

Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales

Rafael Achaerandio
Director de Análisis
IDC Research Iberia

Este estudio tiene como finalidad el análisis del fenómeno de la pitarería online de contenidos digitales en España, esto es Música, Videojuegos, Películas y Libros, así como de ciertos hábitos de consumo por Internet.

El análisis se realizará de forma semestral, analizando el semestre pasado, con el objetivo de construir un barómetro para el análisis compartivo de la evolución temporal de la piratería de contenidos. La próxima actualización estará disponible en Octubre de 2010 analizando el primer semeste de 2010.

El mercado geográfico relevante es el de un consumidor doméstico (España) en base al universo de usuarios online (Internautas) según las mediciones de Nielsen Online, partners en la realización del trabajo de campo.

El estudio analiza la piratería de pago, es decir, se excluyen del análisis aquellos contenidos que por ser gratuitos para el consumidor no son susceptibles de ser pirateados (Ej Películas en abierto por TV, música en la radio, juegos gratuitos online, streaming musical, etc).

1. La industria de contenidos digitales en España generó un volumen de negocio de 1.653 millones de euros en el segundo semestre de 2009, con una variación del -8,66% respecto al mismo periodo del año anterior.
2. La tasa de piratería ascendió, en media ponderada, a un 76,0% sobre estos mercados en el segundo semestre del año, si bien, música y películas tuvieron tasas de piratería muy superiores, del 95,6% y 83,7% respectivamente frente a los videojuegos, 52,3%, y el 19,7% del sector del libro.
3. El valor total de los contenidos pirateados asciende a 5.121 millones de euros; es decir, más de tres veces el valor del consumo legal. Si todos los contenidos consumidos fueran pagados, el mercado podría ser tres veces mayor que el actual.
4. Por tipo de contenidos, el valor de lo pirateado en películas asciende a 2.382,5 millones de euros; en música a 2.291,6 millones de euros; videojuegos a 246,2 millones de euros, y el libro a 200,5 millones.

Piratería Contenidos Digitales

| | Música | Videojuegos | Películas | Libro |
|--|---------|-------------|-----------|---------|
| Mercado legal (M€) | 147,4 | 435,0 | 695,0 | 1.607,7 |
| Mercado legal base del análisis (M€) * | 106,6 | 225,0 | 465,0 | 818,7 |
| Tasa de piratería | 95,6% | 52,3% | 83,7% | 19,7% |
| Valor total de lo Pirateado (M€) | 2.291,6 | 246,2 | 2.382,5 | 200,5 |

Fuente: IDC 2010

Datos en Millones de Euros - Segundo semestre de 2009

* Ver siguiente slide con aclaraciones metodológicas

Nota: El valor de los contenidos pirateados se calcula en base a la tasa de piratería existente sobre los contenidos digitales de pago. Se excluyen de la base del cálculo aquellos contenidos que por ser gratuitos para el consumidor no son susceptibles de ser pirateados (Ej Películas en abierto, música en la radio, juegos gratuitos online, streaming, etc)

Es importante poner de relieve que el valor de lo pirateado se calcula sobre contenidos digitales de pago en consumidores de 16 a 55 años:

1. **Música:** Se excluyen específicamente los consumidores menores de 16 años y mayores de 55 años, así como canales radiofónicos, streaming, etc., canales cuyo modelo de negocio se sustenta en la publicidad.
2. **Videojuegos:** Se excluyen menores de 16 años, segmento en el que las tasas de piratería son previsiblemente superiores, y las compras de mayores de 55 años “para los nietos” (muy relevantes en este sector).
3. **Películas:** Se excluyen del cálculo la TV en abierto y el streaming online gratuito. Del mismo modo se excluye el consumo en cualquier canal de menores de 16 años y mayores de 55.
4. **Libro:** Se excluyen del cálculo los libros de texto, las instituciones y bibliotecas, es decir, sólo se consideran los libros comprados por consumidores finales de edades comprendidas entre 16 y 55 años en el segundo semestre del año 2009.

