

**SERÁS
EL PRIMERO
EN CONOCER
LO ÚLTIMO**

DOSSIER PRENSA



**FORO
INTERNACIONAL
DE CONTENIDOS
DIGITALES**

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)

Una manera de hacer Europa

ÍNDICE

1. FICOD 2009, UN FORO CON LO ÚLTIMO

2. LA GRAN CITA DIGITAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

- La gran cita
- Programa Técnico
- Propiedad intelectual
- Eventos especiales en FICOD
- Infraestructura

3. AUJE DEL NETWORKING

4. FICOD EN CIFRAS

5. EL MERCADO DIGITAL NACIONAL, LOS SECTORES PUNTEROS

- Audiovisual
- Radio
- Cine/Vídeo
- Música
- Internet
- Publicaciones digitales
- Videojuegos
- Publicidad

6. EL FUTURO INMEDIATO DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

- Lo audiovisual, el bastión digital
- Internet: redes sociales y blogs
- Periodismo con D de digital
- Música y radio, las asignaturas pendientes
- Una publicidad más interactiva

7. PROGRAMA TÉCNICO FICOD 2009

8. BIBLIOGRAFÍA

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)

Una manera de hacer Europa

1. FICOD 2009, UN FORO CON LO ÚLTIMO

Durante tres jornadas completas -los días 17, 18 y 19 de noviembre- tendrá lugar el FICOD 2009 (Foro Internacional de Contenidos Digitales) en el Palacio Municipal de Congresos, en el Campo de las Naciones de Madrid. El foro celebra su tercera edición internacional, a la que acudirán los más destacados profesionales de la industria hispanoamericana de los contenidos digitales. El FICOD está promovido por la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en el marco del Plan Avanza.

Casi 10.000 participantes nacionales e internacionales –y cerca de 200 periodistas y blogueros- dispondrán, durante esos tres días, de un foro de intercambio de ideas, presentación de proyectos, y punto de encuentro y de negocios que aglutina todos los sectores: televisión, música, video, publicidad, cine, animación, publicidad y publicaciones online y la formación digital. Se trata de un foro esencial e ineludible para la industria de contenidos digitales en lengua española, que este año cuenta con Estados Unidos como país invitado.

SOBRE FONDOS FEDER

Este proyecto se lleva a cabo gracias a la cofinanciación de la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), lo que permite contribuir a mejorar la cohesión social de las regiones españolas mediante la corrección de los principales desequilibrios regionales. En este sentido, las actuaciones llevadas a cabo por red.es se centran en fomentar el desarrollo del entorno productivo, el desarrollo tecnológico y de la sociedad de la información. Red.es es Organismo Intermedio en los Programas Operativos: Programa Operativo Economía Basada en el Conocimiento (POEC), Fondo Tecnológico, y distintos Programas Operativos Regionales.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocina:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Una manera de hacer Europa

2. LA GRAN CITA DIGITAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

LA GRAN CITA

- **Fechas:** Días 17, 18 y 19 de noviembre de 2009
- **Lugar:** Palacio Municipal de Congresos
Avda. de la Capital de España s/n
Parque Ferial
Campo de las Naciones. Madrid
- **Horario:** 10 horas a 20 horas
- **Inscripciones:** en www.ficod.es
- Sala de Prensa, sets de TV y de radio disponibles.

UN GRAN PROGRAMA TÉCNICO

El foro permite disfrutar de un programa técnico amplio y variado con hasta 135 sesiones de máximo nivel divididas en: 9 sesiones plenarias, 24 mesas redondas y 102 talleres, y una gran zona de exposición, con 20 stands, que darán a conocer las principales novedades, productos y tendencias de mercado de la industria digital.

FICOD 2009 ha confeccionado un programa técnico ambicioso que abarca todos los sectores y las tendencias de la industria digital internacional. Temas como la propiedad intelectual, las redes sociales, el juego en red, la publicidad online, el O-gov, la sanidad 2.0, el comercio electrónico, la animación, videojuegos y la música en red, se debatirán en las salas del Palacio Municipal de Congresos de Madrid durante las tres jornadas de duración de este foro internacional. En esta edición, se ha puesto especial interés en potenciar una gran plataforma de Networking, la nueva herramienta de negocios.

PONENTES ESTELARES

El III Foro Internacional de Contenidos Digitales (FICOD) abre el día 17 de noviembre con un ponente de lujo, el actor estadounidense **Kevin Spacey**. La estrella de Hollywood protagoniza la primera sesión plenaria del programa técnico del foro, con el fin de presentar su próximo proyecto como productor ejecutivo. La cinta titulada *The Social Network*, que se adentra en el fenómeno mundial de las redes sociales, se estrenará en Estados Unidos en 2010. El filme está basado en la novela del año 2009 *The accidental billionaires*, escrita por Ben Mezrich.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocina:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Una manera de hacer Europa

El actor de New Jersey, ganador de dos premios Óscar por *American Beauty* y *Sospechosos habituales*, demuestra así –con su proyecto y su asistencia a FICOD09– un generalizado y creciente interés en todo el mundo por las nuevas herramientas de la industria digital. Spacey cuenta en este biopic la historia de los dos creadores de la red social por antonomasia, Facebook, los estudiantes americanos de la Universidad de Harvard Mark Zuckerberg y Eduardo Saverin, y de un tercero, Sean Parker, fundador de Napster, que en 2004 se unió a la presidencia de la red social. La película, dirigida por David Fincher y con guión de Aaron Sorkin, se encuentra en plena fase de preproducción y se rodará este otoño en Estados Unidos, entre Boston y Los Ángeles.

Además, de Spacey hasta 14 ponentes estelares protagonizarán las 9 sesiones plenarias, entre las que figuran nombres ya confirmados, como son **Paul Brown**, vicepresidente de Spotify, **James Boyle**, profesor de derecho de la Universidad de Duke y fundador del Centro para el Estudio del Dominio Público, que acude a FICOD para hablar de la agorafobia cultural; **Christian Lindholm**, socio director de Fjord, y conocido en Finlandia como “el padrino de los usuarios de teléfonos móviles”, y **Bernardo Hernández**, director mundial de marketing de producto de Google, que recibió el premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades en 2008 junto al equipo del famoso buscador online. La lista la completan otros ponentes como **Stewart Butterfield**, nombrado por la revista Time como una de las 100 personas más influyentes del mundo, es el co-fundador de Flickr, el sitio web más popular para compartir fotografías, o el conocido como el padre de la industria de los videojuegos, **Nolan Bushnell** es el fundador de Atari y un apasionado en tratar de mejorar y reforzar el proceso educativo a través de la tecnología, la innovación y la creatividad. Por último FICOD 2009 cuenta con **Jordi Ribas**, director general del Centro Tecnológico de Búsquedas en Europa, Microsoft.

PROPIEDAD INTELECTUAL

Como ya viene siendo tradicional en el contexto del FICOD, el Ministerio ha previsto la celebración, durante la jornada del 18 de noviembre en la segunda planta del mismo Palacio de Congresos, de una serie de conferencias y mesas redondas especiales que reunirán a los grandes expertos en propiedad intelectual, y en la que se van a abordar los retos que se plantean hoy en día en el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual. Y es que el Plan Avanza2 para el desarrollo de la Sociedad de la Información en España tiene como uno de sus objetivos, la creación de un entorno favorable tanto para el desarrollo de contenidos digitales como para el ejercicio efectivo de los derechos de propiedad intelectual en el nuevo entorno digital.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)
Una manera de hacer Europa

EVENTOS ESPECIALES EN FICOD

Martes, 17 de noviembre: Acto de Inauguración y Premios FICOD 2009.

Miércoles, 18 de noviembre: Gala de entrega de Premios dominios.es.

Jueves, 19 de noviembre: Gala de entrega de Premios INVI RTVE.

INFRAESTRUCTURA

El FICOD ocupará cuatro plantas del Palacio de Congresos del Parque Ferial Juan Carlos I en el Campo de las Naciones de Madrid. En la planta baja, se situará la zona de acreditaciones, además de seis espacios dedicados al programa de talleres y el gran auditorio que acoge las nueve sesiones plenarias. En la primera y segunda planta están ubicadas las salas de mesas redondas y en la tercera, se ha diseñado un espacio polivalente con zona de Networking, cibercafé y una gran área de exposición de la industria. Por supuesto conexión a Internet y WIFI continuo estará siempre disponible en este foro.

