1.523.959 €	237.133
13	THE PELAYOS	26/04/2012	1.500.345 €	235.692
14	FIN	23/11/2012	1.470.036 €	216.824
15	UNA PISTOLA EN CADA MANO	05/12/2012	1.172.739 €	157.791
16	ENIGMA DEL CUERVO, EL	29/06/2012	1.092.744 €	177.481
17	ASTERIX Y OBELIX AL SERVICIO DE SU MAJESTAD	29/11/2012	1.080.745 €	163.044
18	ELEFANTE BLANCO	13/07/2012	1.032.318 €	162.171
19	COPITO DE NIEVE	09/12/2011	952.088 €	168.910
20	BLANCANIEVES	28/09/2012	902.381 €	135.707
			103.309.850 €	15.453.081

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2011

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	TORRENTE 4	09/03/2011	19.345.503 €	2.630.263
2	MIDNIGHT IN PARIS	11/05/2011	7.926.917 €	1.239.355
3	FUGA DE CEREBROS 2	02/12/2011	5.025.460 €	796.137
4	PIEL QUE HABITO, LA	01/09/2011	4.585.877 €	722.960
5	NO HABRA PAZ PARA LOS MALVADOS	16/09/2011	4.039.452 €	641.445
6	TAMBIEN LA LLUVIA	24/09/2010	3.901.298 €	619.315
7	PRIMOS	04/02/2011	3.545.364 €	566.410
8	MIENTRAS DUERMES	14/10/2011	3.517.590 €	546.085
9	AGUILA ROJA-LA PELICULA	20/04/2011	3.038.709 €	502.905
10	INTRUDERS	07/10/2011	2.652.128 €	413.970
11	UN DIOS SALVAJE	18/11/2011	2.625.908 €	394.839
12	LO CONTRARIO AL AMOR	25/08/2011	2.562.520 €	417.384
13	CARA OCULTA, LA	16/09/2011	2.339.841 €	397.752
14	UN CUENTO CHINO	17/06/2011	2.280.142 €	352.281
15	AMIGOS...	08/07/2011	2.006.251 €	317.470
16	VOZ DORMIDA, LA	23/09/2011	1.975.420 €	313.203
17	ENCONTRARAS DRAGONES	15/03/2011	1.974.945 €	340.760
18	PAN NEGRO	15/10/2010	1.802.078 €	298.431
19	TRES METROS SOBRE EL CIELO	03/12/2010	1.420.492 €	240.693
20	NO LO LLAMES AMOR... LLAMALO X	06/05/2011	1.038.973 €	168.883
			77.604.868 €	11.920.541

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2010

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	TRES METROS SOBRE EL CIELO	03/12/2010	8.464.994 €	1.331.895
2	OJOS DE JULIA, LOS	28/10/2010	6.867.365 €	1.088.368
3	QUE SE MUERAN LOS FEOS	22/04/2010	6.766.148 €	1.127.131
4	CONOCERAS AL HOMBRE DE TUS SUEÑOS	27/08/2010	4.456.770 €	697.946
5	CELDA 211	06/11/2009	4.065.687 €	669.741
6	LOPE	03/09/2010	3.696.923 €	601.166
7	BIUTIFUL	03/12/2010	2.728.685 €	409.930
8	ENTRELOBOS	26/11/2010	2.686.147 €	424.883
9	BURIED	01/10/2010	2.387.317 €	377.597
10	TENSION SEXUAL NO RESUELTA	18/03/2010	2.051.568 €	334.287
11	PAJAROS DE PAPEL	12/03/2010	2.026.661 €	339.210
12	BALADA TRISTE DE TROMPETA	17/12/2010	1.512.818 €	236.888
13	OCEANOS	18/04/2010	1.253.007 €	201.596
14	MAL AJENO, EL	17/03/2010	1.252.261 €	201.606
15	PLANET 51	20/11/2009	1.227.438 €	218.974
16	HERENCIA VALDEMAR, LA	21/01/2010	1.018.724 €	164.974
17	ULTIMA MIRADA, LA	29/12/2009	996.566 €	124.685
18	PECADOR	28/12/2009	983.856 €	122.986
19	ZONA MUERTA, LA	29/12/2009	935.747 €	117.257
20	BON APPETIT	11/11/2010	902.399 €	138.669
			56.281.082 €	8.929.789

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2009

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	AGORA	07/10/2009	20.405.735 €	3.318.399
2	PLANET 51	20/11/2009	9.929.693 €	1.643.634
3	CELDA 211	06/11/2009	8.723.485 €	1.400.422
4	FUGA DE CEREBROS	24/04/2009	6.863.217 €	1.176.069
5	SPANISH MOVIE	30/11/2009	6.635.296 €	1.072.280
6	SECRETO DE SUS OJOS, EL	25/09/2009	5.250.183 €	851.133
7	REC 2	02/10/2009	5.109.881 €	835.747
8	MENTIRAS Y GORDAS	27/03/2009	4.282.941 €	719.428
9	ABRAZOS ROTOS, LOS	18/03/2009	4.115.027 €	686.581
10	AL FINAL DEL CAMINO	07/04/2009	2.655.380 €	449.844
11	KIKA SUPERBRUJA Y EL LIBRO DE HECHIZOS	10/06/2009	2.398.175 €	431.063
12	PAGAFANTAS	02/07/2009	1.999.767 €	340.089
13	MAPA DE LOS SONIDOS DE TOKIO	27/08/2009	1.963.470 €	319.852
14	GORDOS	10/09/2009	1.755.016 €	290.429
15	BAILE DE LA VICTORIA, EL	24/09/2009	1.386.317 €	222.235
16	MI VIDA EN RUINAS	07/08/2009	1.263.158 €	214.347
17	CHE. GUERRILLA	27/02/2009	825.030 €	140.749
18	LINCE PERDIDO, EL	07/11/2008	733.488 €	139.468
19	AGALLAS	04/09/2009	701.042 €	115.620
20	DIETA MEDITERRANEA	06/02/2009	665.204 €	116.042
			87.661.504 €	14.483.431

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2008

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	CRIMENES DE OXFORD, LOS	25/09/5790	8.201.221 €	1.421.063
2	MORTADELO Y FILEMON MISION: SALVAR LA TIERRA	07/07/5632	7.706.811 €	1.363.275
3	VICKY CRISTINA BARCELONA	09/12/5295	7.459.287 €	1.240.343
4	CHE, EL ARGENTINO	11/06/5080	6.830.887 €	1.161.635
5	ASTERIX EN LOS JUEGOS OLIMPICOS	27/04/4778	5.905.546 €	1.051.286
6	FUERA DE CARTA	23/02/4359	5.107.626 €	898.186
7	GIRASOLES CIEGOS, LOS	12/10/3844	4.073.177 €	710.318
8	TRANSSIBERIAN	26/03/2977	2.348.861 €	393.453
9	CONJURA DE EL ESCORIAL, LA	28/03/2772	1.845.820 €	318.580
10	CARLITOS Y EL CAMPO DE LOS SUEÑOS	28/04/2607	1.401.541 €	258.345
11	CAMINO	23/07/2490	1.246.516 €	215.699
12	DIARIO DE UNA NINFOMANA, EL	04/06/2479	1.244.694 €	211.632
13	SOLO QUIERO CAMINAR	21/07/2443	1.145.548 €	198.530
14	UNA PALABRA TUYA	16/10/2430	1.124.414 €	193.869
15	ESKALOFRIO	26/06/2403	1.026.684 €	183.895
16	COBARDES	14/06/2391	1.015.507 €	179.500
17	ESPIRITU DEL BOSQUE, EL	24/05/2390	1.005.432 €	179.114
18	CASUAL DAY	05/01/2346	925.730 €	162.904
19	8 CITAS	12/11/2333	873.592 €	158.467
20	TODOS ESTAMOS INVITADOS	29/01/2320	845.021 €	153.431
			61.333.914 €	10.653.525

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

AÑO 2007

	Título	Fecha estreno	Recaudación	Espectadores
1	ORFANATO, EL	10/09/2007	24.317.952 €	4.274.355
2	REC	20/11/2007	7.748.901 €	1.341.951
3	TRECE ROSAS, LAS	14/09/2007	4.321.580 €	786.438
4	CAFE SOLO O CON ELLAS	29/06/2007	2.437.792 €	450.400
5	PEREZ, EL RATONCITO DE TUS SUEÑOS	10/11/2006	2.182.274 €	423.514
6	CARTA ESFERICA, LA	31/08/2007	2.114.820 €	377.651
7	EKIPO JA, EL	19/01/2007	1.629.035 €	303.508
8	CAJA KOVAK, LA	11/12/2006	1.596.900 €	295.013
9	LABERINTO DEL FAUNO, EL	10/10/2006	1.594.032 €	302.792
10	TORRE DE SUSO, LA	17/09/2007	1.527.865 €	266.678
11	ATASCO EN LA NACIONAL	20/07/2007	1.511.035 €	279.286
12	CLUB DE LOS SUICIDAS, EL	23/08/2007	1.413.666 €	259.511
13	SALIR PITANDO	11/09/2007	1.403.854 €	253.556
14	CAOTICA ANA	24/08/2007	1.361.757 €	245.857
15	MATAHARIS	28/09/2007	1.328.666 €	231.462
16	LOLA, la pelicula	16/03/2007	1.203.172 €	241.731
17	DONKEYXOTE	02/12/2007	1.091.985 €	194.624
18	7 MESAS (De Billar Francés)	05/10/2007	1.089.205 €	192.729
19	BAJO LAS ESTRELLAS	07/06/2007	1.061.021 €	191.611
20	LADRONES	22/06/2007	978.438 €	184.615
			61.913.950 €	11.097.282

Nota: Adaptado del ICAA en los informes de recaudación de películas españolas que refleja en su página web.

