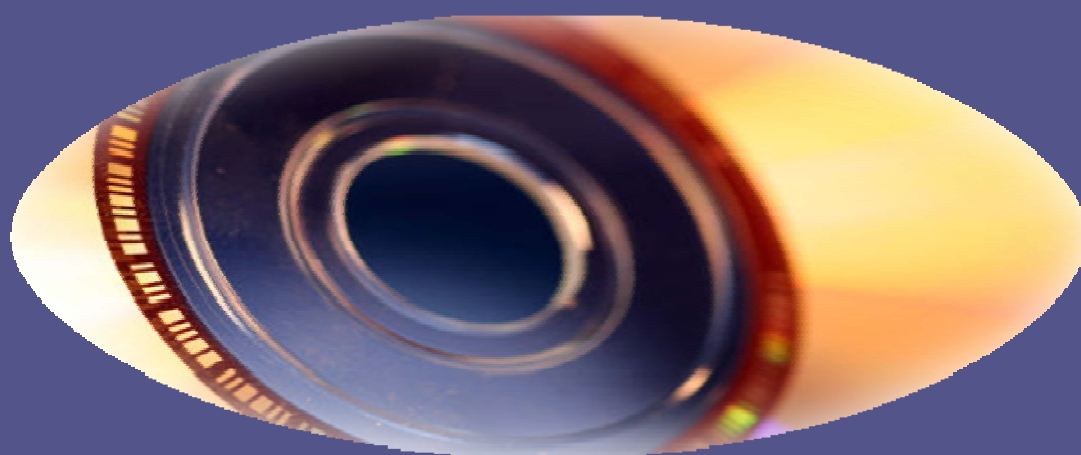


Plan de Impulso de la Industria de Contenidos Digitales 2011-2015

plan **avanzada** 2.0.0





ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DEL SECTOR	5
2.1. IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LOS CONTENIDOS DIGITALES	5
2.2. PREVISIONES DE CRECIMIENTO	6
3. MARCO DE ACTUACIÓN	8
3.1. AGENDA DIGITAL PARA EUROPA	8
3.2. ESTRATEGIA 2011-2015 DEL PLAN AVANZA 2	9
4. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR	10
4.1. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES	11
4.2. USO DE LOS CONTENIDOS DIGITALES	12
5. AREAS DE ACTUACIÓN DEL PLAN	14
A DESARROLLO DE LA OFERTA DE CONTENIDOS DIGITALES: HACIA UN MERCADO GLOBAL	15
B IMPULSO A LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS Y MODELOS DE NEGOCIOS	17
C FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN CONTENIDOS DIGITALES	19
D DIFUSIÓN DE LA INDUSTRIA DE CONTENIDOS DIGITALES	22
E PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ÁMBITO DIGITAL	26
F INTERNACIONALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DE CONTENIDOS DIGITALES	28
6. PRESUPUESTO DEL PLAN DE IMPULSO EN 2011	30
7. PLANIFICACIÓN DE ACTUACIONES EN 2011	31



1. RESUMEN EJECUTIVO

Los Contenidos Digitales representan un papel cada vez más protagonista en el impulso y desarrollo de las economías y las sociedades modernas, por su doble faceta de instrumento para la creación de riqueza en un contexto de economía del conocimiento y de motor de desarrollo de la Sociedad de la Información (SI)

La evolución hacia una economía digital en la última década ha dado lugar a cambios importantes en España y a escala global. La digitalización de productos y servicios ya existentes y el desarrollo de nuevas ofertas digitales, junto con la transformación de los procesos de producción, distribución, intercambio y consumo, han incrementando la oferta y han supuesto importantes cambios estructurales en la economía y aumentos patentes del bienestar social.

Consciente de este potencial, el compromiso del Gobierno con el desarrollo de los contenidos digitales en nuestro país se ha hecho patente en las medidas impulsadas en el marco del Plan Avanza. En 2007 se puso en marcha, por primera vez, una convocatoria de ayudas orientada al desarrollo por parte de Entidades Locales (EE.LL), entidades sin fin de lucro y empresas, especialmente PYMES, de los contenidos digitales que hiciesen útil y atractivo el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y facilitasen el acercamiento a las mismas, contribuyendo a la participación de ciudadanos en la SI.

Este compromiso, se ve renovado y fortalecido con El Plan de Impulso de la Industria de los Contenidos Digitales, enmarcado dentro de las iniciativas que se están elaborando en el ámbito europeo, la nueva “Agenda Digital para Europa”, y la Estrategia 2011-2015 del Plan Avanza2, que aprobó el Consejo de Ministros el 16 de julio de 2010.

España tiene actualmente la oportunidad de aprovechar su excepcional potencial creativo para impulsar la innovación en todos los ámbitos y la capacidad para desarrollar ideas nuevas que resuelvan de manera efectiva los retos a los que actualmente se enfrenta la economía y el conjunto de la sociedad de nuestro país.

Este nuevo Plan se ha elaborado sobre tres premisas:

- Se alinea con la demanda del sector. Por ello, se ha elaborado sobre la base de la participación y el consenso con todos los actores implicados. Esta apuesta del gobierno por la industria de los contenidos digitales responde al convencimiento de que, en el futuro, este sector multiplicará de forma radical la capacidad de generación de riqueza que ya posee hoy.
- Tiene como objetivo fomentar y dar apoyo a la verdadera materia prima de la industria de los contenidos digitales: el factor humano y el talento creativo.



- Constata que la industria de los contenidos digitales va a seguir transformándose en el futuro, identificando continuamente nuevas vías creativas que se materializarán en oportunidades de inversión y creación de empleo.

Teniendo todo esto en cuenta, el Plan de Impulso de la Industria de los Contenidos Digitales incluye medidas destinadas no sólo a lograr un sector de contenidos digitales más grande, sino también uno mejor, más capacitado y potente para competir en un escenario global.

El Plan define seis áreas de actuación y recoge quince medidas concretas que se van a poner en marcha en el año 2011:

- A. Crecimiento del sector existente: “hacia el mercado global”
- B. Impulso de la creación de nuevas empresas y negocios
- C. Formación y capacitación en contenidos digitales
- D. Difusión de la industria de los contenidos digitales
- E. Protección de la propiedad intelectual
- F. Internacionalización de la industria de contenidos digitales

Para la puesta en marcha de las medidas concretas, el Plan recoge un compromiso presupuestario para 2011 de más de 205 millones de euros por parte del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

En paralelo a este Plan, la Estrategia 2011-2015 del Plan Avanza2 recoge el impulso a otras medidas que indirectamente impulsan el sector de contenidos digitales. Los avances tecnológicos, el desarrollo de las redes de nueva generación, la mejora de la disponibilidad del espectro radioeléctrico para nuevos servicios de telecomunicaciones y el incremento del tráfico a través de redes de banda ancha en movilidad van a ser factores que estimularán la demanda de contenidos digitales en el futuro más inmediato.



2. IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DEL SECTOR

La evolución del sector en España ha sido muy positiva en los últimos años, así queda patente en el comportamiento de la cifra de negocio, que experimentó una tasa de crecimiento compuesta anual del 21,3 por ciento en el periodo 2005 - 2009. Además, la evolución hacia una progresiva digitalización de la industria augura un crecimiento irreversible hacia la distribución y consumo digitales de contenidos. Esta evolución representa para la industria española una gran oportunidad a futuro, con expectativas de crecimiento en la vertiente digital del negocio muy significativas para los próximos años.

Para los próximos 4 años, la extensión de la banda ancha y, sobre todo, el aumento de la velocidad de acceso a Internet representan factores claves que permitirán el crecimiento del mercado de los contenidos digitales.