3. AUGÉ DEL NETWORKING

En esta edición 2009 la gran apuesta funcional y de comunicación del FICOD es el desarrollo del Networking, una herramienta que permite fomentar el conocimiento de la existencia de otros contactos en ese mismo sector. Es una filosofía que se basa en el establecimiento de una red de contactos profesionales que nos permite darnos a conocer a nosotros y a nuestro negocio, escuchar y aprender de los demás, encontrar posibles colaboradores, socios o inversores. Se trata de intercambiar información y contactos, y de establecer relaciones con personas que compartan intereses profesionales comunes. Hacemos Networking para avanzar en nuestra carrera, para expandir nuestro negocio, para aumentar nuestra visibilidad y para mejorar nuestra red de contactos.

El Networking, una invención made in USA, se puede practicar de dos maneras fundamentales: la forma online a través de las aplicaciones web de redes sociales profesionales más conocidas, como son LinkedIn o Xing. Entrar a formar parte de estas redes sociales profesionales web implica el acceder a practicar networking con millones de usuarios que están registrados en esas redes. Y en el offline, por el contrario, se inicia la práctica del Networking a través de eventos creados con tal fin. En ellos se produce un primer contacto, un intercambio de tarjetas de visita, un saludo, una presentación, etc, que nos llevaría a una segunda comunicación. Otro sistema es gracias a una tercera persona: un contacto te llama para presentarte a un conocido, pensando en que puede ser útil para un acuerdo o negocio.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Una manera de hacer Europa

ZONA DE NEGOCIOS

Para fomentar el Networking online durante la celebración del foro, el portal www.ficod.es cuenta con una innovadora herramienta online, la Zona de Negocios, que actuará como plataforma que permitirá al congresista ya registrado poder citarse con otros congresistas ya registrados, donde quiera o en un espacio físico dentro del recinto llamado "Espacio de negocios" -diez mesas con ocho puestos- de libre acceso y estancia ilimitada, y situado en la cuarta planta del Palacio Municipal de Congresos, la llamada sala polivalente. El Café Virtual se convierte, así, en la herramienta relacional –de Networking- más importante de esta cita.

A diferencia de otros eventos, los congresos de Networking se basan en el contacto entre sus participantes, en crear una red (de ahí su nombre). Son eventos donde los profesionales pueden conocer a otros profesionales, intercambiar ideas, obtener información de otras vías de negocio, e incluso llegar a colaboraciones futuras. Las ventajas para los empresarios que asisten a eventos de Networking son, por tanto, directas, en forma de toma de contacto con empresas con las que puede colaborar de forma inmediata. Desde una primera toma de contacto, hasta conocer en mayor profundidad la labor de otro profesional con el que quiera colaborar, son algunas de las interacciones que se pueden obtener en una jornada de este tipo. Hay que tener en cuenta, además, que las redes sociales son tejidos compuestos por contactos. Puede darse el caso de que a un evento de Networking no asista el empresario específico con quien te interesaría llegar a negocio o colaboración final. Pero sí puedes conocer a alguien que te que te abra las puertas.

4. FICOD EN CIFRAS

FICOD 2009

Sesiones Plenarias	9
Mesas Redondas	24
Talleres Presenciales	102
Total Sesiones Presenciales	135

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)

Una manera de hacer Europa

FICOD 2008

Sesiones Plenarias	7
Mesas Redondas	22
Talleres Presenciales	48
Total Sesiones Presenciales	77
Total Ponentes	200
Ponentes Internacionales	24
Talleres Virtuales	40

FICOD 2007

Sesiones Plenarias	3
Mesas Redondas	19
Talleres Presenciales	9
Total Sesiones Presenciales	31
Total Ponentes	127
Ponentes Internacionales	10
Talleres Virtuales	N/A

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)
Una manera de hacer Europa

5. EL MERCADO DIGITAL NACIONAL, SECTORES PUNTEROS

El mercado de contenidos y servicios digitales avanza muy rápido en España, principalmente, por tratarse de un sector de máximo interés para la población en general. Así, el sector de los contenidos digitales en España facturó en 2008 4.982 millones de euros, un 15,8% más que en 2007, siendo el crecimiento en el periodo 2003 – 2008 de un 82%. Esta constituido por empresas de servicios audiovisuales digitales, música, el cine y video digital, software de ocio interactivo, portales y publicaciones digitales. Los Contenidos Digitales, se incluyen en el Sector Global de los Contenidos, que facturó en 2008 un total de 15.858 millones de euros. La importancia del sector de los contenidos digitales se refleja en la proporción que este sector va teniendo dentro del de los contenidos, en 2003 la facturación de los Contenidos Digitales suponían el 20% del total del Sector de los Contenidos, mientras que 2008 ya alcanza el 31%, incrementándose en este periodo 11 puntos porcentuales.

En España, casi dos tercios de la población consume contenidos digitales (68% en el caso de los hombres y 61% en mujeres), siendo el hogar (88%) el lugar preferido para el consumo, y la música el contenido más consumido (78% de consumidores). El castellano se sitúa como el segundo idioma por volumen de contenido en las webs colaborativas (wikis), entre las cuales destaca Wikipedia, que ocupa el octavo puesto en el ranking de las webs más visitadas. Se ha intensificado el uso de los blogs, que en nuestro país son utilizados tanto por personas como por empresas. Concretamente, el 77,8% de los internautas afirma haber leído en alguna ocasión un blog, y un 5% de las empresas tienen uno propio. Además, las redes sociales son utilizadas por el 20% de los internautas, y más de un 40% conocen esta nueva forma de relacionarse personal y profesionalmente. Para la Sociedad en Red en la que vivimos actualmente, la publicidad sigue siendo el principal sustento del modelo de negocio.

Por lo que respecta a la repercusión de los Contenidos Digitales españoles fuera de nuestro país, las exportaciones han registrado un crecimiento de un 3% respecto a 2007, cerrando el año con una cifra de 282 millones de euros. El principal mercado responsable de esta tendencia es el de contenidos para móviles, cuyos resultados aportan el 50% del valor de este agregado. En cambio, las importaciones en el año 2008 se moderaron, llegando a caer un 3%. El sector audiovisual es el que obtuvo una mayor representación dentro de este agregado, con un 55% del mercado.

AUDIOVISUAL

El sector audiovisual es el que tiene un mayor peso dentro del mercado de los Contenidos Digitales, con una facturación de 6.956 millones de euros, lo que representa cerca del 70% del mercado global.

El soporte estrella audiovisual sigue siendo la televisión, que en versión por satélite y cable ha mantenido sus ingresos estables. En cambio, la TV en abierto ha visto drásticamente reducida su facturación, debido al recorte de los ingresos publicitarios que se han ido produciendo a lo largo del año. En el año 2007 el mercado de la televisión alcanzó los 5.323 millones de euros, que se repartieron el 38% en las televisiones de pago y el 62% en la televisión en abierto.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:

Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)
Una manera de hacer Europa

Las perspectivas a futuro hablan de un crecimiento aproximado de un 11% para el periodo entre 2002 y 2011, lo que situaría la cifra de negocio para ese año en más de 8.000 millones de euros. Este crecimiento futuro vendría marcado principalmente por el despegue definitivo de la televisión por ADSL y por la televisión por móvil.

RADIO

La industria de la radio en España se sigue fundamentando en un modelo de negocio basado en la publicidad como única fuente de ingresos. Es en este sector donde empiezan a aparecer nuevas formas de difusión de contenidos de radio a través de Internet, mediante emisión inmediata en tiempo real o mediante oferta de contenidos en diferido para la descarga por parte del usuario.

Además, la evolución hacia un modelo de radio digital presenta muchas ventajas:

- Mejor calidad de sonido.
- Posibilidad de frecuencias de ámbito nacional.
- Menores costes de despliegue de red y de emisión.
- Posibilidad de transmisión de datos conjuntamente con el contenido audio.
- Mayor eficacia en el uso del espectro radioeléctrico.

La radio digital en España empezó su andadura en el año 2000, sin embargo, a día de hoy, apenas ha despegado en nuestro país, ya que la audiencia es muy reducida y la mayoría de los oyentes son fieles al aparato radiofónico.

