

La industria audiovisual

Carla Reyes Uschinsky*

La industria audiovisual gallega constituye un entramado empresarial dinámico y creativo que ha logrado atraer a la inversión directa y que se enfrenta con gran seguridad a los retos de la innovación tecnológica.

Palabras clave: industria audiovisual, conquista de mercados, estrategia empresarial, innovación tecnológica.

Clasificación JEL: R10, L82.

1. Introducción

El sector audiovisual gallego está marcado por una corta historia, los primeros datos económicos datan de 1994, pero de una rotunda intensidad en su crecimiento. Sus buenos resultados y, sin duda, el impacto mediático que la producción audiovisual representa en la sociedad actual han logrado convertirlo en un sector estratégico para la administración autonómica.

Sin embargo, el audiovisual gallego se enfrenta hoy al reto de capitalizar el crecimiento generado, tanto en volumen de negocio, como en generación de empleo. Según los datos publicados por la Xunta de Galicia en el estudio Audiovisual Galego 2003, en el año 2001 la industria audiovisual gallega (producción, distribución, exhibición o difusión) alcanzó los 97 millones de euros de facturación, un 0,6 por 100 de la facturación total de la industria autonómica y dio trabajo a cerca de 2.000 personas, lo que representa un 1,4 por 100 de la población activa industrial.

Ahora se trata, pues, de lograr materializar ese entramado empresarial que se

ha venido gestando en estos años: afianzar el audiovisual gallego como un auténtico sector industrial.

El *Cluster Audiovisual Galego* tiene plena consciencia de que una condición imprescindible para crear industria es exportar y este es, junto con la entrada en la era de la TDT (*Televisión Digital Terrestre*) y los desafíos de la interactividad y nuevos contenidos, uno de los grandes retos del audiovisual gallego en estos momentos.



GALICIA

2. Los retos del presente: apertura de nuevos mercados

Las empresas de producción gallegas son empresas aún jóvenes en su mayoría, con una media de 10 años y aunque su crecimiento fue espectacular en la mitad de los años 90 (se crearon una media de 11,4 empresas por año, según el *Informe Audiovisual Galego 2003*), no menos cierto es que este crecimiento estuvo siempre vinculado a la demanda interna inducida por Televisión de Galicia y con el apoyo de la Administración. Si bien existían empresas que antes de 1985 desarrollaban actividad en el campo

* Gerente del *Cluster Audiovisual Galego*.

CUADRO 1
MAGNITUDES ECONÓMICAS DEL SECTOR AUDIOVISUAL GALLEGO (2001)

Sectores	Nº de empresas	Facturación (euros)	Empleo
Productoras.....	150	51.417.624	910
Cine.....	—	5.118.576	—
Televisión	—	19.411.166	—
Publicidad.....	—	6.093.529	—
Multimedia.....	—	4.916.791	—
Servicios de preproducción y postproducción.....	—	15.877.562	—
Distribuidoras	4	9.346.641	15
Emisoras	32	29.527.425	669
Exhibición.....	40	7.448.554	11
Total Industria	226	97.740.244	1.706

Fuente: *Audiovisual Galego 2003*.

del audiovisual, es innegable que con la creación de Televisión de Galicia en 1985 se inició un recorrido de construcción del entramado empresarial actual.

Se creó de esta manera una estructura empresarial compuesta en su mayoría por microempresas muy poco especializadas y con un volumen medio de facturación inferior a la media del sector. Se trata, pues de un sector altamente fragmentado y atomizado: casi un 80 por 100 de las empresas dedicadas a la producción facturó en este período menos de 600.000 euros anuales. Sin embargo estas mismas empresas mantuvieron un crecimiento entre 1994 y 2001 de un 243 por 100.

A esto hay que agregar un elemento fundamental y a la vez difícilmente cuantificable como los conceptos de «facturación» o «volumen de negocio»: el talento, la capacidad creativa y técnica de los profesionales que ha permitido adquirir una importante experiencia al conjunto del sector.

Son estos indicadores de crecimiento constante hasta la fecha los que hacen encarar el futuro, no sólo con optimismo, sino con confianza de ser capaces de afrontar y aprovechar al máximo los retos y oportunidades que se presentan.