Anexo 5. El Plan “España, Hub Audiovisual de Europa”²⁹⁶

A continuación se reproduce literalmente el texto del Plan (chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://portal.mineco.gob.es/RecursosArticulo/mineco/teleco/comun/ficheros/plan-de-impulso-al-sector-audiovisual.pdf) publicado en la web del Ministerio de Asuntos Económicos y Transición Digital (https://portal.mineco.gob.es/es-es/TID/hub-audiovisual/Paginas/el-plan.aspx)

“RESUMEN EJECUTIVO

El sector audiovisual

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

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

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

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

Este Plan tiene en cuenta aspectos estratégicos de la cadena de valor, tanto las actividades auxiliares de soporte a dicha producción, la producción de contenidos audiovisuales (en español y en otros idiomas), como la postproducción y la promoción, difusión y explotación de los contenidos audiovisuales.

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

²⁹⁶ Reproducción literal del Plan publicado en la web del Ministerio.

Un sector estratégico con visión de futuro

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

La importancia estratégica del sector audiovisual es reconocida dentro de la estrategia “España Digital 2025” (ED2025). Esta estrategia plantea como uno de sus ejes mejorar el atractivo de España como plataforma europea de negocio, trabajo e inversión en el ámbito audiovisual. España está en una buena posición de partida para convertirse en un hub audiovisual líder a nivel euro - peo y mundial. Nos encontramos entre los primeros puestos europeos en cuanto a despliegue de redes de última generación de banda ancha y 5G, con una gran preparación de las empresas audiovisuales españolas para incorporar las mejoras tecnológicas digitales a las actividades de producción, realización y post producción. Además, contamos con importantes bolsas de talento en todas las profesiones relacionadas, como se demuestra con el éxito internacional de numerosas series, videojuegos y otras producciones creadas y desarrolladas íntegramente en

España, así como con un ecosistema de profesionales y empresas de distinto tamaño de gran calidad y competitividad. El español es, sin duda, un activo importante para liderar en uno de los mercados más importantes y en crecimiento a nivel mundial.

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

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

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

El Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” se marca como objetivos reforzar las fortalezas de la producción audiovisual española, su internacionalización; y el incremento del atractivo de España como destino de inversiones extranjeras y actividad económica vinculada a la producción audiovisual. Éste es un plan de actuación global para transformar el actual ecosistema audiovisual en su conjunto.

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



Metas, ejes y medidas

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

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

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

Dotación presupuestaria 1.603 M a lo largo del periodo 2021- 2025.

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

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

INTRODUCCIÓN

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

Diversas plataformas puestas en marcha por la Administración General del Estado²⁹⁷ ²⁹⁸y por las administraciones locales²⁹⁹, así como los planes de apoyo al sector audiovisual

²⁹⁷ <https://www.investinspain.org/en/industries/audiovisual> del Instituto de Comercio Exterior (ICEX)

²⁹⁸ <https://www.audiovisualfromspain.com/audiovisual/es/index.html> del Instituto de Comercio Exterior (ICEX)

²⁹⁹ <http://www.shootinginspain.info/>

promovidos desde las Comunidades Autónomas, vienen posicionando nuestra industria y nuestras capacidades en el entorno internacional.

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

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

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

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

- Establecer mismas obligaciones para los mismos servicios.
 - Reforzar la protección de la producción de contenido audiovisual europeo y de empresas productoras independientes.
 - Actualizar y flexibilizar las obligaciones en materia de publicidad en servicios de comunicación audiovisual.
- Mejorar la competitividad de las empresas productoras audiovisuales a través de la aplicación de nuevas tecnologías que les permitan competir en un mercado digitalizado. La digitalización de las actividades de producción en sí mismas mejorará la capacidad de competir en calidad con producciones originarias de otros países, pero también la aplicación de las nuevas tecnologías contribuirá a una mejora de la gestión de la recaudación y el reparto de los derechos de propiedad intelectual, haciéndola más transparente, mejorando su control por los creadores, facilitando la resolución de los eventuales conflictos y optimizando la correcta remuneración de los creadores españoles en un entorno digital en el que están cambiando radicalmente los modelos de distribución, el seguimiento de las audiencias y avanzar en las fórmulas de retribución de los derechos. En ese sentido, la aplicación de herramientas digitales contribuirá a mejorar la balanza exterior derivada del sector audiovisual en todas las rúbricas posibles. Junto con la digitalización, también se atenderá a la reducción de las dificultades características de un tejido empresarial formado mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas, como lo son el acceso a las fuentes de financiación o el potencial para competir en mercados extranjeros.
 - Asimismo, se dedicará un especial esfuerzo a reducir la brecha de género y a la generación de talento. La brecha de género es especialmente notable en términos de dirección de producciones audiovisuales y ello supone una pérdida de competitividad por la infrarrepresentación del talento de una parte muy relevante de la sociedad española. Según datos del Observatorio Europeo Audiovisual, entre 2003 y 2017 se produjeron 21.054 películas europeas de las cuales tan sólo 2.997 (el 21%) fueron dirigidas por mujeres. En 2017, el 83% de las películas europeas fueron dirigidas por hombres, frente a un 15% dirigidas por mujeres. Muy inferior es también la presencia

de mujeres en otros segmentos de la producción audiovisual como son los videojuegos (como los eSports); en 2017, sólo el 17% de los empleos directos generados en el sector del videojuego estaban ocupados por mujeres. No obstante, cabe destacar el avance en medidas para salvar dicha brecha abordado desde el Ministerio de Cultura y Deporte en su compromiso de alcanzar el objetivo de paridad 50/50 en 2025.

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

Por último, es preciso señalar que la actividad del sector de la producción audiovisual se verá beneficiada, no sólo por las acciones concretas de este Plan, sino que su desarrollo también se verá potenciado por acciones de otros Planes de la estrategia España Digital 2025, en concreto del Plan para la conectividad y las infraestructuras digitales y la Estrategia de impulso a la tecnología 5G, aprobados por el Gobierno el 1 de diciembre ³⁰⁰, así como del Plan de Competencias Digitales y el Plan para la Digitalización de las Administraciones Públicas. Todos estos planes, derivados también de la Agenda España Digital 2025, contienen acciones que tendrán su impacto positivo en la producción audiovisual y contribuirán por tanto a la consecución de los objetivos del Plan “Spain AVS Hub”

1. EL SECTOR AUDIOVISUAL

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

Contexto global y europeo

A nivel global, según el informe de Olsberg-SPI³⁰¹, la suma de las inversiones efectuadas en 2019 por compañías como Netflix, Amazon, Disney, HBO Max, Peacock, Quibi y Apple, alcanzó los 177.000 millones de dólares y se generaron 14 millones de empleos en todo el mundo.

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

³⁰⁰ <https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/Paginas/enlaces/011220-enlacedigital.aspx>

³⁰¹ <https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2020/06/Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf>

Según el informe de PwC “Entertainment and Media Outlook 2020-2024”³⁰² en los próximos cinco años se espera que el sector crezca un 2,8% en todo el mundo. En España, el aumento previsto será del 3,3% (hasta los 35.567M€). Se trata de un crecimiento considerable que pone de manifiesto las oportunidades para las empresas de segmentos con gran potencial como el vídeo bajo demanda y los videojuegos.

Tendencia a la concentración en la industria

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

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

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

Y el proceso continúa.

Crecimiento del subsector audiovisual digital

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

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

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

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

³⁰²<https://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/entertainment-media-outlook-espana-2020-2024.html>

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

- Incremento de la producción de dramas.

- Reasignación de recursos de películas de televisión a series.

- Temporadas más cortas para retener espectadores.

- Alianzas entre empresas que permitan incrementar los presupuestos a través de coproducciones.

- Competencia por los mejores talentos.

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

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

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

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

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

El sector audiovisual en España

La descripción del sector audiovisual en España se presenta como un ejercicio complejo dada la amplia diversidad de sub-actividades y actores que intervienen en las mismas.

Tradicionalmente la producción de contenidos de ficción (tanto en formato cine como para distribución en televisión) y contenidos de no ficción para televisión han tenido un gran protagonismo en la actividad de producción audiovisual. Sin embargo, las tendencias actuales exigen prestar atención a la producción de otros contenidos como la producción audiovisual para actividades publicitarias (tanto para su distribución en televisión como a través de Internet), la producción de contenidos de videojuegos y la práctica y seguimiento de eSports, animación o incluso la producción de contenidos formativos audiovisuales.

