

Nota de prensa

Fecha	3 de noviembre de 2015
Contacto	María Olábarri Candela , PwC Tel: 915 684 976 e-mail: maria.olabarri.candela@es.pwc.com
Páginas	3

El sector crecerá un 3,9% hasta 2019, según un informe de PwC

El tirón del consumo y los *smartphones* marcarán el despegue de la industria de entretenimiento y medios en España

La apuesta de los operadores de telecomunicaciones por la televisión de pago será una de las claves que marque la evolución de la industria en nuestro país.

Madrid, 3 de noviembre de 2015. El tirón del consumo, como consecuencia de la mejora de la situación económica, y la consolidación del *smartphone* como el centro neurálgico de información de los españoles serán los motores que marcarán el despegue de la industria del entretenimiento y los medios de comunicación en nuestro país en los próximos años. Este cambio de escenario se concretará en un crecimiento estimado del sector del 3,9% hasta 2019, según las previsiones incluidas en el **Entertainment and Media Outlook 2015-2019. España'**. El informe, que anualmente elabora PwC, analiza los principales retos y oportunidades del sector de los medios y el entretenimiento a través de 13 segmentos -publicidad en televisión, cine, prensa, videojuegos, mercado editorial, acceso a Internet, etcétera- en los próximos años.

» **3,9%**

La industria del Entretenimiento y Medios crecerá un 3,9% CAGR en los próximos cinco años en España.

» **2.149 M€**

El sector de la TV de pago crecerá un 5,2% CAGR hasta 2019, año en el que ingresará una cifra récord: 2.149 millones de euros.

» **8,8%**

Los ingresos por publicidad en Internet se incrementarán un 8,8%, la mayor tasa de crecimiento de todos los sectores de la industria.

Los ingresos por publicidad en Internet y por publicidad en Televisión serán los que más crezcan –un 8,8% y un 8,4%, respectivamente- hasta 2019. La televisión de pago también tendrá un buen comportamiento –crecerá un 5,2%-, así como los ingresos por acceso a internet, que aumentarán un 6%. Por el contrario, según el estudio, la prensa seguirá experimentando una caída de sus ingresos del -2,4%, al igual que el mercado editorial (-1,4%).

El documento concluye que en los próximos años los españoles contaremos con una mayor renta disponible para invertir en entretenimiento gracias a la mejora de la situación económica. A esta circunstancia se unirá, además, el impulso tecnológico derivado de la generalización del acceso a Internet de alta velocidad (4G, fibra óptica...) que permite al consumidor disfrutar de más contenidos en cualquier momento del día.

El informe destaca tres grandes tendencias que van a marcar la evolución de la industria del entretenimiento y los medios de comunicación en los próximos años:

1.- El impulso de los operadores de telecomunicaciones a la televisión de pago y su impacto en el sector de la producción audiovisual y de la publicidad. Una circunstancia que va a llevar a la televisión de pago en España a una cifra récord de ingresos de 2.149 millones de euros en 2019. Los operadores de telecomunicaciones van a jugar un papel clave en el sector, no sólo como distribuidores de contenidos sino como proveedores, conscientes del valor estratégico que estos tendrán en su oferta.

2.- Desarrollo y consolidación del móvil como dispositivo dominante en el acceso a Internet y la migración del tráfico y del impacto publicitario a ese soporte. España cuenta con la mayor tasa de penetración de *smartphones* de Europa -81%- que seguirá empujando la migración de los modelos de negocio digitales a los dispositivos móviles. Prueba de ello es que hoy en día, en España, ya se consume más vídeo en movilidad que en dispositivos fijos, tanto fuera del hogar como dentro, donde se simultanea el consumo en movilidad mientras que se ve la televisión.

3.- Crecimiento de la publicidad programática multidispositivo, gracias al desarrollo de modelos de captura y explotación de datos.

Evolución de los ingresos del sector de Entretenimiento y Medios en España 2014-2019 (en millones de euros)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2014-2019 CAGR*
<i>Edición de libros</i>	2.360	2.254	2.178	2.182	2.191	2.204	-1,4%
<i>Música</i>	715	719	725	733	744	757	1%
<i>Videojuegos</i>	857	891	920	949	979	1.009	3,3%
<i>Business-to-Business</i>	2.113	2.145	2.179	2.214	2.250	2.287	1,6%
<i>Cine</i>	934	959	988	1.018	1.052	1.088	3%
<i>TV de pago</i>	1.668	1.788	1.901	2.004	2.084	2.149	5,2%
<i>Revistas especializadas</i>	844	848	850	850	848	846	0%
<i>Publicidad en TV</i>	1.919	2.098	2.329	2.513	2.700	2.879	8,4%
<i>Radio</i>	420	439	456	468	480	492	3,2%
<i>Publicidad exterior</i>	273	278	264	256	243	241	-2,4%
<i>Prensa</i>	1.645	1.602	1.556	1.518	1.485	1.457	-2,4%
<i>Publicidad en Internet</i>	1.148	1.258	1.373	1.493	1.618	1.749	8,8%
<i>Acceso a Internet</i>	6.764	7.155	7.579	8.033	8.526	9.054	6,0%
Total	21.662	22.435	23.298	24.232	25.200	26.210	3,9%

Pero, **¿qué tipos de contenidos buscan los consumidores en nuestro país?** El estudio concluye que gratuitos y de calidad, aunque señala que la tradicional aversión de los españoles al pago por contenidos está remitiendo gracias a la *paquetización*.



Para **Virginia Arce, líder mundial del sector de Telecomunicaciones y Medios en Auditoría de PwC**, "si hasta hace tres años los operadores de telecomunicaciones sólo aportaban la facilidad técnica para consumir contenidos, ahora apostarán por generarlos como valor estratégico dentro de su oferta de servicios".

Notas:

* 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