

FORO ICEX 2025

Industrias creativas: 007 Licencia para exportar

Cuando se debate sobre la internacionalización de las industrias creativas, la animación y la propiedad intelectual (IP) son protagonistas. Por un lado, la IP es un activo estratégico que debe gestionarse desde su origen, pero con visión global; en un entorno de audiencias fragmentadas y plataformas digitales, la clave está en crear comunidad, adaptarse a nuevos formatos y establecer alianzas intersectoriales e internacionales. Por otro lado, la animación se identifica como un sector especialmente exportable por su codificación universal y capacidad de adaptación cultural.

Es importante considerar los riesgos de descapitalización intelectual que pueden verificarse ante plataformas globales y el papel emergente de la inteligencia artificial, que, aunque útil en procesos técnicos, no sustituye a la creatividad humana.

Fortalecer la cooperación, proteger la IP desde el inicio y aprovechar el momento favorable para consolidar una “Spanish wave” cultural pueden ser las claves para el futuro.

ICEX facilita la promoción y exportación de producciones nacionales, fomentando la presencia de empresas españolas en mercados extranjeros y atrayendo inversiones internacionales.



De la mano del moderador, Alberto Cerdán, consejero económico y comercial de España en Los Ángeles, los panelistas María Paz Ramos, consejera económica y comercial jefa de España en París; Xavi Mas, co-founder de Liquid Rock; Diego Ibáñez, Chief Brand Officer de Deaplaneta; Claudia Nario, Sales Executive de Filmax; Nathalie Martínez, presidenta de DIBOOS (Federación Española de Animación y Efectos Visuales) y Yago Fandiño, subdirector de Contenidos Infantiles de RTVE, debatieron sobre el futuro de las industrias creativas en un entorno global cada vez más competitivo.

En un mundo donde la atención es un bien escaso y la competencia por ella se ha vuelto feroz, las industrias creativas españolas se enfrentan al reto de convertir sus contenidos en marcas globales. En este contexto, el taller “007 Licencia para exportar” ofreció una radiografía crítica del sector audiovisual y sus expectativas.

El eje vertebrador del debate fue la propiedad intelectual pero no entendida como un trámite legal, sino como el corazón de una estrategia empresarial. “Una IP es una creación que tiene la capacidad de generar derechos”, resumió Xavi Mas, cofundador de Liquid Rock Entertainment. La IP, cuando está bien gestionada, se convierte en un activo que trasciende el contenido original y se proyecta en juguetes, videojuegos, educación, turismo o moda.

Pero la creación de IP no es suficiente. La clave está en su capacidad de viajar. Yago Fandiño, director de contenidos infantiles en RTVE, explicó cómo la marca Clan se ha convertido en una plataforma multicanal que acompaña a los niños en todos sus entornos digitales. “La internacionalización no va solo de encontrar a alguien que me ayude a pagar la fiesta. Va de encontrar un socio que me aporte cosas que yo no tengo”, afirmó, subrayando el valor del aprendizaje mutuo en las coproducciones.

En este contexto, Francia se erige como modelo. Con una inversión pública de 500 millones de euros en cine y una política cultural robusta, ha logrado convertirse en el mayor productor de animación de Europa. María Paz Ramos, consejera comercial en Francia, destacó la diversidad de modelos de explotación de IP en ese país, desde el *merchandising* masivo de Astérix hasta el enfoque filantrópico de El Principito.

La fragmentación de audiencias y la irrupción de plataformas digitales han alterado las reglas del juego. Diego Ibáñez, de DeAPlaneta Entertainment, fue muy gráfico: “Nos han quitado el suelo que pisamos. Pero hay una oportunidad maravillosa para empresas medianas y pequeñas que son capaces de llegar a territorios donde antes no se podía”. La receta: apostar por clásicos, pensar en regional, empezar en digital y construir comunidades activas.

La inteligencia artificial, inevitablemente, también entró en escena. Aunque reconocida como herramienta útil para procesos técnicos, los ponentes coincidieron en que la creatividad humana sigue siendo insustituible. “La IA tiende a homogeneizar los contenidos. Solo la intención humana puede preservar la visión local”, advirtió Nathalie Martínez, presidenta de DIBOOS.

El mensaje final fue claro: España tiene talento, capacidad de innovación y productos con potencial global. Pero necesita creer en su IP, protegerla desde el inicio y construir alianzas estratégicas. Como dijo Claudia Nario, de Filmmax, “el mayor error sería perder el control sobre tu IP por una oferta jugosa”. En tiempos de oportunidades y amenazas, la propiedad intelectual es más que un derecho: es una declaración de identidad.

Puedes ver el vídeo completo del taller pinchando [aquí](#).

Editado
ICEX España Exportación
e Inversiones, E.P.E.

17/0/2026. Madrid

NIPO 224250644

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Información y atención al cliente
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

<https://www.icex.es/es/contacto>

Para buscar más información sobre mercados exteriores

<https://www.icex.es/es/buscador>



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE ECONOMÍA, COMERCIO
Y EMPRESA

ICEX