Producción de ficción y televisión

Hasta la fecha, los distintos subsectores que integran el sector de la producción tradicional de contenidos audiovisuales en España han demostrado su capacidad de éxito sobre la base de

sus capacidades técnicas, creativas y know how. Gracias a ello, **la industria audiovisual española ha adquirido un eco muy superior a su peso económico**, que se ha traducido en el creciente éxito de sus producciones entre la audiencia mundial y diversos reconocimientos y premios en el ámbito internacional⁷.

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

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

2. VISIÓN DE FUTURO

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

La tecnología ha abierto un abanico de posibilidades a la hora de consumir cualquier tipo de contenido y programas, pudiendo hacerse desde una televisión, un smartphone, una tablet, etc. y en el momento elegido por el usuario. Este hecho ha revolucionado los modelos de negocio propuestos, y ha llevado a las empresas del sector a replantearse la forma en la que interactúan con las personas usuarias y con otros agentes.

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



Personalización de productos y servicios

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

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

Aunque la personalización lleve a la individualización de contenidos, una parte de esa personalización es compartida a nivel global, por lo que también es importante prestar atención a las tendencias en los mercados mundiales que pueden ser una vía importante de monetización. Un claro ejemplo es la forma en la que a través de medios digitales las personas usuarias interactúan y comparten contenido como música, o participan en videojuegos en red con otras personas usuarias. Pero también la globalización de contenidos nacionales gracias a su distribución a través de plataformas internacionales³⁰³.

Nuevos modelos de relación con el cliente

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

A partir de esta premisa, los generadores de contenido y sus distribuidores están generando nuevas estrategias para conseguir que los usuarios consuman su contenido de forma individualizada. El reto y la tendencia sobre los nuevos modelos de relación con el usuario es la de captar a los clientes donde consumen su tiempo. Un buen ejemplo de esto son los eventos deportivos o los videojuegos, donde el usuario dedica su tiempo, define su consumo y elige en cada momento³⁰⁴.

Los generadores de contenido del sector se financian fundamentalmente por publicidad o por cuotas de abonado. En el caso de la financiación publicitaria los medios actúan como punto de unión entre las marcas y empresas que buscan conectar o interactuar con las personas usuarias. Las marcas buscan aprovechar el entorno hiperconectado en el que las personas usuarias se encuentran y en el que consumen contenidos de forma continua y desde diferentes dispositivos. Es por esto, que los generadores de contenido ponen a disposición espacios y productos publicitarios basados en la personalización y contextualización en entornos que resultan seguros y eficientes para los anunciantes³⁰⁵. De esta forma se adaptan al cambio en los modelos de relación con el cliente, generando un flujo importante de ingresos y aportando valor tanto a las marcas como a las personas usuarias.

Análisis de los datos de las audiencias

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

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

³⁰³ En 2018 tres series españolas se encontraban en el Top 20 de series más vistas en Netflix a nivel global: La Casa de Papel, Élite y Las Chicas del Cable.

³⁰⁴ Informe “Entertainment and Media Outlook 2019-2023”, PWC.

³⁰⁵ Informe Presente y futuro del sector media, KPMG

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

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

Tecnología para aumentar la propuesta de valor

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

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

La tecnología también está permitiendo transformar y automatizar los procesos productivos en la generación de contenido, como puede ser la elaboración automatizada en tiempo real de información estándar sobre aspectos imitables y repetitivos o la capacidad de los medios de mantener una conversación constante con la opinión pública (monitorización de redes sociales y noticias)³⁰⁶.

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

Tecnología digital para aumentar el valor del audiovisual

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

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

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

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

³⁰⁶ Informe Presente y futuro del sector media, KPMG.

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

Estas capacidades son solo un ejemplo de las posibilidades que están siendo ya exploradas en el contexto de los proyectos piloto con tecnología 5G que se están desarrollando en España que tendrán continuidad en el futuro³⁰⁷. Sobre estas innovaciones las empresas productoras españolas podrán ofrecer servicios novedosos y con un gran potencial de exportación a otros países.

Hay que señalar que la amplia disponibilidad de redes de fibra en España, así como el Plan de Conectividad y la Estrategia de Impulso a la tecnología 5G recientemente aprobada por el Gobierno español van a contribuir a reforzar estas capacidades que se ofrecen al sector de la producción audiovisual³⁰⁸.

Realidad Virtual

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

Y no sólo en contenidos de entretenimiento. También el 5G va a contribuir a facilitar la generalización de la utilización de otras tecnologías, como la realidad virtual. La posibilidad de comunicación sin retardo (extremadamente baja latencia) permite anticipar el desplazamiento de la inteligencia y capacidad de procesamiento hacia la red, permitiendo sustituir terminales muy sofisticados para poder gestionar elementos de realidad virtual. Esto va a suponer un abaratamiento muy significativo de los terminales y, por tanto, un crecimiento de la generalización de las posibilidades de aplicación de la realidad virtual a diferentes servicios audiovisuales, como por ejemplo la aplicación a contenidos formativos, lo que abre nuevas vías de crecimiento a la producción de contenidos audiovisuales de experiencias inmersivas con técnicas como la realidad virtual o la realidad aumentada.

Inteligencia Artificial y Big Data

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

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

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

La digitalización del seguimiento de las audiencias de los servicios audiovisuales permite anticiparse y proveer a las personas usuarias contenidos que se adapten a sus gustos y necesidades, mejorando su competitividad. Este mejor conocimiento de los potenciales clientes puede mejorar tanto la monetización de contenidos demandados por públicos amplios como la comercialización de productos de nicho o long tail que no serían rentables en un mundo analógico.

³⁰⁷ <https://www.rtve.es/rtve/20200709/rtve-participa-nuevo-hito-5g/2026680.shtml>

³⁰⁸ <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/asuntos-economicos/Paginas/2020/161120-5g.aspx>

La digitalización de las plataformas de distribución de los contenidos audiovisuales permite acceder a mercados exteriores o nacionales con los mismos activos empresariales, por lo que amplía las posibilidades de exportación y captación de rentas.

La trazabilidad de las transacciones digitales permite optimizar el seguimiento y la transparencia y la recopilación de datos de utilización y consumo de contenidos protegidos, mejorando de manera sustancial las posibilidades de adecuar la recaudación y el reparto de los derechos, y las retribuciones de los creadores españoles en el consumo de obras que incorporen derechos de propiedad intelectual de su propiedad.

3. DIAGNÓSTICO

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

Debilidades

Atomización del sector de la producción audiovisual.

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

Elevada competencia a nivel nacional e internacional.

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

Cargas administrativas excesivas y dificultades burocráticas.

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

Amenazas

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

Es importante tener en cuenta la competencia de otros países en la UE que también están tratando de atraer actividad de producción audiovisual a sus países y de otros países extraeuropeos. Estos países están desarrollando propuestas ambiciosas, tanto a través de facilidades regulatorias como de ayudas públicas, para atraer proyectos e inversiones de un sector de alto valor añadido y con gran proyección, como las que este plan busca atraer. Grandes “players”. Se está produciendo una concentración en el consumo de contenidos audiovisuales hacia grandes “players” globales que están dominando el mercado, que aglutinan una parte creciente de la producción de contenidos muy competitivos y con los que se hace indispensable generar alianzas de valor.

Fuga de talento formado en las últimas tecnologías.

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

Fortalezas

Marco de incentivos fiscales competitivo.

A lo largo de 2020 se ha modificado la normativa relativa a los beneficios fiscales aplicables a producciones audiovisuales en España, situándose al nivel de los países más competitivos de nuestro entorno³⁰⁹. Igualmente, la reciente reforma del artículo 36.1 de la Ley 27/2014 del Impuesto de Sociedades³¹⁰ por la que se configura el carácter vinculante de los informes del ICAA para la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) puede suponer un importante refuerzo de la seguridad jurídica para las empresas inversoras.

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

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

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

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

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

³⁰⁹ Real Decreto-Ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19 y Real Decreto-Ley 34/2020, de 11 de noviembre, de medidas urgentes de apoyo a la solvencia empresarial y al sector energético y en materia tributaria.

³¹⁰ Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 2021.

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

Elevado nivel de protección de los derechos de propiedad intelectual.

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

Oportunidades

Reorganización del contexto internacional.

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

Globalización de las oportunidades de distribución audiovisual.

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

Mejora del marco normativo nacional para ganar en competitividad.

