



# Los Contenidos Digitales en España, 2008



Asociación de Empresas de Electrónica,  
Tecnologías de la Información  
y Telecomunicaciones de España

# 1

## INTRODUCCIÓN

El análisis del hipersector de las TIC elaborado recientemente por AETIC ha incorporado por primera vez un estudio detallado sobre la industria de los Contenidos Digitales en nuestro país.

Este trabajo, dimensiona de forma exhaustiva los principales parámetros de mercado, de empleo y esfuerzo en I+D de las empresas que operan en este ámbito, teniendo en cuenta para ello los diferentes modelos de negocio; evaluando por un lado la forma en que los Contenidos Digitales se hacen llegar al usuario final y, por otro, los mecanismos de pago de los mismos.

Entre las principales novedades aportadas por este trabajo está la definición de un marco completo de actividades que, sobre la base de las plataformas de Internet y los teléfonos móviles, están dando lugar al desarrollo de pujantes mercados no considerados hasta el momento en este tipo de análisis.

Los diferentes subsectores y las actividades asociadas dentro del ámbito definido para la industria de los Contenidos Digitales se describen en la siguiente tabla:

Tabla 1: Composición y actividades del sector de Contenidos Digitales

Subsectores	Actividades incluidas	Segmentos
Audiovisual (TV/Radio)	Distribución de TV y Radio	TV Terrestre (abierto) TV Satélite (pago) TV Cable (pago) TV IP (pago) TV Móvil (pago) Radio
Cine/Vídeo	Distribución de películas a través de mecanismos tradicionales (salas de cine, alquiler y venta de películas)	Taquilla cine Venta DVD Alquiler DVD
Música	Ingresos por comercialización de contenidos discográficos a través de los diferentes canales	Físico Internet Móvil
Internet	Portales, buscadores, publicaciones "on line", redes sociales	
Publicaciones Digitales	Publicaciones editadas en formatos digitales (CD, DVD, videolibros, audiolibros,...)	
Videojuegos	Producción y distribución de videojuegos para ordenadores y consolas.	
Contenidos para móviles	Generación de contenidos y servicios basados en SMS/MMS, WAP, i-mode o UMTS	SVA sobre SMS Bulk Venta WAP

Fuente: AETIC.

El rigor con el que han sido analizados los distintos subsectores del mercado, eliminando parte de la producción de contenidos comercializada bajo formatos tradicionales y posibles duplicidades en la contabilización de los servicios derivadas de los modelos asociados a las cadenas de valor de cada uno de los subsectores de actividad, hacen de este trabajo una fuente objetiva para la valoración de esta industria, que en el año 2008, alcanzó un volumen de negocio de 10.362 millones de euros, con un crecimiento respecto al año anterior de un 2% y empleó a 41.263 trabajadores, un 5% más que en el ejercicio precedente.

A continuación se revisan cada una de las variables analizadas en este estudio.

# 2

## MERCADO

El mercado asociado a la industria de los Contenidos Digitales en España alcanzó en el año 2008 la cifra de los 10.362 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 2% respecto a los 10.164 millones de euros facturados el año anterior y que representa el 0,94% del PIB del conjunto de la economía española.

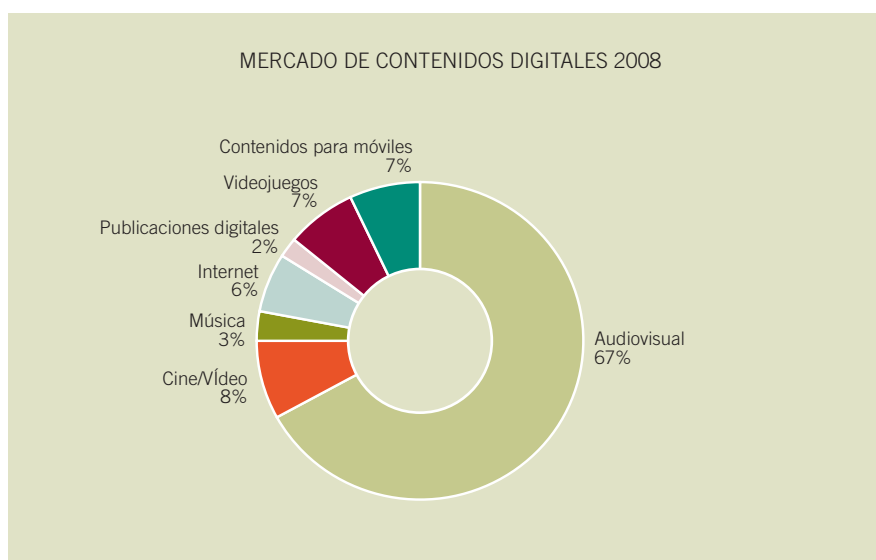
En la siguiente tabla se recogen las cifras fundamentales que caracterizan la evolución del mercado español de los Contenidos Digitales en 2008.

Tabla 2: Mercado de Contenidos Digitales. Desglose por subsectores de actividad (en millones de euros)

Subsectores	2007	2008	Δ (%)
Audiovisual	6.784	6.956	3%
Cine/Vídeo	909	833	-8%
Música	284	254	-10%
Internet	482	610	27%
Publicaciones Digitales	286	217	-24%
Videojuegos	719	744	3%
Contenidos para móviles	700	748	7%
<b>TOTAL CONTENIDOS DIGITALES</b>	<b>10.164</b>	<b>10.362</b>	<b>2%</b>

Fuente: Elaboración propia sobre fuentes diversas.

