

## **Presentado en FICOD el Informe Anual de los Contenidos Digitales 2009**

**El 70% de la población consume ya contenidos digitales, siendo la comunidad de internautas españoles la segunda más activa del mundo en el uso de las redes sociales**

Madrid, 19 de noviembre de 2009. La industria de contenidos en España ha mantenido un crecimiento del 3% anual en el periodo 2004-2008, en línea con el crecimiento a nivel mundial. En cuanto a la industria de contenidos digitales ha experimentado un crecimiento del 82% en este mismo período. Éstos son los primeros datos del Informe Anual de los Contenidos Digitales en España 2009 elaborado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de la Secretaría de Estado presentado en FICOD (Foro Internacional de Contenidos Digitales) por Sebastián Muriel, director general de red.es, Juan Junquera, jefe del gabinete del Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información y Daniel Torres, director del ONSI.

Este informe es una iniciativa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y presenta un diagnóstico de la situación actual y tendencias de la industria de los contenidos digitales con el objetivo de servir de referencia a los agentes del sector en la toma de decisiones estratégicas y como reflexión para afrontar los principales retos de futuro. Según este estudio, la Industria de los Contenidos Digitales en España, se encuentra constituida por empresas de servicios audiovisuales digitales, la música, el cine, y vídeo digital, el software de ocio interactivo (o software de videojuegos), los portales y las publicaciones digitales. Los contenidos se han elaborado a partir de diferentes fuentes de información: informes de analistas, estadísticas del INE, estudios de la industria y otras informaciones aparecidas en los medios de comunicación. Además, se ha analizado la situación de la industria en Europa y en el resto del mundo, y se han realizado entrevistas y reuniones con profesionales de la industria de contenidos digitales.



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:

## Principales conclusiones sobre la industria de los contenidos digitales

La Industria Global de los Contenidos alcanzó una facturación en 2008 de 15.858 millones de euros, reflejando un incremento desde 2003 y registrando una tasa de crecimiento compuesta anual entre 2004 y 2008 del 3%. La importancia del sector de los Contenidos Digitales se manifiesta en la proporción que el mismo va teniendo dentro de los contenidos. En 2003 la facturación de los Contenidos Digitales suponía el 20% del total de la industria de los Contenidos, mientras que en 2008 ya ha alcanzado el 31%, incrementándose en este periodo 11 puntos porcentuales.

La Industria 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 de 2003 a 2008 de un 82%. Dentro de la industria de los contenidos, la faceta digital es la que experimenta un mayor crecimiento, un 15,8% en 2008. La publicidad *online* es el sector que experimenta un mayor incremento en el año 2008, un 26,4%, y a su vez sustenta el futuro desarrollo del resto de sectores por ser el medio de financiación principal del negocio *online*. Las principales conclusiones por sectores se pueden resumir:

### Sector del videojuego

España se consolida como el cuarto país europeo más importante en ventas de videojuegos, alcanzando los 744 millones de euros en ventas de software y un incremento del 3,5% con respecto al año 2007. La industria del hardware vuelve a su tendencia tradicional, la facturación de sus ventas es en 2008 de nuevo menor que la del software. A escala mundial las ventas de videojuegos en 2008 alcanzaron los 38.514 millones de euros, registrándose un crecimiento del 15,2% con respecto al año 2007. En EMEA (Europe Middle East Asia) los juegos *online* y para móviles presentarán los mayores crecimientos para 2012, con unas TCCA del 24% y 16% respectivamente. Estos formatos se convierten en un nicho de mercado rentable y menos costoso que el tradicional, en el que la pequeña empresa desarrolladora encuentra su hueco. España cuenta con un escenario apropiado para tales mercados, debido a la alta penetración del consumo de juegos en medios inalámbricos y a la proliferación de consolas con acceso a Internet. Las sinergias del sector de los videojuegos con industrias como la educación o el deporte, abren nuevos escenarios de mercado, como es el caso de los "serious games", o juegos enfocados al aprendizaje de diferentes capacidades, cuyo objetivo no es el de entretenimiento en sentido estricto, sino que son utilizados en otros contextos: educación, salud, ciencia, etc.



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

Organiza:



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:

## Sector de la música

En España el mercado de la música generó unos ingresos totales de 254 millones de euros, de los cuales casi 30 millones correspondieron a las ventas procedentes de las descargas por Internet (que representaron 10,8 millones de euros) y móvil (que alcanzaron los 18,4 millones de euros). El decrecimiento de las ventas de CDs fue de un 12%, pero el mercado *online* y móvil se incrementó en un 8%, lo cual pronostica el importante potencial de estos dos formatos frente al formato físico. Nuevas oportunidades de monetización del consumo musical, principalmente basadas en streaming y en la publicidad, se empiezan a mostrar como una realidad sostenible para la industria de la música.

Los conciertos en vivo suponen importantes ingresos para el sector. En el año 2008 se estimaron en más de 300 millones de euros, y pueden suponer una buena vía de desarrollo de negocio.

Los ingresos mundiales bajo las tres plataformas principales (físico, *online* y móvil), alcanzaron en 2008 los 25.648 millones de euros. Las ventas *online* y móvil se incrementaron un 22% con respecto a 2007 y alcanzaron los 7.458 millones de euros de facturación.