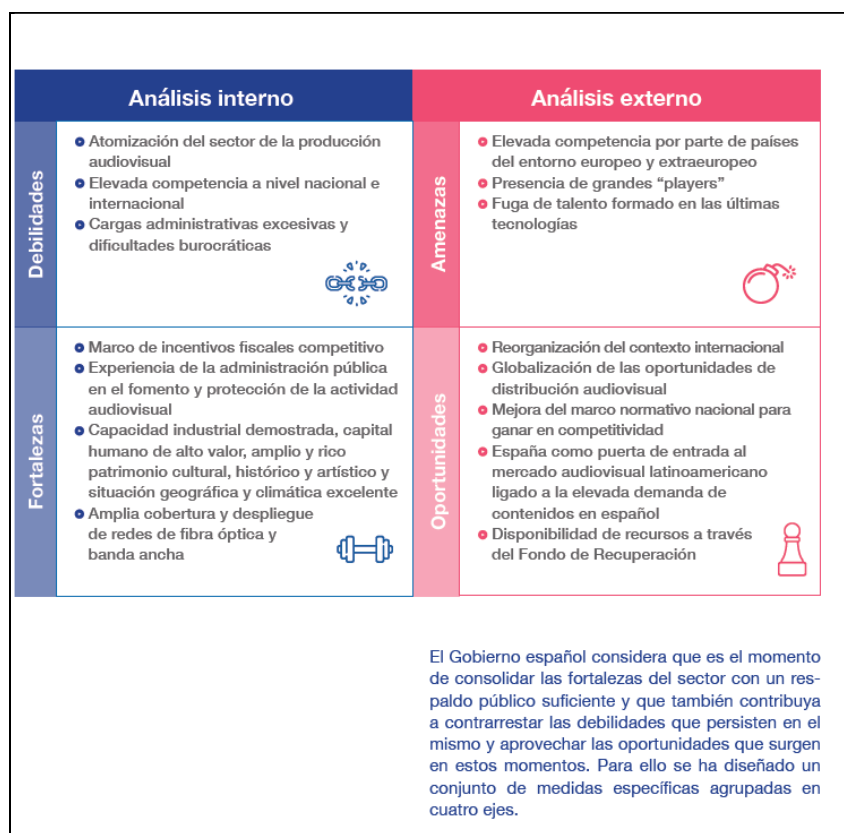
La seguridad jurídica, la consolidación de un terreno de juego justo y equilibrado, y la reducción de cargas administrativas innecesarias son elementos que forman parte de la revisión del marco normativo de los servicios audiovisuales que se está elaborando por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación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

España como puerta de entrada al mercado audiovisual latinoamericano ligado a la elevada demanda de contenidos en español. Las producciones en español tienen un mercado natural en el ámbito hispanoparlante, en claro crecimiento cuantitativo.

Disponibilidad de recursos a través del Fondo de Recuperación.

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

Gráfico 8
Análisis DAFO



4. METAS Y OBJETIVOS DEL PLAN

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

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

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

Para ello, es necesario impulsar políticas públicas que den un apoyo decidido a su desarrollo e internacionalización. De esta manera, el Gobierno de España ofrece apoyo y seguridad a los proyectos de inversión, tanto de empresas nacionales en un contexto de competencia global, como de inversores extranjeros que conozcan y valoren las ventajas de invertir en nuestro país en el nuevo escenario post-COVID-19. Desde las ventajas financieras y fiscales, la disponibilidad de talento o la facilidad para contratarlo, hasta las posibilidades de producción basadas en tecnologías 5G para la producción de emisiones de acontecimientos en vivo, todas

son cuestiones que determinarán nuevas líneas de inversión en el sector y a las que el Gobierno español quiere contribuir.

5. MEDIDAS DEL PLAN

Las medidas del Plan “España, Hub Audiovisual de Europa” se centran en la promoción de acciones que contribuyan a convertir España en una plataforma de referencia de la producción audiovisual a nivel internacional en línea con los objetivos establecidos. Para abarcar todos esos objetivos, se han desarrollado 14 medidas que impulsarán el sector teniendo en cuenta cuatro ejes fundamentales:

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

Adicionalmente, debido a la situación provocada por la pandemia COVID-19, ya se han aprobado un conjunto de medidas relacionadas con el Plan entre las que se incluyen medidas de apoyo a los profesionales de este sector que tienen, a menudo, una actividad de carácter discontinuo por las peculiaridades de la producción audiovisual³¹¹.

Eje 1. Fomento y digitalización de las actividades audiovisuales, de la promoción e internacionalización y de la atracción de inversiones

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

MEDIDA 1 “Spain Audiovisual Hub”, punto centralizado de información.

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

- Contenidos orientados a la promoción internacional de las producciones audiovisuales españolas y los distintos subsectores, así como a la atracción de rodajes, desarrollados por ICEX España Exportación e Inversiones.
- Guías de información sectorial sobre los sectores de los videojuegos, la animación y los efectos visuales (como, por ejemplo, las guías elaboradas por ICEX España Exportación e Inversiones “Games from Spain” y “Animation from Spain”), así como

³¹¹<https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/cine/espacio-covid-19/medidasgenerales.html>

los programas de apoyo al sector audiovisual puestos en marcha por la Administración Estatal, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales.

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

MEDIDA 2 Programa de fomento, modernización y digitalización del sector audiovisual.

Se llevarán a cabo actuaciones orientadas a apoyar y fomentar la producción y promoción de contenidos audiovisuales, la aplicación e integración de tecnologías digitales y la optimización de los sistemas de gestión de las remuneraciones de los creadores españoles en el contexto digital y global.

En particular, se fomentará la automatización de los procesos y los proyectos con participación de empresas de varios países europeos. Se apoyará la innovación en la creación y desarrollo de contenidos audiovisuales y digitales en sus diversos formatos (series, videojuegos, animación y otros), la difusión y explotación de las producciones, y la interacción y fidelización de los públicos.

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

- Impulso a la puesta en marcha y mejora de plataformas centradas en la producción española de contenidos audiovisuales y su distribución, que favorezcan su comercialización internacional, especialmente la de aquellos proyectos que generen ecosistemas de colaboración entre pymes.
- Aplicación de tecnologías digitales a la producción audiovisual, así como para el conocimiento y seguimiento de audiencias.
- Aceleración y robustecimiento del tejido empresarial español del sector de la producción audiovisual de imagen real, animación, efectos visuales, videojuegos y creación digital.
- Puesta en marcha y mejora de plataformas de pagos digitales que contribuyan a la monetización de las creaciones e incorporen medidas de identificación segura para garantizar los pagos seguros y minimizar el fraude.
- Generación y aplicación de medidas de identificación digital segura para el adecuado control de acceso a contenidos restringidos frente al acceso a menores.

Dentro de esta medida cabe destacar el papel tractor que va a jugar la Corporación pública de Radio y Televisión Española. El ente público se posiciona ante el reto que supone dar contenido de servicio público en el entorno digital con un paquete de proyectos de amplio espectro que darán respuesta, entre otros, a la creación y distribución digital de la producción audiovisual, el desarrollo e incorporación de herramientas de inteligencia artificial a la producción audiovisual, el desarrollo e implementación de nuevas herramientas y nuevos formatos de producción y difusión, especialmente, aprovechando la tecnología 5G, e impulsando la innovación abierta y el emprendimiento en el sector audiovisual.

MEDIDA 3 Programa de Promoción e internacionalización del sector audiovisual.

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

- Ayudas e iniciativas destinadas a apoyar la participación en festivales, mercados, foros de negocio y coproducción y laboratorios de proyectos internacionales.

- Refuerzo de los programas de ICEX España Exportación e Inversiones o del ICAA para la promoción e internacionalización de los contenidos audiovisuales españoles, desarrollados en colaboración con los distintos subsectores del ámbito audiovisual, en aras de crear un posicionamiento y marca en el escenario internacional que favorezca su imagen, prestigio, comercialización y proyección del talento español, especialmente el femenino.
- Impulso a la industria de la animación, los videojuegos y de los eSports, reforzando las líneas trabajadas desde ICEX España Exportación e Inversiones de promoción de los videojuegos³¹² y contribuyendo a la creación en España de un espacio referente mundial en alguna de las competiciones de eSports más exitosas. Implementación de nuevos instrumentos de promoción internacional y marketing digital de contenidos audiovisuales, como herramientas online B2B y B2C que permitan el acceso a los contenidos por parte de compradores y profesionales internacionales de una manera ágil, con garantías de seguridad para una circulación controlada de las obras.
- Creación de un espacio de compraventa de derechos audiovisuales, con especial atención al ámbito latinoamericano.
- Impulso de los Spanish Screenings como mercado profesional en el circuito nacional de eventos del audiovisual para favorecer la difusión y comercialización del audiovisual español.
- Apoyo a distribución de contenidos nacionales en el extranjero y proyectos de difusión online concebidos entre varios países europeos.

Aumento de la participación española en el Programa Ibermedia, dirigido al espacio audiovisual iberoamericano, especialmente sumando el apoyo a la coproducción de contenidos digitales y videojuegos, así como formación específica en este ámbito.

MEDIDA 4 Programa de atracción de rodajes e inversión exterior.

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

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

El “Spain Audiovisual Hub Bureau” proporcionará no sólo la información relevante para las potenciales empresas inversoras en el sector, sino que ofrecerá asistencia y

³¹² <https://play.vivocom.eu/28350602/video/cmsid/833471/?alto=420&ancho=750> y <https://play.vivocom.eu/28350602/video/cmsid/833472/?alto=420&ancho=750>

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

Entre las prioridades de acción, se encuentra la de ejercer de facilitador para la atracción de rodajes, desarrollo o adquisición de producciones audiovisuales de animación, publicidad cinematográfica, programas de entretenimiento, series de ficción, desarrollo de videojuegos, proyectos de efectos visuales, etc. Se ofrecerá asistencia a varios niveles con el fin de potenciar la implantación en España de empresas de todas las ramas que conforman el sector audiovisual; desde presta - dores de servicios de comunicación audiovisual televisivos o radiofónicos, plataformas de contenidos audiovisuales, desarrolladores y publishers de videojuegos, ligas de eSports, productoras de series de ficción, cine, animación, cortometrajes, largometrajes, documentales, publicidad, hasta empresas líderes en tecnologías y sectores complementarios o auxiliares (logística, sostenibilidad, iluminación, sonido, etc.).