Gráfico 1: Mercado de Contenidos Digitales por subsectores de actividad (en %)



a) Audiovisual

El subsector con un mayor peso dentro del agregado de los Contenidos Digitales corresponde al subsector Audiovisual, que con una facturación de 6.956 millones de euros representa cerca del 70% del mercado global. Las industrias del subsector Audiovisual incrementaron su actividad respecto al año anterior un 3% siendo el desglose de su facturación en las distintas modalidades de servicio el siguiente:

Tabla 3: Audiovisuales. Desglose del mercado por modalidades de servicio (en millones de euros)

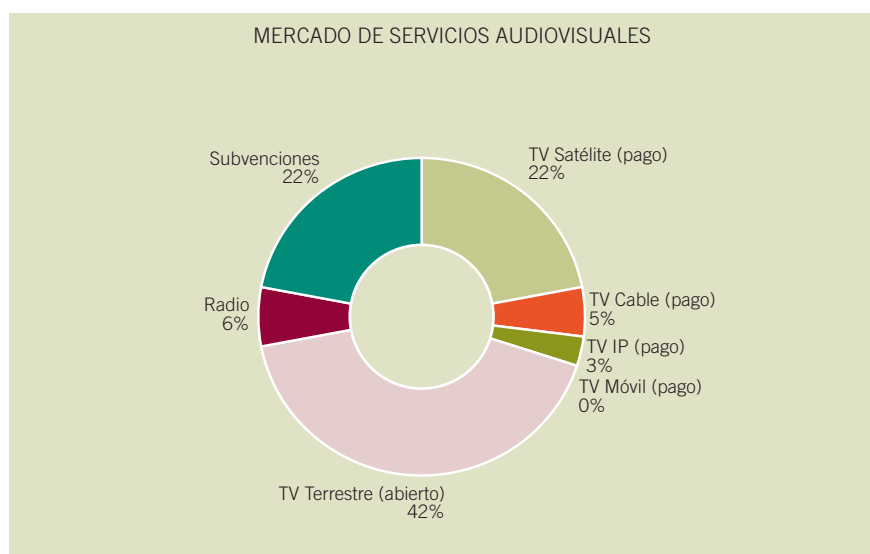
	2007	2008	Δ (%)
TV Terrestre (abierto)	3.312	2.946	-11%
TV Satélite (pago)	1.523	1.526	0%
TV Cable (pago)	349	348	0%
TV IP (pago)	131	182	39%
TV Móvil (pago)	9	20	122%
Radio	444	431	-3%
Subvenciones	1.018	1.505	48%
<b>TOTAL AUDIOVISUALES</b>	<b>6.784</b>	<b>6.956</b>	<b>3%</b>

Fuente: CMT.

Los servicios de pago tradicionales (satélite y cable) han mantenido sus ingresos estables, acaparando entre ambas 3,3 millones de abonados —un 82% del número total de usuarios sujetos a cuotas de pago— mientras que las plataformas más incipientes han registrado notables tasas de crecimiento, gracias a cuya aportación el número total de abonados se ha incrementado un 7%, cerrando el año 2008 con 4 millones.

Por su parte, la TV en abierto ha visto drásticamente reducida su facturación, debido al recorte de los ingresos publicitarios que se han ido produciendo a lo largo del año y que ha afectado a la práctica totalidad de los soportes. En el capítulo de ingresos procedente de subvenciones se ha producido un importante incremento en el capítulo de subvenciones, alcanzando la cifra de 1.505 millones de euros, un 48% superior a la del ejercicio precedente.

Gráfico 2: Servicios Audiovisuales. Desglose del mercado por modalidades de servicio (en %)



## b) Cine/Vídeo

La industria del Cine y del Vídeo ha sido una de las más castigadas durante este ejercicio, al registrar un retroceso en sus ingresos del 8% dejando su facturación en 833 millones de euros. La mayor parte de estos ingresos proviene de los obtenidos a través de la taquilla de los cines (619 millones de euros) mientras que el resto proviene de la comercialización de películas mediante su venta (173 millones de euros) y el alquiler (41 millones de euros).

Tabla 4: Cine/Vídeo. Desglose del mercado por fuente de ingresos (en millones de euros)

