

## Comunicado de Prensa

### **Deberán aumentar, las empresas de entretenimiento y medios, el nivel de colaboración durante los próximos cinco años, según reporte anual de PricewaterhouseCoopers**

- **Para el 2012 la industria global de entretenimiento y medios presentará un crecimiento de 2.2 billones de dólares estadounidenses, lo que logrará a través de alianzas estratégicas**

**México D.F. 19 de junio de 2008.** Según el reporte de la red global de PricewaterhouseCoopers titulado "Global Entertainment and Media Outlook: 2008-2012", si las empresas de entretenimiento y medios desean elevar su nivel de crecimiento durante los próximos cinco años, tendrán que adaptarse a importantes cambios en materia de equipos, mercados y conductas de los consumidores a través de alianzas estratégicas. El reporte también enfatiza la importancia de continuar obteniendo ingresos de los segmentos comerciales tradicionales al mismo tiempo que las tecnologías emergentes continúan fortaleciéndose ante los consumidores. Este reporte tan esperado establece la tasa global de crecimiento anual compuesto (CAGR por sus siglas en inglés) en 6.6% para el sector, pronosticando que llegará a 2.2 billones de dólares estadounidenses en 2012.

"Estamos presenciando la consolidación de un nuevo modelo de negocios para las empresas de entretenimiento y medios", comentó Marcel Fenez, Socio a cargo de la práctica global de entretenimiento y medios de la red global de PricewaterhouseCoopers. "Algunos sectores, como la industria cinematográfica, ya habían mostrado interés en este modelo anteriormente, pero dichos cambios son mínimos en comparación con lo que veremos en el futuro. Ninguna empresa será capaz de sobrevivir sola los próximos cinco años. Los retos y la demanda de innovación son muy grandes".

#### **Las alianzas estratégicas reemplazarán la integración vertical**

En la actualidad muchas tecnologías básicas están enfrentando un momento decisivo de cambio que influirá profundamente en el ritmo y el rumbo del crecimiento de esta industria en los próximos cinco años. La difusión de la banda ancha continúa acelerándose a nivel global. La tecnología móvil está ganando terreno con gran rapidez, incrementando el número de usuarios y mejorando la infraestructura para dar paso a la siguiente ola de expansión que incluirá servicios de Internet, publicidad y televisión. Las salas de cine modernas, la distribución y proyección digital de películas y las actualizaciones de tercera dimensión están haciendo que la experiencia de ir al cine sea cada vez mejor, mientras las suscripciones de televisión de alta definición y el nuevo formato de DVD de alta definición revitalizan la experiencia de usuarios de tecnología digital en el hogar. El auge global de la tecnología de banda ancha sigue registrando un ritmo constante, impulsando el crecimiento general y duplicándose nuevamente para llegar a 661 millones de hogares en 2012, lo que significa un aumento del porcentaje anual compuesto de 16.4%.

Aunque las tecnologías digital y móvil están promoviendo el crecimiento, los segmentos ya establecidos y tradicionales continuarán dominando los ingresos, con la excepción de la música grabada, en donde la distribución digital superará la distribución física en 2011. A pesar de que la distribución digital y móvil abarcó solo 5% de la inversión global de la industria de entretenimiento y medios en 2007, dichos ingresos representarán 24% del crecimiento total de la industria durante los próximos cinco años. Para 2012, los ingresos de las tecnologías digital y móvil representarán únicamente 11% de la inversión total en entretenimiento y medios o 234 mil millones de los 2.2 billones de dólares del mercado global.

#### **La vitalidad de los medios de comunicación depende de la Net Generation y la mantienen los consumidores de más de 50 años de edad.**

La Net Generation continúa marcando el ritmo y la dirección del cambio en la industria del entretenimiento y los medios al mostrar una influencia que está impulsando nuevos modelos de negocios que están revolucionando la relación entre las empresas y sus clientes. A medida que estas tecnologías se

convierten en elementos cotidianos, la Net Generation también está promoviendo el uso de generaciones previas, conectándolas a las tecnologías más recientes.