Entre los aspectos sobre los que prestará asistencia el Bureau figuran, entre otros, los procedimientos de tramitación de permisos para rodajes o producciones ante diferentes Administraciones Públicas, normativa de contratación y requisitos, asistencia sobre el procedimiento para solicitar los incentivos fiscales existentes, sin que eso suponga en ningún caso actuar de tramitador o gestor de tramitaciones.

- Firma de Convenios con las Comunidades Autónomas para la habilitación de procedimientos “fast track” para la tramitación de las solicitudes de autorización necesarias (rodajes, etc.) por parte de las productoras de contenidos audiovisuales. Se trata de procedimientos prioritarios con el fin de agilizar la obtención de todos los permisos y autorizaciones necesarios por parte de todas las administraciones públicas que permitan el desarrollo de las diferentes producciones audiovisuales. Refuerzo de la participación en ferias especializadas en atraer localizaciones (Locations, American Film Market...) o de otros sectores audiovisuales (E3, Game Connection...) o de trabajar con Location Managers Guilds (Location Managers Guild of America) organizando “fam trips”, etc.
- Organización de reuniones y jornadas con empresas inversoras internacionales y multinacionales interesadas en establecer en España su centro de decisión en la Unión Europea, así como interesadas en invertir o rodar en España.
- La Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio organizará reuniones periódicas en los principales polos audiovisuales (EEUU, Canadá, Reino Unido, Corea, Japón, India, Rusia, Turquía). Dichas acciones podrán realizarse en colaboración con otros actores públicos y privados relevantes. En estas reuniones, entre otros contenidos, se pondrá en valor la información sobre el Plan “Spain AVS Hub” y sobre el marco regulatorio audiovisual nacional y, en especial, sobre todos aquellos aspectos relacionados con la atracción de inversiones y producciones audiovisuales o rodajes, como las reglas fiscales que aplican para el sector audiovisual o el sistema de concesión de visados y autorizaciones de residencia y trabajo.

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

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

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

Eje 2 Mejora de los instrumentos financieros y fiscales

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

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

Por otro lado, estas actuaciones serán complementarias a los recursos financieros europeos provenientes del Fondo Europeo de Desarrollo Regional y, en gran medida, del Programa Europa Creativa. Este Programa (que ha sido el principal instrumento de apoyo financiero de la UE a los sectores cultural y creativo en los últimos treinta años) cuenta con un presupuesto de 2.200 millones de euros para el periodo 2021-2027. La Comisión Europea ha aprobado en diciembre de 2020 un Plan de Acción³¹³ de apoyo a la recuperación del sector audiovisual y de medios informativos con iniciativas concretas para apoyar la recuperación, transformación y capacitación de los ciudadanos en el entorno audiovisual.

MEDIDA 5 Plan de Financiación Instituto de Crédito Oficial (ICO).

- Ampliación de la base de proyectos susceptibles de recibir financiación del ICO a proyectos, entre otros, en el ámbito de las series, la animación, los videojuegos, los efectos especiales, los cortometrajes o los documentales.
- Ampliación de la financiación no sólo a la producción de dichos contenidos audiovisuales, sino también a la distribución, comercialización y digitalización de los diferentes procesos que intervienen en la cadena de valor del sector audiovisual.
- Ampliación de la financiación directa corporativa del ICO, así como de la financiación a través de convenios con los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales públicos o privados y de convenios con los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisivos a petición.
- Ampliación del foco de la financiación con cargo a las líneas de mediación o de intermediación bancaria o segundo escalón a proyectos en el sector audiovisual.
- Ampliación de la base de proyectos susceptibles de recibir financiación por parte de AXIS (gestora de capital riesgo de ICO) a proyectos innovadores o de emprendimiento del sector audiovisual.

MEDIDA 6 Plan de Financiación Empresa Nacional de Innovación³¹⁴, S.A. (ENISA).

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

³¹³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0784&from=EN>

³¹⁴ ENISA es una empresa pública dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo dedicada a la financiación de proyectos empresariales viables e innovadores de pymes españolas mediante préstamos participativos.

MEDIDA 7 Incentivos fiscales. Medidas de incentivo fiscal a la producción cinematográfica y audiovisual.

Las medidas de apoyo fiscal también son un elemento sustancial en el análisis comparativo que realizan las empresas inversoras audiovisuales a la hora de decidir la ubicación de sus proyectos. El marco fiscal español para estas actividades se ha modificado a lo largo del año 2020 con la aprobación del Real Decreto-ley 17/2020, del Real Decreto-ley 34/2020, así como con la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, por la que se aprueban los Presupuestos Generales del Estado para el año 2021³¹⁵.

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

Acciones de difusión de las ventajas fiscales. Para que las medidas recientemente adoptadas y las previstas desplieguen todo su potencial de reactivación de la producción audiovisual y atracción de proyectos internacionales, es necesaria su divulgación. Acciones de refuerzo de la certidumbre sobre la aplicación de los incentivos fiscales. La disposición final 31 de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre por la que se aprueban los Presupuestos Generales del Estado para el año 2021 modifica el artículo 36.1 de la Ley 27/2014, del Impuesto de Sociedades de manera que el certificado que acredite el carácter cultural de la obra tendrá carácter vinculante

MEDIDA 8 Concesión de avales.

Medidas de acceso a la financiación bancaria. Una de las grandes dificultades de las empresas de producción audiovisual en concreto, es el acceso a la financiación bancaria, por el alto riesgo y poca predictibilidad del éxito comercial de las producciones y la dificultad de valorar los activos intangibles. La disponibilidad de una importante línea de avales de carácter público gestionada profesionalmente facilitará ese acceso. El marco normativo ya está preparado³¹⁶, ahora es necesario difundir esta facilidad para que pueda ser utilizada por las pymes de producción audiovisual. La Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Finanzas SGR (Crea, SGR), en colaboración con el Ministerio de Cultura y Deporte, promoverá, en colaboración con las entidades financiadoras públicas o privadas, líneas de financiación dirigidas a empresas del sector audiovisual³¹⁷.

³¹⁵ Estas modificaciones suponen una mejora del esquema de incentivos fiscales a la producción cinematográfica y audiovisual de series de ficción, animación, documentales y rodajes extranjeros, elevando el porcentaje de devolución del anterior 25% hasta el 30% para el primer millón de euros y desde el anterior 20% al 25% para el resto del gasto realizado en España e incrementando el límite de deducción, que pasa de 3M€ a 10M€ y otorgando la consideración de vinculantes ante la administración tributaria a los informes del ICAA o de los órganos equivalentes de las CCAA respecto de la nacionalidad española y el carácter cultural de las inversiones en producciones de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y de series audiovisuales de ficción. Estas medidas favorecerán la competitividad del sector nacional en el entorno global y permitirán la atracción de producción, inversión y rodajes internacionales a España, lo que contribuirá a una mayor actividad económica, generación de empleo de calidad y promoción de la imagen de España en el exterior.

³¹⁶ El Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, recoge la concesión de dos subvenciones directas a la Sociedad de Garantía Recíproca Audiovisual Finanzas SGR: Subvención de 16.250.000€ para ampliar su fondo de provisiones técnicas y subvención de 3.750.000€ para subvencionar el coste de la comisión de apertura de los avales de los préstamos al sector audiovisual.

³¹⁷ Esta línea se dotará inicialmente con 40 millones de euros.

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

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

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

CESCE³¹⁸ apoyará la política de exportación e internacionalización del sector audiovisual a través de sus distintos instrumentos (Seguros de crédito o seguros de caución).

Eje 3 Fomento y promoción del talento y desarrollo del capital humano

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

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

La digitalización ha afectado de manera muy especial a las ocupaciones del sector audiovisual porque el avance digital ha provocado que muchos conocimientos y competencias queden rápidamente en desuso y porque las empresas buscan perfiles polivalentes capaces de desarrollar diversas operaciones técnicas más allá de la formación inicial.

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

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

³¹⁸ CESCE, Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación, como cabecera de un grupo de empresas para la gestión del crédito comercial en parte de Europa y Latinoamérica, tiene como misión, la gestión del crédito comercial – prospección de mercados, gestión y transferencia del riesgo y acceso a la financiación – y soluciones de caución y garantías que permitan a las empresas abordar nuevos proyectos y negocios.

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

MEDIDA 10 Formación y talento.

