

MARKET ANALYSIS

Análisis del Mercado de Software de Gestión de Contenidos en España

Laura Converso

LA OPINIÓN DE IDC

En los últimos años, las organizaciones han generado un gran volumen de información no estructurada que incluye documentos, mensajes de correo electrónico, vídeos, mensajes instantáneos y páginas web entre otros. Este contenido a menudo se encuentra en un estado de caos no gestionado que impide a las compañías utilizar estos valiosos activos para mejorar el intercambio de conocimiento, la comunicación con los clientes y la eficiencia de los procesos. La explosión del volumen de información no estructurada, las nuevas regulaciones y la madurez de las tecnologías han dado lugar al crecimiento del mercado de gestión de contenidos en el ámbito empresarial.

El mercado mundial de software de gestión de contenidos creció durante el último año un 9.7%, alcanzando los \$3.474 millones en el 2006. Por su parte, el mercado español de software de gestión de contenidos alcanzó los \$47,5 millones en el 2006, estimándose un CAGR de 10,5% para los próximos cinco años. Este crecimiento es significativamente mayor que el del mercado del software en su conjunto.

A nivel mundial, el mercado continúa consolidándose y rotando hacia proveedores de infraestructura como EMC, IBM y Microsoft, más que a especialistas del mercado o pure-play. Durante el 2006, la adquisición de FileNet por parte de IBM ha transformado a ésta en el líder absoluto del mercado, seguida por EMC y Open Text. Las tres empresas controlan hoy el 41% del mercado global. En el corto plazo, sin embargo, el lanzamiento de Microsoft SharePoint Server 2007 probablemente proporcione una vez más cambios en el vértice del mercado.

A pesar de los procesos de consolidación, existen amplias oportunidades para los proveedores de menor dimensión pero innovadores. Por ejemplo, para aquellos que se centran en el mercado de las empresas medianas, aquellos que ofrecen soluciones puntuales o funcionalidades innovativas, o aquellos que proveen soluciones de gestión de contenidos orientados a una industria específica o que facilitan el cumplimiento de las nuevas regulaciones.

El sector financiero, el sector de telco y media, utilities, y la administración pública son los sectores españoles que más gastan en software de gestión de contenidos. Sin embargo, IDC espera que el sector salud muestre el crecimiento más alto en el gasto en software de gestión de contenidos en los próximos cinco años.

Un 82% de las empresas encuestadas por IDC, y con planes de inversión, tienen pensado adquirir o mejorar sus herramientas de gestión de contenidos web en los próximos 12 meses. Las organizaciones están iniciando a reemplazar sus web sites que fueron construidas hace cuatro o cinco años para reforzar su brand, mejorar las relaciones con clientes, y aumentar su fidelidad brindando nuevos servicios online.

TABLA DE CONTENIDOS

	PÁG.
EN ESTE ESTUDIO	1
Metodología	1
Trabajo de Campo	1
Fuentes de Información	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
Análisis de la Demanda	5
Análisis de los Principales Players del Mercado Español	6
Características del Mercado Español por Verticales, Tamaño de Empresa, y Submercado tecnológico .	7
INTRODUCCIÓN	10
Definición	10
SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DE GESTIÓN DE CONTENIDOS EN ESPAÑA	11
Dimensionamiento y Prospectivas	11
Análisis de la Demanda: Uso de las distintas herramientas de gestión de contenidos	13
Análisis de los Principales Players del Mercado Español	20
Perfil de los players	22
IBM	22
EMC	23
Open Text	24
Microsoft	25
Grupo DICOM (Kofax Division)	26
Oracle	27
Interwoven	28
Vignette	29
FatWire	30
Divisa iT	30
Ever Team	31
Xerox	32
Características del Mercado Español por Verticales, Tamaño de Empresa, y Submercado tecnológico .	32
SITUACIÓN FUTURA	35
RECOMENDACIONES	36

ÍNDICE DE TABLAS

	PÁG.
1 España, Evolución del Mercado del Software de Gestión de Contenidos 2006 - 2011 (Millones de \$).....	12
2 Ranking de Proveedores Líderes en el Mercado de Software de Gestión de Contenidos por Cifra de Negocio (Millones de \$).....	21