Los gobiernos e instituciones públicas deben fijarse como objetivo poder crear las condiciones adecuadas para el desarrollo de los nuevos servicios ligados a la evolución digital de los contenidos. Las claves para el desarrollo futuro de la industria de los contenidos pasa por la transformación hacia lo digital, la internacionalización de la industria, la adaptación a los nuevos modelos de negocio online y la capacitación de los mejores profesionales.


A su vez, el gobierno realizará un esfuerzo por asegurar la accesibilidad de los contenidos desarrollados por la industria, fomentando un incremento de la demanda de los mismos en la sociedad e impulsando el conjunto de actividades de la cadena de valor de la industria.

2.1. IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LOS CONTENIDOS DIGITALES

NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

Existe un consenso general en torno a que los contenidos digitales son un sector de inversión de futuro y, al mismo tiempo, de elevada incertidumbre, debido a la fragmentación del mercado y a los costes de producción muy variables según el carácter de los agentes involucrados. En un sector marcado por la convergencia de servicios y plataformas, los consumidores esperan fácil acceso e interoperabilidad entre soluciones tecnológicas, incluso a través de las fronteras internacionales.

Los nuevos actores y, cada vez en mayor medida, los ya existentes en la industria de los medios, están aprovechando la creciente demanda de contenidos creados por usuarios y su posible monetización.



Los modelos de negocio están comenzando a integrar ingresos por publicidad con otros de carácter premium de pago. En este contexto, una vía de explotación económica de especial interés de cara al futuro será la convergencia entre la alta aceptación actual de los servicios gratuitos soportados por publicidad y la creciente proporción de consumidores que se muestran proclives a acceder a ofertas de contenidos online de alto valor añadido basados en esquemas de pago.

PRESENCIA DEL ESPAÑOL EN LA RED

La presencia del español y de contenidos en español en la red favorece el crecimiento de usuarios en la red, además de ser esencial para preservar nuestro legado cultural.

Parece evidente que la presencia del español en Internet está muy condicionada por el grado de desarrollo de la Sociedad de la Información alcanzado en los países que comparten esta lengua. En cifras generales se calcula que el español es la tercera lengua más usada en Internet. Si medimos el porcentaje de usuarios que usan una determinada lengua en Internet, obtenemos que el inglés es usado por un 31,2 % de internautas, el chino por un 15,7 % y el español por un 8,7%. Además se calcula que de todas las webs existentes el 45% están en inglés frente a un 5% que están en español. El español estaría presente en Internet como la tercera lengua junto con el francés, ambas superadas por el alemán cuya presencia es del 7%.

La presencia del español en Internet puede ampliarse sustancialmente, ya que el efecto positivo del desarrollo económico y de las infraestructuras tiene un largo recorrido, sobre todo en el caso del área latinoamericana, y por tanto los efectos positivos sobre la presencia del español en Internet son más prometedores que para otras lenguas.

Deben promoverse actuaciones como la creación de contenidos que incrementen la presencia de la lengua española en la red, actuaciones que fomenten la lectura, la escritura y el aprendizaje del español para extranjeros, y que favorezcan la correcta utilización de la lengua española en la red.

2.2. PREVISIONES DE CRECIMIENTO

Según las previsiones de los analistas, el sector TIC se convertirá en los próximos 15 años en el segundo de mayor contribución al PIB en España. Y dentro del sector de las TIC, el subsector de los Contenidos Digitales será el de más rápido crecimiento. La migración a formatos digitales seguirá siendo la tendencia global, como ha ocurrido en los últimos años: desde 2005, el formato digital se ha multiplicado por más del doble en nuestro país (crecimiento del 116%, con una tasa anual compuesta del 21%).

La recuperación económica, junto con los avances tecnológicos, el desarrollo de las redes de nueva generación y el incremento del tráfico a través de banda ancha en movilidad, van a ser los principales factores que estimularán la demanda en los próximos años.



En 2009 había 500 millones de personas que accedían a Internet por redes móviles; en 2014 alcanzarán los 1.400 millones. En 2005 esta cifra era sólo de 100 millones. Asimismo, se prevé que el tráfico de datos en redes móviles continúe multiplicándose por más del doble anualmente durante los próximos 3 años.

La importancia del formato digital queda patente de forma transversal en la transformación de la inversión publicitaria: la publicidad en Internet creció un 7,2% en España en 2009, alcanzando los 654 Millones de euros. Se prevé que los ingresos por publicidad en Internet crezcan a un ritmo anual del 10,5% en el periodo 2010-2014.



3. MARCO DE ACTUACIÓN

El Plan de Impulso de la Industria de los Contenidos Digitales se enmarca dentro de las iniciativas que se están elaborando en el ámbito europeo. La Comisión Europea ha aprobado una Comunicación sobre la nueva “Agenda Digital para Europa”, cuyo objetivo es promover el desarrollo de la Sociedad de la Información y las TIC para la reactivación económica y la creación de empleo en la U.E., con un horizonte temporal hasta el año 2015.

En el ámbito español, el referente lo encontramos en la Estrategia 2011-2015 del Plan Avanza2, que aprobó el Consejo de Ministros el 16 de julio de 2010, donde se definen los nuevos objetivos que nos hemos planteado para adecuarlos a los nuevos retos de la Sociedad en Red.

3.1. AGENDA DIGITAL PARA EUROPA

La Agenda Digital para Europa (ADE), aprobada durante la Presidencia española de la U.E. por la Comisión Europea en mayo de 2010, representa la estrategia para maximizar el potencial económico y social de las TIC, y en particular de Internet, y es una de las siete iniciativas emblemáticas que configuran la Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

La Agenda Digital reconoce el importante papel de los contenidos digitales para conseguir desarrollar el enorme potencial de las TIC, al considerar que forman parte integrante del círculo virtuoso que puede desembocar en un mayor y mejor crecimiento económico: una oferta amplia de contenidos y servicios atractivos en un entorno de Internet interoperable y sin fronteras, que estimula la demanda de velocidades y capacidades más elevadas, lo que a su vez justifica la inversión en redes más rápidas.

En este escenario, la Agenda Digital se plantea cómo impulsar la creación de contenidos y servicios en línea atractivos y cómo facilitar su libre circulación dentro de la UE y a través de sus fronteras para estimular el círculo virtuoso de la demanda.

Uno de los problemas identificados en la Agenda Digital es la inexistencia en Europa de un mercado unificado en el sector de los contenidos, lo que contrasta con el marco comercial y los canales de distribución relativamente simples de otras regiones, en particular los Estados Unidos. Una de las razones por las que ocurre esto es porque los derechos para la comercialización digital se conceden con carácter nacional y no con carácter europeo. Tampoco es fácil digitalizar con garantías jurídicas suficientes las obras huérfanas y agotadas o acceder a la ingente cantidad de información pública de la que dispone las Administraciones públicas europeas.

3.2. ESTRATEGIA 2011-2015 DEL PLAN AVANZA 2

La Estrategia 2011-2015 del Plan Avanza2 supone una segunda fase que refuerza los logros y líneas de acción del Plan Avanza, incorporando las actuaciones en ejecución y actualizando sus objetivos iniciales para adecuarlos a los nuevos retos de la Sociedad en Red.

Una de las principales contribuciones del Plan Avanza2 es coadyuvar al cambio de modelo económico de nuestro país a través de las TIC, ya que la generalización de su uso permite y permitirá un incremento de la competitividad y la productividad.

La primera fase del Plan Avanza perseguía recuperar el retraso de España respecto de la Unión Europea, especialmente en cobertura y conectividad. La Estrategia 2011-2015 del Plan Avanza2 pretende fomentar la demanda y situar a España en una posición de liderazgo en el desarrollo y uso de productos y servicios TIC avanzados.