CINE/VÍDEO

La era digital en la que vivimos hace que en el sector del cine estén surgiendo nuevas oportunidades de negocio basadas en Internet como canal de venta y alquiler online de películas. Y la incorporación de las nuevas tecnologías a las salas de cine y la exploración de nuevos modelos de negocio, se presentan como los retos principales del sector en España en los próximos años. Una industria que ha registrado un ligero retroceso en sus ingresos del 8%, dejando su facturación en 833 millones de euros.

MÚSICA

El sector de la música atraviesa un proceso de transformación que le ha llevado a pasar de unos ingresos de 457 millones de euros en 2003 a 284 millones en 2007, debido principalmente al descenso en las ventas de copias físicas. La tendencia actual marca un aumento de las descargas de música por Internet, quedándose el CD relegado a un segundo plano. En España, la música nacional desempeña un papel importante ya que sus ventas son similares a las de los artistas extranjeros, y además, representa aproximadamente el 70% de los hits en nuestro país.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)

Una manera de hacer Europa

La dificultad de adaptación a las nuevas oportunidades de comercialización aportadas por la digitalización de sus formatos y por la irrupción de Internet como nuevo canal para su distribución, han contribuido a que la música viera disminuir en 2008 su volumen de actividad, con una facturación de 254 millones de euros, un 11% menos que el año precedente.

INTERNET

Internet ha sido la rama de los Contenidos Digitales que más ha crecido en el último año, un 27%, llegando a los 610 millones de euros. Es el único soporte publicitario que mejoró sus ingresos respecto al año anterior. Internet es la herramienta que más utilizan los jóvenes de hoy en día. En este sentido, son los jóvenes de entre 18 y 34 años los que visualizan más vídeos en Internet. El dominio por excelencia es el portal YouTube, con más de 80 millones de usuarios, visualizando 4.100 millones de vídeos al mes.

En el caso de España, el consumo de vídeos por Internet es superior al de otros países europeos, según un estudio de Microsoft Advertising. El 87% de los internautas españoles ven vídeos en el ordenador, lo que sitúa a nuestro país por encima de Reino Unido, Italia, Alemania y Francia. Por el contrario, cuando el dispositivo que se utiliza para visionar los vídeos es el teléfono móvil, España con un 16% de los internautas, presenta aún un consumo reducido en comparación con otros países europeos.

PUBLICACIONES DIGITALES

El sector online que más llama la atención por su elevado ritmo de crecimiento en el último año es la prensa online. Este aumento tan positivo se explica por la subida que ha experimentado a su vez la audiencia de estos medios en los últimos años. También han crecido los usuarios únicos de los periódicos digitales, que pasaron de 690.443 en 2005 a más de 1 millón en 2006, lo que supuso un crecimiento del 51%.

Además, el negocio del libro electrónico, que aunque se está en fase de despegue, ya se pronostica un crecimiento de 2007 al 2011 del 179%. El mercado que sigue su curso positivamente es el de las revistas online. Las publicaciones Elle o Telve superaron en septiembre de 2008 los 500.000 usuarios en la versión online, pero el medio estrella -en este sentido- es la revista Hola, que con casi 2 millones de usuarios lidera este mercado online. Reflejo de esta evolución a futuro del sector de las revistas online son nuevas iniciativas como los quioscos online (el más famoso de los cuales es Zinio), que permiten la descarga de revistas digitalizadas para ser leídas en un PC.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)

Una manera de hacer Europa

VIDEOJUEGOS

El sector más demandado por los más pequeños y jóvenes de la casa creció un 3% en el 2008. España cuenta con más de 10 millones de usuarios de esta tipología de contenidos, lo que le convierte en el cuarto mercado europeo, con un considerable parque de dispositivos destinados a este fin. Así el 60% de los hogares españoles dispone de un ordenador personal y el 29% de videoconsola, con unas ventas de 3,2 millones de dispositivos en el año 2008 entre videoconsolas de sobremesa y portátiles. Las estimaciones de ventas de los videojuegos no pueden ser mejores. El crecimiento del sector en el periodo 2002 al 2007 alcanzó valores medios superiores al 11%, y se espera que dicho incremento se sitúe para el periodo 2006 a 2012 en un 13%. La mayor subida de este sector se produjo en el año 2007 cuando la facturación por hardware experimentó un crecimiento espectacular duplicando su cifra de negocio respecto a 2006. Esto se debió al lanzamiento comercial de nuevas consolas de última generación y a la obsolescencia y al ciclo de renovación del parque de consolas.

La industria digital española tiene pendiente a este sector de los videojuegos, ya que se encuentra dominado por la distribución de productos internacionales (en torno al 93%), con algunos pequeños estudios nacionales que producen algo más del 5% del mercado nacional, especializado en el sector de juegos para móviles. El mercado internacional presenta rasgos oligopólicos, en tanto que los tres principales fabricantes de videoconsolas (Sony, Microsoft y Nintendo) controlan la adjudicación de licencias para la producción de juegos para sus plataformas. Esta dinámica del sector, impone el famoso modelo blockbuster (superventas). Pero también existe una línea de negocio distinta, los videojuegos casuales, que son juegos más sencillos entre los que se encuentran los juegos para móviles o incluso para PC.

PUBLICIDAD

La publicidad en Internet y otros medios interactivos se presenta como el mayor motor de crecimiento de este mercado en Europa, mientras que la publicidad en la televisión ha ido perdiendo poco a poco su eficacia publicitaria.

Según datos del Estudio General de Medios (EGM) de 2008, la población va progresivamente reduciendo el tiempo de ocio dedicado a medios tradicionales como la televisión (del 61% al 57% del tiempo de ocio entre 2003 y 2007) a favor de Internet (del 4% al 9% en el mismo periodo). Para el mercado publicitario, Internet se configura como un medio económico y con buenas perspectivas en cuanto a su uso.

La evolución experimentada en los últimos años por las industrias de contenidos digitales a nivel mundial ha sido positiva, al igual que en España. Este aumento 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 en la mayoría de los sectores. La innovación, el desarrollo de nuevos proyectos y la inversión en tecnologías son las bases que marcan el bienestar de esta industria. Y de la nueva sociedad de la información de habla hispana, que viene empujando fuerte.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)

Una manera de hacer Europa

6. EL FUTURO INMEDIATO DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

LO AUDIOVISUAL, EL BASTIÓN DIGITAL

Son tres los sectores más punteros de la industria de contenidos digitales que prometen grandes avances en los próximos tiempos y todos muy relacionados entre sí: el audiovisual, el cine y el video. Es, por tanto, el sector audiovisual en general el que más ha cambiado –y el más beneficiado– con la entrada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en España.

Una de las grandes novedades audiovisuales es el llamado videoclub online: alquiler y la venta películas, una salida online para el cine, que pretende recuperar la asistencia a las salas del gran público. Un ejemplo de este tipo de negocio es la tienda de descargas iTunes de Apple, en la que según datos de la compañía, hasta el año 2007 se habían vendido online más de 125 millones de programas de televisión y 7 millones de películas. Este sector promete, si bien el nuevo modelo requiere de un periodo de adaptación en España, y para ello además, sería necesaria una estructural empresarial sólida.

También esta industria se ha visto beneficiada por aparición de nuevas formas de distribución gracias a Internet, con vídeos temáticos y series de televisión a través de portales específicos. Pero, la cuestión que más auge ha tenido los últimos años en Internet es el desarrollo de contenidos personales: colgar vídeos caseros en portales como YouTube. Son los llamados repositorios de video, una expresión que formará parte –en breve– de nuestro vocabulario digital en español. Y aquí es donde aparece otro reto pendiente: la exportación del producto audiovisual al resto del mundo. De nuevo, la necesidad de inversión.

Los videojuegos, por su parte, es uno de los sectores más potentes. Las estrellas son los juegos online y los juegos para móviles. Y la gran novedad en este campo es la convergencia entre los videojuegos y el cine, una joint venture como por ejemplo Piratas del Caribe y Star Wars. El futuro de este mercado de los videojuegos, con un público fundamentalmente muy joven, pasa por el desarrollo de videojuegos casuales y los basados en las plataformas online; además del aumento de actualizaciones de videojuegos, en vez del lanzamiento de uno nuevo con el consiguiente ahorro que esto supone para la industria.

