

La industria de contenidos digitales crece por primera vez desde 2011, aumentando su facturación en un 13,8%

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha publicado, a través del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) -que gestiona la entidad pública Red.es-, el "Informe anual del sector de los Contenidos Digitales en España", que muestra la situación actual y las principales tendencias del sector en el país.

El informe ha sido presentado hoy en el marco del Foro Internacional de Contenidos Digitales (FICOD), por el director general de Red.es, Daniel Noguera. Este documento revela un importante cambio de tendencia en la cifra de negocio de la industria de los contenidos digitales, que crece por primera vez en cuatro años. La facturación, en 2014, alcanzó los 8.060 millones de euros, lo que supone un incremento del 13,8% respecto al año anterior, cuya cifra de negocio fue de 7.084 millones. Este volumen representa el 57,3% de la facturación del sector de contenidos en 2014 (14.061 millones de euros), que incluye tanto el negocio digital como el tradicional.

En cuanto al número de empresas del sector de contenidos, en 2014 alcanzó la cifra de 9.425 y, las que prestan sus servicios en el sector de los contenidos digitales, dieron empleo a 43.286 personas, lo que supone un incremento del 13,7% respecto al año anterior (38.062 profesionales).

Por otra parte, la inversión realizada en el sector de los contenidos digitales fue de 789 millones de euros, el 29,6% de la que se llevó a cabo en la industria de los contenidos (2.662 millones de euros).

El director general de Red.es también ha subrayado la importancia de Internet para la economía española, que se traduce en 42.416 millones de euros, que representan el 4,4% del Producto Interior Bruto. El 85% de esta cantidad se atribuye al comercio electrónico, mientras que las actividades que dan soporte a Internet (operadores de telecomunicaciones, proveedores de acceso a Internet, servicios de banda ancha, etc.) suponen el 10,1%. El 4,9% restante corresponde a las actividades que se sustentan en Internet (redes sociales, buscadores y otros servicios).

Los sectores audiovisual, de cine y vídeo, y publicidad online, los que más facturaron

Atendiendo a los datos desglosados, los sectores que más han contribuido al crecimiento del sector de los contenidos digitales el año pasado son los de actividades audiovisuales, cine y vídeo, y publicidad online, que en conjunto aglutinaron el 86,2% de la facturación.

En concreto, los ingresos por actividades en el sector audiovisual alcanzaron los 3.437 millones de euros en 2014, un 4,3% más que el año anterior. Atendiendo al medio de transmisión, la televisión por IP es la que más ha crecido con una facturación un 45,2% superior a la de 2013 y superando por primera vez los ingresos de la televisión por cable.

En segundo lugar se sitúa el negocio digital del cine y vídeo, que obtuvo en 2014 ingresos por importe de 2.450 millones de euros, un 28,6% más que el año anterior. La rama de post-producción fue la que más facturación acaparó, 1.082 millones de euros, seguida de exhibición cinematográfica (467 millones), distribución cinematográfica (359 millones, producción cinematográfica (292 millones) y producción de programas de televisión (248 millones).

También aumentó un 11% la facturación en el sector de la publicidad digital (1.066 millones), por lo que Internet se consolida como el segundo medio que más inversión publicitaria recibe, solo superado por la televisión.

Por otra parte, en el subsector de publicaciones, la cifra de negocios de actividades digitales aumentó en 2014 un 46,7% y alcanzó los 519 millones de euros, de los cuales el 47,7% corresponden a la edición de libros y 237 millones de euros al mercado digital de la prensa.

En cuanto a la facturación de las empresas de videojuegos, alcanzó los 412 millones en 2014, de los cuales el 89% provienen de la venta de videojuegos en el canal online. Otro dato que recoge el informe es el del número de videojuegos vendidos en España que se situó en 9,8 millones de unidades, un 9,2% menos que en 2013.

En el último puesto figura la facturación por música digital, que alcanzó la cifra de 122 millones de euros, un 33% menos que el año anterior. En concreto, la música que se comercializó online obtuvo una facturación de 66 millones de euros y por primera vez superó la de la música sobre soporte físico.

Algunas tendencias del sector

El informe también recoge las principales tendencias del sector de los contenidos digitales, entre las que hay que destacar el crecimiento de usuarios multipantalla o la creciente competencia entre los operadores de telecomunicaciones por facilitar contenidos. Además, atendiendo a uno de los objetivos fijados en la Agenda Digital para España, se han desplegado redes de nueva generación. A un nivel más concreto, el estudio revela que España es el cuarto de los países desarrollados en penetración de smartphones y anticipa que en 2019 el vídeo será el responsable del 80% del tráfico por Internet.

En cuanto a los videojuegos, con el auge de los modelos de distribución online se ha incrementado la aparición de estudios independientes y se aprecia que la principal tendencia que va a modelar el sector es la realidad virtual.

En lo que a música se refiere, crece la distribución en streaming en detrimento de las descargas y se priman las de temas sueltos frente a los álbumes. Por su parte, el contenido audiovisual se convierte en clave de cualquier oferta de servicios de comunicaciones, en concreto adquieren relevancia las series, el fútbol y los deportes de motor. También experimentan un auge los servicios de vídeo bajo demanda y streaming basado en suscripciones periódicas.

En el sector de las publicaciones se detectan nuevos modelos de negocio orientados a las suscripciones similares a las del mundo audiovisual y los libros enriquecidos se atisban como una oportunidad de negocio para la industria editorial en ámbitos como el educativo o de la literatura infantil.

En publicidad, el marketing multipantalla y la publicidad a través de varios medios (transmedia) se convierten en las tendencias principales, y se observa un fuerte impacto de los bloqueadores de publicidad (ad-blockers) que puede incidir negativamente en el mercado de la publicidad digital.

Las redes sociales, por su parte, mantienen un crecimiento constante, con unos ingresos en 2014 de 21.218 millones en todo el mundo. Se estima que estos ingresos crecerán un promedio anual del 17,3%, de aquí a 2018.

En España, las redes sociales generan un volumen de negocio de 160 millones de euros.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>