



---

## Press Release

Fecha	13 de agosto de 2012
Contactos	Teresa León, Responsable de Prensa, PwC Argentina Tel.: + 54 11 4850-0000. Ext. 4121 e-mail: <a href="mailto:teresa.leon@ar.pwc.com">teresa.leon@ar.pwc.com</a>
	Marina Martínez de Hoz, Ejecutiva de Cuentas, IDENTIA/PR Tel.: +5411 5032-6300 e-mail: <a href="mailto:mmdehoz@identiapr.com">mmdehoz@identiapr.com</a>
	Cecilia Crego, Directora de Cuentas, IDENTIA/PR Tel.: +5411 5032-6300 e-mail: <a href="mailto:ccrego@identiapr.com">ccrego@identiapr.com</a>
Páginas	3

## América Latina será la región en la que la industria de Medios y Entretenimiento crecerá más rápido entre 2012 y 2016

*Según proyecciones de PwC, experimentará un crecimiento del 9,7 %. Por su parte, la Argentina promete el mejor escenario para los diarios impresos y es el segundo país que más tiempo invierte en Internet.*

**BUENOS AIRES, 13 de agosto de 2012.-** En 2016, los consumidores latinoamericanos gastarían US\$56.654 millones en los distintos sectores que comprende la industria de Medios y Entretenimiento (M&E), representando un crecimiento del 7,1% anual durante los próximos cinco años. Por su parte, el gasto de los argentinos alcanzaría ese año US\$ 4.814 millones, incrementando un 5,6% anualmente. Estos datos y los que se presentan a continuación se desprenden de la 13° edición del reporte **Perspectivas Globales del Sector de Medios y Entretenimiento** de PwC, que analiza la situación actual de la industria en 48 países y realiza proyecciones para el período 2012-2016.

El estudio observa el movimiento de los trece principales segmentos del sector de Medios y Entretenimiento a nivel mundial: acceso a Internet, publicidad en Internet, suscripciones a TV, publicidad en TV, industria discográfica, cine, videojuegos, radio, publicidad en la vía pública, revistas, diarios, libros y los servicios *business to business*.

América Latina lidera el ranking referido a la **velocidad del crecimiento de la industria de M&E** para el período 2012-2016. En 2011 la inversión total en el sector fue de US\$84.455 millones y, previendo un aumento anual promedio del 9,7% durante los próximos cinco años, en 2016 superaría los US\$ 133.948 millones. Si bien la tasa anual de crecimiento de la inversión en la región fluctúa entre el 8,2% y el 11,1%, se estima que las sumas a invertir en 2016 irán desde los US\$1.962 millones, en el caso de Venezuela, hasta los US\$64.823 millones, como en Brasil. Por su parte, la Argentina registró en 2011 una inversión total de US\$ 8.649 millones y se estima que para 2016 alcance los US\$ 13.669 millones.

En segundo lugar, se encuentra la región de Asia Pacífico, en la que, con una tasa de crecimiento anual proyectada del 7,1%, las inversiones en el sector sumarían US\$650.522 millones para 2016. Luego se ubica Norteamérica, con un crecimiento anual del 5,3% e inversiones proyectadas de US\$657.853 millones para 2016, y, en el último lugar figura la región EMEA (Europa, Medio Oriente y África), que alcanzaría inversiones por \$677.747 millones en cinco años, con un crecimiento estimado del 4,3% por año.





Según el informe, entre los países que registraron un mayor nivel de inversión en la industria de M&E en 2011 se encuentran Estados Unidos (US\$463.863 millones), Japón (US\$192.796 millones) y China (US\$109.059 millones). Además, China y Brasil – en el noveno lugar - se destacan por la velocidad del crecimiento estimado para el período 2012-2016 (12% y 10,6%, respectivamente). Por este motivo, Brasil traspasaría a Canadá e Italia durante los próximos cinco años, y se transformaría en el séptimo mercado más importante de la industria de M&E.

### Segmentos con presencia argentina

Uno de los indicadores centrales a tener en cuenta al observar el crecimiento de la industria de M&E tiene que ver con el interés generado en los diversos mercados por nuevas formas de consumo, como la online; es decir, el promedio de **horas mensuales que los usuarios pasan en Internet** o utilizando dispositivos móviles, especialmente interactuando en las redes sociales. Argentina figura en el segundo lugar, con un promedio de 10.7 horas, luego de Israel (11.1) y seguido por Rusia (10.4), Turquía (10,2) y Chile (9.8).

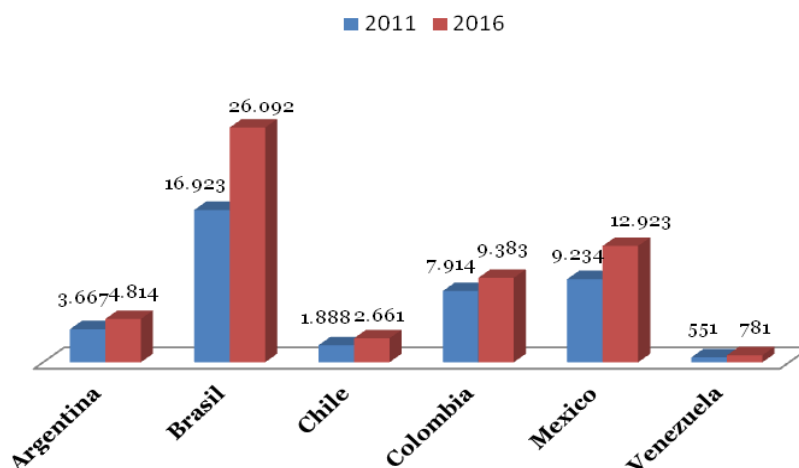
Por su parte, el **gasto de acceso a Internet** en Latinoamérica aumentará de los US\$ 16.000 millones en 2011 a los US\$ 34.000 millones en 2016, es decir, un 16,1% año por año. En 2011, Brasil fue el líder de la región, con una inversión de US\$ 8.000 millones, seguido por México y la Argentina, con US\$ 3.000 millones cada uno.

