

## **Nuevo informe del ONTSI**

### El impulso del sector de los contenidos digitales favorece la aparición de nuevos modelos de negocio

- La libertad de pago, la paquetización de productos, la venta directa o la autoedición de contenidos son algunos de los modelos de negocio emergentes.
- Entre las tendencias del sector destacan el desarrollo de la banda ancha 5G, Internet 3D y las sinergias entre el Internet de las cosas y los asistentes de voz.
- El creciente número de internautas y el apoyo al sector por parte de las administraciones públicas impulsan la distribución de contenidos digitales, mientras que su inhibidor más significativo es la piratería.

**Madrid, 11 de abril de 2016.** Las tendencias y factores que impulsan la economía digital en global y el sector de los contenidos digitales en particular, favorecen la aparición de nuevos modelos de negocio innovadores, según apunta el "Informe anual del análisis cualitativo de la oferta legal y no autorizada de contenidos digitales", realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, que gestiona la entidad pública Red.es.

En este sentido, cobran especial relevancia modelos de negocio emergentes como el de libertad de pago, los basados en la paquetización de productos, la venta directa, el *crowdfunding*, la autoedición de contenidos, el micropago del contenido fraccionado, el pago por consumo o modelos de suscripción, la membresía y el modelo *freemium-premium* donde la oferta de contenidos gratuitos se complementa con otros adicionales de pago.

El informe realiza también un análisis de las tendencias más relevantes del mercado de los contenidos digitales, los efectos que tiene en el sector la digitalización de los contenidos y de los principales impulsores e inhibidores de la distribución de contenidos digitales.

## **Tendencias del mercado de los contenidos digitales**

En cuanto a equipamiento e infraestructuras, el informe destaca el interés de los operadores de telecomunicaciones y proveedores de servicios OTT (*over-the-top*) en configurar paquetes de servicios atractivos para el usuario. Otra tendencia es el desarrollo de las redes de banda ancha de alta velocidad con una progresión hacia el uso del estándar 5G, un nuevo modelo de Internet basado en un entorno de explotación tridimensional o las crecientes sinergias entre el Internet de las cosas y los asistentes de voz.

Se observa, igualmente, la presencia de nuevos líderes de opinión (*youtuber*, *videoblogger*, etc.) como autogeneradores de contenido, el impulso de las narrativas *transmedia* como nueva forma de comunicación o el recurso de la gamificación en los sectores editorial y publicitario. Por otra parte, existe necesidad de contar con profesionales TIC cualificados que permitan abordar los nuevos desafíos tecnológicos a los que se enfrentan las empresas.

Además se aprecia una tendencia a la emergencia de oligopolios en la distribución de contenidos de marcado carácter internacional o la explotación de los *Big Data* para descubrir patrones de consumo y personalizar las ofertas de productos y servicios.

### **Efectos de la digitalización de contenidos**

La desmaterialización del contenido tiene varios efectos que inciden en todos los subsectores del mercado de los contenidos digitales (música, cine, audiovisuales, editorial, videojuegos y publicidad). Entre ellos se incluyen el incremento de modelos de negocio basados en suscripciones en detrimento de las ventas por unidad, la reducción de los precios, y la simplificación de la cadena de valor donde se reduce la influencia de los gastos técnicos y de intermediarios. También cabe subrayar la existencia de impulsores que facilitan el crecimiento de la industria de contenidos digitales y de inhibidores que podrían frenarlo. El más significativo es la oferta no autorizada de contenidos digitales donde el auge de Internet ha supuesto un incremento masivo al hacer accesible a todos los usuarios contenidos digitales de un modo ilícito.

En España, la facturación total del sector de contenidos alcanzó los 14.061 millones de euros en 2014. Del total de facturación, aquella que corresponde a contenidos digitales son 8.060 millones de euros, lo que supone una tasa de digitalización del sector de 57,3%. A nivel global, el mercado de contenidos creció un 4,6% en 2014, registrando una cifra de negocio de 145,5 mil millones de euros y se estima que aumentará hasta los 186,6 mil millones de euros en 2019, incrementándose a un ritmo interanual del 4,5% en este periodo.