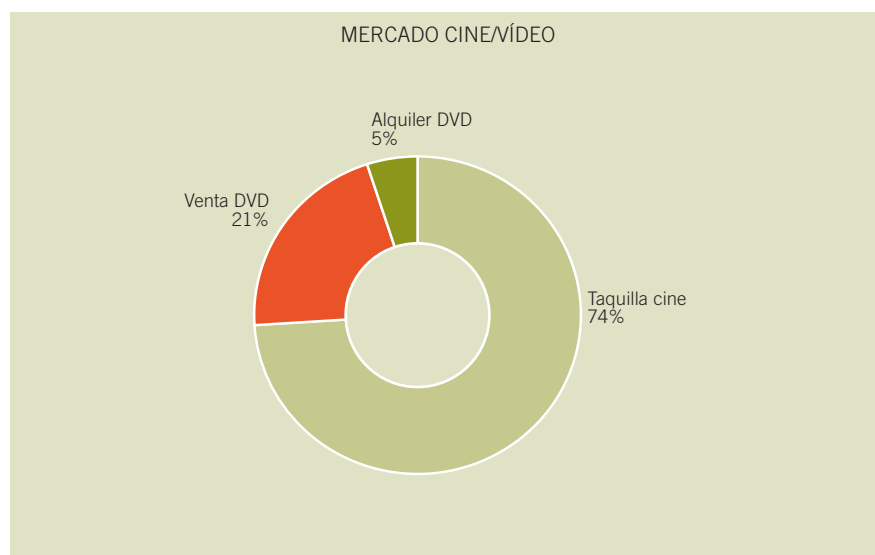
	2007	2008	Δ (%)
Taquilla cine	644	619	-4%
Venta DVD	213	173	-19%
Alquiler DVD	52	41	-21%
<b>TOTAL CINE/VÍDEO</b>	<b>909</b>	<b>833</b>	<b>-8%</b>

Fuente: Ministerio de Cultura, Unión Videográfica Española.

Los resultados asociados a esta área se han visto afectados por la disminución del número de espectadores en salas de cine, que ha reducido en un 8% el número de asistentes a las salas de proyecciones (un total de 107,8 millones de personas), pues la producción de títulos mantuvo el volumen de ingresos de años anteriores.

Por otro lado, los nuevos canales de acceso a este tipo de contenidos, así como por la piratería asociada a este entorno, han sido los principales responsables de los notables retrocesos en los capítulos de venta y alquiler de películas.

Gráfico 3: Cine/Vídeo. Desglose del mercado por fuente de ingresos (en %)



## c) Música

Otro subsector que ha visto disminuido en 2008 su volumen de actividad ha sido el de la música, que con una facturación de 254 millones de euros, redujo en un 11% sus resultados del año precedente.

Tabla 5: Música. Desglose del mercado por canales de distribución (en millones de euros)

	2007	2008	Δ (%)
Físico	257	225	-12%
Internet	5	11	120%
Móvil	22	18	-18%
<b>TOTAL MÚSICA</b>	<b>284</b>	<b>254</b>	<b>-10%</b>

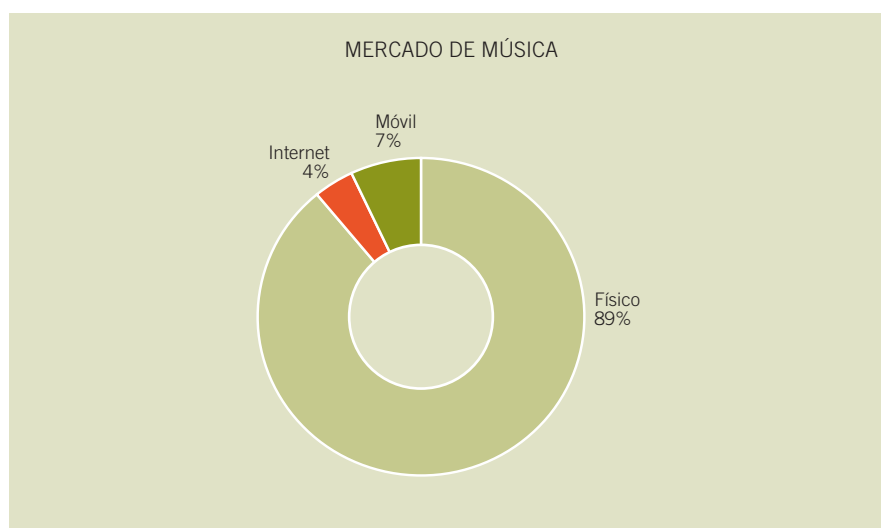
Fuente: Promusicae.

La comercialización en formato físico (CD y DVD) es la que acapara casi el 90% de la actividad (225 millones de euros), mientras que la comercialización a través de móvil fue de 18 millones de euros y las descargas por Internet de 11 millones de euros.

Se trata, en este caso, de uno de los subsectores de actividad más castigados a lo largo de los últimos años, pudiendo achacarse esta situación a su dificultad de adaptación a las nuevas oportunidades de comercialización aportadas por la digitalización de sus formatos, por la irrupción de Internet como nuevo canal para su distribución, por las importantes mermas derivadas de la piratería, etc.

Dentro del mercado físico, el menos afectado por esta reducción generalizada de ventas ha sido el del CD, que alcanzó los 26,4 millones de unidades, un 7% inferior a los 28,7 comercializados el año anterior.

Gráfico 4: Música. Desglose del mercado por canales de distribución (en %)



Así, a pesar de los esfuerzos desarrollados por los diferentes agentes implicados en este ámbito, los importantes incrementos de ingresos generados a través de Internet son del todo insuficientes para paliar la notable rebaja de facturación derivada de la comercialización tradicional.

Dentro del área de la música digital, el móvil, a pesar de haberse convertido en un dispositivo habitual para el consumo de Contenidos Digitales, también reduce su facturación en relación al año 2007, haciendo que su peso en este entorno pase del 82% hasta el 63%.

## d) Internet

Internet, con un modelo de negocio basado principalmente en los ingresos publicitarios, ha sido el subsector de la industria de los Contenidos Digitales que ha mostrado un comportamiento más vigoroso, pues creció a una tasa del 27% llegando a los 610 millones de euros. De esta manera Internet demuestra haber sido, a lo largo del año 2008 el único soporte publicitario que mejoró sus ingresos respecto al año anterior, lo cual hace más meritorio el resultado reseñado pues el mercado publicitario de medios convencionales —entre los que se cataloga Internet— registró un retroceso del 11%.

Tabla 6: Mercado de Internet (en millones de euros)

	2007	2008	Δ (%)
<b>TOTAL INTERNET</b>	<b>482</b>	<b>610</b>	<b>27%</b>

Fuente: IAB Spain/Infoadex.

De esta manera, Internet pasa a representar una cuota del 9% de los ingresos por publicidad en medios convencionales, incrementado en 2,4 puntos su aportación respecto al año anterior.

Actualmente, la facturación obtenida a través de los formatos gráficos representa el 49% de los ingresos totales, corresponde el 51% restante al negocio producido a través de los enlaces patrocinados, que es la actividad que más ha venido creciendo a lo largo de los últimos años.

No es éste el único aspecto a destacar sobre el papel que Internet está teniendo en el mundo de los Contenidos Digitales, pues agentes procedentes de subsectores como el Audiovisual, el del Cine/Vídeo o el de la Música ponen de manifiesto la revolución que la introducción de esta tecnología está teniendo en la evolución de sus mercados tradicionales, augurándole un especial protagonismo en el futuro próximo, con su correspondiente repercusión sobre los modelos de negocio actuales.

También puede destacarse su papel como canal de distribución para contenidos tradicionales, de forma que, por ejemplo, el subsector editorial declara que a través de éste obtiene el 1% de su facturación global.

Por otro parte, el año 2008 puede considerarse como el año de la consolidación de las redes sociales. Se trata de sitios web en los que los usuarios, previo registro —habitualmente por invitación de un usuario registrado de la red— acceden a distintas facilidades que les permiten intercambiar fotos, videos, música, constituyéndose en auténticos lugares de encuentro on-line para los usuarios.

En la actualidad existen redes sociales orientadas tanto al entorno profesional como al de las relaciones personales.

En España, los más populares son, Tuenti, Facebook y My Space con un número de usuarios únicos mensuales de 5,5 millones, 2,6 millones y 1,6 millones respectivamente a finales del año 2008.

## e) Publicaciones Digitales

El subsector de las Publicaciones Digitales, que facturó 217 millones de euros en el año 2008, ha sido de todos los analizados en este informe el que peores resultados ha obtenido en 2008 al rebajar sus ingresos un 24% (respecto a los 286 millones de euros de 2007).

En estos resultados han pesado tanto la reducción de los títulos editados en cualquier formato como la merma específica del número de títulos publicados en formato digital.

Tabla 7: Desglose del mercado de publicaciones según tipo de soporte (en número de unidades).

	2007	2008	Δ (%)
Títulos editados en papel	75.006	73.275	-2%
Títulos editados en otros soportes	7.553	5.745	-24%
Total	82.559	79.020	-4%

Fuente: Centro de documentación del libro (Ministerio de Cultura).

Así, los 7.553 títulos publicados en soportes distintos al papel publicados en el año 2007, representaban un 9% del número total de libros editados del ejercicio, mientras que los 5.745 suponen tan solo el 7% al cierre del último ejercicio.

El soporte más habitual, en cualquier caso, se corresponde con la publicación de libros en edición electrónica, pues otros formatos como videolibros y audiolibros han supuesto tan solo la edición de 70 títulos.

Tabla 8: Mercado de Publicaciones Digitales (en millones de euros)

	2007	2008	Δ (%)
<b>TOTAL PUBLICACIONES DIGITALES</b>	<b>286</b>	<b>217</b>	<b>-24%</b>

Fuente: Centro de documentación del libro (Ministerio de Cultura).

#### f) Videojuegos

El subsector de los Videojuegos, con un crecimiento del 3% respecto al año anterior, alcanzó los 744 millones de euros de facturación.

Cabe destacar en este sentido la desaceleración vivida, motivada por la evolución negativa del consumo, muy especialmente en el último trimestre del año 2008, periodo especialmente relevante en los resultados de esta industria.

España cuenta con más de 10 millones de usuarios de esta tipología de contenidos, lo que le convierte en el cuarto mercado europeo, con un considerable parque de dispositivos destinados a este fin. Así, el 60% de los hogares españoles dispone de un ordenador personal y el 29% de videoconsola, con unas ventas de 3,2 millones de dispositivos en el año 2008 entre videoconsolas de sobremesa y portátiles.

En cualquier caso, y teniendo en consideración los resultados asociados a la venta de software en función de las diferentes plataformas para las que está destinado, se observa con claridad cómo el ordenador personal no es un dispositivo especialmente utilizado para los juegos, pues en el año 2008, sólo el 10% de la facturación de este tipo de software (70 millones de euros) se obtuvo de este nicho de mercado, con una reducción, además, de casi un punto en su cuota con respecto al año anterior.