Potencial “legalizable” sin piratería

¿Cuánto del consumo ilegal podría convertirse en legal en base a la propensión de pago de los consumidores?

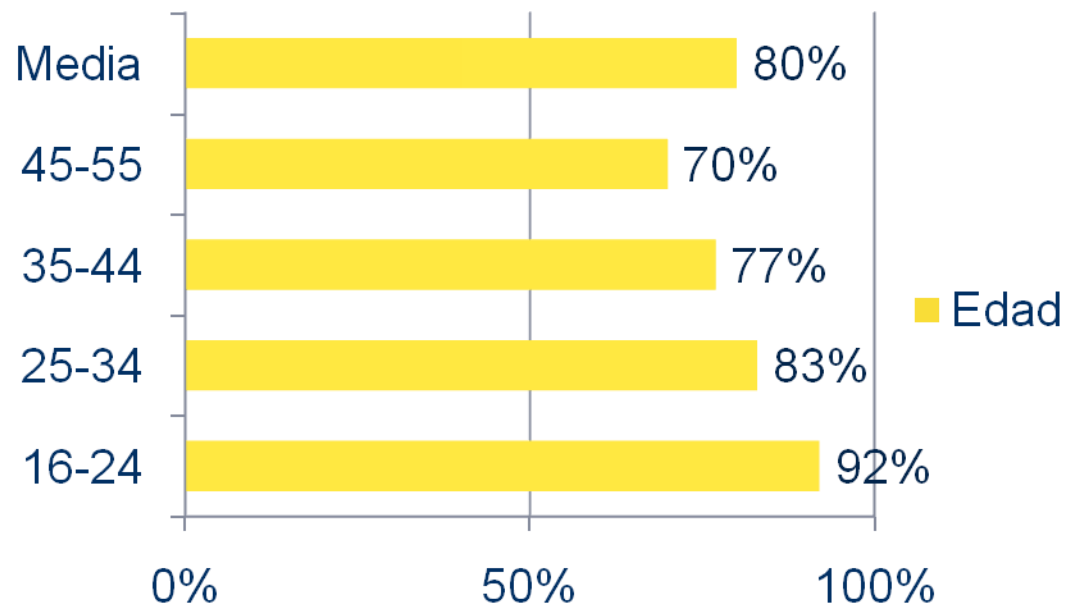
| | Música | Videojuegos | Películas | Libro |
|--|---------|-------------|-----------|-------|
| Valor total de lo Pirateado (M€) | 2.291,6 | 246,2 | 2.382,5 | 200,5 |
| Usuarios dispuestos a pagar el contenido | 58,4% | 59,3% | 54,8% | 69,0% |
| Potencial mercado Ilegal “legalizable” | 1.338,2 | 146,0 | 1.305,6 | 138,3 |

Fuente: IDC 2010

Datos en Millones de Euros - Segundo semestre de 2009

Nota: Estos datos han sido calculados con precios medios de mercado. En cualquier caso, conviene recordar que existen nuevos modelos de negocio legales en Internet que ofrecen contenidos gratuitos para el usuario y que podrían absorber parte de esta “nueva” demanda de contenidos legales. Estos datos son por tanto más interesantes como constatación de que hay espacio para un mercado legal si se pone coto a la piratería on-line.