Foro de diálogo para el talento en el sector audiovisual español. Con el objetivo de dar visibilidad al talento y atractivo de España al disponer de mano de obra altamente cualificada en el sector y con especial atención al papel de la mujer y cerrar la brecha de género se celebrará un “Foro de diálogo para el talento en el sector audiovisual español”. El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, en colaboración con el Ministerio de Universidades, el Ministerio de Educación y Formación Profesional y las principales asociaciones del sector organizarán este Foro con el fin de generar un debate entre la academia y la industria orientado a adaptar las competencias transversales y específicas que se recogen en los planes de formación universitarios y de formación profesional a las habilidades que demandan las empresas.

- Impulso de programas de atracción y retención de talento en el ámbito digital. El Plan Nacional de Competencias Digitales tiene previsto el desarrollo de programas de atracción de talento y, en particular, en el ámbito audiovisual. Así, el Plan incluye medidas para eliminar las dificultades que obstaculizan el regreso de los profesionales digitales españoles que trabajan en el extranjero o la llegada de profesionales extranjeros, sobre todo de fuera de la UE, así como el desarrollo de programas de doctorado en especialidades digitales. Esta medida es de especial importancia en sectores como la animación, los videojuegos o la realidad virtual.
- Formación en competencias audiovisuales para mujeres. El Plan Nacional de Competencias Digitales dedica un espacio específico al acceso de las mujeres a la formación y titulaciones en el ámbito audiovisual. Está prevista la puesta en marcha de programas específicos de orientación profesional centrados en profesiones digitales del ámbito audiovisual y mujeres (tanto estudiantes como mujeres adultas).
- Apoyo institucional a la realización y difusión de programas de formación que pongan en marcha las empresas del sector audiovisual mediante la firma de convenios de colaboración. Estos programas están orientados a dotar a los profesionales con determinadas competencias especializadas³¹⁹ que demandan las empresas del sector. En este punto destaca el “Programa de Talento Digital” por parte de la Escuela de Organización Industrial (EoI) y Cisco con el objetivo de impulsar la formación de los jóvenes españoles y facilitar su acceso al nuevo mercado laboral emergente, basado en la tecnología y las competencias digitales. Igualmente, cabe destacar el programa del Ministerio de Trabajo y Economía Social, Digitalízate, el cual ha impulsado la colaboración público-privada mediante convenios de colaboración entre Fundae con empresas tecnológicas, con el apoyo del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), para la puesta a disposición de cursos y recursos formativos de acceso gratuito para trabajadores y para la ciudadanía en general, a través del espacio creado en la páginas web de Fundae y SEPE, denominado “Digitalízate”, que tendrá su continuidad en los

³¹⁹ Ejemplo: cursos especializados en gestión del color y sus diferentes gamas en la fase de postproducción de una producción audiovisual o en aplicación de software y hardware de imagen y sonido para HDR o ATMOS, granjas de render, etc.

próximos años impulsando nuevas formas de colaboración público-privada y público-pública.

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

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

Eje 4 Reformas regulatorias y eliminación de barreras administrativas

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

MEDIDA 11 Proyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual.

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

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

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

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

Uno de los factores que influyen en las decisiones de estas empresas a la hora de decidir cuál será su sede en la región europea es la mayor o menor carga regulatoria a la que se verán

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

MEDIDA 12 Proyecto de reforma de la Ley 55/2007 del Cine.

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

Los principales objetivos de esta reforma son:

- Desarrollar el ámbito de actuación en un sentido actualizado y más amplio del audiovisual.
- Alinear mejor la regulación con los criterios europeos en materia de ayudas públicas y de avanzar en la doble transición verde y digital.

MEDIDA 13 Simplificación y reducción de cargas administrativas del sistema de inmigración por razones de interés económico

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

Esta reforma del marco normativo de extranjería tratará de introducir la flexibilidad necesaria en cuanto a las distintas categorías profesionales, teniendo en cuenta especialmente los distintos perfiles profesionales; garantizará la agilidad en la tramitación, dando prioridad a los procedimientos electrónicos y posibilitando la presentación de solicitudes mediante representante; y, eliminará aquellos trámites que no resulten necesarios. En definitiva, se tratará de diseñar un sistema de tramitación que responda de forma específica a las necesidades de movilidad del sector audiovisual. La reforma, además, reforzará la colaboración entre los distintos departamentos ministeriales con el fin de arbitrar procedimientos en los que el conocimiento del proyecto concreto agilice la tramitación de los permisos necesarios.

Ya existen antecedentes para estas actuaciones de digitalización y optimización de los procedimientos. Desde el estado de alarma, se ha constituido un grupo de trabajo ad hoc formado por representantes a nivel técnico de Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Ministerio de Asuntos Económicos, Unión Europea y Cooperación, Ministerio del Interior, Ministerio de Cultura y Deporte y Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para favorecer la emisión

de visados y permisos de residencia correspondientes a artistas y profesionales cualificados que desean rodar en España, en base a lo previsto para inversores, emprendedores y trabajadores altamente cualificados en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. A fecha de 31 de diciembre de 2020, desde la adopción de este protocolo de funcionamiento (julio 2020) y en el marco del mismo, el Ministerio de Cultura y Deporte ha emitido 109 informes. A partir del 1 de enero de 2021 y como consecuencia de la materialización de la retirada del Reino Unido de la Unión Europea la labor de este grupo de trabajo cobra especial importancia por la modificación de las fronteras del Mercado Único europeo.

MEDIDA 14 Ventanilla digital para los visados y/o autorizaciones de residencia y trabajo relacionados con proyectos audiovisuales en oficinas consulares

La localización en España de proyectos de producción a menudo se ve entorpecida por la dificultad para que los profesionales necesarios para esa producción procedentes de los países de origen del proyecto puedan desplazarse hasta España para desempeñar su cometido en el mismo.

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

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

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

Las oficinas consulares de digitalización prioritaria son: Norteamérica: Canadá (Toronto) y EEUU (Miami y Los Ángeles). Centroamérica: México. Suramérica: Brasil y Argentina. Australia: Melbourne. Asia: China, India, Corea del Sur y Japón. Europa: Reino Unido, Rusia y Ucrania. Esta medida tiene su reflejo en uno de los proyectos tractores del Plan de Digitalización de las Administraciones Públicas 2021-2023.

MEDIDA 15 Elaboración del Informe anual del sector audiovisual español

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

Para ello es indispensable contar con los datos adecuados. En ese sentido la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales elaborará anualmente un informe del sector audiovisual español que recoja una descripción de los distintos subsectores que conforman el sector (cine, series, animación, videojuegos, eSports, publicidad

cinematográfica, efectos visuales...), una evolución del mismo analizando su aportación a la generación de valor de la economía en su conjunto y perspectivas de crecimiento.

6. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN

Con carácter anual se realizará un seguimiento efectivo de las actuaciones previstas en el Plan y del cumplimiento de los objetivos cuantitativos. A la vista de la evolución de la ejecución de las medidas y su impacto sobre los indicadores se elevarán las recomendaciones pertinentes a los órganos de gobernanza del Plan.

Indicadores del impacto en el sector audiovisual

		2016	2017	2018	2019	2022	2025
Número de Rodajes ³⁸		nd	3.516	3.903	nd	+20%	+30%
Facturación (M€)	Producción Audiovisual	10.715	11.088	nd	nd	+15%	+30%
	Videojuegos	nd	713	813	nd	+15%	+30%
	Animación	nd	654	nd	nd	+15%	+30%
Empleo	Producción Audiovisual	61.780	63.122	nd	nd	+15%	+30%
	Videojuegos	nd	nd	12.991	14.250	+15%	+30%
	Animación	nd	7.450	nd	nd	+15%	+30%
Internacionalización	Producción Audiovisual	nd	nd	nd	nd	+15%	+30%

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

7. GOBERNANZA

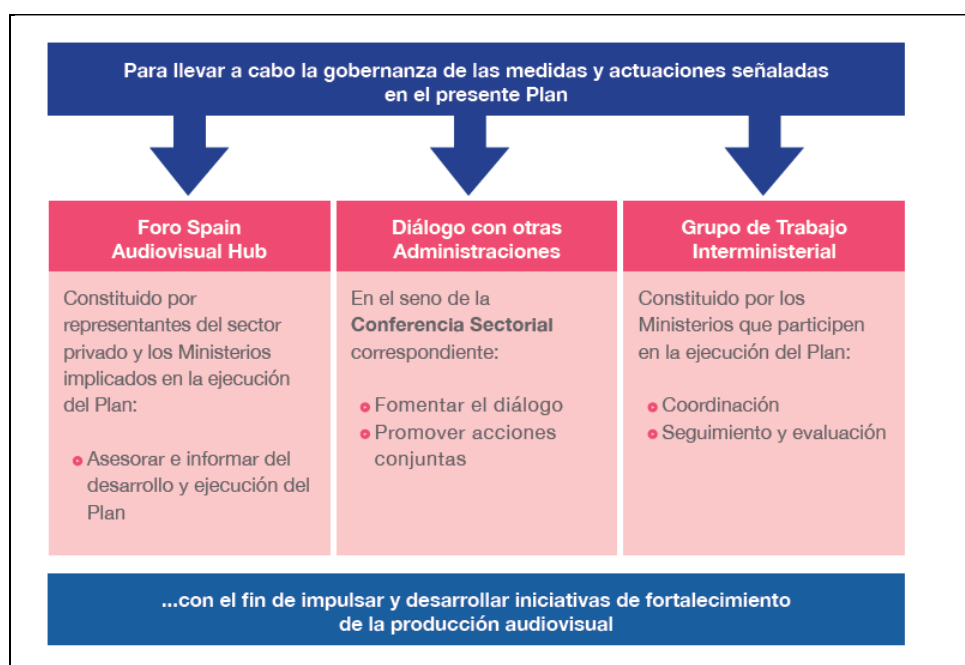
La puesta en marcha de este Plan requiere de un trabajo conjunto de varios departamentos ministeriales implicando además a otras Administraciones Públicas, así como a la iniciativa de numerosas empresas privadas, en lo que se puede considerar un auténtico reto de país en el esfuerzo global de diversificación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

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

- Grupo de trabajo interministerial: regulado conforme a lo dispuesto en el artículo 22.3 de la Ley 40/2015 de Régimen Jurídico del Sector Público, en el que participarán los Ministerios implicados con el objetivo de optimizar al máximo las acciones que comprende el Plan.