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	PÁG.
1 Segmentación de la muestra por número de empleados	3
2 Segmentación de la muestra por localización geográfica	3
3 Segmentación de la muestra por mercado vertical	4
4 Usuario Final - Grado de adopción de herramientas de Gestión de Contenidos	14
5 Usuario Final - Planes de Inversión en herramientas de Gestión de Contenidos en los próximos 12 meses	14
6 Usuario Final - Planes de Inversión en las siguientes herramientas de Gestión de Contenidos en los próximos 12 meses	15
7 Usuario Final - Planes de Inversión en las siguientes soluciones específicas	16
8 Usuario Final - Indique cuál es su principal proveedor de herramientas de gestión de contenidos.....	17
9 Integrador de Sistemas - Herramientas de Gestión de Contenidos que ha integrado en el 2006	18
10 Integrador de Sistemas - Soluciones específicas que ha integrado o integrará en el 2007	19
11 Integrador de Sistemas- Sectores de actividad en los cuales ha integrado dichas soluciones de Gestión de Contenidos.....	20
12 Mercado Español - Análisis actual y futuro por mercado vertical	33
13 Mercado Español - Análisis actual y futuro por tamaño de empresa	34
14 Mercado Español - Análisis actual y futuro por submercado tecnológico	35

EN ESTE ESTUDIO

Este estudio tiene por objetivo investigar las características y dimensión del mercado español de gestión de contenidos. Para esto, el estudio se divide en dos partes principales. En una primera parte, se realiza un análisis de la demanda, estudiando el uso de las distintas herramientas de gestión de contenidos que hacen tanto los usuarios finales como los integradores de sistemas, y que surge de una encuesta realizada por IDC en España durante los meses de Mayo y Junio del 2007. En una segunda parte se muestra un análisis de los principales players en el mercado español, los cuales fueron entrevistados por analistas de IDC utilizando el formato de visitas y entrevista personal en la empresa.

Metodología

Todos los datos incluidos en este informe provienen de las investigaciones y proyecciones realizadas por IDC en España. La metodología del estudio se ha sustentado fundamentalmente en dos pilares:

- Trabajo de campo a usuarios finales e integradores de sistemas, realizado durante Mayo - Junio 2007
- Entrevistas personales a principales players del mercado español

Las fuentes de información secundarias incluyen la revisión de la información disponible en los medios de comunicación, páginas web, portales de ECM, así como información histórica propietaria de IDC.

Trabajo de Campo

Con el fin de analizar el mercado de las tecnologías de la información en el mercado de gestión de contenidos, IDC Research España ha decidido llevar a cabo un estudio de carácter cuantitativo.

En el estudio, se ha tratado de recopilar información sobre el perfil de los usuarios finales que tienen implementadas soluciones de gestión de contenidos, y de los integradores de sistemas especializados en la integración de herramientas de ECM. Para llevar a cabo esta investigación, se ha realizado un estudio de carácter cuantitativo, utilizando como target del mismo a Directores de Sistemas de Información y otros Responsables TI los cuales estuviesen en posesión de la información necesaria.

La encuesta era abierta a todos los sectores de actividad y tamaños de empresa. Las principales características técnicas para realizar el estudio han sido las siguientes:

- Universo: empresas españolas, tomando en consideración los siguientes tamaños de empresa;
 - 1 -99 empleados
 - 100-499 empleados
 - 500 o más empleados

- Ámbito nacional, desagregado en 3 zonas geográficas:**
 - zona Norte: Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Navarra, La Rioja.
 - zona Sur: Andalucía, Murcia, Valencia, Cataluña, Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla.
 - zona Centro: Madrid, Castilla y León, Castilla La Mancha, Extremadura, Aragón.

- Sectores de Actividad:**
 - Entidades Financieras (Bancos, Seguros, Otras)
 - Comunicación y Medios
 - Distribución Mayorista / Minorista
 - Educación
 - Administración Pública
 - Sanitario
 - Agricultura/ Construcción
 - Industria
 - Transporte
 - Utilities
 - Otros Servicios

- Fecha de Campo: Mayo - Junio 2007.