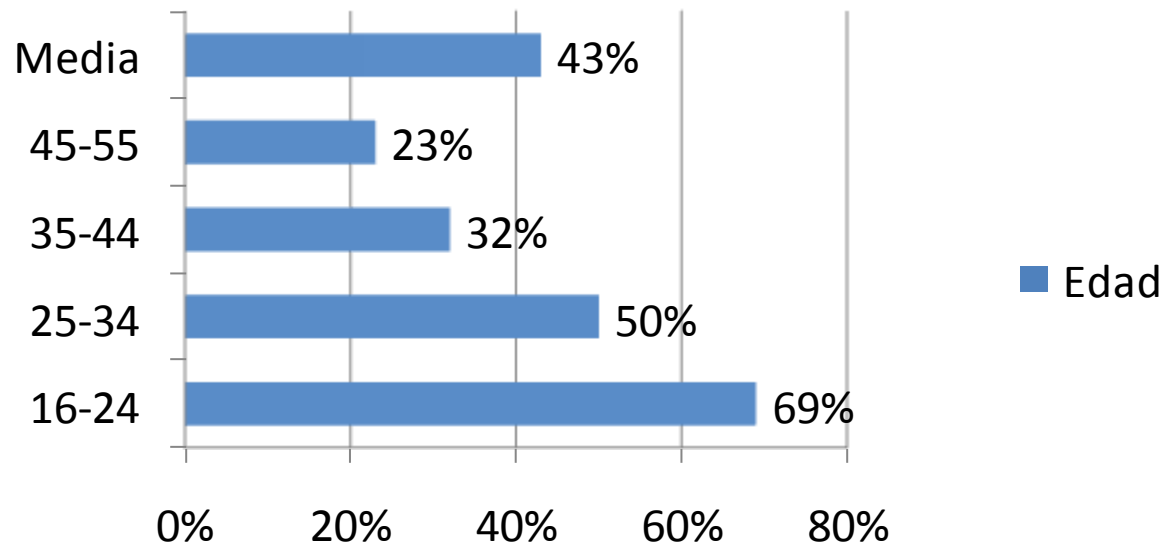
¿Ha descargado contenidos a través de los siguientes servicios P2P...?



Base: 5911 consumidores online (Nielsen)

La encuesta muestra un alto uso de sites P2P por internautas españoles, especialmente entre los más jóvenes, lo que tiene implicaciones de hábito con el cambio generacional.

¿Ha descargado contenidos a través de los siguientes servicios de descarga directa...?



Base: 5911 consumidores online (Nielsen)

Hay una alta utilización también de sistemas de descarga directa siguiendo el mismo patrón que el P2P, si bien, el uso baja sustancialmente respecto a éstas, de un 80% a un 43% de media.

- **Muestra Demanda:** encuesta entre 5.911 usuarios utilizando un panel online de más de 72.000 panelistas. El tamaño de la muestra garantiza un elevado nivel de confianza en los resultados, no existe ningún estudio comparable con este tamaño muestral a nivel nacional.
- **Representatividad:** La muestra utilizada es representativa de adultos españoles comprendidos entre los 16 y los 55 años, y conforme a las cuotas de sexo y comunidad autónoma según datos de población general.
- **Error Muestral:** para un Intervalo de confianza del 95% donde $p=0,5$ el error muestral es del 1,3%.
- **Universo de referencia:** universo de usuarios online según las mediciones de Nielsen Online.
- **Calidad de la información:** El estudio contempla errores inferiores al 1,3%, errores realmente bajos incluso comparados con fuentes estadísticas públicas como el INE o estudios privados como el EGM que utilizan errores inferiores al 1% para los usuarios de Internet.

- IDC es la empresa líder en inteligencia de mercado, eventos y consultoría en el mercado de tecnologías de la información, comunicaciones internet y contenidos digitales.
- Más de 1,000 analistas ofrecen su conocimiento de la industria a nivel global, regional y local en 110 países en los 5 continentes.
- Desde al año 1964 hemos estado entregando análisis del mercado, análisis de la industria y recomendaciones estratégicas.
- IDC es la fuente más citada por medios de comunicación en materia tecnológica, asimismo IDC es la fuente más utilizada por inversores tecnológicos en Wall Street
- IDC es una empresa subsidiaria de IDG, la empresa mundial líder en medios, investigación y eventos.





Rafael Achaerandio

Director Análisis España y Portugal

Teléfono: +34917872157

Fax: +34917872165

Email: RAchaerandio@idc.com

www.idc.com/spain
www.idc.com/portugal



10
Aniversario
España

