

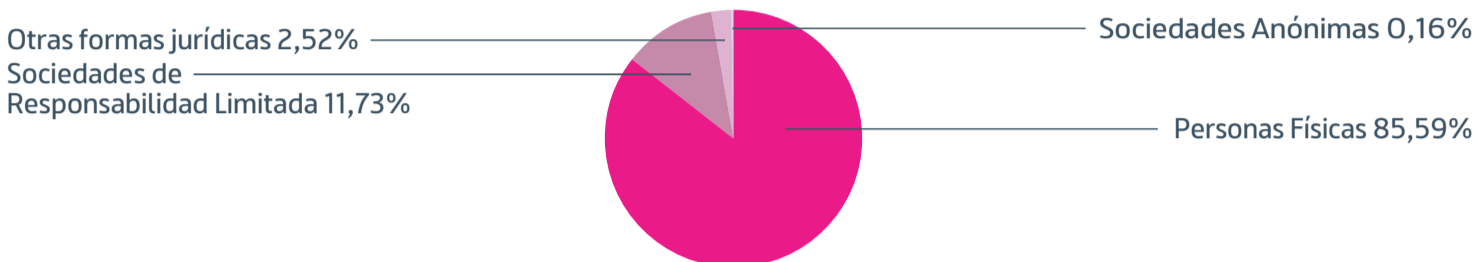
CONTEXTO SECTORIAL

El sector de servicios de fotografía y vídeo para empresas en España se encuentra en una fase de transformación y crecimiento sostenido, impulsado por la digitalización empresarial, el auge del marketing de contenidos y la creciente importancia del vídeo como herramienta de comunicación corporativa.

El sector audiovisual en España supera los 8000 M€, incluyendo cine, televisión y servicios técnicos. Los servicios audiovisuales para empresas (corporativo, publicidad, contenidos digitales) se estiman entre 1200 y 1600 M€ anuales.

El sector se caracteriza por una fuerte fragmentación, predominio de microempresas y autónomos, y una creciente demanda de contenidos audiovisuales recurrentes para redes sociales, comercio electrónico y posicionamiento de marca. La externalización de estos servicios por parte de pymes y startups refuerza su estabilidad estructural.

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS DE FOTOGRAFÍA POR CONDICIÓN JURÍDICA, ESPAÑA, 2025 (%)



DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Alta competencia de fotógrafos, videógrafos freelance y pequeñas agencias, lo que genera presión sobre los precios, especialmente, en servicios básicos. Intrusismo profesional, con oferta de servicios audiovisuales por personas sin formación ni especialización. Facilidad de acceso a tecnología audiovisual (cámaras, móviles de alta gama, IA), que reduce la percepción de valor del servicio profesional en alguna clientela. Sensibilidad del gasto empresarial a la coyuntura económica: en momentos de crisis, los presupuestos de marketing y comunicación suelen recortarse. Cambios rápidos en tendencias visuales (reels, short video, vertical), que obligan a una actualización constante. Plataformas online y marketplaces que ofrecen servicios estandarizados a bajo coste. 	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento del marketing digital y de contenidos. Aumento del uso de fotografía y vídeo profesional en ecommerce, web corporativa y redes sociales. Necesidad de las empresas de diferenciar su marca mediante contenidos visuales de calidad. Tendencia a la externalización de servicios creativos. Crecimiento del vídeo corporativo, testimonios, formación online y comunicación interna. Aparición de nuevos formatos y canales (reels, shorts, streaming, vídeo vertical). Posibilidad de especialización sectorial (industria, turismo, educación, inmobiliario, ecommerce). Demanda creciente de servicios recurrentes (packs mensuales de contenido). Uso del contenido audiovisual para employer branding.
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> Alta flexibilidad y capacidad de adaptación a las necesidades de cada empresa. Posibilidad de ofrecer servicios personalizados y a medida, frente a soluciones genéricas. Valor creativo y técnico difícil de sustituir por tecnología. Costes fijos relativamente bajos en comparación con agencias grandes. Capacidad de trabajar tanto por proyectos puntuales como por contratos recurrentes. Posibilidad de integrar fotografía, vídeo, edición y asesoramiento estratégico. Escalabilidad mediante colaboraciones con otros profesionales. Cercanía y trato directo con la clientela empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> Alta dependencia del profesional o del equipo creativo, especialmente en microempresas. Dificultad inicial para diferenciarse en servicios básicos si no hay especialización. Necesidad de inversión continua en equipamiento, software y formación. Ingresos irregulares si no se consolidan contratos estables. Elevada carga de trabajo en fases de grabación y posproducción. Dificultad para escalar el negocio sin aumentar plantilla. Dependencia de derechos de imagen, permisos y normativa de protección de datos. Dependencia de la reputación, portfolio y referencias.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