Además, esto es realmente un fenómeno global en el que las empresas están poniendo mayor atención. Consideremos lo siguiente: en las economías BRIC las personas de menos de 25 años representan por lo menos el 31% de la población total del país ( 43% en Brasil, 31% en Rusia, 50% en India y 38% en China). Mientras tanto, en Estados Unidos las personas de menos de 25 años representan el 34% de la población total. Por lo tanto, es imperativo que las empresas tengan mayor acceso a los jóvenes de todo el mundo, ya que ellos ayudarán a incrementar los gastos en acceso a Internet, medios y entretenimiento digital durante los próximos años.

Mientras tanto, los consumidores de más de 50 años de edad están generando un equilibrio en la industria invirtiendo una gran cantidad de atención en medios más convencionales, al mismo tiempo que la Net Generation promueve el crecimiento del entretenimiento digital y móvil. En todas las regiones del mundo, excepto en EMEA (Europa, Medio Oriente y África), la población de más de 50 años registrará un crecimiento de dos dígitos, y globalmente, esta población aumentará de 1.1 a 1.25 mil millones de dólares, lo que representa un crecimiento de 13.1% para el 2012. Esta tasa de crecimiento ayudará a mantener los formatos tradicionales, aún cuando esta generación se interese cada vez más en las plataformas que utilizan sus hijos y nietos.

Durante los próximos cinco años Asia Pacífico y América Latina serán las regiones que crecerán con mayor rapidez. Se esperan aumentos de dos dígitos en la publicidad de Internet, inversiones para tener acceso a Internet, suscripciones de TV/pagos de licencias, casinos/otros juegos regulados y juegos de video en dichas regiones. América Latina registrará un total de 85 mil millones de dólares en 2012, en comparación con los 51 mil millones registrados en 2007, lo que representa un aumento de la CAGR (tasa de crecimiento anual compuesto) de 10.6%. Mientras tanto, la inversión en Asia Pacífico será aproximadamente de 8.8% CAGR, la segunda más alta de todas las regiones, aumentando de 333 mil millones de dólares en 2007 a 508 mil millones de dólares en 2012.

EMEA (Europa, Medio Oriente y África), el segundo mercado más grande, crecerá a una tasa de 6.8% CAGR para llegar a 792 mil millones de dólares en 2012. Europa Central/Oriental y Medio Oriente/África impulsarán el crecimiento en este territorio. Los gastos en publicidad, acceso a Internet y video juegos, continuarán registrando aumentos anuales compuestos de dos dígitos durante los próximos cinco años.

Estados Unidos actualmente sigue siendo el mercado más grande, pero con menor crecimiento en entretenimiento y medios, presentando un crecimiento anual compuesto de 4.8%. Llegando a 759 mil millones de dólares en 2012. Los gastos en publicidad y acceso a Internet serán los únicos dos segmentos que presentarán un crecimiento de dos dígitos durante los próximos cinco años, generado por el continuo crecimiento de la banda ancha.

“En Estados Unidos los consumidores están mostrando preferencia por contenidos y servicios gratuitos o con un descuentos importantes y con apoyo publicitario incluido en los nuevos entornos digital y móvil”, comentó Jim O’Shaughnessy, líder global de la practica de entretenimiento y medios de PricewaterhouseCoopers. “Esto garantiza que aumente la importancia de anunciarse para las empresas de este sector y sus clientes”.

A medida que continúa la tendencia hacia la globalización en la industria del entretenimiento y los medios, Brasil, Rusia, India y China seguirán siendo una fuente importante de crecimiento para todo el sector, impulsados por la mayor cantidad de ingresos disponibles y una clase media cada vez más urbanizada. Además, hay un grupo grande y diverso de países que está también separándose del paquete. Los mercados de entretenimiento y medios de quince países presentarán una tasa anual de expansión de dos dígitos durante los próximos cinco años, durante los cuales Arabia Saudita y la región pan-árabe registrará el crecimiento más acelerado. Vietnam será el mercado de televisión por suscripción y pagos de licencias con el crecimiento más rápido en los próximos cinco años (29.3% CAGR).