Para que el mercado de los videojuegos siga creciendo cada año, la industria se marca unos retos, entre los que se incluyen la captación y formación de capital humano altamente especializado para hacer frente a la industria internacional. Además, es importante el desarrollo de la industria local para aprovechar el crecimiento de los juegos online y para móviles. Pero no sólo es fundamental la industria local, también hay que centrarse en la atracción de empresas extranjeras para que éstas sirvan de motor para la creación de un tejido industrial en nuestro país.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)

Una manera de hacer Europa

INTERNET: BLOGS Y REDES SOCIALES

Los grandes protagonistas en Internet son los blogs y las redes sociales. Las redes son el exponente más destacado de la Web 2.0, cuya filosofía es intercambio del conocimiento. Ejemplos como Facebook, Tuenti o MySpace, forman parte de este amplio y novedoso mundo de las redes sociales de carácter personal, y LinkedIn y Xing, son las más destacadas en el ámbito profesional. A estas, se unirán las llamadas redes verticales, más especializadas en alguna actividad de negocio. La gran baza publicitaria de estas redes, gracias a la gran cantidad de información personal que distribuyen, se traduce en una publicidad personalizada o en nuevos vías de hacer business, como los servicios de pago a disposición de los usuarios. Son estas redes, perfectas para la promoción de productos y empresas al tratarse de canales altamente personalizados. Quedan cuestiones pendientes como el respeto a la intimidad, a la privacidad y la protección de los datos personales de los usuarios –sobre todo, de los menores- y la seguridad informática. La creación de programas o la oferta de protección informática, son dos de las soluciones.

Otros espacios de comunicación personal online son los blogs. Son espacios en Internet donde los autores publican sus artículos u opiniones particulares –post o entradas- en orden cronológico y sus enlaces favoritos (blogroll). Todo el mundo puede tener uno. Pero no sólo particulares. Un 5% de las grandes y medianas empresas españolas ya se han apuntado a la moda de los blogs. Hay blogs personales, profesionales, corporativos, de audio, de fotos, de imágenes de móviles y de videos. Los usan políticos, medios de comunicación, la Administración Pública y destacan los temáticos de viajes, deportes etc. Esta nueva herramienta de Internet que se perfila como la de más futuro –junto con las redes sociales- abre una nueva puerta a negocios como la creación de empresas para el alojamiento y gestión de los blogs, la consultoría o las empresas que recogen información de interés para las empresas clientes.

PERIODISMO CON D DE DIGITAL

Tanto en Europa como en Estados Unidos, la práctica totalidad de los medios impresos cuenta con una versión online. Sin embargo, sólo una parte de los contenidos incluidos en las ediciones online son contenidos creados de manera específica para Internet. Por otra parte, han aumentado los medios que cuentan exclusivamente con una versión online. El objetivo de estos periódicos es buscar la interactividad con el lector, mediante foros, blogs, etc. El mercado de las publicaciones digitales tiene que hacer frente a un gran desafío de cara al futuro: fomentar el contenido digital en los periódicos. En cambio, si se refiere a los libros de consulta y fondos públicos, la tendencia más destacada es la digitalización masiva de fondos editoriales públicos. Por lo tanto, en lo referente a las publicaciones, la tendencia pasa por lograr más y mejores contenidos específicamente creados con fines online. El futuro de las publicaciones se escribe con D de Digital.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Una manera de hacer Europa

MUSICA Y RADIO

Se puede decir que, de momento, la industria de la música y la radio no han encontrado su sitio correcto dentro de la sociedad digital. El éxito digital de la música pasa por la pérdida de relevancia de los soportes físicos como el CD y por el aumento, al mismo tiempo, las descargas de música por Internet, sobre todo a través de Amazon o iTunes. Además, los llamados politonos para móviles presentan buenas cifras, con una expectativa de crecimiento anual del 33,6% en los próximos años. Un importante desafío es el aumento de las exportaciones de música española. En el extranjero se escucha mucha música española, pero hay que incentivar que los artistas españoles trabajen con discográficas internacionales. También es clave la digitalización de catálogos musicales y seguir investigando nuevos modelos de negocio.

En cuanto a la radio, este sector tiene un gran futuro. Ya ha llegado el momento de observar la evolución hacia la radio digital, que conlleva, entre otras acciones, la distribución analógica de la

señal radiofónica y la distribución digital de la misma; en un proceso muy parecido a la transición de la televisión a la TDT.

UNA PUBLICIDAD MÁS INTERACTIVA

La clave más importante del sector publicitario en Internet —el que más rápido avanza entre los servicios digitales con un 6% del total de publicidad en España en 2007 - es una clara tendencia del aumento de la inversión publicitaria en buscadores y enlaces patrocinados, en detrimento de los banners o el e-mail. Tendencia avalada por el hecho de que Internet represente el 9% del tiempo de ocio de los españoles lo que evidencia su potencial como medio publicitario frente a los tradicionales.

Dentro de este mercado, se puede especificar una serie de nuevos modelos de negocio entre los que cabe destacar la financiación de nuevos formatos audiovisuales, la publicidad contextual y en los motores de búsqueda, las promociones personalizadas que se realizan a través de comunidades virtuales, y la publicidad interactiva. El futuro de la publicidad parece estar en la interacción con el público objetivo, un acercamiento al consumidor potencial, basado en una relación bidireccional entre el anunciante y el consumidor. La publicidad interactiva. El reto de la nueva publicidad online sigue siendo lograr aumentar la confianza de los anunciantes en estos soportes, y conseguir un buen sistema de medición de audiencias acorde con estas nuevas tecnologías.

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)
Una manera de hacer Europa

7. PROGRAMA TÉCNICO FICOD 2009

(Ver Anexo 1)

8. BIBLIOGRAFÍA

- “Informe Sociedad en Red 2008” de red.es y ONTSI
- “Libro Blanco de los Contenidos Digitales en España, 2008” de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- “Los Contenidos Digitales en España, 2008” de la Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España (AETIC)
- “Plan Avanza2” del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

Para más información:

Gabinete de Prensa de FICOD2009

Bárbara Martínez/Silvia Peñalver/María del Mar Valls

Tel.: 91 442 60 26/616042548/609096244

prensa@ficod.es

Información sobre FICOD 2009 e inscripciones de prensa:

www.ficod.es

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)

Una manera de hacer Europa

MEDIOS COLABORADORES



www.ficod.es

Organiza:



plan **avanza2**

Con la colaboración especial de



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)
Una manera de hacer Europa

ANEXO 1

Organiza:



PlanE
Plan Especial para el Estímulo de
la Economía y el Empleo

Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)