- Tamaño de la muestra: Usuarios Finales = 55n; Integradores = 20n.

- Entrevistas: Survey online

Fuentes de Información

Los datos económicos presentados en este estudio, tienen su origen en fuentes internas y externas a IDC, y se basan en los siguientes puntos:

- Los datos sobre el mercado de gestión de contenidos son estimados en forma directa por IDC Research España, que realizó además un estudio cualitativo.

- Análisis y conocimiento de la información recopilada y consolidada por los analistas de IDC España, y su contraste con las opiniones de los analistas de IDC en otros países, que proporcionan una visión cualitativa al estudio.

- Recolección de la información relevante disponible en los medios de comunicación, páginas web, portales de ECM, etc.

RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años, las organizaciones han generado un gran volumen de información no estructurada que incluye documentos, mensajes de correo electrónico, vídeos, mensajes instantáneos y páginas web entre otros. Este contenido a menudo se encuentra en un estado de caos no gestionado que impide a las compañías utilizar estos valiosos activos para mejorar el intercambio de conocimiento, la comunicación con los clientes y la eficiencia de los procesos. La explosión del volumen de información no estructurada, las nuevas regulaciones y la madurez de las tecnologías han dado lugar al crecimiento del mercado de gestión de contenidos en el ámbito empresarial.

El mercado mundial de software de gestión de contenidos creció durante el último año un 9.7%, alcanzando los \$3.474 millones en el 2006. Por su parte, el mercado español de software de gestión de contenidos alcanzó los \$47,5 millones en el 2006, estimándose un CAGR de 10,5% para los próximos cinco años. Este crecimiento es significativamente mayor que el del mercado del software en su conjunto.

A nivel mundial, el mercado continúa consolidándose y rotando hacia proveedores de infraestructura como EMC, IBM y Microsoft, más que a especialistas del mercado o pure-play. Durante el 2006, la adquisición de FileNet por parte de IBM ha transformado a ésta en el líder absoluto del mercado, seguida por EMC y Open Text. Las tres empresas controlan hoy el 41% del mercado global. En el corto plazo, sin embargo, el lanzamiento de Microsoft SharePoint Server 2007 probablemente proporcione una vez más cambios en el vértice del mercado.

A pesar de los procesos de consolidación, existen amplias oportunidades para los proveedores de menor dimensión pero innovadores. Por ejemplo, para aquellos que se centran en el mercado de las empresas medianas, aquellos que ofrecen soluciones puntuales o funcionalidades innovativas, o aquellos que proveen soluciones de gestión de contenidos orientados a una industria específica o que facilitan el cumplimiento de las nuevas regulaciones.

El sector financiero, el sector telco y media, utilities, y la administración pública son los sectores españoles que más gastan en software de gestión de contenidos. Sin embargo, IDC espera que el sector salud muestre el crecimiento más alto en el gasto en software de gestión de contenidos en los próximos cinco años.

Análisis de la Demanda

Los altos costes de implementación han sido desde siempre la mayor barrera a una adopción masiva de las herramientas ECM en las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Sin embargo, de acuerdo a la experiencia de los integradores españoles, la demanda de ECM se centra fundamentalmente en cuatro grupos que no están ligados necesariamente al tamaño de la organización:

- ☒ Empresas que manejan mucha información y presentan dispersión geográfica, homogeneidad de fuentes y/o formatos de la información generada. Se trata en general de empresas de sectores como utilities, telecomunicaciones, banca o sanidad.

- ☒ Administraciones públicas que, por su naturaleza, manejan grandes cantidades de documentos que deben tratar y almacenar con las debidas garantías y requisitos de seguridad, en el marco de diferentes procesos administrativos.
- ☒ Empresas de servicios cuyo negocio se basa en el conocimiento, que se benefician enormemente de una gestión centralizada y unificada de los archivos y documentos que manejan.
- ☒ Empresas orientadas a la web, que utilizan Internet para sus transacciones comerciales y necesitan, por un lado, proporcionar a terceros información actualizada y precisa, controlando el acceso a la misma, y por otro procesar e incorporar de manera eficiente la información recibida de éstos a sus sistemas de información corporativos.