En el caso de América Latina, Colombia será el mercado que crecerá con mayor rapidez en el sector de entretenimiento y medios. El mercado de acceso a Internet en Arabia Saudita y los estados pan-árabes crecerá 30.1% CAGR, aumentando a 13.8 mil millones de dólares estadounidenses en 2012, superando a Rusia e igualando a Francia. La inversión en publicidad y acceso a Internet, así como las suscripciones de TV encabezarán la expansión de la industria en estos territorios, el universo de usuarios domésticos de banda ancha crecerá más de 20% CAGR.

### **Principales aspectos del segmento – El crecimiento es impulsado por el creciente valor de las oportunidades móviles y de Internet**

Aunque el crecimiento de la publicidad en Internet será moderado en comparación con años anteriores, registrará un aumento muy importante de 19.5% CAGR para 2012. El acceso a Internet (12.1% CAGR), los videojuegos (10.3% CAGR) y las suscripciones de televisión y pagos de licencias (10.1% CAGR) presentarán un crecimiento de dos dígitos.

Se espera que algunos segmentos mejor establecidos como la publicidad en televisión (5.9% CAGR), parques temáticos (5% CAGR), juegos de casino (6.5% CAGR), entretenimiento audiovisual (5.3% CAGR) y deportes (6.5% CAGR), muestren un porcentaje de crecimiento compuesto anual de 5% y 7%.

Los segmentos de publicaciones, incluyendo los diarios (2.2% CAGR), revistas de consumo (3.5% CAGR), libros de consumo y educativos (2.8% CAGR), publicaciones interempresariales (3.2% CAGR), así como la música grabada (-0.6% CAGR), enfrentan retos importantes, como la disminución de la distribución física y el crecimiento de la distribución digital, la cual se esfuerza por compensar dicha reducción.

“Las empresas están adoptando rápidamente las nuevas tecnologías que van surgiendo en la industria del entretenimiento y los medios, al mismo tiempo que se adaptan a las demandas de la Net Generation. Esto es algo muy positivo, ya que contribuirá al progreso de sus empresas y las ayudará a seguir siendo competitivas en un mercado que depende de la innovación. Sin embargo, también deben enfocarse en las actividades tradicionales, las cuales son esenciales para la generación de ingresos. Administrar de manera adecuada las líneas de negocios emergentes y tradicionales les permitirá identificar oportunidades que pueden explotar para migrar al nuevo entorno digital y satisfacer las demandas de la Net Generation”, añadió Marcel Fenez.

#### **Notas al editor:**

##### **Sobre el reporte**

El reporte de PricewaterhouseCoopers “Global Entertainment and Media Outlook: 2008–2012” (novena edición anual), contiene análisis y pronósticos detallados de los 15 segmentos más importantes de la industria en cinco regiones del mundo – Estados Unidos, EMEA (Europa, Medio Oriente, África), Asia Pacífico, América Latina y Canadá – y el “Global Overview”, están disponibles en versión impresa o electrónica (PDF) por 995 dólares en: <http://www.pwc.com/outlook>. El “Global Overview” tiene un costo de 95 dólares (impreso o electrónico) y los capítulos individuales por segmento también están disponibles por 95 dólares, únicamente en formato electrónico.

##### **Sobre PricewaterhouseCoopers**

En PricewaterhouseCoopers ([www.pwc.com](http://www.pwc.com)) prestamos servicios de auditoría, asesoría de negocios, impuestos y servicios legales para construir confianza pública y generar valor a nuestros clientes. Más de 146,000 personas en 150 países trabajamos juntos aplicando el concepto de connected thinking para desarrollar nuevas perspectivas y soluciones prácticas.

“PricewaterhouseCoopers” se refiere a la red de firmas miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited, cada una de las cuales constituye una entidad legal autónoma e independiente.

©2008 PricewaterhouseCoopers. Todos los derechos reservados.

PricewaterhouseCoopers México. Mariano Escobedo 573. Col. Rincón del Bosque. 11580. México, D.F.