

Anàlisi de l'evolució i situació actual de l'oferta legal de continguts digitals a Espanya

Publicat per [Interacció](#) [1] el 16/09/2014 - 10:34 | Última modificació: 11/12/2015 - 15:58



[Francesco D. Sandulli](#) [2] | [Cultura en Red 2014](#) [3]

Informe sobre les noves ofertes legals que ofereix el sector de les indústries culturals de continguts digitals a Espanya. Segons l'estudi, en els últims cinc anys la indústria de continguts digitals a Espanya ha crescut un 50% mentre que la de continguts físics ha disminuït un 20%, tot i que encara representa la major part de les vendes totals del mercat. En termes d'ingressos totals, la indústria del llibre és la que obté els millors resultats en l'àmbit digital, amb 74 milions d'euros de vendes en 2012, malgrat que aquesta quantitat representa només un 4% de la seva quota de mercat. La indústria de la música, en canvi, ha tingut més èxit en la transició al món digital on les vendes en 2013 van representar un 40% del total d'ingressos de la indústria de la música. Pel que fa al vídeo i als videojocs, el sector va guanyar 141 i 26 milions d'euros respectivament en 2012 i representen un 5% i un 6% del total de les seves vendes.

L'estudi es va presentar a les jornades sobre Cultura en Red 2014 organitzades per la Bertelsmann, NBC Universal, Grupo Planeta i Prisa i que va reunir a agents del sector a escala nacional i internacional que van debatre sobre innovació i defensa de la propietat intel·lectual en l'àmbit de les indústries culturals. Empresaris, polítics, autors i artistes van analitzar els reptes i oportunitats que ofereix la convergència entre el sector dels continguts i les noves tecnologies d'internet per als creadors, les empreses i els consumidors. Van discutir també sobre l'aparició de nous models de negoci, la importància del sector com a motor d'ocupació, la necessitat de comptar amb nous marcs jurídics de regulació, com acabar amb la pirateria o com promoure el consum de cultura digital, entre d'altres temes.

Música digital

En aquesta indústria els models de negoci evolucionen ràpidament. El mercat ha anat des de les descàrregues de cançons i productes de mòbils (ex. els tons de trucada), en les seves etapes inicials, fins a l'actual consolidació del model de negoci basat en la subscripció. Els ingressos per subscripcions a Espanya s'ha doblat en l'últim any i representa un 42% del total de vendes en el mercat de la música digital. Les descàrregues musicals suposen un 27% del mercat i els anuncis dels serveis en streaming, un 23%. De manera similar a altres mercats de música digital en Europa, el mercat espanyol és altament concentrat. Spotify, Deezer o Xbox Music lideren el mercat de provisió de serveis en streaming i Amazon, iTunes i Google Play concentren la major part dels ingressos per descàrrega de música. Les empreses més petites i localitzades han esdevingut cada vegada més innovadores per poder competir.

Vídeo digital

Espanya, malgrat les vendes de vídeo digital representen només un 5% de quota de mercat, és el sisè mercat de



vídeo digital a Europa en vendes i proveïdors. Els models de negoci 'pay per view' (PPV) com, per exemple, els iTunes Movie Store, semblen atreure més interès entre els consumidors espanyols, especialment en el cas del lloguer de pel·lícules. Aquests serveis representen quasi un 50% dels ingressos en el mercat de vídeo digital i generen un 17% de totes les vendes digitals.

Mentre que consum de vídeo pirata és encara alt, les dades suggereixen que la demanda de continguts de vídeo digital legal augmentarà en el futur, així com la predisposició a pagar pel contingut Premium que és més alta a Espanya que a d'altres països. A més, l'evolució positiva de les plataformes de vídeo legals mostren la viabilitat d'aquests negocis a Espanya. Des del 2005 els espanyols gaudeixen des d'una única plataforma, Imagenio, de les ofertes d'un total de 17 plataformes.

Videojocs digitals

Espanya té una de les taxes més baixes de jugadors de videojocs per internet d'Europa. No obstant això, aplicacions i videojocs en línia són més populars a Espanya que a d'altres països europeus i els espanyols cada vegada juguen a més videojocs des del mòbil. Encara que la demanda general de videojocs és propera a la demanda de la resta d'Europa, la proporció de jugadors de videojocs de pagament és la més baixa d'Europa. Només el 4% dels usuaris d'internet a Espanya paguen per aplicacions de jocs, mentre el 5% d'aquests usuaris paguen per jocs en línia.

Pel que fa a la producció, molts negocis locals estan prosperant gràcies, en part, a la distribució global concentrada.

Publicació digital

A Espanya un 55% dels llibres s'editen en paper i un 45% en format digital. Un 49% dels llibres digitals es consumeixen a través de l'ordinador. La majoria de llibres digitals que es llegeixen a través de l'ordinador són publicacions educatives i només un 20% novel·les. La venda de llibres electrònics per a dispositius lectors digitals guanya força amb un 38% de quota de mercat i les vendes per a mòbils i tauletes representen un 7% del total de vendes digitals.

Malgrat que la demanda de llibres digitals encara és escassa a Espanya, el nombre de proveïdors de llibres digitals legals ha augmentat en els últims anys i s'han diversificat els models de negoci. Hi ha una forta presència de distribuïdors espanyols de publicacions en línia que inclouen a comerciants i llibreries com Casa del Llibre, l'Fnac i El Corte Inglés, que va desplegar una estratègia amb el suport dels seus propis dispositius de lectura electrònica.

[PDF Analysis of the evolution and current situation of the legal offers of digital content in Spain : a report on the digital content industry in 2013](#) [4]

[Inicia sessió](#) [5] o [registra't](#) [6] per enviar comentaris

Etiquetes: videojocs

Etiquetes: indústries creatives i culturals

Etiquetes: transformació digital

Etiquetes: estructura de mercat

- [7]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2014/09/16/analisi-de-evolucio-situacio-actual-de-oferta-legal-de-continguts-digitals-espanya>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <http://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-20108/Cv%20Sandulli,%20Francesco%20DOE-UCM.pdf>

[3] <http://www.letsgoconnected.eu/cer2014.php>



[4] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E140170.pdf>

[5] <https://interaccio.diba.cat/>

[6] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[7] <https://interaccio.diba.cat/node/5290>