La Estrategia 2011-2015 del Plan Avanza2 va a centrar sus esfuerzos en la consecución de los siguientes 10 objetivos que facilitarán la superación de los retos definidos:

1. Promover procesos innovadores TIC en las AAPP.
2. Extender las TIC en la sanidad y el bienestar social.
3. Potenciar la aplicación de las TIC al sistema educativo y formativo.
4. Mejorar la capacidad y la extensión de las redes de telecomunicaciones.
5. Extender la cultura de la seguridad entre la ciudadanía y las empresas.
6. Incrementar el uso avanzado de servicios digitales por la ciudadanía.
7. Extender el uso de soluciones TIC de negocio en la empresa.
8. Desarrollar las capacidades tecnológicas del sector TIC.
9. Fortalecer el sector de contenidos digitales.
10. Desarrollar las TIC verdes.

Los retos identificados y los objetivos definidos en la Estrategia 2011-2015 del Plan Avanza2, se agrupan en 4 bloques temáticos:

1. Consecución de una administración sin papeles en el año 2015.
2. Infraestructuras de telecomunicaciones.
3. Uso y confianza en Internet: Una apuesta por la innovación.
4. Impulso de la industria TIC española en sectores estratégicos.

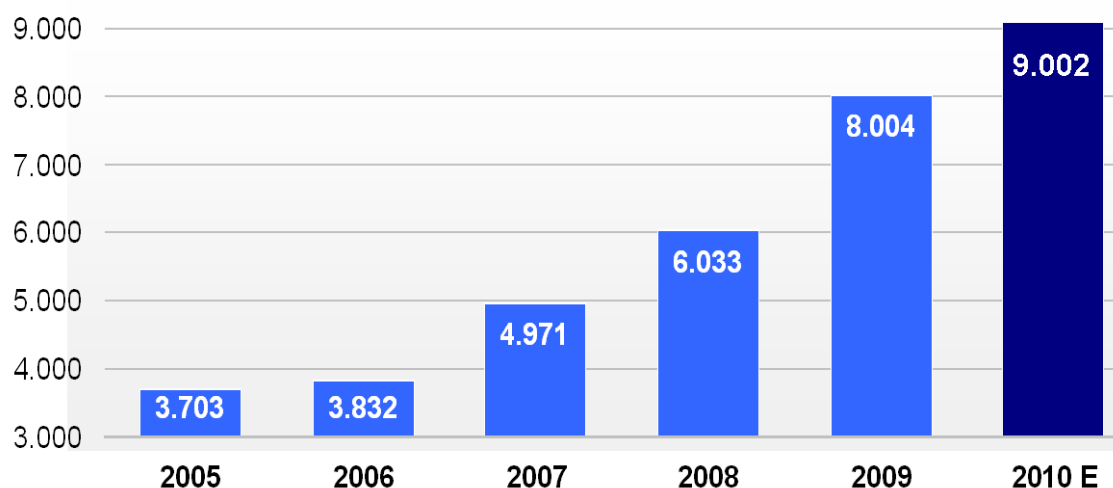
En concreto, el bloque temático “Impulso de la industria TIC española en sectores estratégicos” recoge como reto la consolidación de la industria de contenidos digitales.

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

El desarrollo de la economía digital en la última década ha dado lugar a cambios importantes en la economía española y mundial. La digitalización de los bienes existentes, el desarrollo de nuevos productos digitales no existentes hasta ese momento, junto con la transformación de la manera en que estos bienes se producen, distribuyen, intercambian y consumen, han incrementando la cantidad, calidad y variedad de bienes y servicios disponibles en la economía, produciendo importantes cambios estructurales en la economía y una mejora del bienestar social.

La digitalización de la economía, que inicialmente estaba restringida a un tipo de servicio (software principalmente), ha ido abarcando progresivamente otros tipos de bienes (música, cine, publicaciones, etc.), hasta llegar a nuevos servicios innovadores (redes sociales, aplicaciones y juegos en movilidad, georreferenciación, etc) inimaginables hace pocos años y que está creando nuevos modelos de negocio y oportunidades para la empresas españolas.

**Contenidos Digitales en España:
Evolución anual de la facturación (Millones de euros)**





4.1. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES

En España, la digitalización ha transformado el sector de los Contenidos y Servicios Audiovisuales, sólo en los 5 últimos años los ingresos por formatos digitales han pasado de suponer el 23% de la facturación total del sector al 45,5% en 2009.

La Industria de Contenidos Digitales superó los 8.004 millones de euros de facturación en 2009 con un crecimiento interanual del 32,7%. Entre 2003 y 2009, la facturación de este sector prácticamente se ha triplicado. En 2010, se estima que la facturación podría superar los 9.000 M€.

En la actualidad se constata el buen momento del mercado de los contenidos digitales en todos sus ámbitos: publicaciones; audiovisual; cine y vídeo; música; videojuegos y publicidad “online”. Asimismo, los datos avalan la fortaleza de la industria de contenidos digitales en España, demostrando un potencial que ya está siendo reconocido a escala internacional en este sector, y que sitúa a nuestro país entre los países líderes en la evolución hacia la Sociedad de la Información.

A la tendencia de digitalización de los medios tradicionales (publicaciones, cine, música y publicidad) hay que añadir la irrupción en los últimos años de nuevos modelos de negocio innovadores capaces de progresar y de penetrar rápidamente en los usuarios, sustentados en la movilidad y los avances tecnológicos.

El uso del teléfono móvil para acceder a redes sociales, realizar búsquedas, chatear, descargarse y usar aplicaciones y juegos, tanto en su modalidad de pago como en la gratuita basada en la publicidad, está convirtiendo al móvil en una nueva plataforma publicitaria y de comercio electrónico.

La georreferenciación, la realidad aumentada y los servicios de navegación están adquiriendo cada vez mayor importancia ligados al auge de los dispositivos móviles, fomentando nuevas aplicaciones basadas en el envío de información y publicidad relacionada con la posición del usuario.

Por último, las redes sociales han demostrado ser un modelo adecuado para que los usuarios, a través de las distintas herramientas y mecanismos puestos a su disposición, participen en el proceso de generación y compartición de Contenidos Digitales.

4.2. USO DE LOS CONTENIDOS DIGITALES

Contemplado desde la perspectiva de la demanda, el escenario de los contenidos digitales en España evoluciona a un ritmo que podría calificarse de vertiginoso. Todos los indicadores muestran una creciente importancia del acceso cotidiano a Internet y una mayor sofisticación en el uso que ciudadanos y empresas hacen de los contenidos digitales. Los cambios de paradigmas y modelos se suceden y trascienden los límites del propio sector, afectando y beneficiando a otras muchas ramas de la actividad económica. El papel de los emisores y receptores de información y los propios conceptos de “productor” y “consumidor” se hacen cada vez más intercambiables. Este fenómeno adquiere dimensiones globales y plantea nuevos retos y oportunidades a los que las empresas españolas están en situación de responder con todas sus capacidades.

De la escala de estas oportunidades dan idea los siguientes datos:

1. El 35,4% de los consumidores de contenidos digitales lo hace utilizando dispositivos con acceso a Internet.
2. Cerca de un 13% de la población consume películas o series todas las semanas, elevándose este porcentaje sensiblemente entre los individuos más jóvenes y los estudiantes.
3. El consumo de contenidos relacionados con la música es el más extendido entre la población española; más del 80% de los individuos consume contenidos musicales, y de éstos más del 40% lo hace a través de Internet.
4. Alrededor del 15% de los españoles realiza un consumo diario de música o radio disponible en Internet, elevándose este porcentaje al 45,5% entre los más jóvenes (16-24 años).
5. El 41,6% de la población hace uso de Internet como medio de consumo de contenidos musicales, y el 85% de los jóvenes y estudiantes utiliza la plataforma global para este fin.
6. El 30,7% de los individuos encuestados se declaran consumidores de videojuegos. El grueso de consumidores de videojuegos tiene un perfil centrado en la población de entre los 16 y los 24 años. Dentro de los consumidores de videojuegos solo el 26,3% utiliza un dispositivo electrónico no conectado a Internet.
7. Alrededor del 16,7% de la población española es usuaria de videojuegos on-line.
8. El libro digital presenta un porcentaje de penetración cercano al 4%.
9. El 50% de la población española es lectora de prensa on-line, y este porcentaje aumenta a medida que lo hacen las variables de edad, estudios y estatus social.