Tabla 9: Mercado de Videojuegos, según plataforma (en millones de euros)

	2007	2008	Δ (%)
<b>TOTAL VIDEOJUEGOS</b>	<b>719</b>	<b>744</b>	<b>3%</b>

Fuente: ADESE.

En este sentido, sí toma fuerza el hábito de los usuarios en la práctica de juegos "on line", siendo en este caso la plataforma más habitual el ordenador personal, si bien los ingresos a través de esta modalidad resultan en la actualidad prácticamente despreciables, aportándose esta funcionalidad más como un atractivo adicional a los juegos "off-line" que como una línea de negocio específica.

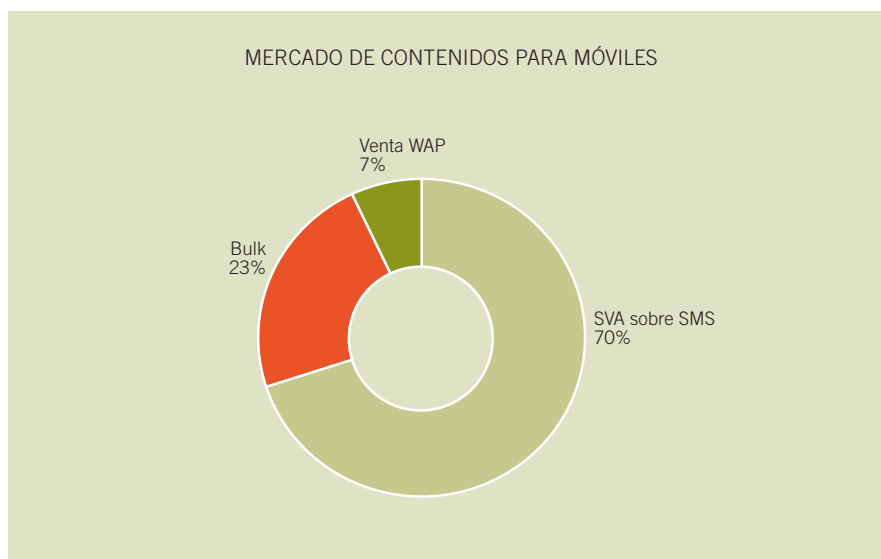
Respecto al papel de las empresas españolas en el desarrollo de Videojuegos, la mayor parte de las compañías se encuentran orientadas a la generación de productos para móviles, los cuales requieren inversiones más ajustadas, si bien ha venido consolidándose a lo largo de los últimos años un grupo de compañías con dimensión y capacidades para abordar el desarrollo de títulos para su distribución internacional.

#### g) Contenidos para móviles

Para finalizar con el análisis desagregado de los diferentes mercados, el estudio sobre la industria de los Contenidos Digitales incorpora un área que en la actualidad mantiene importantes resultados y que está llamada en el futuro a convertirse en un importante eje del mercado, pues poco a poco los teléfonos móviles se han ido convirtiendo en un soporte masivo para consumo de Contenidos Digitales.

Así la cifra global de negocio fue de 748 millones de euros, con un crecimiento del 7% con respecto al año anterior.

Gráfico 5: Contenidos para móviles. Desglose del mercado según área de negocio (en %)



Los principales ingresos (525 millones de euros) provienen del consumo de contenidos facturados por operadores tradicionales, mientras que 173 millones de euros fueron facturados directamente a través de las empresas de servicios que se ocupan de gestionar servicios gratuitos para el usuario final (servicios BULK), tales como servicios de alarmas médicas o servicios especiales de información, etc.

Como línea incipiente, el acceso a contenidos WAP facturó 50 millones de euros con un notable crecimiento por tratarse de una actividad en desarrollo.

Tabla 10: Contenidos para móviles. Desglose del mercado según área de negocio (en millones de euros)

	2007	2008	Δ (%)
SVA sobre SMS	494	525	6%
Bulk	176	173	-2%
Venta WAP	30	50	67%
<b>TOTAL CONTENIDOS PARA MÓVILES</b>	<b>700</b>	<b>748</b>	<b>7%</b>

Fuente: CMT, elaboración propia.

Los ingresos procedentes de servicios de valor añadido sobre mensajes SMS procedieron del envío de 2.411,38 millones de mensajes en 2008, con un coste medio para el año de 21,77 céntimos de euro, si bien este precio fluctuó a lo largo del año entre los 19 y los 27 céntimos.

Para dimensionar correctamente el volumen real de mensajes asociado a este subsector de mercado, sería necesario incrementar en un número aproximado de otros 2.000 millones los mensajes remitidos a los usuarios sin costes alguno para ellos, correspondientes a los servicios de alarmas, telemetrías, control y, en general, todos aquellos servicios basados en mensajes a móviles que son pagados por un cliente distinto del usuario final.

De esta manera, el tráfico generado a través de este tipo de servicios sobre el volumen total de mensajes SMS gestionados en nuestro país representa una cuota del 20% de los mismos.