Análisis de los Principales Players del Mercado Español

A nivel mundial, el mercado de ECM continúa consolidándose y rotando hacia proveedores de infraestructura como EMC, IBM y Microsoft, más que a especialistas del mercado (pure-play). La realidad indica pues que los actuales proveedores de ECM han evolucionado a partir de una herramienta central que proporcionaba alguna de las funcionalidades básicas y que era el punto fuerte de su negocio. Esta evolución se ha producido en la mayoría de los casos mediante adquisición o fusión con otras compañías que poseían productos especializados en aquellas áreas del ECM no abarcadas por los productos del proveedor en cuestión.

De todos modos, el mercado ECM sigue siendo el típico mercado con long-tail. Es decir, que los proveedores pure-play crecen más rápidamente que los proveedores de suites ECM que, en general, son los líderes del mercado. Existen amplias oportunidades para los proveedores pequeños pero innovadores. Por ejemplo, para aquellos que se centran en el mercado de las empresas medianas, aquellos que ofrecen soluciones puntuales o funcionalidades innovativas, o aquellos que proveen soluciones de gestión de contenidos orientados a una industria específica o que facilitan el cumplimiento de las nuevas regulaciones.

La gestión de contenidos se está transformando en un componente crítico de la infraestructura de gestión de la información. Los proveedores que posean una plataforma lucharán durante el 2007 y en los años que sigan por la supremacía de su propia plataforma.

IBM, EMC, Oracle y Microsoft son los mayores contendientes con plataforma propia. Open Text entra también en el juego con su Enterprise Library Services (ELS), aunque ELS es en realidad la integración de todas las tecnologías que fue adquiriendo.

Todos estos proveedores participan activamente en el mercado español donde representan el 64% del mercado de software de gestión de contenidos. Sin embargo el mercado local se ve influido además por otros proveedores (de índole local, regional o global) que si bien no tienen una importancia alta a nivel mundial, son líderes o sustentan una muy buena posición en el mercado español de gestión de contenidos, tales como Fatwire, EverTeam, Divisa iT y Xerox.

En el estudio se analizan los perfiles de cada uno de estos proveedores, y las características de los mismos en el mercado local de referencia.

Características del Mercado Español por Verticales, Tamaño de Empresa, y Submercado tecnológico

Una vez analizados los perfiles y la performance de los proveedores más importantes del mercado español, es posible extraer algunas conclusiones sobre como se comporta el mercado español de gestión de contenidos y cuáles serán sus pasos futuros en el corto plazo. En el gráfico siguiente se exhiben las características del mercado español por mercado vertical.

Mercado Español - Análisis actual y futuro por mercado vertical



Source: IDC, 2007

Identificar los sectores en los cuales se concentra la mayor parte de los ingresos brinda una herramienta poderosa para entender cuales proveedores están posicionados para crecer más rápidamente si sus ingresos están relacionados con las industrias sobre las que se prevé un rápido crecimiento de su gasto TI en los próximos cinco años. IDC espera que el sector Salud muestre el crecimiento más alto en el gasto en software de gestión de contenidos en los próximos cinco años. En segundo lugar, el sector de la Educación (en particular las universidades), al igual que la Administración Pública, que ya lleva varios años invirtiendo en gestión de contenidos y portales de atención al ciudadano, son los mercados que presentan mayores oportunidades en el corto plazo.

Los proveedores deberían identificar si el punto fuerte de su estrategia vertical es proveer un conjunto de soluciones verticalizadas que responden a las necesidades que son específicas de cada industria, o si planean convertirse en expertos de sector, en un set de industrias seleccionadas. Para diversificar su estrategia vertical, los proveedores pure-play deben adoptar estrategias consistentes con las de los grandes proveedores, en las que la experiencia en verticales puede ser desarrollada a través de adquisiciones o partnerships.

En el gráfico más abajo se muestran las características del mercado español por tamaño de empresa. Actualmente, y como se observa en los perfiles de los proveedores analizados, el mercado español de gestión de contenidos tiene el 90% de su cartera de clientes en la gran cuenta española y en la administración pública.