La capacidad de difusión de las TIC, junto con la facilidad de producción y distribución ha permitido crear nuevos contenidos innovadores que han conseguido alcanzar y progresar en los usos de los consumidores.

En España, el 80,5% de los individuos de 15 o más años dispone de algún teléfono móvil activo. A los usos tradicionales del teléfono móvil (enviar y recibir llamadas, SMS, etc) hay que añadir nuevos usos ligados a la adquisición o generación de contenidos, y que aunque en algún caso reflejan valores de uso bajos, están evolucionando rápidamente con la irrupción de los teléfonos inteligentes.

Por último, los medios digitales existentes fomentan la participación ciudadana mediante la puesta a disposición de diferentes espacios alojados en sus páginas web para que ofrezcan su visión de diversos acontecimientos. En España el 28% de los individuos que han usado alguna vez Internet han leído algún blog, y el 11,5% ha escrito un blog propio.



5. AREAS DE ACTUACIÓN DEL PLAN

España tiene actualmente la oportunidad de aprovechar su formidable capacidad creativa en el ámbito de los contenidos digitales a escala global. Las empresas de nuestro país, con una especial relevancia de las PYMES, deben, con el apoyo de las Administraciones Públicas, impulsar la innovación y su capacidad de desarrollar ideas nuevas que aborden de manera óptima los retos a los que se enfrenta la economía y el conjunto de la sociedad de nuestro país.

Reconociendo la trascendencia de esta oportunidad, el Plan de Impulso de la Industria de los Contenidos Digitales se ha elaborado sobre tres premisas:

1. Se alinea con la demanda del sector. Este Plan de Impulso supone concretar en 2011 la Estrategia del Plan Avanza2 aprobada en julio por el Gobierno, en lo relativo al eje estratégico de impulso a la industria TIC de nuestro país.
El Plan de Impulso de la Industria de los Contenidos Digitales es el resultado de la consulta y consenso con todos los actores implicados. También se han tenido en cuenta las más recientes recomendaciones procedentes del sector empresarial español.
2. Tiene como objetivo último impulsar la auténtica materia prima de la industria de contenidos: el factor humano, el talento creativo que ya muestran los profesionales y empresas –fundamentalmente las PYMES- del sector de los contenidos digitales de nuestro país. Un potencial que se ve multiplicado gracias a la innovación tecnológica constante.
3. La constatación de que la industria de contenidos va a seguir transformándose en el futuro. Esta transformación es el resultado de la propia innovación tecnológica y de la adaptación de la industria a nuevos escenarios en constante aparición. Los contenidos digitales son cada vez más dinámicos, interactivos, adaptables y basados en las posibilidades que ofrece la Internet del futuro. Como consecuencia, el Plan responde a la oportunidad de ir más allá de la pura digitalización y el desplazamiento a Internet de industrias y modelos de negocio tradicionales. El Plan apuesta por que los contenidos digitales se creen pensando en las nuevas posibilidades tecnológicas, y no únicamente porque la tecnología se adapte a los contenidos tal como los conocemos hoy.

Teniendo todo esto en cuenta, el Plan de Impulso de la Industria de los Contenidos Digitales incluye medidas destinadas no sólo a lograr un sector de contenidos digitales más grande, sino también uno mejor, más capacitado y potente para competir en un escenario global.

Para ello, define 6 áreas concretas de actuación, centradas en el apoyo a la creación de empresas y el espíritu emprendedor, la formación, el desarrollo de nuevos servicios y contenidos y su visibilidad e internacionalización.

A DESARROLLO DE LA OFERTA DE CONTENIDOS DIGITALES: HACIA UN MERCADO GLOBAL

La fortaleza de la industria de los contenidos digitales en España viene avalada por los resultados obtenidos. En 2009 la industria de contenidos digitales superó los 8.004 M€ de facturación lo que supone un crecimiento interanual de casi un 33%, y el crecimiento acumulado en el periodo 2005-2009 durante el cual la facturación del sector se ha multiplicado por 2,2. Las estimaciones para 2010 apuntan a que el sector superó los 9.000 M€. Estos datos demuestran un potencial que ya está siendo reconocido a escala internacional en este sector, y que sitúa a nuestro país entre los países líderes en la evolución hacia la Sociedad de la Información.

En un contexto globalizado, cobra sentido el desarrollo de cadenas de valor en las que participen múltiples agentes de diferentes sectores y tamaños. El crecimiento de la pequeña y mediana empresa es fundamental para asegurar la competitividad de nuestra industria y la apuesta por que la industria española de contenidos digitales sea pionera en el mundo.

El Plan desarrolla dos líneas orientadas a apoyar la transición hacia el mundo digital de industrias tradicionales y la participación de la industria TIC en el mercado de contenidos digitales.

A.1. Convocatoria Contenidos Digitales: Las nuevas formas de uso y comercialización de contenidos en la Red están materializando nuevas oportunidades de negocio y de iniciativas sociales hasta ahora impensables según los modelos tradicionales.

La evolución de la industria de contenidos digitales representa para la industria española una gran oportunidad a futuro, con expectativas de crecimiento en la vertiente digital del negocio muy significativas para los próximos años.

Las claves para el desarrollo futuro de la industria de los contenidos digitales, en consonancia con lo establecido en la ADE, pasa por la transformación hacia lo digital, la internacionalización de la industria, la adaptación a los nuevos modelos de negocio online, la capacitación de los profesionales y, por potenciar un entorno empresarial que fomente la inversión y el espíritu emprendedor.

Por este motivo se plantea una **nueva línea de ayudas**, incluida dentro de la convocatoria del Plan Avanza2, con el objetivo de **potenciar el desarrollo de la industria y la creación de una oferta de contenidos digitales en Internet**.

Se financiarán actuaciones lideradas por empresas que fomenten la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías en la industria de los contenidos digitales, así como la adopción de modelos de negocio innovadores. Tiene como finalidad contribuir a la consecución de los siguientes objetivos:

- Fomento de mejoras tecnológicas y organizativas en la cadena de valor de los contenidos digitales.



- Potenciar el desarrollo tecnológico en sectores en crecimiento en el ámbito de los contenidos digitales.
- Fomento de nuevos modelos de negocio de la industria de contenidos digitales.

Se considerarán estratégicos los subsectores intensivos en el uso de las TIC, especialmente aquellos que puedan ser de aplicación a otros campos como es el caso del subsector de los videojuegos.

Entre las temáticas prioritarias destacan las actuaciones vinculadas con los mundos virtuales, la animación, la realidad aumentada y la inteligencia artificial.

El presupuesto destinado por el MITyC en 2011 a la nueva línea de ayudas, es de **165 millones de euros** (35 millones de euros en subvención, de los cuales 20 millones de euros provinieren de retornos europeos) y 130 millones de euros en préstamo).

La ejecución de la actuación se realiza mediante una convocatoria pública de ayudas que se **publicará durante el mes de marzo y tiene prevista su resolución en noviembre.**

A.2. Plataforma de Contenidos Educativos (AGREGA): La Plataforma Agrega desarrollada en el marco del Programa Internet en el Aula del Plan Avanza representa una oportunidad para el impulso y desarrollo de la industria de contenidos educativos digitales para los diferentes ámbitos formativos (reglado, formación para el empleo, alfabetización digital, redes formativas públicas, etc).

Existe así mismo la necesidad de coordinar los esfuerzos que se están desarrollando por parte de iniciativas públicas (Consejerías de Educación) y privadas (editoriales, asociaciones de editores, sector tecnológico) con el objetivo de guiar y establecer estándares que permitan la interoperabilidad así como el establecimiento de pautas para una correcta gestión de los derechos y respeto a la propiedad intelectual desde el ámbito educativo..