### **Impulsores e inhibidores de la distribución de contenidos digitales**

Entre los impulsores de la distribución de contenidos digitales se han identificado distintos factores que afectan tanto a la oferta de contenidos como a la demanda. Algunos de ellos son la promoción del sector por parte de las administraciones públicas; el constante crecimiento del número de internautas (que en España se sitúa en el 64,5 de la población de más de 15 años); la mejora de la red de banda ancha y de las velocidades de conexión; el incremento de la penetración de dispositivos conectados a Internet, como *smartphones* (85% en España), tabletas y *smart TVs*; la existencia de una mayor oferta de obras disponibles en los servicios de distribución *online* y, la irrupción de los nuevos modelos de negocio.

Por último, se destaca el idioma español, el tercero más utilizado después del inglés y del chino, como palanca de crecimiento de la industria cultural española que dispone de un mercado potencial en los países latinoamericanos.

Entre otros inhibidores, el informe destaca la falta de profesionales cualificados, la limitación territorial de las licencias concedidas a los productores para la distribución de contenidos, la competencia que representa el crecimiento de otros subsectores como el de las aplicaciones y juegos para móviles o la creciente percepción por parte de los usuarios de que el uso comercial de datos personales por las plataformas digitales supone una pérdida de los derechos de privacidad.

Sin embargo, entre los inhibidores de la distribución de contenidos digitales, el más significativo –según el informe– es la oferta no autorizada de contenidos digitales, comúnmente conocida como piratería. El informe apunta como principales razones del consumo de oferta no legal la facilidad de localización y consumo, la falta de oferta legal y el consumo histórico gratuito de oferta legal. Además, propone como medidas para frenarlo la reforma de la legislación del sector, la puesta en marcha de campañas de sensibilización, el incremento de las actividades educativas y una aproximación voluntaria entre los principales agentes del ecosistema digital para garantizar un mayor equilibrio, competencia efectiva, seguridad jurídica y un menor nivel de fraude.

### **Análisis de sensibilidad en la Red**

El informe incluye un apartado en el que se recogen los principales resultados obtenidos tras analizar las conversaciones y publicaciones vertidas en Internet sobre la distribución y consumo de contenidos digitales a través de medios no autorizados entre enero y octubre de 2015.

En este sentido, durante el periodo analizado se han encontrado un total de 50.871 menciones en español que hablan sobre contenidos no autorizados y se observa que es en Twitter donde existe la mayor presencia de comentarios (95%).

Respecto a los distintos tipos de contenidos no autorizados, el cine y los contenidos audiovisuales son los más comentados en los distintos canales de comunicación en la red. Los contenidos audiovisuales están más presentes en medios de opinión del usuario, teniendo más presencia en Twitter y en foros mientras que los medios de comunicación publican más noticias sobre los contenidos digitales no autorizados relacionados con el cine.

El mayor volumen de conversaciones registrado coincide con persecuciones de espacios de publicación de contenidos no autorizados por parte de los diferentes entes de la justicia española para ejercer un control sobre la piratería e intentar la erradicación de esta. Pero mientras que en el caso de los medios profesionales se recoge la noticia y en medios especializados en tecnología y en los blogs se hacen rankings y valoraciones y se habla de nuevos espacios de distribución no autorizada, en los foros y en Twitter los usuarios se comunican espacios alternativos de descargas.



red.es

ontsi  
observatorio  
nacional de las  
telecomunicaciones  
y de la SI

**Más información:**

Carmen Melgar/ Xescu Prats / Blanca Gutiérrez

[prensa@red.es](mailto:prensa@red.es)

91 212 76 20

**Consulta el informe completo:**

<http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/informe-anual-del-an%C3%A1lisis-cualitativo-de-la-oferta-legal-y-no-autorizada-de-conte>