La industria audiovisual gallega representaba en 2003, según el Informe realizado por el *Cluster Audiovisual Galego*

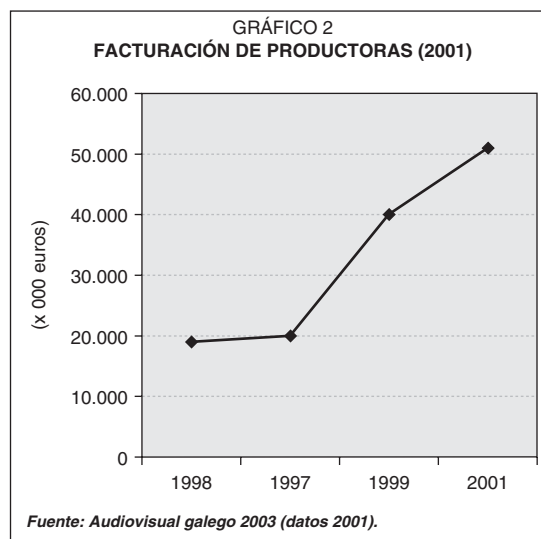
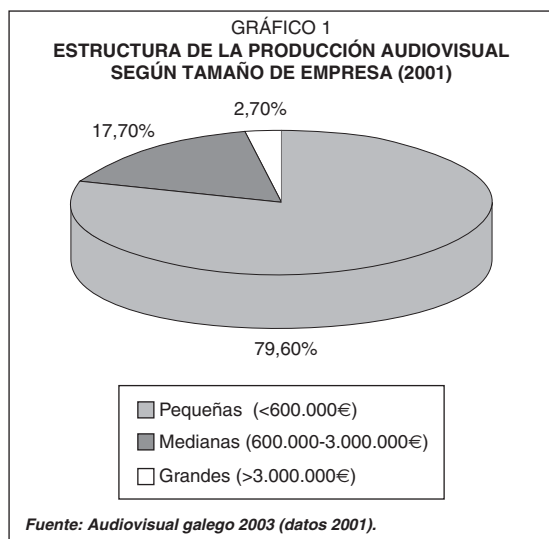
sobre la construcción de la Ciudad de la Imagen en Santiago de Compostela, sólo el 2 por 100 de la industria audiovisual española. Elevar este porcentaje es posible si la industria audiovisual gallega logra compaginar el mantenimiento de su demanda interna con —y sobre todo— un sostenido impulso en el crecimiento de su demanda exterior.

La capacidad de abrir nuevos mercados fuera de Galicia es, como para cualquier industria, una tarea difícil. No sólo requiere aumentar el nivel de competitividad acompañado del apoyo decidido de los poderes públicos y, de las entidades financieras, sino que además y, fundamentalmente, requiere de un cambio en la actitud empresarial: es necesario producir con una clara visión internacional, diseñar un producto audiovisual que, sin perder las particularidades locales o regionales, pueda ser entendido de manera universal. Nos estamos refiriendo, obviamente, al subsector de la producción audiovisual, que, siempre según los datos oficiales (*Audiovisual Galego 2003*, de la Xunta de Galicia), es el que genera el mayor volumen de facturación (las productoras gallegas facturaron en 2001 más de 51 millones de euros).

La industria audiovisual gallega cuenta con un marco institucional y con una estructura corporativa que le permitirá salir al exterior, y ya lo está haciendo. Prueba



G A L I C I A



de ello son las participaciones de las productoras de nuestra Comunidad en los largometrajes de mayor éxito de taquilla en los tres últimos años dentro y fuera de nuestras fronteras, como *Mar Adentro* (Filmanova), *Los Lunes al Sol* (Continental) o *Darkness* (Filmax) que han logrado una recaudación histórica en Estados Unidos, sin olvidar los galardones nacionales e internacionales que reconocen obras de animación «made in Galicia» como *El Bosque animado* (Dygra) o *El Cid* (Filmax).

No cabe duda que en el apartado de comercialización y distribución internacional la inversión promocional es una pieza clave en las ventas internacionales y todas las medidas de apoyo son pocas cuando se comparan con los enormes presupuestos promocionales con los que cuenta la industria norteamericana para distribuir sus producciones.