Se plantean las siguientes líneas de actuación:

1. Conexión de la plataforma Agrega con otras plataformas para la distribución y comercialización de contenidos educativos, así como de los servicios de valor añadido vinculados a los contenidos para apoyo y mejora de las tareas educativas, que permita al sector editorial desarrollar nuevos modelos de negocio más ajustados a las nuevas necesidades y demandas derivadas de la integración de las TIC en el ámbito educativo.

La actuación se coordinará con los distintos agentes involucrados: MITyC, Ministerio de Educación, Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas y el sector de la industria editorial española.



2. Fomento del uso de la plataforma Agrega en el entorno educativo y adaptación de la plataforma a otros entornos de alojamiento y distribución de contenidos culturales y formativos , creando otros perfiles de catalogación estándar distintos de LOM-ES que se adapten a las necesidades de los entornos a los que vayan dirigidos.
3. Fomento de la explotación y exportación de la plataforma, coordinando y apoyando a las empresas españolas de contenidos digitales educativos y formativos para que puedan internacionalizar sus productos

El presupuesto destinado por el MITYC en 2011 alcanza los **0,8 millones de euros**.

La ejecución de la actuación requiere como paso previo establecer acuerdos de colaboración con el sector editorial y las instituciones educativas competentes.

Se prevé alcanzar dichos acuerdos en el primer semestre de 2011, lo que permitirá abordar la **ejecución de las actuaciones a lo largo del segundo semestre**.

La siguiente tabla recoge el presupuesto que el MITYC dedicará a estas actuaciones en 2011:

Acción	Presupuesto MITYC 2011
A.1 Convocatoria Contenidos Digitales	165,00 M€
A.2 Plataforma Contenidos Educativos (AGREGA)	0,80 M€

B IMPULSO A LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS Y MODELOS DE NEGOCIOS

Las nuevas formas de uso y comercialización de contenidos en la Red están materializando nuevas oportunidades de negocio y de iniciativas sociales inimaginables hasta hoy. Además de afianzar las empresas ya existentes en el sector de contenidos digitales, debe asegurarse la generación de iniciativas que exploren nuevas áreas tecnológicas, dinámicas y en constante evolución.

El Plan impulsará el desarrollo de empresas del sector de los contenidos digitales en un estado inicial de desarrollo; favorecerá la colaboración universidad-empresa mediante la creación de centros de excelencia.

- B.1. Programa Emprendedores en Red.** Programa cuyo objetivo es impulsar el desarrollo de las empresas del sector de los contenidos digitales en determinados estadios iniciales de su desarrollo, favoreciendo el acceso a la financiación por parte de entidades y fondos de capital riesgo. Igualmente, es objetivo del programa potenciar el sector del capital riesgo en particular y de los inversores privados en general,



estimulando operaciones de inversión por parte de estos agentes en empresas de contenidos digitales, movilizand o así fondos privados y generando un efecto multiplicador de los recursos públicos aplicados al Programa.

El Programa se desarrollará en dos líneas:

1. Préstamos bonificados a fondos y entidades de capital riesgo, para operaciones de inversión en empresas de contenidos digitales.

Se concederán préstamos a fondos y entidades de capital riesgo con el objetivo de financiar operaciones de inversión en empresas de contenidos digitales, en unas condiciones que permitan movilizar la inversión privada hacia estas operaciones.

2. Programa de acompañamiento: Asesoramiento, Capacitación y Dinamización dirigida a emprendedores e inversores en contenidos digitales.

Se desarrollarán acciones de asesoramiento y capacitación dirigida a emprendedores, con objeto facilitar el acercamiento a fuentes de financiación existentes y apoyarles en el proceso de preparación de una propuesta de proyecto o empresa en búsqueda de financiación, para conseguir garantías de éxito en la negociación con inversores profesionales, en particular con el sector del capital riesgo.

Paralelamente, se realizarán acciones orientadas a impulsar a los organismos inversores a financiar proyectos empresariales del sector de contenidos digitales.

Asimismo, se facilitará la creación de puntos de encuentro entre oferta y demanda de financiación de empresas de la industria de contenidos digitales.

El presupuesto para 2011 del MITyC es de **14 millones de euros**.

La ejecución de la actuación se realiza mediante una convocatoria pública de ayudas que será **publicada en el mes de junio de 2011 y estará resuelta en julio de 2011**.

La siguiente tabla recoge el presupuesto que el MITyC dedicará a estas actuaciones en 2011:

Acción	Presupuesto MITyC 2011
B.1 Programa Emprendedores en Red.	14,00 M€

Los contenidos digitales tienen como principal materia prima la creatividad y el talento. Por ello, es imprescindible impulsar la formación de profesionales con una visión global que les permita materializar sinergias y generar conceptos y servicios innovadores en el ámbito de los contenidos digitales.

La formación en el uso y manejo de las TIC mejora tanto la competitividad de las empresas como la empleabilidad de los profesionales en todos los sectores económicos. Por ello, las iniciativas del nuevo Plan se orientan a la formación en TIC de alto valor añadido, la capacitación tecnológica de los futuros profesionales del sector y el fomento de la colaboración entre la universidad y las empresas del sector.

Las actuaciones que se pondrán en marcha en 2011 con este objetivo son:

C.1. Convocatoria de Ayudas Avanza Formación. Línea de ayudas, incluida dentro de la convocatoria de ayudas del Plan Avanza2, con el objetivo de conjugar las TIC con el factor más relevante que tienen las organizaciones, el capital humano, para que la formación de los trabajadores en el uso y manejo de las TIC se convierta en aprendizaje, “aprender haciendo”, con lo se mejora su recualificación, la competitividad de la empresa y aumenta los objetivos de negocio. La tipología de proyectos puede ser de dos tipos:

- Formación de Profesionales TIC para su capacitación en la creación y desarrollo de contenidos digitales
- Formación de profesionales de negocio electrónico, capaces de aplicar las TIC, especialmente Internet, al desarrollo de nuevos productos y servicios y/o a la introducción de nuevos procesos que mejoren la eficacia y la eficiencia de la actividad de la empresa

Las actuaciones realizadas en programas anteriores han permitido progresar en la formación de trabajadores en el uso y manejo de las TIC, la cual que se ha mostrado como indispensable para conseguir que las pequeñas y medianas empresas se puedan incorporar con éxito a la Sociedad de la Información y la experiencia adquirida permite mejorar el diseño de los instrumentos de apoyo a la formación, dirigiéndola a una especialización creciente y ello con un doble objetivo: **Mejora de la competitividad empresarial y Mejora de la empleabilidad del trabajador.**

Superada ya la fase inicial la formación en tecnologías TIC, muchas de ellas de nivel cotidiano, procede ahora focalizar la formación en tecnologías TIC de alto valor añadido desde el punto de vista tecnológico.

Estas acciones se encuadran dentro del Programa Operativo Adaptabilidad y Empleo 2007-2013 del Fondo Social Europeo.



El presupuesto para 2011 del MITyC es de **20 millones de euros**, de los cuales 10 millones de euros provienen € de retornos del Fondo Social Europeo.

La convocatoria de ayudas tiene prevista su **publicación para el mes de marzo de 2011 y su resolución en el mes de noviembre de 2011.**

De acuerdo con los resultados de programas anteriores, y conforme a la previsión presupuestaria, **se prevé la formación de 150.000 alumnos en 2011.**

C.2. Profesionales en Contenidos Digitales y Centros de Excelencia. Tiene como objetivo la capacitación tecnológica de los futuros profesionales del sector y del fomento de la colaboración entre la universidad y las empresas del sector, ambos aspectos considerados clave para el desarrollo futuro de la industria de los contenidos digitales, en concordancia con lo recogido en la Agenda Digital Europea.