# 3

## EMPLEO

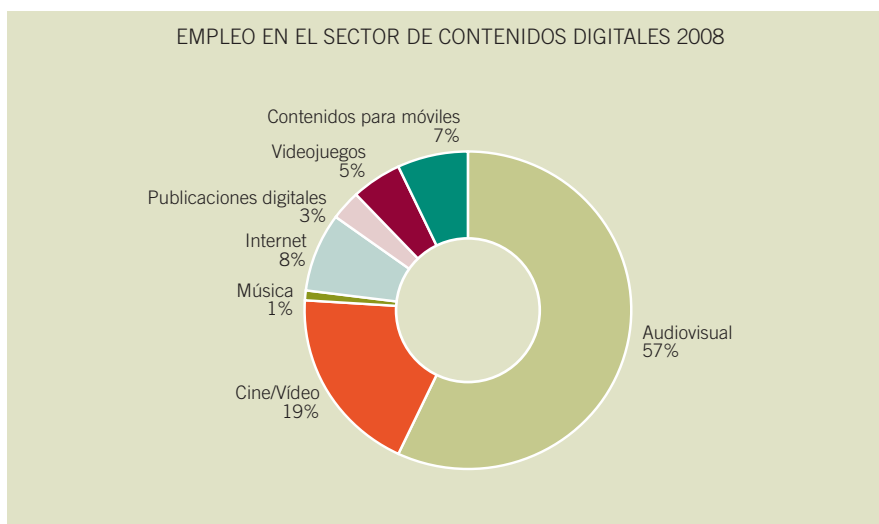
Las empresas que operan en el ámbito de la industria de los Contenidos Digitales emplean un total de 41.263 trabajadores, cifra ésta un 5% superior a los 39.334 empleados en plantilla registrados el año precedente.

Tabla 11: Empleo. Desglose por subsectores de actividad (en número de empleados)

Subsector	2007	2008	Δ (%)
Audiovisual	21.719	23.385	8%
Cine/Vídeo	7.684	7.827	2%
Música	780	609	-22%
Internet	3.225	3.235	0%
Publicaciones Digitales	1.415	1.354	-4%
Videojuegos	1.929	2.011	4%
Contenidos para móviles	2.582	2.842	10%
<b>TOTAL EMPLEO</b>	<b>39.334</b>	<b>41.263</b>	<b>5%</b>

Fuente: Diversas, elaboración propia.

Gráfico 6: Empleo. Desglose por subsectores de actividad (en %).



Dentro de este agregado, el subsector que aporta mayor volumen es el Audiovisual, que con 23.385 trabajadores representa casi el 60% del total. Estos resultados son fruto del comportamiento dual que se ha venido produciendo a lo largo del año 2008 entre las empresas públicas y privadas, pues las primeras han mantenido o reducido ligeramente sus plantillas, mientras las segundas han aumentado la dimensión de sus equipos de trabajo.

Le sigue en importancia el subsector del Cine/Vídeo con 7.827 trabajadores, que a pesar de la reducción de su cifra de mercado, incrementó en un 2% su cifra de personal.

Los únicos subsectores que han visto mermadas sus plantillas han sido los de la Música y las Publicaciones Digitales, siendo especialmente significativo el descenso de la primera (-22%).

El incremento más importante obtenido, en términos relativos, se ha producido en el subsector de los Contenidos para móviles, creando un total de 260 nuevos puestos de trabajo, lo que representa un crecimiento del 10%.

# 4

## COMERCIO EXTERIOR

La industria de los Contenidos Digitales en España ha mostrado en el ámbito de sus transacciones internacionales una tendencia general similar al comportamiento del mercado para el conjunto de la economía española.

Tabla 12: Importaciones. Desglose por subsectores de actividad (en millones de euros)

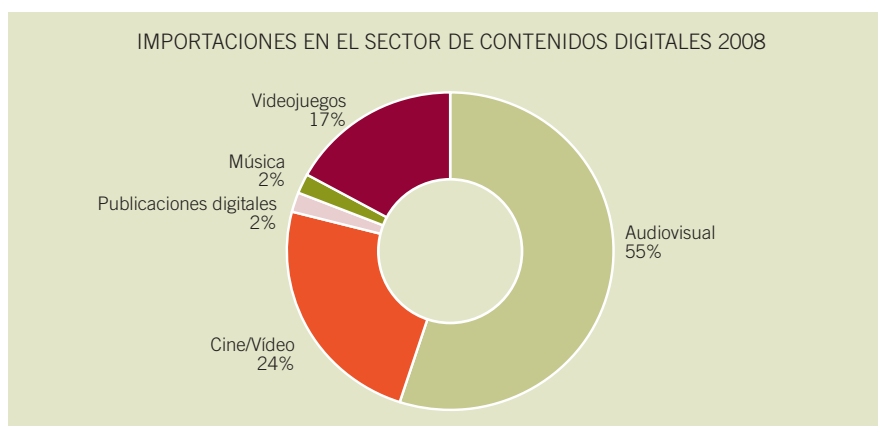
Subsector	2007	2008	Δ (%)
Audiovisual	1.681	1.689	0%
Cine/Vídeo	786	724	-8%
Música	126	71	-44%
Internet	-	-	-
Publicaciones Digitales	52	46	-12%
Videojuegos	514	531	3%
Contenidos para móviles	-	-	-
<b>TOTAL IMPORTACIONES</b>	<b>3.159</b>	<b>3.061</b>	<b>-3%</b>

Fuente: Diversas, Elaboración propia.