“La digitalización es la tendencia que se impone en lo que respecta a la publicidad y a los contenidos de la industria de Medios y Entretenimientos. Por eso, las inversiones en acceso a Internet se acentuarán, especialmente en América Latina, donde la velocidad de crecimiento duplicará a la de otras regiones del mundo”, opinó al respecto Jesús Estévez, socio de Consultoría de PwC Argentina.

Asimismo, según el estudio de PwC, la Argentina experimentará el mayor nivel de crecimiento del **consumo de prensa gráfica** (11,9%), siendo éste un mercado que a nivel mundial muestra tendencias contrapuestas. Lo siguen Indonesia y la India, con un 11,2% y un 9,6%, respectivamente. En los países donde la mayoría de los hogares tiene conexión de banda ancha, los periódicos enfrentan hoy una importante depresión en las ventas de su circulación impresa y un recorte del gasto en este tipo de publicidad.

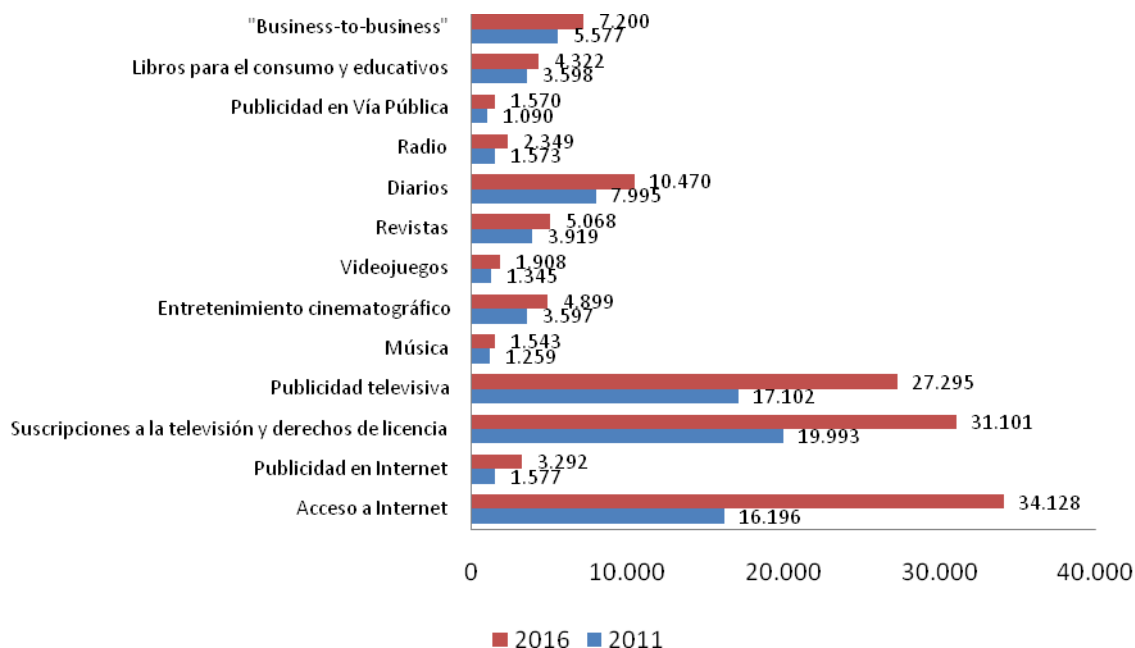
A nivel regional, América Latina y Asia Pacífico tienen las tasas más bajas de penetración de banda ancha, por lo que se prevé que en los próximos cinco años la prensa gráfica experimente una gran expansión, con incrementos anuales promedio del 5,5% y del 3,6%, respectivamente. Por el contrario, América del Norte tendrá una caída del 1,4% anual. A nivel mundial, dicho mercado se expandirá a una tasa del 1,5% anual, pasando de representar US\$ 168.000 millones en 2011 a US\$ 181.000 millones en 2016.

### Consumo en M&E en América Latina (2011-2016) en millones de US\$





**Inversión en M&E por segmentos en América Latina (2011 - 2016) en millones de US\$**



Para más información referida al reporte ***"Perspectivas Globales del Sector de Medios y Entretenimientos 2012-2016"*** de PwC, ingrese a [www.pwc.com/outlook](http://www.pwc.com/outlook)

1. PwC ofrece servicios de assurance, tax & legal y advisory centrados en la industria para generar confianza pública y mejorar el valor para los clientes y las partes interesadas. Más de 169.000 personas en 158 países a lo largo de nuestra red comparten sus ideas, experiencias y soluciones para desarrollar nuevas perspectivas y brindar asesoramiento práctico ([pwc.com/ar](http://pwc.com/ar)).
2. "PwC" es la marca bajo la cual operan y prestan servicios las firmas miembro de la red global PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). En conjunto, éstas integran la red de firmas miembro de PwC. Cada firma es una entidad legal separada e independiente y no actúa como representante de PwCIL ni de ninguna otra firma miembro. PwCIL no proporciona servicios a clientes. PwCIL no es responsable por los actos u omisiones de sus firmas miembro, no controla el ejercicio del criterio profesional de éstas ni las obliga en modo alguno.
3. En Argentina, las firmas miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited son las sociedades Price Waterhouse & Co. S.R.L, Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. y PricewaterhouseCoopers Jurídico Fiscal S.R.L, que en forma separada o conjunta son identificadas como PwC Argentina.