El Programa contribuirá a alinear la oferta de profesionales formados por las Universidades con las demandas de las empresas del sector con el consiguiente impacto en la creación de empleo.

Por otra parte los Centros de Excelencia (Centros de Producción, Distribución y Publicación) creados al amparo del Programa favorecerán la creación de contenidos en línea innovadores y de calidad, fomentarán la transferencia de los resultados de la investigación y la innovación desde las universidades hacia las empresas, se explotará las sinergias existentes con otras iniciativas de impulso de la innovación y del espíritu emprendedor contribuyendo a la generación de nuevas empresas.

Las actuaciones del Programa Profesionales Digitales se dirigirán a:

- Favorecer la Capacitación Tecnológica de estudiantes y profesionales del sector de los Contenidos Digitales mediante el desarrollo de Programas Formativos de especialización en el ámbito de los Contenidos Digitales.
- Impulsar la Industria de los Contenidos Digitales a través de la investigación aplicada, la transferencia tecnológica entre organismos de investigación y empresas, y la creación de empresas innovadoras de base tecnológica mediante la generación de Polos de Excelencia que potencien el espíritu innovador y sirvan de tractores para la Industria.
- Fomentar la creación de Contenidos Digitales innovadores de calidad mediante la creación de Centros de Producción y Experimentación en Contenidos Digitales que permitan la capacitación y el desarrollo de profesionales en la producción, distribución y publicación de los mismos.
- Favorecer la cultura del sector de los Contenidos Digitales mediante la creación de Puntos de Encuentro entre Universidades, Empresas y la Sociedad en general, con el fin de compartir y divulgar conocimiento, a través del uso de herramientas



tecnológicas que faciliten el intercambio de experiencias, pongan en valor los resultados del Programa y maximicen su impacto.

Las actuaciones del Programa de Centros de Excelencia se dirigirán a:

- Desarrollar acciones de capacitación que fomenten la cultura emprendedora.
- Crear/Reforzar espacios de incubación y mecanismos de financiación de capital semilla.
- Prestar servicios de asesoramiento a emprendedores en su búsqueda de financiación, con especial énfasis en el acceso al capital riesgo, y realizar acciones orientadas a impulsar a los organismos inversores a financiar proyectos empresariales del sector de contenidos digitales.
- Llevar a cabo funciones de animación de la oferta y demanda de financiación de empresas de la industria de contenidos digitales.
- Desarrollar funciones de animación de la transferencia y difusión de la tecnología, de fomento de la cooperación empresarial y la colaboración empresa-universidad emprendedora y de gestión del espacio de incubación.
- Favorecer la creación de spin-offs y empresas de base tecnológica.
- Impulsar que los Centros de Excelencia realicen tareas de vigilancia tecnológica y de información/difusión dirigida a potenciales emprendedores: creación de observatorios, publicación de boletines, etc.
- Crear/Reforzar espacios de demostración de la innovación TIC en contenidos digitales, y su aplicación a los distintos sectores empresariales.
- Reforzar las infraestructuras de primer orden, que atraigan a los diferentes agentes implicados en el proceso innovador.
- Prestar servicios de asesoramiento estratégico en el proceso de innovación, y de apoyo para el desarrollo de proyectos en cooperación que se generen en el Centro de Excelencia, así como otros servicios de soporte a la actividad innovadora.
- Se fomentará la colaboración entre los Centros de Excelencia creados, así como entre otros organismos de apoyo a la innovación y al emprendimiento en contenidos digitales (Centros de experimentación y emprendimiento digital, centros de empresas e innovación, centros tecnológicos, etc), con el fin de compartir y divulgar conocimiento, a través del uso de herramientas tecnológicas que faciliten el intercambio de experiencias, pongan en valor los resultados del Programa y maximicen su impacto.



El presupuesto destinado por MITyC para 2011 asciende a 2,25 millones de euros, de los cuales 1,75 millones de euros proceden de fondos FEDER.

Las Universidades participantes en el programa cofinancian las actuaciones de acuerdo con el siguiente esquema:

- Universidades en zona FEDER: 30% del total de la actuación
- Universidades en zona NO FEDER 50% del total de la actuación

Se estima que la inversión total, contabilizado la aportación de las Universidades superará los 3,7 millones de euros.

El Programa de Centros de Excelencia se instrumenta mediante una convocatoria de ayudas para universidades, que tiene prevista su publicación y resolución durante el primer semestre de 2011, lo que permitirá comenzar su ejecución a lo largo del segundo semestre.


El Programa de Centros de Excelencia prevé inicialmente la creación de 4 Centros de Excelencia. Para su creación será necesaria la firma de convenios de colaboración con los agentes involucrados. Se prevé que durante el primer semestre de 2011 se firmen los acuerdos necesarios para el arranque de 2 Centros de Excelencia durante el segundo semestre

La siguiente tabla recoge el presupuesto que el MITyC dedicará a estas actuaciones en 2011:

Acción	Presupuesto MITyC 2011
C.1 Convocatoria de Ayudas Avanza Formación	20,00 M€
C.2 Profesionales en Contenidos Digitales	2,25 M€

D DIFUSIÓN DE LA INDUSTRIA DE CONTENIDOS DIGITALES

Los contenidos digitales han dado lugar a un nuevo sector de actividad con mucho camino por recorrer. En este punto embrionario de su evolución se hace necesaria una adecuada caracterización del mismo y de las posibilidades que ofrece. Asimismo, es de capital importancia compartir esta información con todos los agentes del sector, con los que desempeñan su actividad en posibles áreas de expansión, con potenciales inversores y con el público en general, cada vez más interesados e involucrados en esta dinámica múltiple.



El Plan aborda la realización de eventos que suponen un importante escaparate internacional, contribuyendo a mostrar el papel fundamental de los contenidos digitales en el desarrollo económico de nuestro país. Asimismo, incluye la realización de informes sectoriales específicos.

Se llevarán a cabo las siguientes actuaciones para dar a conocer la importancia de este sector dentro y fuera de nuestras fronteras:

D.1. FICOD: Foro Internacional de Contenidos Digitales. FICOD tiene como objetivo el desarrollo de la industria española de contenidos digitales, con especial foco en los mercados de lengua española, y constituir un punto de referencia para los profesionales de los diferentes sectores de contenidos digitales : la televisión, el cine, la música, el ocio digital interactivo, la animación, la educación, la producción audiovisual, las publicaciones digitales, las redes sociales, la publicidad interactiva, etc,

El presupuesto del MITyC para el año 2011 se estima un de **0,81 millones de euros**, procediendo de fondos FEDER 0,54 millones de euros.

El presupuesto total del evento alcanzará los 1,5 millones de euros, teniendo en cuenta las aportaciones de los agentes públicos y privados involucrados en una cantidad aproximada de 0,69 millones de euros.


El FICOD 2011 tiene prevista su realización para el mes de **noviembre**.

D.2. Evento TIC Milenio. El Evento TIC Milenio tiene como objetivos el ser un escaparate de vanguardia donde se dará visibilidad al talento de la Red en los países mediterráneos, ser una experiencia única, internacional y un puente para la innovación entre Oriente y Occidente, y, por último, contribuir eficazmente al fomento de las relaciones entre los países de la cuenca. Además, deberá ser una demostración del papel fundamental de las nuevas tecnologías en el desarrollo económico y en la superación de barreras culturales y conflictos internacionales.

La actuación se instrumenta mediante un Convenio de Colaboración entre la SETSI y la Fundación Pública Andaluza El Legado Andaluzí que supone una **aportación de 0,4 millones de euros por parte del MITyC** y de 0,18 millones de euros por parte de la Fundación Pública Andaluza.

El evento Evento TIC Milenio que tiene previsto realizar la Fundación Pública Andaluza El Legado Andaluzí en **octubre de 2011** en la ciudad de Granada tiene un presupuesto total de 1,7 millones de euros.