Una manera de hacer Europa

Hora	Sala 1	Sala 2	Sala 3
8:00 - 10:00	Acreditaciones		
10:00 - 11:00	Auditorio: Inauguración Oficial		
11:00 - 12:00	SP01: Auditorio: Kevin Spacey - Actor y productor de cine -		
12:15 - 13:45	<p>M1A - CGU02: Redes sociales: ¿Existe un modelo de negocio viable?</p> <p>El gran incremento de usuarios de redes sociales será la base de un modelo de negocio todavía por concretar (cerca del 70% de los internautas son usuarios de redes sociales). La información contenida en los perfiles puede ser un gran activo para campañas de alta efectividad, pero podría ser percibida como un ataque a la privacidad de los usuarios. Por otro lado, pueden existir servicios de valor añadido mediante pago por suscripción. ¿Qué otras estrategias permitirán rentabilizar los esfuerzos invertidos en estos proyectos?</p> <p>Ponentes: Koro Castellano - Directora General - Tuenti / Daniel Pérez - Country Manager - Xing / Mariano Klein - Socio Director - MyEgo.com / Gonzalo Gómez-Acebo - Fundador y CMO - Bookioo.com / Rodrigo Miguel Pineda - Director de Internet Media - Telefónica España / Arin Crumley - Director de la iniciativa - Four Eyed monsters, OpenIndie Digital / Antonio Miguel Fumero - Investigador Independiente - ETSIT - UPM</p>	<p>M2A - GEN03: Comercio electrónico para los contenidos digitales</p> <p>Los contenidos digitales son uno de los objetos prioritarios de desarrollo del comercio electrónico. La capacidad de gestionar grandes números de referencias sin elevar los costes fijos, la inmediatez en la entrega que no requiere de medios físicos para la distribución hacen que ésta sea la forma natural de venta de estos productos. Sin embargo, con un crecimiento interanual de más del 25%, queda mucho camino por recorrer para alcanzar una cifra significativa respecto al potencial de esta forma de comercio...</p> <p>Ponentes: Elena Álvarez Rivero - Directora de Nuevos Negocios Digitales - BBVA / Wences García - Socio - Domestika / Oscar Felto - Co-fundador - Shopall / Carlos Barrabes - Barrabes.com / Gustavo G* Brusilovsky - Cofundador y CEO - BuyVip / Ruth Díaz - Directora General - Entradas.com / Martí Manent González - Presidente - AECEM-FECEMD / Julio García - General Manager Southern Europe - Safety Pay</p>	
14:00 - 15:30			
15:30 - 17:00	<p>M1B - OD01: Los juegos que nos enredan: Ocio Digital Interactivo en línea y distribución de contenidos digitales por internet</p> <p>El Ocio Digital Interactivo es un sector que ha sabido aprovechar el potencial de la red: distribución online, mundos virtuales, redes sociales de jugadores, juegos en redes sociales, etc. En este tiempo se han dado ejemplos ilustrativos de éxitos y de fracasos. Ocio Digital Interactivo en red, ¿presente o futuro? ¿cuáles son las tendencias de innovación? ¿entendemos el comportamiento de los jugadores/consumidores? La distribución online a nivel mundial supuso en 2008 el 32,8% del mercado global de videojuegos, liderado por la región Asia-Pacífico, donde el 43,5% de los ingresos del mercado de los videojuegos proceden de canales online.</p> <p>Ponentes: Víctor Ruiz - Director de Desarrollo - FX Interactive / Nils Henning - CCO and Owner - Bigpoint GmbH / Alexis Bonté - co Fundador y CEO - eRepublik Labs / Alejandro Camino - Director de Marketing - Xbox España / Guillermo Velasco - Director Comercial y Marketing - Enne Entertainment Studios / Thomas Lee - Senior Director of Business - Gamepot / Carlos Iglesias - Director General - Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE)</p>	<p>M2B - AUD02: Medios, contenidos, dispositivos: ¿cómo fidelizar a la audiencia?</p> <p>Actualmente un 30% de los nuevos móviles vendidos son dispositivos inteligentes con prestaciones multimedia avanzadas. En este entorno las producciones audiovisuales utilizan todos los medios para alcanzar a la audiencia y se apoyan en las características de éstos, para definir estrategias innovadoras para la máxima difusión de sus contenidos y la fidelización del público. La convergencia de los medios de comunicación genera nuevos patrones de consumo que es necesario entender para fidelizar a las audiencias.</p> <p>Ponentes: María Concepción Ferreras - Country Manager Youtube - Google España / Rosalía Lloret - Directora de Medios Interactivos - RTVE / Alex Martínez Roig - Director de Contenidos - Digital Plus / Ángel Blasco - Director Área de Cine y Programas Unitarios - Telefónica / Gonzalo Die - Director de Planificación y Relaciones externas - Red.es / Gabriel Treiband - Director de Desarrollo de Negocio</p>	<p>M3A - GEN06: La Catedral de las Nuevas Tecnologías: Un espacio abierto para la conversión de ideas innovadoras en proyectos de valor.</p> <p>La innovación está copando todos los titulares de la actualidad como uno de los principales motores para salir de la crisis. ¿Pero sabemos realmente en qué consiste innovar? ¿Cuál es el mejor camino para que nuestras ideas se conviertan en valor? ¿Cómo puede innovar una pyme? ¿Es suficiente con tener una idea original? Estos y otros interrogantes encontrarán respuesta en una mesa redonda que contará con la participación de reconocidos expertos en este ámbito y que además será el escenario para la presentación de los proyectos del Ayuntamiento de Madrid para impulsar la innovación en el terreno empresarial y social.</p> <p>Ponentes: Alejandro Arranz - Director General de Innovación y Tecnología - Ayuntamiento de Madrid / Eulalio Toril - Director de Innovación Corporativa - BBVA / Quino Fernández - Director y CEO - Quinteam / Juan Pastor Bustamante - Director de Innovación - Barrabés / Juan Freire - Biólogo, profesor universitario y emprendedor / Alvaro Ibáñez (Alvy) - Creador y editor - Microservios / Toni Inuela - Director General - Infonomía</p>

SP = Sesión plenaria	OD = Ocio Digital Interactivo	JPI = Jornada Propiedad Intelectual
MUS = Música	GEN = General	PRE = Prensa y Publicaciones
AUD = Audiovisual	CGU = Contenidos Generados por los Usuarios	
PUB = Publicidad	SI = Sociedad de la Información	

* Programa sujeto a cambios

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocina:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Una manera de hacer Europa

Hora	Sala 1	Sala 2	Sala 3
17:15 - 18:00	SP02: Auditorio: Bernardo Hernández - Director Mundial de Marketing de producto - Google -		
18:00 - 18:45	SP03: Auditorio: Jordi Ribas - Director General, Centro Tecnológico de Búsquedas en Europa - Microsoft		
19:00 - 20:30	<p>M1C - MUS01: Industria...¿discográfica?</p> <p>El negocio de la industria discográfica es el que ha sufrido mayores cambios con el desarrollo de Internet. Su negocio tradicional de venta de discos se reduce año tras año (en 2008, el mercado español tradicional cae un 13% frente a 2007) y la distribución on-line de música ha desarrollado los modelos de negocio más innovadores (iTunes, Spotify...), llegando a suponer la distribución on-line un 21% de los ingresos de mercado discográfico.</p> <p>Ponentes: Nerea Igualador - Digital Sales Manager - Warner Music Spain / Antonio Guisasaola - Presidente - Promusicae / Mark Kilcatt - Presidente - UFI / Mark Kilcatt - Presidente - UFI / Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña - Consejero y Socio Fundador - Yes.fm / Lutz Emmerich - Country Manager - Spotify / Tomás Fernando Flores - Presentador Siglo21 - RNE-R3 / Carlos de Otto - CEO - Rockola.fm / Luis Javier Martínez Fernández - Director de Desarrollo de Negocio de Pixbox - Telefónica España</p>	<p>M2C - PUB01: Claros y oscuros de la publicidad online para 2009 - un primer balance</p> <p>La publicidad a través de Internet ha experimentado en 2008 un crecimiento del 26,5%, sin embargo, el sector se enfrenta a algunos problemas: bajada del coste unitario, fragmentación de las audiencias, superpoblación de medios y las dificultades que estos atraviesan. Cómo hacer tangible la rentabilidad del medio on-line, medición de audiencias...Estandarización de las medidas en publicidad on-line. Además, se analizará la nueva estructura de las agencias de publicidad y las capacidades que deben tener los nuevos profesionales del sector.</p> <p>Ponentes: Joshua Novick - Consejero Delegado - Antevernio / Gustavo Nuñez - Director General - Nielsen Online / Salvador Carrillo - Presidente - Mobile Marketing Association Spain / Juanjo Amorín - Medioson - Director General / Jaime del Toro - Director Comercial de Internet - UNEDISA / José Domingo Gómez Castallo Director General Autocontrol / Arturo Marín - Director Gerente - As.com / Javier Navarro - Vicepresidente - IAB / Julio Alonso - Fundador - Weblog SL</p>	<p>M3B - GEN07: Made in/Made by Spain: Desafíos de los modelos de contenidos en EE.UU.</p> <p>El Proyecto Made In/Made By Spain está diseñado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través de la Secretaría de Estado de Comercio y ejecutado por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) que pretende potenciar al máximo el apoyo institucional y comercial a las empresas y los sectores que más protagonismo pueden tener en los planes de recuperación que ha planteado la nueva administración de Barack Obama. En este marco, se plantea la cuestión estratégica de los modelos que han de seguir los contenidos digitales españoles para una óptima promoción y distribución en el mercado estadounidense con el objetivo de que éstos tengan un máximo impacto sobre este mercado. ¿Qué estrategia deberá seguirse para alcanzar este fin? ¿Cómo será el proceso de distribución? ¿Qué protección tendrán estos contenidos?</p> <p>Ponentes: Bernardo Hernández - Director Mundial Marketing - Google / Jaime Montalvo - Director General de Promoción - ICEX / Santiago Arañó - Softonic / Koldo García - Mad Pixel / Javier Marzo - Garrigues / Francesc Fajula - Banesto / Zaryn Dentzel - Creador - Tuenti / Carlos Barrabes - Barrabes.com</p>