- Foro Spain Audiovisual Hub para el diálogo con el sector privado, en el que participarán representantes del sector privado y los Ministerios implicados en la ejecución de las diferentes medidas que comprende el Plan. Este Foro se encargará de asesorar e informar del desarrollo y ejecución del Plan.
- Diálogo con otras Administraciones: Las Comunidades Autónomas y las Entidades locales son administraciones activas en el apoyo al sector audiovisual y suman una gran experiencia en cuanto a iniciativas implementadas que han dinamizado el sector.

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



8. PRESUPUESTO

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

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

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

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

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

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

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

Consultada la página web del Ministerio de Asuntos Económicos y Transición Digital (<https://portal.mineco.gob.es/es-es/TID/hub-audiovisual/Paginas/el-plan.aspx>) donde se encuentra publica el Plan España Hub Audiovisual de Europa (chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://portal.mineco.gob.es/RecursosArticulo/mineco/teleco/comun/ficheros/plan-de-impulso-al-sector-audiovisual.pdf>)

Anexo 6. Glosario

ACE: Acción Cultural Española.

ACEPA: Asociación Canaria de Empresas de Producción Audiovisual.

ADEPI: Asociación Española para el desarrollo de la Propiedad Intelectual.

AECID: Agencia Española para la Cooperación Internacional al Desarrollo.

AECINE: Asociación Estatal de Cine.

AEGA: Asociación de Empresas Galegas do Audiovisual.

AEPA: Asociación Española de Productores de Animación.

AEPA: Asociación de Empresas de Producción de Andalucía.

AGAPI: Asociación Gallega de Productores Independientes.

AGEDI: Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales.

AGICOA: Asociación de Gestión Internacional colectiva de Obras Audiovisuales.

AIE: Agrupación de Interés Económico.

AIE: Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, Sociedad de Gestión de España.

AISGE: Artistas Intérpretes, Sociedad de Gestión.

ALMA: Autores Literarios de Medios Audiovisuales.

ATV: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión.

BCE: Banco Central Europeo.

BFI: British Film Institute.

CAACI: Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica.

CCAA: Comunidad Autónoma.

CEDRO: Centro Español de Derechos Reprográficos.

CEPAL: Comisión Económica para la América Latina y el Caribe.

CERSA: Compañía Española de Reafianzamiento.

CICCE: Comité de Industrias Cinematográficas y Audiovisuales Europeas.

CISAC: Confederación Internacional de Federación de Autores y Compositores.

CMT: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

CNC: Centre national du cinéma et de l'image animée.

CNMC: Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia.

CNMV: Comisión Nacional del Mercado de Valores.

DAMA: Derechos de Autor de Medios Audiovisuales. Entidad de Gestión

DGT: Dirección General de Tributos.

DIBOOS: Federación Española de Asociaciones de Productoras de Animación

DVD: *Digital Versatile Disc* o *Digital Video Disc*.

EGA: Estudio General de Audiencias.

EGEDA: Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales.

EGM: Estudio General de Medios.

EPE-APV: Euskal Produktoreen Elkartea. Asociación de Productores Vascos.

FAEE: Federación de Actores del Estado Español.

FAP: Federación Antipiratería.

FAPAE: Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles.

FEDER: Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

FEFTE: Fundación Tripartita para la Formación y el Empleo.

FEDICINE: Federación de Distribuidores Cinematográficos.

FECE: Federación de Empresas de Cine de España.

FEI: Fondo Europeo de Inversiones.

FIAD: Federación Internacional de Asociaciones de Distribuidores de Cine.

FIAPF: Federación Internacional de Asociaciones de Productores Cinematográficos.

FIPCA: Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales.

FORTA: Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos.
GECA: Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual.
IBAIA: Asociación de Productoras Independientes del País Vasco.
ICAA: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.
ICC: Industrias Culturales y Creativas.
ICEX: Instituto de Comercio Exterior.
ICO: Instituto de Crédito Oficial.
I+D: Investigación y Desarrollo.
I+D+i: Investigación, Desarrollo e Innovación.
IFCIC: *Institut pour la Financiacion de las Industries Culturelles.*
INE: Instituto Nacional de Estadística.
IRPF: Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
IS: Impuesto sobre Sociedades.
IVA: Impuesto sobre el Valor Añadido.
IVF: *Internacional Video Federation.*
LGCA: Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.
LFFE: Ley 5/2015, de 27 de abril, de Fomento de la Financiación Empresarial.
MCD: Ministerio de Cultura y Deporte
MECD: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
MPA: *Motion Picture Association.*
MPGF: *Media Production Guarantee Fund.*
NVOD: *Near Video On Demand.*
OBS: *European Audiovisual Observatory.*
OMPI: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.
OTT: *Over-The-Top.*
PAC: Productors Audiovisuals de Catalunya.
PAP: Plataforma Audiovisual de Productores Independientes.
PAV: Productores Audiovisuales Valencianos.
PFP: Plataforma de Financiación Participativa.
PIAF: Productoras Independientes Audiovisuales Federadas.
PIB: Producto Interior Bruto.
PPV: *Pay Per View.*
PROA: *Productors Audiovisuals Federats.*
PROFILM: Asociación de empresas productoras de audiovisual internacional
PYME: Pequeña y Mediana Empresa.
PWC: PriceWaterhouseCooper
SEGIB: Secretaría General Iberoamericana.
SGAE: Sociedad General de Autores y Editores.
SGR: Sociedad de Garantía Recíproca.
SVOD: *Subscription Video on Demand.*
TDT: Televisión Digital Terrestre.
UNCTAD: *United Nations Conference on Trade and Development.*
UNESCO: *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.*
UPCT: Unión de Productores de Cine y Televisión.
UTECA: Unión de Televisiones Comerciales Asociadas.
UVE: Unión Videográfica Española.
VHS: *Video Home System.*
VoD: *Video On Demand.*
Web: *World Wide Web*

Anexo 7. Definición de terminos industriales³²⁰

Box Office: Recaudación de taquilla de las salas de exhibición cinematográfica.

Complejo cinematográfico: De acuerdo con la Ley del Cine: “El local que tenga dos o más pantallas de exhibición y cuya explotación se realice bajo la titularidad de una misma persona física o jurídica con identificación bajo un mismo rótulo” (artículo 4.m de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine , publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

Cortometraje: De acuerdo con la Ley del Cine: “La película cinematográfica que tenga una duración inferior a sesenta minutos, excepto las de formato de 70 mm con una duración superior a cuarenta y cinco minutos y con un mínimo de 8 perforaciones por imagen”. (artículo 4.d de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

Costes “above y below de line”: Los costes “below de line” son todos los costes de producción de la película (nóminas de personal artístico y técnico, servicios exteriores, platós, rodajes, seguros, etc.) excluyendo los costes “above the line” (compra de derechos y guión, autores, productor, director y principales protagonistas).

Distribuidor independiente: De acuerdo con la Ley del Cine:

“Aquella persona física o jurídica que, ejerciendo la actividad de distribución cinematográfica o audiovisual, no esté participada mayoritariamente por una empresa de capital no comunitario, ni dependa de ella en función de sus órganos ejecutivos, su accionariado, su capacidad de decisión o su estrategia empresarial.

Asimismo, se considerará independiente a la empresa distribuidora que no esté participada mayoritariamente por un operador televisivo, por una red de comunicaciones o por capital público, tengan o no carácter comunitario, ni dependan de ellos en función de sus órganos ejecutivos, su accionariado, su capacidad de decisión o su estrategia empresarial.” (artículo 4.ñ de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine , publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, pp. 53.689-53690).

DVD: *Digital Versatile Disc* o *Digital Video Disc*. Disco Versátil Digital. Soporte físico, similar en tamaño y forma al CD-ROM, que permite capacidades de 4.7 GB a 17 GB, y, por tanto, el almacenamiento de películas en formato digital de alta calidad y con múltiples canales de sonido.

