

El mercado de medios digitales en España crece un doce por ciento

14.10.2009



Según el II Informe de Contenidos Digitales de ASIMELEC, el mercado español de medios y entretenimiento alcanzó en 2008 los 27.199 millones de euros, lo que significa un crecimiento del 12,1% con respecto a los 24.265 millones de euros de 2007. Se acelera así la transición desde los soportes físicos a los digitales.

El informe de Asimelec divide este mercado en ocho segmentos de actividad (música, vídeo digital, videojuegos, televisión, redes sociales, publicidad, prensa y libros).

Los ingresos de la industria de la música tradicional disminuyeron en un 12,4% y alcanzaron los 242,2 millones de euros en 2008. Cabe resaltar que en el periodo 2004-2008, el mercado de distribución de música sobre soporte físico se ha reducido a la mitad.

Por su parte, la distribución digital de música alcanzó los 31,1 millones de euros en 2008, con un crecimiento del 8,1% respecto a 2007, lo que representa el 11,4% del mercado discográfico español. El Informe señala que pese a ser éste un crecimiento significativo, se ha reducido significativamente respecto al obtenido en 2007.

En el plano de los dispositivos de reproducción, los MP3 han pasado de los 116,7 millones de euros en 2007 a los 40,5 millones de euros (-65,3%) en 2008. El Informe señala que estos reproductores están dejando paso a nuevos dispositivos de reproducción (en formato MP4) y a dispositivos convergentes de comunicación (teléfonos móviles de última generación, Smartphone).

Según el estudio, a pesar de que en España se consume un número creciente de horas de música a través de multitud de medios, esta industria no logra rentabilizar el aumento de la demanda y el consumo. El informe apunta que en 2009 y 2010 irrumpirán nuevos modelos de negocio basados en la suscripción, tanto para descarga de música como para streaming. También pronostica la total desaparición los sistemas DRM, en un intento de la industria por revitalizar las ventas. Por último, el informe llama la atención sobre las sinergias entre el sector de la música y los del vídeo y los videojuegos, que se afianzarán a corto y medio plazo.

El informe señala que este segmento está incorporando tímidamente nuevos modelos de negocio. La distribución digital de contenidos de vídeo a través de servicios asociados a los operadores audiovisuales y de telecomunicaciones se ha consolidado en 2008, mientras que en la distribución a través de Internet surgen nuevas iniciativas.

En el ámbito del cine, continúa el descenso en la recaudación por taquilla (619 millones de euros en 2008, -3,8%), y en la venta y alquiler de películas, mercado que decreció un 23% el año pasado, alcanzando los 203,3 millones de euros. No obstante, en 2008 han surgido nuevos intentos de los grandes productores por el cine en 3D. Junto a estos descensos destaca el crecimiento del 140,9% de la venta de películas en HD, que superó los 12,2 millones de euros.

Los ingresos por venta de reproductores de DVD han disminuido un 17,9% (278,41 millones de euros). Por tipo, los de sobremesa disminuyen un 18,5%, mientras que los portátiles, tras el boom de 2007, descienden un 15,4%. Con la apuesta del mercado por el formato Blu Ray las ventas de reproductores de alta definición se han multiplicado por cuatro, hasta alcanzar los 6,83 millones de euros.

Los ingresos en los modelos de pago por visión y vídeo bajo demanda alcanzaron en 2008 los 243,8 millones de euros, con un crecimiento del 7,1% respecto a 2007. Cabe destacar que en 2008 por vez primera, los ingresos por estos nuevos modelos de negocio (PPV y VoD) superaron los ingresos de los modelos tradicionales.

Este sector ha vivido en 2008 un año de estancamiento, resistiendo con más éxito el impacto de la crisis económica. El año pasado se consolidaron los nuevos mercados que irrumpieron en 2007, como el de jugadores "casuales", y se han creado nuevas sinergias con los sectores de la música y el vídeo. Los nuevos modelos de negocio se articulan en torno a tres grandes ejes: la distribución digital de videojuegos (por suscripción a juegos online, de pago por descarga, y financiados a través de publicidad), servicios online complementarios de los juegos distribuidos en soporte físico y videojuegos para los teléfonos móviles.