SP = Sesión plenaria	OD = Ocio Digital Interactivo	JPI = Jornada Propiedad Intelectual
MUS = Música	GEN = General	PRE = Prensa y Publicaciones
AUD = Audiovisual	CGU = Contenidos Generados por los Usuarios	
PUB = Publicidad	SI = Sociedad de la Información	

* Programa sujeto a cambios

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocina:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA
ESTE PROYECTO HA SIDO
COFINANCIADO POR EL FONDO
EUROPEO DE DESARROLLO
REGIONAL
(FEDER)
Una manera de hacer Europa

Hora	Sala 1	Sala 2	Hora	Sala 3: Jornada Internacional sobre Propiedad Intelectual en el Entorno Digital
8:00 - 9:15	Acreditaciones			
9:30 - 10:30	SP04: Auditorio: Paul Brown – Vicepresidente de Alianzas Estratégicas de Spotify			
10:45 - 12:15	<p>M1D - PRE01: Publicaciones digitales: formatos - dispositivo - contenidos. ¿Hacia dónde va el libro digital?</p> <p>Existen grandes expectativas de transformación del negocio tradicional del libro, de hecho, en 2007, se inscribió un 80% más de ISBNs de libros en formato electrónico que en 2006. Pero hoy por hoy, el mercado de las publicaciones digitales en España sigue siendo poco significativo. Los fabricantes de dispositivos parecen esperar a las editoriales, hay diversidad de formatos, la prensa no se postula, no existe oferta de distribuidores... ¿Cuál será el acontecimiento que disparará el mercado?</p> <p>Ponentes: Ángel María Herrera - CEO - Bubok / Juan González de la Cámara - Fundador y Director general - Grammata / Luis Collado - Director - Google Books España / Andreu Teixidor - Ex-Presidente de Ediciones Destino / Roberto Porras - Gerente de desarrollo de Canales Online - Telefónica móviles / Javier Celaya - Vicepresidente - Asociación de Revistas Digitales de España (ARDE) / Magdalena Vinet - Directora General - CEDRO</p>	<p>M2D - GEN02: Estrategias de distribución digital: ¿qué modelos de negocio están funcionando?</p> <p>Publicidad, pago por uso, suscripción, streaming vs descargas, ¿cuáles son los modelos de negocio que van a consolidarse? ¿Van a especializarse en función del tipo de contenido (UGC, Series, Películas, Vídeos musicales...)? ¿Qué lecciones tiene que sacar el mundo del audiovisual de la experiencia del sector de la música?</p> <p>Ponentes: José González Díaz - Director de Desarrollo Multimedia - Telefónica España / Hugo Velasco - Product marketing Manager - Xbox 360 España / Sydney Borjas Piloto - Gerente del Instituto Buñuel (Grupo SGAE) y Director de Estrategia Audiovisual - SDAE / Rafael Sánchez - Director Gerente - EGEDA / Javier Sánchez - Fundador - ADNStream / Juan Gascón - Director de Telecomunicaciones e I+D+i - AETIC</p>	10:45 - 12:15	<p>JPI01: Políticas y medidas legislativas en materia de protección de derechos de propiedad intelectual en el entorno digital</p> <p>Ponentes: D. Agustín González García- Abogado y Vocal de la Junta Directiva de ALADA (Asociación literaria y artística para la defensa del derecho de autor) / D.Victor Vázquez López - Asesor, OMP / Dña.Michele Woods - Asesor, Oficina Propiedad Intelectual, Estados Unidos / D.Steve Rowan - Subdirector, Oficina de Propiedad Intelectual, Reino Unido / Dña.Irene Pakuscher - Jefa de la División de Derechos de Autor y Legislación de Publicaciones, Ministerio Justicia, Alemania / D.Stefan Johansson - Subdirector, Ministerio de Justicia, Suecia</p>
12:30 - 14:00	<p>M1E - GEN05: El móvil como espacio privilegiado para la participación, comunicación y el ocio</p> <p>Tras la revolución en la comunicación en la red derivada de las redes sociales, la nueva frontera en el desarrollo de estos espacios es el teléfono móvil, que aporta un valor añadido fundamental: la inmediatez, sin importar la ubicación. Cada vez es mayor el número de usuarios que se conecta a redes sociales desde su teléfono móvil (se prevé que en 2012 superen los 300 millones de usuarios). Pero no sólo redes sociales, los nuevos terminales son una plataforma para todo tipo de contenidos: desde videojuegos a contenidos educativos, pasando por películas, música, servicios basados en realidad aumentada...</p> <p>Ponentes: Pablo Barallat - Director de Contenidos - Vodafone / Iñaki Amate - Director General - Fjord / Alberto Tognazzi - Director - MovilFilmFestival / Rusti Baker - Team Lead - Content Acquisitions Partnership Management, Mobile Devices - Motorola, Inc. / Fernando González-Mesones - Director mundial de Marketing y Producto, Tecnología e Innovación - www.hellotd.com - Buongiorno / Juan Ramón Martín - Presidente - REVISTRONIC / Manuel Reverte - Jefe de Ventas y Marketing - Nokia</p>	<p>M2E - AUD01: Perspectivas del sector tras el cese de las emisiones en analógico</p> <p>Cese de las emisiones analógicas (en mayo 2009, por primera vez la cuota de la suma de pantalla de la televisión analógica fue inferior a la suma de las cuotas de TDT y TV de pago), HDTV, TDT de pago, nuevos formatos de producción, convergencia televisión tradicional, on-line y móvil (la tv en el móvil duplica sus ingresos en 2008). El sector audiovisual está inmerso en una revolución de la que intentaremos analizar las claves del futuro.</p> <p>Ponentes: Eladio Gutiérrez Montes - Presidente - Impulsa TDT / Josep Ventosa - Director de Estrategia y Desarrollo de Negocio - Abertis Telecom / Jorge del Corral - Secretario General - UTECA / José Luis Vázquez - CEO - Mirada.tv / Santiago Miralles - Director Gerent - CCRTV Interactiva y Director Alianzas Estratégicas B2B - CCMA / Bernardo Lorenzo - DG de Telecomunicaciones - SETSI</p>	12:30 - 14:00	<p>JPI02: La lucha contra las actividades vulneradoras de derechos de propiedad intelectual en Internet</p> <p>Ponentes: D.Guillermo del Corral Van Damme - Dtor. General de Política e Industrias Culturales, Ministerio de Cultura / Dña.Maite Arcos - Directora General, Redtel / D.Aldo Olcese - Presidente, Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos Audiovisuales / D.Alejandro Perales Alberti - Miembro Consejo Consumidores y Usuarios / D.Jesús Rubí - Subdirector, Agencia Española de Protección de Datos</p>
14:00 - 15:30				
15:30 - 17:00	<p>M1F - PUB02: Reputación on-line de las marcas</p> <p>Internet es un medio abierto las 24 horas todos los días del año, cada día se generan millones de entradas en blogs, páginas webs, Las redes sociales y el incremento de sus usuarios facilitan aún más la participación de los consumidores, que pueden incorporar comentarios sobre otras personas, noticias, pero también sobre empresas, productos y servicios. Numerosas oportunidades han aparecido a raíz de estos fenómenos, pero su uso no siempre es el más adecuado. En esta mesa, se debatirán las razones para que una empresa cuide su reputación en Internet y las herramientas disponibles para hacerlo, qué se requiere de los profesionales que tienen que llevar a cabo esta tarea y qué problemas han tenido las empresas y cómo han reaccionado a lo mismos.</p> <p>Ponentes: Ismael El-Qudsi - Head of New Media - Havas Digital / Víctor Puig - Director de contenidos y reputación - Overall / Fernando Polo - Socio Director Operaciones - Territorio Creativo / Genís Roca - Socio Director - RocaSalvatella / Lola González Navarro - Web4 / Antonio Ortiz - Director de Estrategia Online y Director Editorial - Weblogs SL / Luis del Pozo Rivas - Director de Marketing y Ventas de la División de Residencial - Jazztel / Lola González Navarro - Web4 / Fernando Maciá - Fundador y Director - Human Level Communications.</p>	<p>M2F - GEN01: Capital Riesgo y Business Angels: ¿dónde están las oportunidades de inversión en contenidos digitales?</p> <p>En el ámbito del Capital Riesgo, las cifras indican que el sector tecnológico no está entre las prioridades de financiación (en 2008, el 70% del volumen invertido se dirigió hacia empresas no tecnológicas). ¿Está el sector de los contenidos digitales reservado exclusivamente a especialistas? ¿Cómo consigue el inversor mitigar la incertidumbre inherente a este tipo de negocios? El objetivo de esta mesa redonda de inversores será compartir los proyectos en los que se ha invertido o desinvertido en los últimos meses y cuáles creen que van a ser los mejores negocios en los próximos meses/años.</p> <p>Ponentes: Carlos Blanco - CEO ITnet y organizador del First Tuesday / Francisco Velázquez de Cuéllar - CEO - AXON / Eulalia Poch - Directora Asociada - Highgrowth / Félix Arias - Director Asociado - Highgrowth / Cedric Latessa - DFJ Esprit / Jamien McCullum - New Cycle Capital / Pedro Moneo Laín - Founder & CEO - Opinno / Rodolfo Carpinieri - CEO - DAD</p>	15:30 - 17:00	<p>JPI03: Punto de vista de los titulares de derechos de propiedad intelectual</p> <p>Ponentes: D.Juan Junquera Temprano - Jefe Gabinete del Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio / Dña.Olivia Regnier - Asesora, IFPI / D.Alfonso Sort - Vicepresidente, BSA España / D.Pedro Pérez - Presidente, FAPAE / D.Dan Glickman - Presidente, MPA / D.Antonio Guisasaola - Presidente, Promusicae / D.Javier Cortés - Director General, Grupo SM</p>
17:15 - 18:00	SP05: Auditorio: Ignacio Pérez Dolset - CEO de Ilion Animation Studios -			