Exhibidor independiente: De acuerdo con la Ley del Cine:

“Aquella persona física o jurídica que ejerza la actividad de exhibición cinematográfica y cuyo capital mayoritario o igualitario no tenga carácter extracomunitario. Asimismo, que no esté participada mayoritariamente por empresas de producción o distribución de capital no comunitario, ni dependa de ellas en función de sus órganos ejecutivos, su accionariado, su capacidad de decisión o su estrategia empresarial. Igualmente, que no esté participada

³²⁰ Estas definiciones han sido tomadas fundamentalmente de textos legales como la Ley del Cine, la Ley General Audiovisual y el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.

mayoritariamente por un operador televisivo, por una red de comunicaciones o por capital público, tengan o no carácter comunitario, ni dependan de ellos en función de sus órganos ejecutivos, su accionariado, su capacidad de decisión o su estrategia empresarial”. (artículo 4.o de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.690).

Industrias técnicas: De acuerdo con la Ley del Cine: “El conjunto de industrias necesarias para la elaboración de la obra cinematográfica o audiovisual, desde el rodaje hasta la consecución de la primera copia estándar o del máster digital, más las necesarias para la distribución y difusión de la obra por cualquier medio”. (artículo 4.p de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.690).

Largometraje: La película cinematográfica que tenga una duración de sesenta minutos o superior, así como las que, con una duración superior a cuarenta y cinco minutos, sean producidas en soporte de formato 70 mm, con un mínimo de 8 perforaciones por imagen.

Major: Multinacional estadounidense del sector del entretenimiento.

Nuevo realizador: De acuerdo con la Ley del Cine: “Aquel que no haya dirigido o codirigido más de dos largometrajes calificados para su explotación comercial en salas de exhibición cinematográfica” (artículo 4.i de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

Obras audiovisuales: De acuerdo con la Ley de Propiedad Intelectual, se entienden por tales “las creaciones expresadas mediante una serie de imágenes asociadas con o sin sonorización incorporada, que estén destinadas esencialmente a ser mostradas a través de aparatos de proyección o por cualquier otro medio de comunicación pública de la imagen y del sonido, con independencia de la naturaleza de los soportes materiales de dichas obras” (artículo 86 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia).

Operador de telecomunicaciones: Empresa que ofrece servicios de telecomunicaciones.

Operador de televisión: De acuerdo con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine:

“La persona física o jurídica que asuma la responsabilidad editorial de la programación televisiva y que la transmita o la haga transmitir por un tercero, conforme a lo previsto en el artículo 3 de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva” (artículo 4.k de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

OTT: Over-The-Top. Los servicios OTT son los prestados a través de Internet.

Personal creativo: De acuerdo con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine:

“Se considerará personal creativo de una película u obra audiovisual a: - Los autores, que a los efectos del artículo 5 de esta Ley son el director, el guionista, el director de fotografía y el compositor de la música. - Los actores

y otros artistas que participen en la obra. - El personal creativo de carácter técnico: el montador jefe, el director artístico, el jefe de sonido, el figurinista y el jefe de caracterización” (artículo 4.j de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

Película cinematográfica: De acuerdo con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine:

“Toda obra audiovisual, fijada en cualquier medio o soporte, en cuya elaboración quede definida la labor de creación, producción, montaje y posproducción y que esté destinada, en primer término, a su explotación comercial en salas de cine” (artículo 4.a de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

Película española: “La que haya obtenido certificado de nacionalidad española, expedido conforme a lo que se dispone en el artículo 12 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine” (artículo 4.f de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

Película para televisión: De acuerdo con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine:

“La obra audiovisual unitaria de ficción, con características creativas similares a las de las películas cinematográficas, cuya duración sea superior a 60 minutos, tenga desenlace final y con la singularidad de que su explotación comercial está destinada a su emisión o radiodifusión por operadores de televisión y no incluya, en primer término, la exhibición de sala de cine” (artículo 4.e de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

Portal: *Website* cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma ordenada e integrada, el acceso a gran variedad de recursos y servicios, entre los que suelen encontrarse buscadores, foros y compra electrónica.

PPV: *Pay Per View*. Pago por visión. Es una de las modalidades de entrega al abonado de contenidos audiovisuales mediante la técnica de pago por visión. El emisor, dentro de una programación determinada, ofrece al usuario la posibilidad de adquirir o recibir un producto o servicio.

Productor independiente: De acuerdo con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine:

“1. Aquella persona física o jurídica que no sea objeto de influencia dominante por parte de un prestador de servicio de comunicación/difusión audiovisual ni de un titular de canal televisivo privado, ni, por su parte, ejerza una influencia dominante, ya sea, en cualesquiera de los supuestos, por razones de propiedad, participación financiera o por tener la facultad de condicionar, de algún modo, la toma de decisiones de los órganos de administración o gestión respectivos. Sin perjuicio de otros supuestos, se entenderá, en todo caso, que la influencia dominante existe cuando concurran cualesquiera de las siguientes circunstancias:

1º La pertenencia de una empresa productora y un prestador de servicio de comunicación/difusión audiovisual y/o un titular de un canal televisivo a un

grupo de sociedades, de conformidad con lo establecido en el artículo 42 del Código de Comercio.

2º La posesión, de forma directa o indirecta, por un prestador de un servicio de comunicación/difusión audiovisual o un titular de un canal televisivo de, al menos, un 20 por 100 del capital social, o de un 20 por 100 de los derechos de voto de una empresa productora.

3º La posesión, de forma directa o indirecta, de una empresa productora de, al menos, un 20 por 100 de los derechos de voto de un prestador de servicio de comunicación/difusión audiovisual o de un titular de canal televisivo.

4º La obtención por la empresa productora, durante los tres últimos ejercicios sociales, de más del 80 por 100 de su cifra de negocios acumulada procedente de un mismo prestador de servicio de comunicación/difusión audiovisual o titular de un canal televisivo de ámbito estatal. Esta circunstancia no será aplicable a las empresas productoras cuya cifra de negocio haya sido inferior a cuatro millones de euros durante los tres ejercicios sociales precedentes, ni durante los tres primeros años de actividad de la empresa.

5º La posesión, de forma directa o indirecta, por cualquier persona física o jurídica de, al menos, un 20 por 100 del capital suscrito o de los derechos de voto de una empresa productora y, simultáneamente, de, al menos un 20 por 100, del capital social o de los derechos de voto de un prestador de servicio de comunicación/difusión audiovisual y/o de un titular de canal televisivo.

2. Asimismo, aquella persona física o jurídica que no esté vinculada a una empresa de capital no comunitario, dependiendo de ella en función de sus órganos ejecutivos, su accionariado, su capacidad de decisión o su estrategia empresarial” (artículo 4.º de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine, publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

Rating: Porcentaje de población de un país que, como media, ha sintonizado un programa a lo largo de su emisión.

Sala de exhibición cinematográfica: De acuerdo con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine:

“Local o recinto de exhibición cinematográfica abierto al público mediante precio o contraprestación fijado por el derecho de asistencia a la proyección de películas determinadas, bien sea dicho local permanente o de temporada y cualquiera sea su ubicación y titularidad” (artículo 4.1 de la Ley 55/2008, de 28 de diciembre, del Cine , publicada en el BOE nº 312 de 29 de diciembre de 2008, p. 53.689).

Share: Porcentaje que representa la audiencia media de una cadena con respecto al total de espectadores que en ese momento estaban frente al televisor.

STB: *Set Top Box*. Dispositivo que, conectado a un receptor de televisión (*set*), a menudo colocado encima de él (*top*) y con forma de caja (*box*) permite a éste funcionar como un Terminal para la conexión a Internet a través de una línea telefónica.

Streaming: Transmisión de datos en flujo constante.

SVOD: *Subscription Video on Demand*. Modelo de negocio del VOD basado en el pago de una suscripción para poder visionar un conjunto de obras audiovisuales durante un periodo de tiempo sin necesidad de pagar por la visión de cada una de ellas.

TDT: Televisión Digital Terrestre. Nombre por el que se conoce en España al estándar DVB-T (Digital Video Broadcasting-Terrestrial), diseñado para la transmisión de emisiones de televisión mediante técnicas de modulación y codificación digitales, frente a la televisión tradicional donde la imagen y el sonido analógico se transmiten mediante modulación analógica.

VHS: *Video Home System*. Formato para VCR introducido en 1976 por JVC para competir con el formato Beta de Sony introducido un año antes. Durante la década de los ochenta se hizo más popular que su competidor y se convirtió desde entonces en estándar de facto para la industria de VCR.

VoD: *Video On Demand*. Vídeo bajo demanda. Sistema que permite a los espectadores solicitar un programa en momento determinado para su visionado.

VoIP: *Voice Over Internet Protocol*. Telefonía sobre Protocolo de Internet. Estructura hardware y software que permite a los usuarios el uso Internet como medio de transmisión para llamadas de teléfono. Consiste en el envío digital de voz en paquetes en vez de hacerlo a través de los protocolos tradicionales de la red telefónica pública conmutada (PSTN).

VPF. *Virtual Print Fee*.

Web: *World Wide Web* (www). Sistema de servidores de internet que soportan documentos HTML. Literalmente “malla que cubre el mundo”.