D.3. Participación en MWC. El Mobile World Congress tiene como objetivo dar a conocer las últimas novedades tecnológicas y la regulación para el sector de telecomunicaciones móviles, difundiendo las posibilidades prácticas de las



innovaciones en este ámbito en beneficio de las empresas, industrias, usuarios y reguladores del sector. La participación de la SETSI en el MWC pretende favorecer que las empresas españolas del sector de las telecomunicaciones estén presentes en este foro.

El presupuesto estimativo del MITyC para el MWC 2011 es de **0,21 millones de euros**.

El Mobile World Congress 2011 se celebra del **14-17 febrero 2011** en Barcelona.

- D.4. Participación en CEBIT.** CeBIT es la feria internacional del sector de las TIC con mayor repercusión en el mundo. Tras la experiencia de haber sido el País Asociado en la edición anterior, se pretende dar continuidad a la buena imagen conseguida por nuestro país y por las empresas españolas, así como continuar con la promoción de la actividad empresarial española del sector TIC en el exterior.

La actuación se articula a través de un Convenio de Colaboración SETSI - ICEX para la realización de actuaciones de promoción de la tecnología española en el campo de las TIC en determinados foros de ámbito internacional.

El presupuesto estimativo del MITyC para el CEBIT 2011 es de **0,5 millones de euros**, con el siguiente esquema de cofinanciación: SETSI: 80,21% e ICEX: 19,79%.

El CeBIT 2011 se celebrará del **1 al 5 de marzo de 2011** en Hannover.

- D.5. Participación en NAB.** La feria “NAB show (National Association of Broadcasters)” es un evento organizado por la Asociación Norteamericana de Radiodifusión. Es una de las más importantes del mundo para la industria de los medios de comunicación. Representa uno de los eventos clave a nivel internacional en todo lo relativo a soluciones en el ámbito de la radio y televisión, producción y postproducción de film/video, producción de audio, multimedia, streaming media, wireless, satélite y telecomunicaciones.

Se pretende apoyar a las empresas españolas en la apertura de nuevos mercados en Estados Unidos, a la vez que potenciar la imagen de España en el sector audiovisual.

La actuación se articula a través de un Convenio de Colaboración SETSI - ICEX para la realización de actuaciones de promoción de la tecnología española en el campo de las TIC en determinados foros de ámbito internacional.

El presupuesto estimativo del MITyC para el NAB 2011 es de **0,4 millones de euros**, con el siguiente esquema de cofinanciación: SETSI: 80,21% e ICEX: 19,79%.

El NAB 2011 se celebrará del **11 al 14 de abril** en Las Vegas.



D.6. Analisis de Oportunidad del Sector de Contenidos Digitales. Se propone la realización de estudios sobre contenidos digitales con los agentes del sector:

- Estudio sobre las oportunidades y retos de la distribución en línea de contenidos digitales en España.
- Estudio de investigación, identificación y análisis de la oferta y la demanda de las empresas españolas productoras de contenidos digitales.
- Estudio sobre las posibilidades de potenciar la internacionalización de la industria española de contenidos digitales.
- Estudio anual de contenidos digitales de Red.es que cada año se presenta en FICOD.

El presupuesto del MITyC en 2011 alcanza los **0,2 millones de euros**.

Los estudios se realizarán a lo largo de todo el ejercicio 2011 y se presentarán en actos específicos y foros de relevancia y visibilidad internacional para la industria española de los contenidos digitales, incluyendo la edición 2011 del Foro Internacional de los Contenidos Digitales, FICOD, que se celebrará en noviembre.

La siguiente tabla recoge el presupuesto que el MITyC dedicará a estas actuaciones en 2011:

Acción	Presupuesto MITyC 2011
D.1 FICOD. Foro de Contenidos Digitales	0,81 M€
D.2 Evento TIC Milenio	0,40 M€
D.3 Participación en MWC	0,21 M€
D.4 Participación en CEBIT	0,50 M€
D.5 Participación en NAB	0,40 M€
D.6. Analisis de Oportunidad del Sector de Contenidos Digitales	0,20 M€



E PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ÁMBITO DIGITAL

Una industria basada en los contenidos debe contar con un marco jurídico adecuado a esta apuesta, que permita una defensa equilibrada del valor y el activo que para la economía y la sociedad española supone la propiedad intelectual.

Nuestro país debe progresar hacia un equilibrio óptimo entre derechos y libertades que garantice un desarrollo armónico de la sociedad de la información y también de las industrias de contenidos. Una adecuada consideración y protección de los derechos de propiedad intelectual junto con la implantación de nuevos modelos de negocio adaptados al entorno tecnológico, contribuirán a que el sector de contenidos digitales desarrolle al máximo su potencial como motor de crecimiento económico y generación de empleo.

Para ello, el Plan recoge las siguientes medidas:

E.1. Medidas de carácter normativo. Su objetivo es combinar medidas de protección y sensibilización, con la promoción decidida de una oferta legal de calidad, variada y a precios razonables.

La Ley de Economía Sostenible (LES) contempla la articulación de un procedimiento administrativo para velar por la salvaguarda de los derechos de propiedad intelectual, siendo sus principales novedades:

- Incluir esta salvaguarda entre los principios por los que cabe restringir la prestación de un servicio de la sociedad de la información.
- Habilitar legalmente a los órganos competentes para recabar la identificación de un prestador de servicios de la sociedad de la información. En este asunto se incluye la intervención del Juez.
- Atribuir a un órgano administrativo (la Comisión de Propiedad Intelectual sección segunda) la competencia para velar por la protección de los derechos de propiedad intelectual frente a su vulneración por los prestadores de servicios de la sociedad de la información que tengan ánimo de lucro, directo o indirecto, o pretenda causar un daño patrimonial.

La Ley de Economía Sostenible (L.E.S) y su disposición final segunda, relativa a la protección de la propiedad intelectual, proporcionan un entorno estable y contribuirán a aumentar la eficacia de las actuaciones de apoyo al desarrollo del sector.



E.2. Campaña de sensibilización del uso de Software Legal. Se lanzará la 3ª Edición de la “Campaña para promocionar el uso del Software Legal”, cuyo objetivo será informar sobre los beneficios de este uso y prevenir sobre los riesgos del software no legal.

Las nuevas actuaciones centrarán sus mensajes en prevenir sobre los efectos del uso de software no legal:

- una integración precaria de las TIC en nuestra sociedad, incidiendo en una menor competitividad de nuestras empresas y, por ende, de nuestra economía,
- Mayores problemas de seguridad en la gestión de la información en las organizaciones,
- un menor desarrollo de la industria nacional del software, un sector con un gran potencial económico y, por tanto, menor creación de oportunidades de empleo cualificado en este sector en nuestro país

En la articulación y difusión de los mensajes se solicitará, al menos, la colaboración de las asociaciones empresariales y entidades relevantes en este campo.

Los principales destinatarios de las acciones serán las empresas usuarias de software, en particular, las PYMES, así como el canal de distribución informático.

Esta 3ª Edición de la “Campaña para promocionar el uso del Software Legal” es el resultado del convenio de colaboración firmado en 2006 entre la SETSI y agentes del sector para la promoción del uso del software legal. Las anteriores campañas, realizadas durante 2007 y 2009, se pusieron en marcha con el impulso de las asociaciones sectoriales y del Centro Nacional de Referencia de Aplicación de las TIC basadas en Fuentes Abiertas (CENATIC).

El presupuesto destinado por el MITYC para 2011 es de 0,35 millones de euros.

El desarrollo de la 3ª Campaña de promoción del uso del software legal se iniciará en el 2º Trimestre de 2011 y finalizará en diciembre de 2011.