Así, las importaciones se han moderado, alcanzando la cifra de 3.061 millones de euros, lo que representa un descenso del 3%. Esta tendencia pone de manifiesto la moderación de la demanda nacional por un lado, así como el mayor peso de la producción nacional, lo cual ha permitido una reducción en términos absolutos de 98 millones de euros.

Una vez más, el subsector Audiovisual es el que obtiene una mayor representación dentro de este agregado, registrando una tendencia estable. Le sigue, por orden de importancia, el Cine/Vídeo, que, en este caso, sí registró un notable descenso respecto al año anterior (8%). Otra de las áreas con una mayor aportación a esta cifra de importaciones fue el subsector de los Videojuegos, que creció un 3%, en línea con la evolución global de su mercado asociado. El resto de los subsectores tuvieron una aportación prácticamente despreciable en este apartado.

Gráfico 7: Importaciones. Desglose por subsectores de actividad (en %)



Por lo que respecta a las exportaciones, estas han registrado un crecimiento de un 3% respecto a 2007, cerrando el año con una cifra de 282 millones de euros.

Tabla 13: Exportaciones. Desglose por subsectores de actividad (en millones de euros)

Subsector	2007	2008	Δ (%)
Audiovisual	35	33	-6%
Cine/Vídeo	57	51	-11%
Música	13	15	15%
Internet	-	-	-
Publicaciones Digitales	32	30	-6%
Videojuegos	11	12	9%
Contenidos para móviles	125	141	13%
<b>TOTAL EXPORTACIONES</b>	<b>273</b>	<b>282</b>	<b>3%</b>

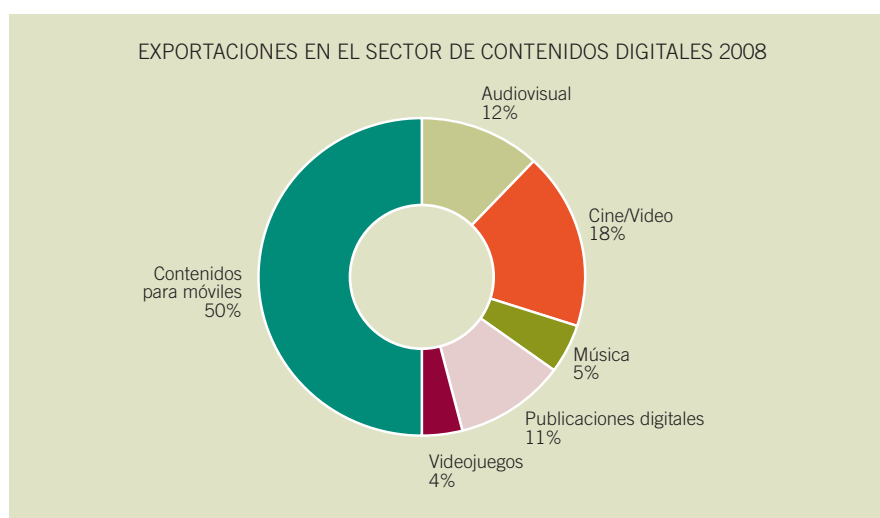
Fuente: Diversas, Elaboración propia.

El principal subsector responsable de esta tendencia es el de los Contenidos para móviles, cuyos resultados aportan el 50% del valor de este agregado y alcanza un crecimiento del 13% respecto al ejercicio precedente.

En cualquier caso, la música, si bien tiene una representación escasa en términos absolutos (5%) es el área que obtiene un mayor crecimiento, gracias fundamentalmente al éxito cosechado por los artistas españoles en mercados internacionales. En este caso, la procedencia de los ingresos resultó ser mayoritariamente de países latinoamericanos.

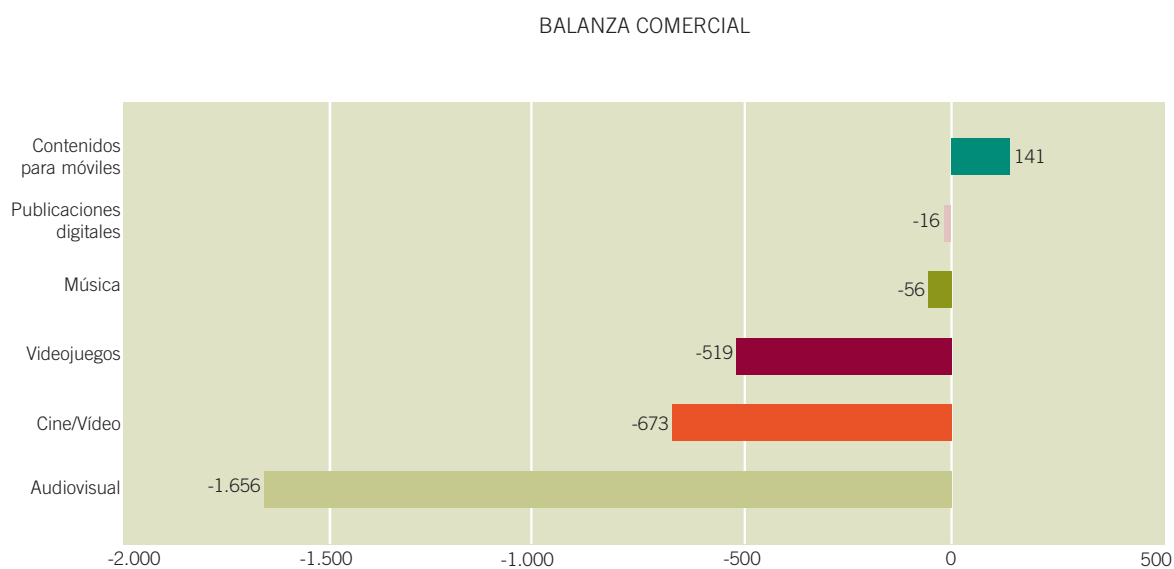
No ocurrió igual con el Cine/Vídeo pues, la inexistencia de títulos con el tirón y la repercusión internacional de años anteriores, ha dado lugar a un descenso del 11% para este subsector de actividad, de forma similar, aunque menos acusada, de cómo se han comportado las producciones españolas para televisión.