El mercado de servicios de fotografía y vídeo para empresas en España se sitúa entre los 1200 y 1600 M€ anuales. En la Comunitat Valenciana, este mercado alcanza los 120–160 M€, caracterizándose por su fragmentación, crecimiento sostenido y elevada demanda de contenidos visuales profesionales por parte de pymes y empresas de servicios.

CLIENTES

Empresas (pymes), agencias de marketing y comunicación, instituciones públicas y entidades privadas, que necesitan contenidos audiovisuales profesionales para mejorar su imagen corporativa, su presencia digital y su comunicación.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

En 2025, en la Comunitat Valenciana existían 1873 empresas de servicios de fotografía. La mayor parte de las empresas se concentran en la provincia de Valencia, donde existe un tejido empresarial dinámico, un ecosistema de agencias de marketing y una intensa actividad de eventos corporativos. Alicante combina actividad empresarial con un fuerte componente turístico, mientras que Castellón presenta menor volumen, pero oportunidades en sectores industriales y comerciales.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS

- Fotografía corporativa (retratos profesionales al equipo directivo y personal, fotografía corporativa para web y redes sociales e imagen corporativa y branding visual).
- Fotografía de producto (para comercio electrónico, fotografía publicitaria y promocional).
- Vídeo corporativo (presentación de empresa, institucionales y de marca, promocionales y publicitarios).
- Vídeo de eventos empresariales.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Edición y postproducción avanzada.
- Contenidos para marketing digital.
- Asesoramiento en comunicación visual.
- Producciones especializadas.
- Alquiler de equipo audiovisual con técnico/a.
- Gestión de derechos de imagen.
- Archivo y gestión de bancos de imágenes y vídeos.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE FOTOGRAFÍA Y VÍDEO PARA EMPRESAS TIPO

CNAE/SIC	74.20, 59.12 / 72.21
IAE	973.1
Condición jurídica	Persona autónoma / Sociedad Limitada
Facturación	77.000 euros
Localización	En zonas urbanas o periurbanas
Personal y estructura organizativa	Una persona emprendedora
Instalaciones	Estudio de 30-70 m ²
Clientes	Empresas, agencias y profesionales, instituciones
Herramientas promocionales	Página web, redes sociales (Instagram, YouTube, LinkedIn y Google Business Profile), boca-oido, plataformas profesionales y directorios, visitas comerciales, networking profesional, etc.
Valor de lo inmovilizado/Inversión	27.000 euros
Importe gastos anuales	70.720 euros
Resultado bruto (%)	8,2 %

RECOMENDACIONES

Identifica qué tipo de servicios y sectores se van a priorizar (por ejemplo, vídeo corporativo, ecommerce, industria o turismo), evitando ofrecer un catálogo demasiado genérico que dificulte la diferenciación frente a la competencia.

Elabora un portfolio profesional orientado a empresas, con trabajos reales, casos de éxito y ejemplos adaptados a necesidades empresariales, priorizando la calidad y el resultado final frente a la cantidad de proyectos expuestos.

Diseña packs mensuales o por campaña que incluyan fotografía, vídeo y edición.

Prioriza el asesoramiento y la estrategia visual. Más allá de la ejecución técnica, es clave ofrecer asesoramiento sobre el uso de los contenidos audiovisuales en la comunicación empresarial, aportando valor estratégico y diferenciación.

Mantén una estructura de costes flexible y controlada, externalizando servicios cuando sea necesario, para reducir costes fijos y adaptarte a la variabilidad de la demanda.

Establece colaboraciones estratégicas con otros profesionales (agencias de marketing, profesionales de diseño, community managers y organización de eventos) para la captación de proyectos y el acceso a clientela recurrente.

Cuida la calidad del servicio y la experiencia del cliente. El cumplimiento de plazos, la claridad en presupuestos y la comunicación fluida son aspectos clave para generar confianza, fidelización y recomendaciones.

ENLACES DE INTERÉS

www.ine.es · www.infoadex.es · www.clubdecreatividad.com · clusteraudiovisualvalenciano.es · iabspain.es · www.puro-marketing.com



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