La siguiente tabla recoge el presupuesto que el MITYC dedicará a estas actuaciones en 2011:

Acción	Presupuesto MITYC 2011
E.1 Modificaciones normativas.	n.a.
E.2 Campaña de sensibilización del uso de Software Legal.	0,35 M€

F INTERNACIONALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DE CONTENIDOS DIGITALES

La internacionalización de la industria de contenidos digitales debe correr paralela a su propio desarrollo, por un doble motivo: el carácter transnacional de los nuevos modelos de negocio y la oportunidad (y la necesidad) de competir en un escenario global.

Por ello, un factor clave para facilitar el aprovechamiento del potencial de la digitalización, que permita a los proveedores de contenidos llegar a audiencias nuevas y más extensas, es el impulso de la presencia internacional de la industria de nuestro país. Esta actividad contribuirá de forma radical a potenciar un círculo virtuoso de experiencia, productividad y competitividad.

F.1. Internacionalización de la Industria de Contenidos Digitales. Se pondrá en marcha un Programa de acompañamiento para la internacionalización de la industria de contenidos digitales en sus distintos subsectores, con un enfoque gradual que se adapte al distinto nivel de madurez de las empresas beneficiarias y teniendo en cuenta su capacidad y potencial de internacionalización.

Las actuaciones se estructuran en torno a las siguientes líneas de acción:

1) Apoyo a la creación de un **espacio tecnológico español en San Francisco (EEUU)** que facilite el acceso al mercado americano (1º mercado tecnológico mundial), y a todo su network (capital privado, partners de primer nivel, innovación, etc...) con los siguientes objetivos:

- Incrementar el número de empresas españolas de Economía Digital en EE.UU.
- Adquirir conocimiento y conseguir mejora de la competitividad de las empresas españolas mediante el contacto con el ecosistema de Silicon Valley.
- Crear un network entre empresas españolas que les permita establecer alianzas.
- Contar con una red de expertos nativa y asesores de todos los ámbitos.
- Reforzar el vínculo en España con centros especializados de toda la geografía española.

2) Acciones de refuerzo en las áreas de promoción, capacitación y sensibilización

- **Promoción y Capacitación:** El objetivo es dar a conocer a las pymes españolas de base tecnológica los entornos que crean tendencia en el mundo y las empresas líderes a nivel global, facilitándoles el contacto con el networking necesario para su crecimiento y expansión internacional.

Se realizarán misiones comerciales exploratorias en países prioritarios para el esfuerzo de internacionalización de las empresas (se prevén misiones a EEUU,



Brasil y China), con sus correspondientes jornadas de capacitación previa. Para las empresas con mayor nivel de madurez, las misiones se orientarán al establecimiento en los países objetivo

- **Sensibilización:** se organizarán seminarios y jornadas sobre los temas que más inciden en la Economía Digital (E-commerce, marketing digital, modelos de negocio, financiación, ...)

Se favorecerá asimismo la realización de misiones inversas, para atraer a empresas e inversores internacionales a España, derivando en un mayor número de proyectos en colaboración y de un mayor volumen de inversión privada extranjera movilizadas hacia la industria de contenidos digitales.

ICEX y Red.es trabajarán conjuntamente en reforzar la dimensión internacional de FICOD, atrayendo empresas extranjeras al foro e impulsando su promoción y visibilidad exterior. Adicionalmente, se prevé el desarrollo de Acciones puente, de carácter internacional, entre ediciones de FICOD: foros temáticos presenciales y en web, así como labores de seguimiento y apoyo a la consecución de resultados para las empresas.

Por último, en el ámbito específico del e-commerce, colaborarán en el impulso de la incorporación de las empresas al comercio electrónico; en particular, en el ámbito de la internacionalización. A través de la realización de seminarios, asesoramiento, participación en eventos, etc, se logrará que las empresas aprovechen su incorporación al e-commerce para iniciar su venta en el exterior.

El presupuesto total del MityC para el año 2011 alcanza los 0,95 millones de euros de acuerdo con la siguiente distribución:

- Red.es cuya aportación se estima en 475.000 €.
- ICEX cuya aportación se estima en 475.000 €

Así mismo para la actuación de puesta en marcha de la plataforma tecnológica en San Francisco (línea 1 de actuación) se contará con la colaboración de agentes privados sin ánimo de lucro cuya aportación se estima en 250.000 €.

Se prevé la participación de más de 500 empresas del sector de los contenidos digitales en este programa entre 2011 y 2015.

La siguiente tabla recoge el presupuesto que el MITYC dedicará a estas actuaciones en 2011:

Acción	Presupuesto MITYC 2011
F.1 Internacionalización de la Industria de los Contenidos Digitales	0,95 M€

6. PRESUPUESTO DEL PLAN DE IMPULSO EN 2011

Áreas y actuaciones		Presupuesto MITyC 2011 (millones de euros)
A	Crecimiento del sector existente "Hacia el mercado global"	
A.1	Convocatoria Contenidos Digitales: <ul style="list-style-type: none"> Fomento de mejoras tecnológicas y organizativas en la cadena de valor de los contenidos digitales. Potenciar el desarrollo tecnológico en sectores en crecimiento en el ámbito de los contenidos digitales. Fomento de nuevos modelos de negocio de la industria de contenidos digitales. 	165,00
A.2	Plataforma contenidos educativos (AGREGA)	0,80
B	Impulso de la creación de nuevas empresas y negocios	
B.1	Programa emprendedores en red (Contenidos Digitales)	14,00
C	Formación y capacitación en contenidos digitales	
C.1	Convocatoria de ayudas Avanza Formación	20,00
C.2	Profesionales en contenidos digitales	2,25
D	Difusión de la industria de contenidos digitales	
D1-D5	FICOD, Evento TIC Milenio, Participación en MWC, CEBIT Y NAB	2,32
D.6	Análisis de oportunidades del sector de Contenidos Digitales	0,20
E	Protección de la propiedad intelectual y centros de excelencia	
E.1	Modificaciones normativas	n.a.
E.2	Campaña de sensibilización del uso de Software Legal	0,35
F	Internacionalización de la industria de contenidos digitales	
F.1	Internacionalización de la industria española de contenidos digitales	0,95
TOTAL PRESUPUESTO MITYC 2011		205,87

El Plan va a suponer un importante esfuerzo por parte del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, que en 2011 dedicará un total de 205,87 M€ (144 M€ de presupuesto financiero y 61,87 M€ de presupuesto no financiero), a los que se sumarán las aportaciones realizadas por otras Administraciones Públicas, las empresas y las entidades sin fines lucrativos que colaboran en la ejecución de las actuaciones. Se estima que el Plan movilizará más de 400 M€ durante el año 2011.



7. PLANIFICACIÓN DE ACTUACIONES EN 2011

Áreas y Actuaciones		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
A	Crecimiento del sector existente "Hacia el mercado global"												
A.1	Convocatoria Contenidos Digitales <ul style="list-style-type: none"> Fomento de mejoras tecnológicas y organizativas en la cadena de valor de los contenidos digitales. Potenciar el desarrollo tecnológico en sectores en crecimiento en el ámbito de los contenidos digitales. Fomento de nuevos modelos de negocio de la industria de contenidos digitales. 												
A.2	Plataforma contenidos educativos (AGREGA)												
B	Nuevos negocios												
B.1	Programa emprendedores en red (Contenidos Digitales)												
C	Formación y capacitación en contenidos digitales												
C.1	Convocatoria de ayudas Avanza Formación												
C.2	Profesionales en contenidos digitales y centros de excelencia												
D	Difusión												
D.1-D.5	FICOD, Evento TIC Milenio, Participación en MWC, CEBITY NAB												
D.6	Análisis de oportunidades del sector de Contenidos Digitales												
E	Propiedad Intelectual												
E.1	Modificaciones normativas												
E.2	Campaña de sensibilización del uso de Software Legal												
F	Internacionalización												
F.1	Internacionalización de la industria española de contenidos digitales												