Según el informe, los ingresos por venta de videojuegos en soporte físico en España superaron los 740 Millones de euros en 2008 (+3,5% respecto a 2007). Los videojuegos para consola supusieron el 90,6% del mercado (674 millones de euros y +6%). Por su parte, el subsector de videojuegos para PC ha vivido un importante descenso en el año 2008 (-15,7% y 70 millones de euros).

En 2008 se vendieron 3,18 millones de consolas en España, con un descenso en el número de unidades vendidas entre 2007 y 2008 del 6,2%. Este resultado negativo es consecuencia directa de las ventas de consolas portátiles que, con un descenso en el número de unidades del 15,2%, superan el incremento del 5,1% logrado por las consolas de sobremesa.

La principal fuente de ingresos del sector de la televisión, la publicidad, descendió en 2008 un 11,1%, hasta los 3.082,1 millones de euros, mientras los ingresos por suscripciones a servicios de televisión de pago crecieron un 3,3%, hasta los 1.439,2 millones de euros. Los ingresos por ventas de televisores aumentaron un 4,2% en 2008, alcanzando los 2.596 millones de euros, con claro liderazgo de la tecnología LCD, que supuso un 91% de los ingresos.

Entre los nuevos modelos de negocio destacan los servicios VoD ofrecidos a través de la televisión de pago; la televisión en Internet, financiada con publicidad, y la televisión en el móvil. Este último modelo ha duplicado sus ingresos, pasando de 8,7 millones de euros en 2007 a 16,2 en 2008.

La proximidad del apagón analógico está provocando que la cuota de pantalla de la TDT crezca mes a mes. En 2008 superaron los 4,19 millones de abonados a la televisión de pago, logrando un incremento del 5,4% respecto a 2007. Los abonados a la televisión por satélite representaron el año pasado el 50,6% del total.

Los abonados a servicios de IPTV supusieron el 17,6%, y los abonados a servicios de cable, el 31,8%.

Redes Sociales

2008 ha sido el año de la explosión de las redes sociales en nuestro país. El principal modelo de negocio explotado por estas redes es la publicidad. Las redes de microblogging (como Twitter) han sido uno de los grandes protagonistas del año 2008.

España contaba a principios de 2008 con un 43,2% de internautas activos, mayores de 15 años y pertenecientes a alguna red social. A finales de 2008 este porcentaje se situó en el 75%, con más de 6,7 millones de españoles.

Mercado de la Publicidad

La inversión real estimada del mercado publicitario español descendió un 7,5% en 2008, hasta los 14.915,3 millones de euros. Se trata del primer descenso de los últimos 5 años. La publicidad a través de Internet ha experimentado en 2008 un crecimiento del 26,5%, hasta los 610 millones de euros. Según el informe de ASIMELEC, los principales medios que componen el mercado de la publicidad online son los enlaces patrocinados y los formatos gráficos (banners, robapáginas, etc.), que alcanzaron en 2008 los 324,4 millones de euros y los 285,6 millones de euros, respectivamente. Por primera vez en 2008 los ingresos por enlaces patrocinados han superado a los formatos gráficos.

Mercado de la Prensa

La prensa hace tiempo que está presente en Internet, donde ya ha explorado diferentes modelos de negocio. La crisis del mercado publicitario iniciada en el año 2008 no está haciendo sino acelerar la transición hacia la prensa digital.

Pocos son los que se atreven a vaticinar la desaparición de la prensa en papel, pero las tendencias ligadas a nuevos dispositivos de lectura, unidas a la necesidad de atemperar los costes en una etapa de descenso de la publicidad, están impulsando la consolidación de las redacciones de prensa en papel y prensa digital, y la mayor relevancia de los medios online.

