

El foco se mueve: las sin espejo ganan terreno en un mercado que desenfoca las réflex



Comodidad, ante todo. Los usuarios demandan dispositivos ligeros que les acompañen allá donde vayan, con los que poder sacar una versión mejorada del sujeto, paisaje u elemento que tienen delante de su objetivo. Puede que, a grandes rasgos, la facturación en el ámbito fotográfico no haya cambiado mucho, pero sí que lo han hecho los modelos que se lanzan al mercado, los cuales han progresado hasta tal punto que la inteligencia artificial se ha convertido en un complemento más a valorar.

El mercado de la fotografía digital desciende un puesto con respecto al periodo anterior. Si en 2023 se situaba en los 167 millones de euros, un año después baja hasta los 166. A simple vista no hay muchos cambios visibles, pero si ahondamos un poco más en las cifras, comprobaremos cómo en la evolución interanual de las ventas, las cámaras de lente intercambiable compacta son las que están mejor posicionadas, con un 20 % en

unidades y un 10 % en valor. Esto puede tener su significado en que su precio se ha abaratado un 7 %. Cabe señalar que es un producto que se muestra atractivo para el consumidor al contar con un formato compacto, ser ligero y fácil de transportar. Detrás de estas, se colocan las cámaras de lente fija, que aun habiendo aumentado su precio un 5 %, sus datos siguen siendo positivos (12 % en unidades y 16 % en valor). En el extremo opuesto, es importante

hacer hincapié en el batacazo experimentado por las de lente intercambiable réflex, las cuales han disminuido un 55 % y 53 % en unidades y valor, respectivamente. Por su parte, su precio se ha incrementado un 6 %. Es posible que el creciente desarrollo de las cámaras de los teléfonos inteligentes haya sido otro de los detonantes para que estos productos no repuntasen. Para poder almacenar las fotografías y vídeos de nuestra cámara es necesario contar

con una tarjeta de memoria con gran capacidad de almacenaje, pero parece que los consumidores no han visto este accesorio como una necesidad inmediata o han buscado otras alternativas externas (discos duros portátiles o servicios de almacenamiento en la nube), tampoco el aumento en su precio ha ayudado mucho porque este se ha encarecido un 6 %, dato que se ve reflejado también en sus ventas, con un 2 % y un 8 % en unidades y valor, respectivamente. Por su parte, los accesorios, al igual que las cámaras de lente fija, han elevado un 5 % su precio, pero han caído un 2 % en unidades y han un subido un 2 % en valor. Finalmente, los objetivos se colocan en última posición, que no varían de precio y esto repercute directamente en sus ventas, con pérdidas del 7 % y 8 % en unidades y valor.

En cuanto al peso de cada producto, según la facturación para el año 2024, observamos que encabezan el ranking las cámaras de lente intercambiable compacta (41 %), seguidas de los objetivos (23 %) y las tarjetas de memoria (14 %). Muy cerca de estas se encuentran las cámaras de lente fija con un 12 %. Pero quizás las peores paradas en cuanto a cuota de mercado de la categoría son las cámaras de lente intercambiable réflex (3 %) y los accesorios (7 %).

En el foco

Este sector continúa siendo atractivo para los consumidores, que ven en estos dispositivos un accesorio imprescindible para sacar sus fotografías con una calidad profesional extrema y más ahora que estos se acompañan de funcionalidades basadas en inteligencia artificial. Esta les permite acceder a una versión mejorada de su fotografía que antes era impensable para el ciudadano de a pie, que tenía que realizar una gran inversión para adquirir un modelo que le ofreciese las características que estaba buscando. Aunque los smartphones siguen evolucionando de una manera imparable para colocarse a la altura de una cámara profesional y, más ahora, que han abierto la puerta a la IA, las compañías fotográficas no se quedan quietas y abrazan la innovación de todas las formas posibles, no solo a nivel externo sino también a nivel interno.

Los fabricantes han visto un filón en los creadores de contenido que necesitan equipos y accesorios que les sigan el ritmo para mostrar lo mejor de sí a sus seguidores, mientras que los usuarios corrientes ven en las redes sociales y contenidos que se publican en las plataformas digitales un reflejo en el que mirarse, inspirarse y dar el paso a la experimentación personal.

El público profesional es otro de los perfiles a los que van dirigidas estas innovaciones, que buscan equipos más avanzados con los que poder desempeñar su labor con mayor nivel de detalle y precisión. En el informe de *Global Growth Insights* publicado recientemente, se observa como "los vloggers y los creadores de contenido representan casi el 47 % de las compras de equipos globales, particularmente favoreciendo las cámaras de alto rendimiento y sistemas de iluminación. La demanda de capacidades de vídeo 4K y 8K ha crecido un 38 %, satisfaciendo las necesidades de los creadores de contenido que buscan calidad de vídeo premium". Por otra parte, "más del 68 % de los usuarios de las redes sociales se involucran diariamente con contenido visual, lo que provocó un aumento del 42 % en la demanda de cámaras y accesorios de calidad". Por su parte, "los fotógrafos y camarógrafos profesionales