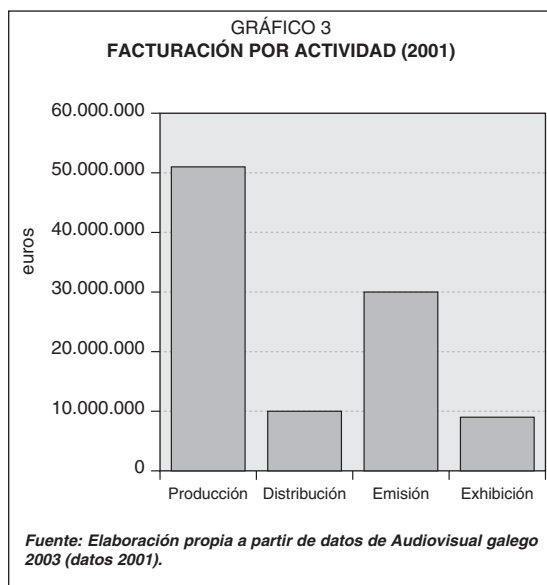
En el campo de la producción para televisión también es necesario potenciar la creación de contenidos y la utilización de nuestras infraestructuras en producciones dirigidas al exterior, de un lado a causa del propio tamaño del mercado gallego y de otro, por los previsibles plazos de implantación de los nuevos canales en TDT.

Es probable que Televisión de Galicia esté prácticamente al límite de su capacidad de contratación a no ser que se incrementen sustancialmente sus presupuestos por la vía de un crecimiento de las subvenciones de la Administración Autonómica. Sin ello, probablemente ni siquiera la creación del anunciado segundo canal público en TDT pueda suponer un crecimiento significativo de la contratación. Máxime teniendo en cuenta que la necesidad real de contenidos por parte de las nuevas concesiones de TDT no parece que vaya a ser inminente. Más bien todo parece indicar que será a medio plazo cuando esta tecnología esté implantada. Sólo entonces las nuevas cadenas tendrán la difusión suficiente como para generar los ingresos publicitarios que les permitan una inversión interesante en contenidos.

No obstante, a corto plazo habrá que estar muy atentos a las intenciones del actual gobierno central de aprobar en breve la desaparición del tope de canales de difusión abierta en sistema analógico (tres), lo que podría dar lugar a nuevas concesiones de estaciones de televisión, potenciales demandantes de contenidos e infraestructuras para realizarlos a precios competitivos.



GALICIA



3. Digitalización terrestre e interactividad



GALICIA

En cualquier caso, en el horizonte del segundo decenio del siglo, el apagón analógico y la implantación de la Televisión Digital Terrestre cambiarán radicalmente el panorama. En primer lugar, porque se crearán numerosos canales privados y públicos a nivel local, autonómico y estatal, y en segundo lugar porque se abre el abanico a una serie de servicios al espectador a través de las nuevas posibilidades de la interactividad.

La TDT sustituirá a la actual televisión analógica, la que todos los ciudadanos vemos cada día. Competirá, por tanto, con las televisiones digitales que se emiten por otros soportes: satélite, cable, ADSL, Internet, etcétera. La ventaja de la Digital Terrestre es que va a resultar gratuita, frente al pago que tendremos que seguir aportando al resto de canales digitales.

En Galicia la Xunta ya anunció a finales de 2004 que sacaría a concurso público 84 cadenas de televisión y 132 concesiones radiofónicas. Estas 84 nuevas emisoras de televisión, estarían divi-

didadas en dos autonómicas públicas, otras tantas privadas, veinte públicas municipales y sesenta privadas locales.

Ante la predisposición del gobierno central para renegociar su proyecto de ley para la regulación de la TDT, la Xunta de Galicia se ha animado a ampliar sus demandas de manera que los futuros canales que operen en la Comunidad puedan realizar desconexiones provinciales. El gobierno autonómico ha solicitado al Ministerio de Industria la asignación de cinco *multiplex* de TDT en lugar del único que por ahora le corresponde a Galicia. Estos *multiplex* son sistemas de compresión digital que permiten contener hasta cuatro programas cada uno. La Xunta tenía previsto un único *multiplex* destinando, en las futuras adjudicaciones, dos programas a emisoras privadas y los otros dos a uso público, ninguno de ellos con posibilidades de desconexiones provinciales.

Ahora se abre la posibilidad de aumentar a un total de cinco *multiplex*. Uno de ellos sería de cobertura autonómica exclusivamente y de carácter privado. Los otros cuatro se dividirían en dos privados y dos públicos y todos ellos con las posibilidades técnicas de realizar desconexiones provinciales.