Los ingresos en el sector de la prensa alcanzaron en 2008 los 2.806 millones de euros, un 9,1% menos que en 2007. Este descenso se debió, fundamentalmente, a la caída de ingresos por publicidad (un 16,1% menos en 2008). Los ingresos por venta de ejemplares han disminuido un 1,9%, y los ingresos por publicidad online han crecido en 2008 un 16,7% hasta los 285,6 millones de euros.

El promedio diario de usuarios únicos de servicios de noticias e información se ha incrementado entre junio de 2008 y junio de 2009 un 27,5%, alcanzando los 2,65 millones. En la misma línea, las visitas a servicios de noticias e información han aumentado un 4,1%, superando los 6,6 millones.

Mercado del Libro

El libro digital ha irrumpido en el año 2009. La venta de libros en España no ha dejado de crecer en los

últimos años. A falta de los datos de 2008, en 2007 los ingresos por venta de libros ascendieron a 3.468 millones de euros. Los nuevos modelos de negocio se encuentran en plena fase de implantación, por lo que no se dispone de datos desagregados de ingresos por ventas de libros en formato electrónico. Sin embargo, cabe destacar que en 2007 se inscribieron 7.503 ISBNs de libros en formato electrónico, un 88,2% más que en 2006.

Mercado de contenidos digitales en el mundo

El mercado de medios y entretenimiento, que engloba el mercado de los contenidos digitales, ha crecido en los últimos cuatro años a una tasa anual del 6,6%, lo que convierte a este sector en uno de los más dinámicos de la economía mundial. En el año 2008 alcanzó los 1,16 billones de euros.

Los datos de 2008 muestran que el sector no ha sido ajeno a la crisis. A pesar de que el mercado de contenidos continúa creciendo, se aprecian reducciones sus tasas de crecimiento en la mayoría de los sectores. Entre los que obtienen mayores crecimientos se sitúan el acceso y publicidad en Internet y los videojuegos. Los sectores que menos crecen son el de la música, que continúa su descenso, el sector del cine y vídeo, el sector editorial y el sector de la prensa. En 2008, los ingresos obtenidos por distribución online de música alcanzaron los 2.586 M€ en todo el mundo. Esta cifra supone un incremento del 24,1% respecto a los 2.084 M€ obtenidos en 2007. En 2008, el 21% de los ingresos del mercado discográfico procedió de la distribución online. En Corea del Sur, líder en este segmento, la distribución online de música supone ya el 60% del mercado discográfico.

Los servicios de VoD asociados a la televisión de pago se han configurado como el principal modelo de negocio a nivel mundial ligado a contenidos digitales del sector del cine y vídeo. Estados Unidos continúa siendo el principal mercado mundial de servicios de VoD con 1.864 M€ en 2008 y un crecimiento en ese mismo año del 20%. A nivel mundial, los servicios VoD han alcanzado en 2008 unos ingresos de 3.848 M€, lo que supone un incremento del 34,2% respecto a 2007.

Los nuevos modelos de negocio representan una importante fuente de ingresos para el mercado mundial de videojuegos. En 2008 los dos principales modelos de negocio de distribución online de videojuegos (a través de Internet y juegos para teléfonos móviles) superaron los 10.000 M€. En conjunto, la distribución online en el mundo supuso en 2008 el 32,6% del mercado global de videojuegos, liderado por la región Asia-Pacífico, donde el 43,5% de los ingresos del mercado de los videojuegos procede de canales online.

Los principales modelos de negocio relacionados con contenidos digitales asociados a la televisión son el vídeo bajo demanda (VoD) y el pago por visión (PPV). En 2008 el VoD ha superado por primera vez en ingresos al pago por visión. El modelo de pago por visión cuenta con gran implantación en los EEUU, de tal forma que el gasto de los usuarios en el año 2008 en PPV supuso el 67,8% del mercado mundial.