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocina:

Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Una manera de hacer Europa

Hora	Sala 1	Sala 2	Hora	Sala 3: Jornada Internacional sobre Propiedad Intelectual en el Entorno Digital
18:00 - 18:45	SP06: Auditorio: Christian Lindholm - Socio y Director - Fjord -		17:15 - 18:00	SP10: Mr. James Boyle: Profesor de Derecho - Duke School -
19:00 - 20:30	<p>M1G - SI03: Los Contenidos Digitales en el nuevo contexto de la educación</p> <p>El desarrollo de Contenidos Educativos Digitales es el siguiente paso en el acercamiento de las TIC a las aulas. Después de haber hecho esfuerzos significativos en los últimos años para el despliegue de infraestructuras en las aulas, y teniendo en cuenta la actual apuesta de las Administraciones educativas con el lanzamiento del Programa Escuela 2.0, es necesario disponer de material educativo que ponga en valor la tecnología al servicio de la Educación. Iniciativas como la Plataforma Agrega (con más de 130000 objetos compartidos) y experiencias de otros países como el Reino Unido serán objeto de reflexión para pensar el futuro de los Contenidos Digitales aplicados a la Educación. Esta necesidad de disponer de materiales educativos digitales nos hace reflexionar sobre algunas cuestiones como:</p> <p>¿Qué diferencia hay entre un contenido digital o en soporte digital? ¿El uso de los contenidos digitales cambia la metodología didáctica? ¿O la innovación didáctica exige contenidos digitales? ¿Quién debe producir los contenidos digitales? ¿Cómo gestionar los derechos de propiedad intelectual?</p> <p>¿Las plataformas de e-learning facilitan el uso de contenidos digitales y la gestión del aula? ¿Hay que producir contenidos para que puedan ser usados en plataformas de e-learning? ¿Qué efectos tiene el uso de los contenidos digitales en cuanto a la prescripción docente de materiales educativos? ¿Cómo está enfocando la industria su modelo de negocio en relación a los contenidos digitales?</p> <p>Ponentes: Juan Tomás Martín - Presidente - Wikisaber / Vicente Calzado Requena - Director de Servicios - Informática El Corte Inglés / Juan Luis Yagüe - Director General - CMY Multimedia / José Moyano - Presidente - ANELE / José Luis García Belderrain - Senior Commissioning Editor, New Media, ELT- Cambridge University Press / Mark Eaves - Director Digital Linguae - Negocios Digitales - BBVA / Joaquín Rodríguez - Vicedecano de Profesorado y Organización Académica - EOI / Juan Madrigal - Jefe Área de Experimentación e Innovación - ITE Ministerio de Educación / Alvaro Guilbert - Responsable Contenidos Digitales - Fundación Albéniz / Anibal de la Torre - Coordinador en Andalucía de materiales para el Bachillerato on-line y Coordinador de educ@contic</p>	<p>M2G - GEN04: Banca 2.0: una nueva experiencia de usuario</p> <p>Micro créditos, préstamos P2P, Redes Sociales: UNIENCE, MONEYTRACKING, COMUNITAE.COM con más de 10000 usuarios en unos meses. El mundo de los servicios financieros es un gran consumidor de tecnología y un generador de documentación que ha sido usuario de la red desde sus inicios, y su actividad evoluciona con las nuevas tendencias en Internet.</p> <p>Ponentes: Nicolas Oriol - Fundador y CEO - UNIENCE / Arturo Cervera - Co-fundador y Director General - Comunitae.com / Marcos Gómez - Subdirector de e-Confianza - INTECO / Daniel Pérez Uriol - Responsable de BBVA Tu Cuentas - BBVA / Fernando Egido Egafía - Director de Negocio Digital Área de Innovación e Implantación Estratégica - Caja Navarra / Soumitra Dutta - Catedrático Roland Berger. Decano en tecnología y educación electrónica en INSEAD / Juan Pablo Vázquez Sampere - Socio de Stralemic y Profesor del Instituto de Empresa</p>	<p>18:00 - 18:15</p> <p>JP104: La propiedad intelectual y el desarrollo de nuevos servicios en el contexto de la sociedad de la información</p> <p>D. Jesús Banegas, Presidente de AETIC (Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España)</p> <p>18:15 - 20:00</p> <p>JP105: La Web 2.0 y sus implicaciones con los derechos de propiedad intelectual</p> <p>D.Andy Ramos -Presidente, Derecho del Entretenimiento, Asociación Española, DENAE / Dña. Raquel Xalabarder - Profesora, Universitat Oberta de Catalunya / Dña.Barbara Navarro - Directora del Relaciones Institucionales, Google Spain / D. Miguel Jaque Barbero - Director Gerente, CENATIC / D. Luis Manuel Tolmos - Director General, Escrow Spain / D. Javier Prenafeta Rodríguez - Abogado</p>	

SP = Sesión plenaria	OD = Ocio Digital Interactivo	JPI = Jornada Propiedad Intelectual
MUS = Música	GEN = General	PRE = Prensa y Publicaciones
AUD = Audiovisual	CGU = Contenidos Generados por los Usuarios	
PUB = Publicidad	SI = Sociedad de la Información	

* Programa sujeto a cambios

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocina:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Una manera de hacer Europa