Gráfico 8: Exportaciones. Desglose por subsectores de actividad (en %)



El subsector de los Videojuegos, por su parte, alcanzó los 12 millones de euros de ingresos procedentes del exterior, gracias a los éxitos que comienzan a cosechar diversos proyectos realizados por empresas de desarrollo españolas.

Gráfico 9: Balanza comercial por subsectores de actividad en la industria de los Contenidos Digitales (en millones de euros)



De esta manera, la balanza comercial de la industria de los Contenidos Digitales cerró el año 2008 con un déficit de 2.779 millones de euros, mejorando un 4% el del año precedente, gracias fundamentalmente a la disminución registrada por la importaciones.

En este sentido, el único subsector que arrojó superávit en esta balanza comercial fue el de los Contenidos para móviles, mientras que el de mayor peso en el déficit global volvió a ser el Audiovisual.

La industria de los Contenidos Digitales en España dedicó, a lo largo del año 2008, un total de 105 millones de euros a proyectos de investigación y desarrollo, lo que representa un 1,0% respecto a la facturación obtenida por sus empresas.

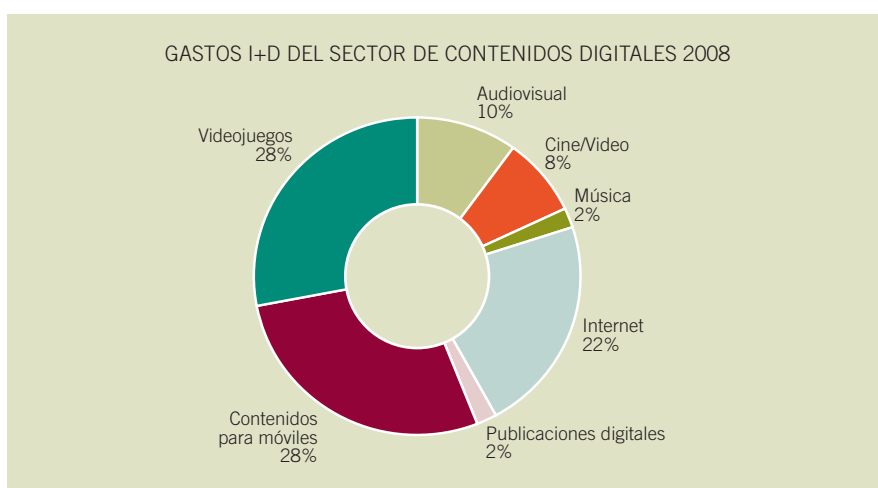
Tabla 14: I+D. Desglose de los gastos de I+D por subsectores de actividad (en millones de euros)

Subsector	2007	2008	Δ(%)
Audiovisual	11,0	11,0	0%
Cine/Vídeo	8,8	8,3	-6%
Música	2,3	1,8	-21%
Internet	16,6	23,6	42%
Publicaciones Digitales	2,7	2,4	-11%
Videjuegos	25,0	29,0	16%
Contenidos para móviles	24,0	29,0	21%
<b>TOTAL I+D</b>	<b>90,4</b>	<b>105,1</b>	<b>16%</b>

Fuente: Diversas, elaboración propia.

En este caso se constata cómo las empresas que operan en los sectores de contenidos tradicionales (música, producciones para vídeo – TV) son las que realizan un menor esfuerzo en I+D, con aportaciones que vienen a representar esfuerzos alrededor del 1% de su cifra de negocio, mientras que aquellos subsectores más próximos a la actividad de empresas TIC (Videjuegos y Contenidos para móviles) mantienen niveles de esfuerzo en I+D alineados a los del resto de empresas del sector.

Gráfico 10: I+D. Desglose de los gastos de I+D por subsectores de actividad (en %)



El crecimiento alcanzado por la inversión agregada en proyectos de I+D de la industria de los Contenidos Digitales, tuvo un crecimiento respecto al año anterior del 16% gracias fundamentalmente a los avances de los subsectores del Videjuego, Internet y Contenidos para móviles.



Asociación de Empresas de Electrónica,  
Tecnologías de la Información  
y Telecomunicaciones de España

Príncipe de Vergara, 74 - 4ª planta  
28006 Madrid  
Tel.: 91 590 23 00  
Fax: 91 411 40 00  
[aetic@aetic.es](mailto:aetic@aetic.es)  
[www.aetic.es](http://www.aetic.es)