En cualquier caso, con uno o cinco *multiplex* el panorama televisivo gallego y nacional dará un giro rotundo a partir del próximo lustro y el desafío para la industria audiovisual gallega será el de adaptarse y estar a la altura de las nuevas demandas del mercado.

4. Nuevos formatos, nuevos contenidos

En principio y con todas las matizaciones antes señaladas, la implantación de la TDT generará una demanda exponencial de contenidos y provocará por ende

crecimiento de negocio y empleo en el sector de la producción independiente.

Pero quizás el gran empuje para la innovación de nuevos formatos venga de la mano de esta profunda transformación que poco a poco se introduce en el panorama audiovisual y que se implantará de manera generalizada con la TDT: la interactividad.

La capacidad del espectador para elegir lo que quiere ver, para obtener contenidos adicionales asociados a la programación, para responder o hacer llegar su opinión, o participar en directo en una programa, seleccionar y adquirir productos y servicios, modifica el formato televisivo adaptándolo a un usuario más que a un espectador.

Por otra parte, tanto la línea ADSL como la telefonía móvil son ya los soportes naturales para nuevos contenidos audiovisuales. La implantación de la telefonía móvil es un hecho importante: en el año 2003 el número de móviles en España era de 36,5 millones (1) y según el teleoperador *Amena España* es el quinto con-

sumidor de Europa con mayor gasto de telefonía móvil.

En cuanto a la implantación de la línea ADSL, los indicadores de telefónica elevan ya a más de 2 millones los usuarios y sin duda este número crecerá junto con el aumento de ofertas en contenidos y servicios.

El *Cluster Audiovisual Galego* está desarrollando una importante labor de impulso en el desarrollo de I + D, convencidos de que Galicia posee la capacidad empresarial y creativa para obtener el máximo rendimiento a esta oportunidad de crecimiento económico que ofrecen los cambios tecnológicos.

Contamos con un tejido empresarial importante, hemos comenzado a recibir el apoyo de las entidades financieras y estamos seguros de que tanto la administración autonómica como los poderes públicos centrales y europeos renovarán su apuesta por nuestra industria. Todos estos elementos harán posible la constitución de la marca Galicia del Audiovisual un verdadero sello de calidad para afrontar el gran reto de la internacionalización y de la innovación solvente y responsable.



GALICIA

(1) Según GFK y Gartner.



CUADERNOS ECONÓMICOS

Número 69 • Junio 2005

INSTRUMENTOS DERIVADOS

Presentación: Instrumentos derivados
Manuel Moreno Fuentes

Derivados sobre activos de renta variable

Análisis del comportamiento predictivo de las densidades neutrales al riesgo implícitas en las opciones sobre el Ibex-35
Francisco Alonso Sánchez, Roberto Blanco Escolar y Gonzalo Rubio Irigoyen

Modelos alternativos de valoración de opciones sobre acciones: una aplicación al mercado español
Ángel León Valle y Gregorio Serna Calvo

Derivados sobre activos de renta fija

Especificaciones alternativas de la estructura temporal de volatilidades
Eliseo Navarro Arribas y Estanislao Silla Sancho

Valoración de activos derivados de renta fija bajo un modelo con dos factores correlacionados
Manuel Moreno Fuentes y Javier Fernández Navas

Derivados sobre activos subyacentes «no tradicionales»

Correlaciones entre fallidos y derivados de crédito: un modelo para la valoración de CDO
Juan Ignacio Peña Sánchez de Rivera

Los precios en los mercados reestructurados de electricidad: algunas lecciones básicas para la negociación derivada
Julio Lucía López y Vicente Meneu Ferre

Más allá de los mercados de derivados

Descubrimiento de precios entre mercados de opciones y contado. El caso del Ibex-35
Pilar Corredor Casado y Rafael Santamaría Aquilué

Opciones e incentivos: un modelo binario de agencia
Óscar Guitérrez y Vicente Salas Fumás

TRIBUNA DE ECONOMÍA

Desigualdad en renta y consumo en España: el período 1985-1995
José M^a Labeaga Azcona, José David López Salido y Francisco Mochón Morcillo

Simulación de Políticas Económicas: los Modelos de Equilibrio General Aplicado
Antonio Gómez Gómez-Plana

Inflación secular, acumulación de capital y bienestar
Samuel Gil Martín