MERCADO ESPAÑOL DE FOTOGRAFÍA DIGITAL 2023-2024

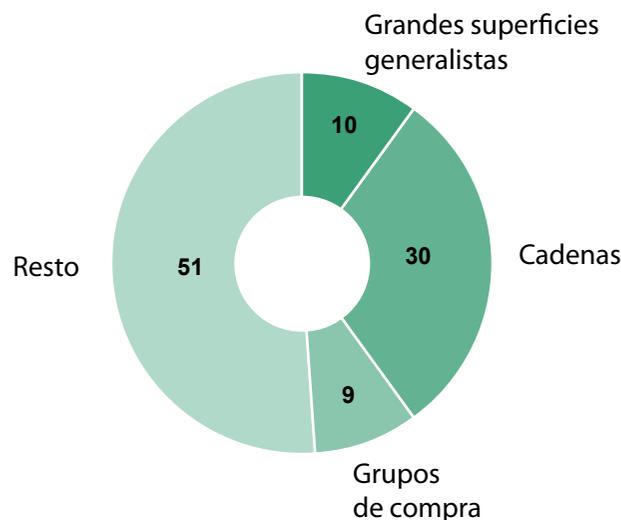
Millones de euros



Mercado compuesto por cámaras digitales, tarjetas de memoria, marcos digitales y lentes intercambiables
Fuente: Consultoras

CUOTA DE MERCADO POR CANALES · 2024

%

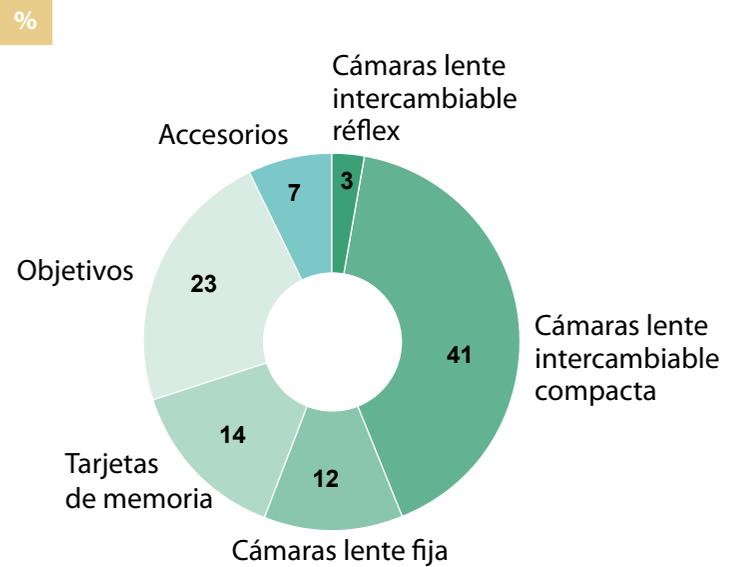


Fuente: Consultoras

LOS FABRICANTES HAN VISTO UN FILÓN EN LOS CREADORES DE CONTENIDO QUE NECESITAN EQUIPOS Y ACCESORIOS QUE LES SIGAN EL RITMO PARA MOSTRAR LO MEJOR DE SÍ A SUS SEGUIDORES



PESO DE CADA PRODUCTO SEGÚN FACTURACIÓN · 2024



Fuente: Consultoras

contribuyen a un aumento del 35 % en la adopción de las cámaras y lentes sin espejo avanzadas”.

Sin perder el norte

Asimismo, no hay que perder de vista que los teléfonos actuales son capaces de “capturar más del 72 % de las fotografías globales” y al mismo tiempo la inteligencia artificial presente en estos productos “ha reducido la dependencia del consumidor de cámaras compactas en un 30 %”, informan. Otro de los retos que se plantean en el sector es el de actualizar los equipos y los altos costes que esto conlleva, sobre todo para los que se dedican a este campo de forma profesional: “Nas cámaras y lentes de grado profesional pueden representar hasta el 60 % del gasto total para los fotógrafos, lo que limita la accesibilidad para los consumidores... Además, con más del 35 % de los modelos de cámara actualizados o reemplazados en dos años, los consumidores dudan en invertir en equipos de alto costo debido al temor a la obsolescencia”, indican.

A pesar de que el precio del producto incrementa de forma proporcional a las prestaciones que se le asignan, los ciudadanos son conscientes de que la IA ha venido para quedarse y echar una mano en lo que haga falta. Esta se instala en las cámaras para que aficionados y profesionales tengan la posibilidad de crear fotografías más atractivas, creativas y perfeccionadas, ofreciendo una imagen correctamente enfocada, pudiendo reconocer los sujetos y objetos que se le ponen delante para poder inmortalizarlos con mayor nivel de detalle y realismo, incluso cuando estos se encuentran en movimiento. Con la imagen 3D se consigue dotar la imagen fija de una mayor profundidad, pasando de un formato totalmente plano a uno con mayor perspectiva visual. ■

EVOLUCIÓN INTERANUAL DE LAS VENTAS · 2023-2024

Producto	Unidades	Valor	Precio medio
Cámaras lente intercambiable réflex	-55	-53	6
Cámaras lente intercambiable compacta	20	10	-7
Cámaras lente fija	12	16	5
Tarjetas de memoria	2	8	6
Objetivos	-7	-8	0
Accesorios	-2	2	5

Fuente: Consultoras