## Sector audiovisual

España con un 47,5% de individuos conectados a la TDT (fuente AIMC – Nov.08) y una cuota de población con cobertura TDT del 92,38% (Fuente: Abertis Telecom – Dic.08) se encuentra en una posición privilegiada en el proceso de transición a la TDT respecto a países de su entorno, como pueden ser Italia y Francia. Los ingresos en el sector Radio (442 millones de euros) han tenido un ligero descenso del 0,4%, debido a la desaceleración económica que afecta a la inversión publicitaria.

## Publicaciones

El sub-sector de la prensa alcanzó su facturación record durante el año 2007 superando los 2.900 millones de euros, lo que supuso un 24% más que el año anterior. El consumo de diarios digitales se ha incrementado un 24% respecto al año anterior, alcanzando los 6,4 millones de lectores, lo que representa ya el 47,5% de los lectores de prensa tradicional, 10 puntos más que el año anterior. Los libros electrónicos, que en España alcanzan los 321 millones de euros, comienzan a superar en algunos países a las versiones impresas en el caso de obras literarias de gran éxito, como es el caso de las ventas de libros para el dispositivo Kindle de Amazon.



El volumen de facturación de la vertiente *online* de las revistas se encuentra en la fase incipiente de su desarrollo, lo que le da a la publicidad *online* una alternativa de mercado. Para este formato, el crecimiento de los ingresos en 2008 fue del 44%.

## Sector cine

El mercado cinematográfico en España (incluyendo ingresos por taquilla de cine y por venta y alquiler de películas, y excluyendo la venta de dispositivos como las televisiones, reproductores de DVD, *home-cinema*, etc.), facturó en el primer semestre de 2009 un 13% más que en el primer semestre del año anterior.

Se ha producido un incremento continuado de la producción cinematográfica española desde 2003, con una tasa de crecimiento compuesta anual TCCA del 9,5% entre los años 2004 al 2008 y alcanzando, en este último año, la cifra más elevada de largometrajes producidos de los últimos 26 años, con 173 películas en la cartelera de sello español.

El número de empresas productoras españolas ha alcanzado su máximo en 2008 con 217, frente a las 213 empresas del año 2007.

En cuanto a la distribución, de las 518 películas estrenadas, 139 fueron largometrajes españoles y 379 fueron películas extranjeras. La cuota de mercado de cine nacional fue del 13,32%.

El nivel de consumo de vídeos *online* en España es superior al de otros países europeos. El 87% de los internautas españoles ven vídeos en el ordenador, lo que sitúa a España por encima de Reino Unido, Italia, Alemania o Francia.

## Sector publicidad

Durante el año 2008, la publicidad en Internet ha registrado un crecimiento del 26,5% respecto al año anterior, dato que supone que en España sea el medio que más crece. Aunque su representatividad sigue siendo inferior al 10% del total (610 M€).

A nivel mundial los gastos de publicidad en Internet crecieron un 10,5% en 2008, esperándose un mantenimiento de este crecimiento para el año 2009 y un incremento en el año 2011 hasta el 15,1%.

En España, más del 50% de los anunciantes prevén incrementar en el año 2009 su inversión en los medios interactivos. El marketing móvil representará en 2010 un mercado mundial cercano a los 5.846 millones de euros, mientras que en España, se prevé que la inversión en 2010 alcanzará los 105 millones de euros, lo que supone una tasa de crecimiento medio anual cercano al 100%.



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:

El teléfono móvil y las herramientas de geolocalización se convierten en claves para personalizar la publicidad en dimensiones espacio-temporales.

La publicidad *online* ha registrado un acusado incremento de los ingresos presentando una tasa de crecimiento compuesto anual del 52,2%, suponiendo ya casi un 9% de los ingresos globales por publicidad.

En algunos países como Reino Unido, la inversión en publicidad *online* ha superado por primera vez a la publicidad de la televisión, observándose una creciente tendencia hacia la utilización de medios interactivos de mayor impacto y efectividad.

### **Sociedad en Red**

El porcentaje de población española que consume Contenidos Digitales ha aumentado en un 5,9% respecto a 2008, lo que el 70,3% de la población consume algún tipo de contenido digital. Un 60,4% de la población, 24,3 millones de españoles de más de 10 años son ya internautas.

La comunidad de internautas españoles se consolida como la más activa del mundo en el uso de las redes sociales tras Brasil: 3 de cada 4 internautas participan en una o más de estas redes.

En el año 2009 el 53,6% de los españoles, 6,8 puntos porcentuales más que el año anterior, consumen fundamentalmente películas y series. El 49,4% de los españoles tienen como uso más frecuente el visionado a través de la TDT y a través de medios *online* en tiempo real (streaming).

El formato de consumo que ha experimentado un mayor crecimiento es el acceso a música mediante sistema streaming (sin necesidad de tener el contenido descargado previamente o en soporte físico) con un 6,1% frente un 1,1% del 2008.

Existe una creciente tendencia hacia la utilización de dispositivos para jugar *on the go* en los videojuegos, aunque este crecimiento es debido principalmente a las consolas portátiles (14,4%) y muy residualmente a los teléfonos móviles (1,0%).

**El informe completo está disponible en el siguiente link:**

**<http://www.ontsi.red.es//articles/detail.action?id=4074>**

### ***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](mailto:prensa@ficod.es)



Con la colaboración especial de:



Patrocinan:



Medio oficial:

