

Nota de prensa

Fecha	Noviembre de 2015
Contacto	María Olábarri Candela , PwC Tel: 915 684 976 e-mail: maria.olabarri.candela@es.pwc.com
Páginas	2

La prensa experimentará una caída de los ingresos del 2,4% en los próximos cinco años

El aumento de los ingresos por publicidad digital –un 11%- no será suficiente para compensar la caída de la publicidad impresa que acumulará un descenso del 4% en 2019.

Madrid, 3 de noviembre de 2015. Los ingresos de la prensa en España seguirán con su evolución negativa en los próximos años y hasta 2019 se espera que experimenten una caída del 2,4% y el sector reduzca su tamaño hasta los 1.457 millones de euros, según el informe '**Entertainment and Media Outlook 2015-2019. España**', que anualmente elabora PwC y que analiza los principales retos y oportunidades del sector de los medios y el entretenimiento.

El esfuerzo de los grupos editoriales por digitalizar sus productos y contenidos se verá reflejado en un aumento del 11% de los ingresos en **publicidad digital** -ver cuadro- hasta los 281 millones de euros. Sin embargo, su volumen está aún lejos del de la **publicidad impresa**, que se espera acumule una caída del 4% y se encoja hasta los 501 millones de euros.

Evolución de los ingresos del sector de prensa en España 2010-2019 (en millones de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR 14-19
Prensa											
■ Publicidad en prensa											
Publicidad en prensa digital	92	108	129	149	165	187	208	230	255	281	11%
Publicidad en prensa impresa	1.102	939	746	636	613	593	570	546	523	501	-4%
Total publicidad en prensa	1.194	1.046	875	784	778	780	777	776	778	782	0%
■ Circulación prensa											
Circulación prensa digital	-	3	8	11	14	17	20	24	27	30	16%
Circulación prensa impresa	1.194	1.158	992	898	853	804	759	718	680	645	-5%
Total circulación prensa	1.194	1.161	1.000	909	867	821	779	741	707	675	-5%
Total prensa	2.387	2.207	1.875	1.693	1.645	1.602	1.556	1.518	1.485	1.457	-2,4%

Los ingresos por **circulación de la prensa en papel** seguirán esta misma tendencia a la baja -caerán un 5%- y aunque la **circulación de la prensa digital** crecerá un 16% hasta 2019, su peso -30 millones de euros- sigue siendo todavía muy reducido.

Estas cifras demuestran que la prensa todavía no ha terminado su proceso de aterrizaje a la nueva realidad digital. Según el informe, el futuro de los editores de prensa, tras haber perdido gran parte de su difusión en los últimos años, pasa por alinear sus contenidos con los intereses de los usuarios, adaptarlos a sus nuevos hábitos, ofrecerlos en todo tipo de plataformas y buscar nuevos modelos de captación de ingresos. Caso distinto es del de las cabeceras regionales de prensa, que presentan perspectivas más halagüeñas. Estas seguirán teniendo un comportamiento positivo en los próximos años debido a su sólida implantación, al reconocimiento de sus marcas y a la singularidad de sus contenidos.

El documento asegura que en los próximos años veremos nuevas iniciativas orientadas a la monetización del consumo digital en dos ámbitos. Por un lado, medios locales que rentabilizan el carácter más exclusivo de las noticias cercanas en la medida en que estas no se encuentren en otros medios. Y, por otro, la aparición de nuevas cabeceras online, nativas digitales, orientadas a monetizar la información digital.

A nivel mundial, el sector de la prensa continuará inmerso en un proceso de estabilización de sus ingresos con caída marginales –del 0,4% anual- a partir de 2017. No obstante la evolución de la industria será dispar, según el mercado geográfico al que nos refiramos. China e India, por ejemplo, serán los motores del sector gracias a la alfabetización y a la fuerte demanda de medios de comunicación escritos.

Finalmente, el estudio concluye que el principal reto del sector para los próximos años será la monetización en el dispositivo móvil. En 2017, más de la mitad de la población mundial tendrá una conexión móvil de datos y los editores deberán enfrentarse a los cambios esto supone.

Nota:

* Todas las cifras de crecimiento incluidas en este documento son estimaciones obtenidas a partir del CAGR (Compound Annual Growth Rate) o tasa de crecimiento anual compuesto equivalente, que mide el crecimiento anual de una inversión sobre un periodo de tiempo determinado superior a un año.

El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 157 países con más de 208.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y transacciones. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.es.