Hora	Sala 1	Sala 2
8:00 - 9:30	Acreditaciones	
9:30 - 10:30	SP07: Auditorio: Nolan Bushnell – Fundador ATARI	
10:45 - 12:15	<p>M1H - PRE02: La prensa en la era de Internet: nuevos canales y nuevos modos de consumo</p> <p>El paso del papel a la red está suponiendo una grave caída de ingresos para el sector de la prensa (un 9,1% menos en 2008 frente a 2007). Su futuro depende del desarrollo de nuevos modos de presentación, nuevas formas de monetización (suscripción, micropagos) y una mejor puesta en valor del soporte publicitario, todo para adaptarse al máximo a las expectativas de los nuevos consumidores de contenidos.</p> <p>Ponentes: Cristina Martín - Directora de Desarrollo y Operaciones Digitales - El País / Gurmindo Lafuente - Director - Soltu.es / Emilio Plana - Unedisa / Manuel Erice - Subdirector de ABC y ABC.es / Javier Junco - Director General - Hola.com y Director de Expansión Internacional Hola y Hello / Juan Varela - Periodistas 21 / Asís Martín de Cabelas - Presidente - Europa Press</p>	<p>M2H - AUD03: Inversiones cuantiosas e incertidumbre elevada: Claves para el gran negocio de la animación</p> <p>Con cifras de inversión que llegan a alcanzar varias decenas de millones de euros para una única producción, la industria de la animación en general, y la española en particular, demuestran año tras año que es posible triunfar en un negocio que requiere dosis importantes de audacia y de talento.</p> <p>Ponentes: Sergi Reig - Director General - Imira Entertainment / Pau Brunet - Consultor - BoxOffice Consulting / Vincent Sourdeau - Director General - Cartoon Network España / Hilari Pujol - Productor y fundador - Acció / Salvador Marín - Consejero de Universidades, Empresa e Investigación - Región de Murcia / Manuel Cristóbal - Director General - Perroverde Films</p>
12:30 - 14:00	<p>M1I - OD02: Animación, Videojuegos, Música: ¿Hemos aprendido a explotar el potencial comercial de las Creaciones Digitales?</p> <p>España es el cuarto mercado consumidor de videojuegos de Europa y el sexto a nivel mundial. Esta situación contrasta con el hecho de que solamente el 0,9% de la producción europea de videojuegos procede de España, teniendo un amplio potencial de crecimiento. Los videojuegos pasan a la gran pantalla, las películas que vienen acompañadas de videojuego, ediciones musicales con video incorporado, juegos que incorporan éxitos musicales... El formato digital de las creaciones hace que la convergencia cine-animación-videojuegos-música sea más fácil y natural. ¿Cuál es y cuál será la relación entre las distintas industrias?</p> <p>Ponentes: Albert García Pujades - CEO - Nikodemo Animation / Simon Lee Hsing - Director de Diseño - Digital Legends / Gonzalo Suárez - Arvirago / Fernando de Miguel - CEO - Zinkia / Francisco Artech Fernández Miranda - Entertainment & Division Senior Regional Director de Western Region - Xbox 360 / Joaquín Pérez - Director - Observatorio del Videojuego y la Animación / Ramón Nafra - Presidente - DOID (Asociación de Desarrolladores de Ocio Digital)</p>	<p>M2I - SI02: Sanidad dospuntocero: ¿Nuevo marco en salud?</p> <p>Ante las oportunidades que plantea la web 2.0 se propone una mesa que analice la generación y puesta a disposición de contenidos digitales relacionados con la salud a través de las nuevas herramientas 2.0. Los integrantes de la mesa presentarán su visión acerca de las oportunidades que representa el uso de estas herramientas para pacientes y profesionales sanitarios y su impacto en la prestación de la atención sanitaria. Asimismo se analizará la madurez de los sistemas públicos de salud para adoptar estas herramientas y su posicionamiento actual dentro de las estrategias de salud. Finalmente, se debatirá sobre los modelos de negocio que están aflorando en torno a la Sanidad 2.0 y las oportunidades de negocio que se vislumbran en este sector.</p> <p>Ponentes: Joan Guanyabens - Coordinador General de la TIC del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya / Dr. Michael Hardey - Investigador - Hull/York Medical School (UK) / Santiago Torres - Médico Especialista en Tecnologías de Salud - / Pedro Díaz Yuste - Director Internet - Sanitas / Pablo Rivero - Director - Agencia de Calidad de Salud MSC / Natalie Robson - Estrategia, Innovación - NHS Choices / Silvia Delmas Filgueira - Sanidad y Bienestar Social - Telefónica</p>
14:00 - 15:30		
15:30 - 17:00	<p>M1J - MUS02: La música se extiende por la red</p> <p>Creadores e intérpretes musicales consiguen cada vez más ingresos de productos gracias a ventas que no están directamente relacionadas con la industria discográfica clásica: conciertos (en tres años, los ingresos por conciertos han crecido más de un 100%), merchandising, videos, bandas sonoras de videojuegos y descarga de música a través de ello. La red ofrece nuevas posibilidades de conectar a los músicos y sus creaciones con sus audiencias. En esta mesa debatiremos acerca del futuro del negocio de la música bajo esta perspectiva.</p> <p>Ponentes: Sebastián Muriel - Director General - Rad.es / Miguel Ángel Díaz Ferreira - CEO - Rad Karaoke / Carlos Sánchez - CEO - nVIVO / Javier Fernández - CEO - Herzio / Juan Jiménez - Director de Software Marketing - Sony Computer Entertainment / Borja Prieto - Director de Contenidos - MySpace España / Miguel Benavent de B. - Socio emprendedor - Apadrina a un artista.com / Carlos Jean - Productor musical / Eduardo Arcos - Blogger - alt1040</p>	<p>M2J - SI01: O-gov: generando valor a través de la reutilización de la información del sector público</p> <p>La reutilización de la información del sector público puede facilitar la creación por parte del sector privado de nuevos productos y servicios basados en dicha información. Tenemos ejemplos de éxito en nuestro país, pero es igualmente importante ver los casos que se han desarrollado en el ámbito internacional. En la Unión Europea, el mercado de reutilización está estimado entre 26 y 47 millones de euros, dando idea de la relevancia económica de la Información del Sector Público.</p> <p>Ponentes: David Cierco Jiménez de Parga - Director General para el Desarrollo de la Sociedad de la Información - SETSI - Ministerio de Industria, Turismo y Comercio / D. Chris Corbin - Analista Financiero - PSIPlatform / Jaime Gómez Obregón (www.elprecedelagasolina.com) / Juan Pelegrín - Administrador - Comisión Europea / Ángel Maldonado Elvira - Fundador - legalisolo.com / Carlos de la Fuente - Director - W3C / José Luis Marín de la Iglesia - Director - Gateway / Valentín Arce - Presidente de los Sectores de Información - ASEDIE</p>

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocina:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Una manera de hacer Europa

Hora	Sala 1	Sala 2
17:15 - 18:00	SP08: Auditorio: Stewart Butterfield - Co-fundador - Flickr -	
18:00 - 18:45	SP09: Auditorio: Presentación Filmotech	
19:00 - 20:30	<p>M1K - AUD04: Innovación tecnológica y comercial para el futuro del cine</p> <p>Los ingresos por formas tradicionales de negocio en la industria del cine se reducen en 2008 (cerca de un 4% por taquilla de cine, un 23% por venta/alquiler de películas). Por ello, las nuevas formas se abren camino. Desde el lado de la distribución, el futuro del cine pasa por una actualización tecnológica que, al margen de disminuir los costes de distribución de los contenidos, haga posibles nuevas aplicaciones que incrementen y diferencien la oferta actual. Y, desde el lado de la producción, es necesario generar los contenidos que aprovechen estas innovaciones, y dar un alcance global a los contenidos creados para poder competir en pie de igualdad con los líderes del mercado. En esta mesa abordaremos el futuro del cine desde la perspectiva de ambos eslabones de la cadena de valor.</p> <p>Ponentes: Fernando Evole - Consejero Delegado - Yelmo Cineplex / Santiago Pozo - Presidente - The Arenas Group / Manuel Gómez - Presidente - Dygra Films / Nereida López Vidales - Periodista - Neo Comunicación / Pablo Noguerols - Director General - Warner Bros / Luis Goyanes - Director de Marketing - Filmax (QUITAR) / Vicente Mozo - Subdirector - Festival de San Sebastián</p>	<p>M2K - SI04: Empoderamiento de la ciudadanía: escucha activa</p> <p>La red es un medio que facilita la expresión de puntos de vista plurales, y permite que se escuche la voz de los ciudadanos. En esta mesa se pondrá en común iniciativas de distinta tipología que persiguen fomentar la participación ciudadana y cómo los nuevos medios, hacen posible que los ciudadanos participen más activamente en el conjunto de la sociedad</p> <p>Ponentes: Alberto Ortiz de Zárate - Director de Atención Ciudadana - Gobierno Vasco / María González Veracruz, Diputada del Parlamento de Murcia y Responsable de Innovación y TIC del PSOE / Rafael Rubio - Profesor Titular de Derecho Constitucional. Asesor Campaña McCain - Universidad Complutense / César Vallejo de Castro - Subdirector de "Tras La2" - TVE / Sergio Cortes - CEO - Cink / Miriam Rivas-Aguilar - Operations & Services Manager - Patient Opinion NHS / César Calderón - Socio-Director - Autoritas Consulting</p>

SP = Sesión Plenaria
MUS = Música
AUD = Audiovisual
PUB = Publicidad

OD = Ocio Digital Interactivo
GEN = General
CGU = Contenidos Generados por los Usuarios
SI = Sociedad de la Información

JPI = Jornada Propiedad Intelectual
PRE = Prensa y Publicaciones

* Programa sujeto a cambios

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:



UNIÓN EUROPEA

ESTE PROYECTO HA SIDO COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER)

Una manera de hacer Europa