Sin embargo, se observa ya un alto interés en explorar las posibilidades de las cuentas medianas, las cuales debido a la explosión del volumen de información no estructurada, las nuevas regulaciones y la necesidad de comunicarse mejor con sus clientes, partners y proveedores están empezando a adoptar soluciones de gestión de contenidos. El costo medio de implementación continúa disminuyendo, y esta es una tendencia importante porque los costes de implementación han sido una de las mayores barreras a la adopción en las empresas de tamaño medio.

En el bloque de oportunidades, IDC considera también a la Administración Local que gracias a los proyectos de ciudades digitales, están aumentando su presencia online y ofreciendo un mejor servicio al ciudadano.

Mercado Español - Análisis actual y futuro por tamaño de empresa



source: IDC, 2007

En el gráfico siguiente se exhiben las características del mercado español por subsegmento tecnológico. Si bien los mayores proveedores del mercado se han dotado a través de adquisiciones de las piezas faltantes en su suite ECM, como Digital Asset Management (DAM), herramientas colaborativas, Records Management, etc., la implementación de estas herramientas de gestión de contenidos aún no se muestran ampliamente en el mercado español, que está aún inmaduro para algunas de ellas.

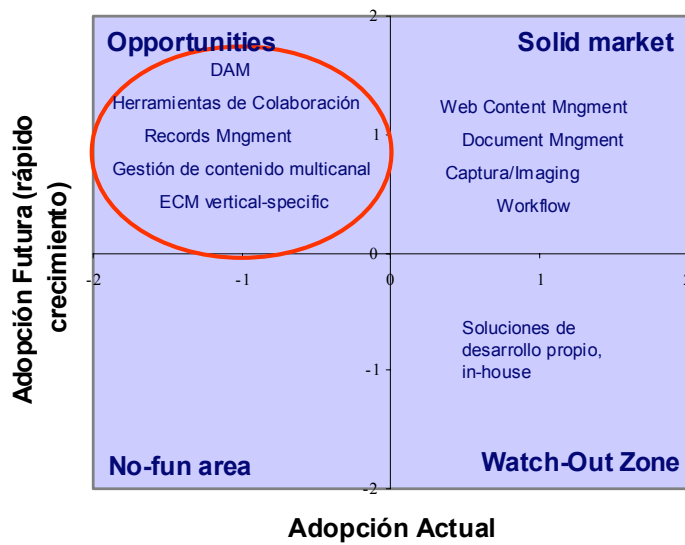
Sin embargo, a medida que vayan surgiendo soluciones innovadoras que muestren la utilidad de estas herramientas para resolver retos del negocio, las mismas irán adquiriendo importancia.

Se espera además que las soluciones de gestión de contenidos hechas en casa vayan poco a poco desapareciendo del mercado. Las empresas están invirtiendo en nuevos web sites, mejorando o reemplazando web sites obsoletos construidos cuatro

o cinco años atrás, para establecer lazos más leales con sus clientes, y brindar nuevos servicios en línea.

Los proveedores deberían además identificar y construir soluciones verticalizadas para empresas de servicios cuyo negocio se basa en el conocimiento, que se benefician enormemente de una gestión centralizada y unificada a los archivos y documentos que manejan, como por ejemplo: sector legal, auditoría, estudios de arquitectura, empresas de staffing, etc.

Mercado Español - Análisis actual y futuro por submercado tecnológico



source: IDC, 2007

Derechos Reservados

Este documento de IDC ha sido publicado como parte de un servicio continuo de investigación ofrecido por IDC, proporcionando material escrito, interacción con analistas, teleconferencias y conferencias. Visítenos en Internet en www.idc.com/spain para conocer más acerca de los servicios de consultoría y suscripciones que IDC ofrece. Para acceder a todas las oficinas de IDC a nivel mundial visite www.idc.com/offices. También puede contactar con nosotros en la línea de atención al público de IDC España, tel. (+34) 91 787 21 50. Envíenos un e-mail a spainform@idc.com para solicitar información sobre la compra de algún servicio de IDC, cotización, copias adicionales o derechos de autor.

IDC España, 2007 © Copyright 2007 IDC. Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial, por cualquier medio o forma, sin la autorización expresa y por escrito de su titular.