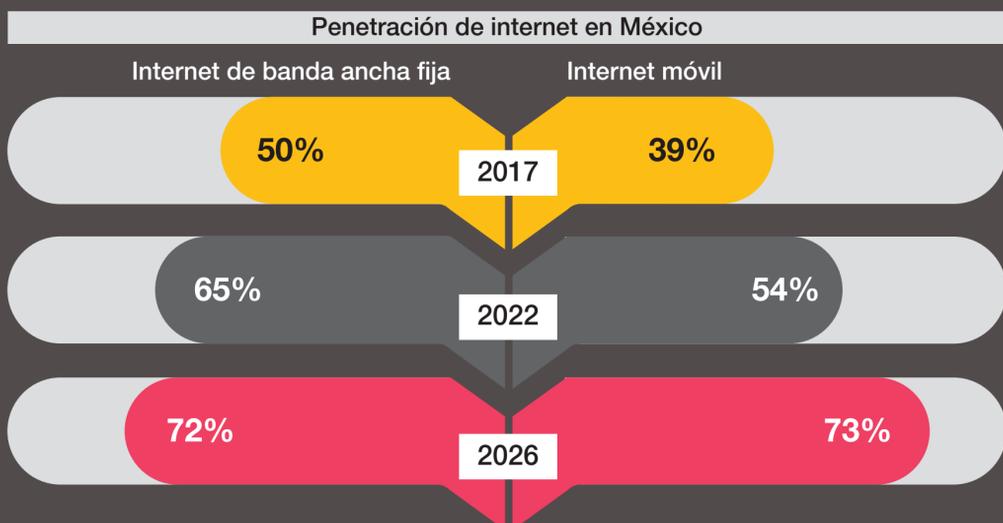
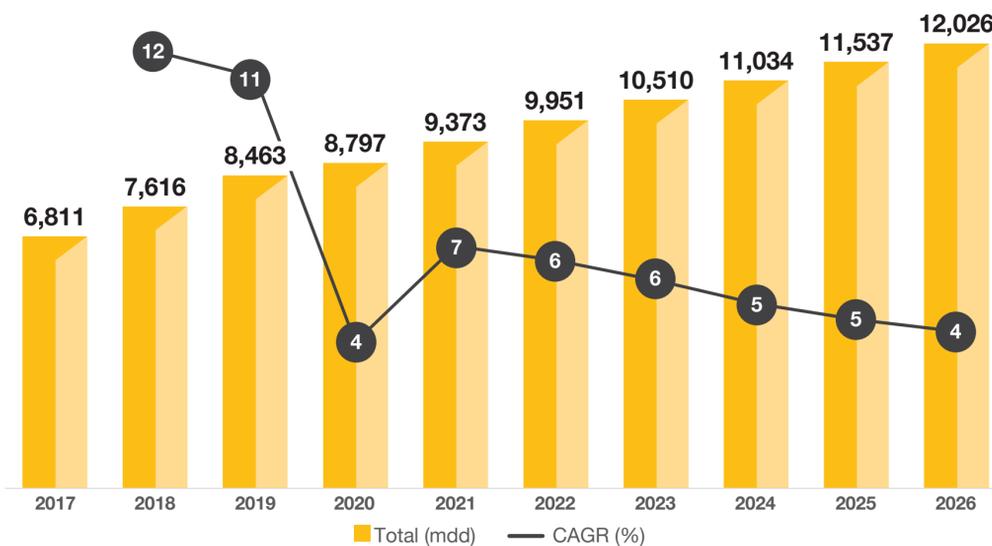


**El entretenimiento y los medios se vuelven más digitales**

La pandemia de COVID-19, así como la implementación de nuevas tecnologías han consolidado el acceso al internet en México, provocando un aumento significativo en el porcentaje de población que está suscrito a un servicio de banda ancha fija y/o internet móvil.



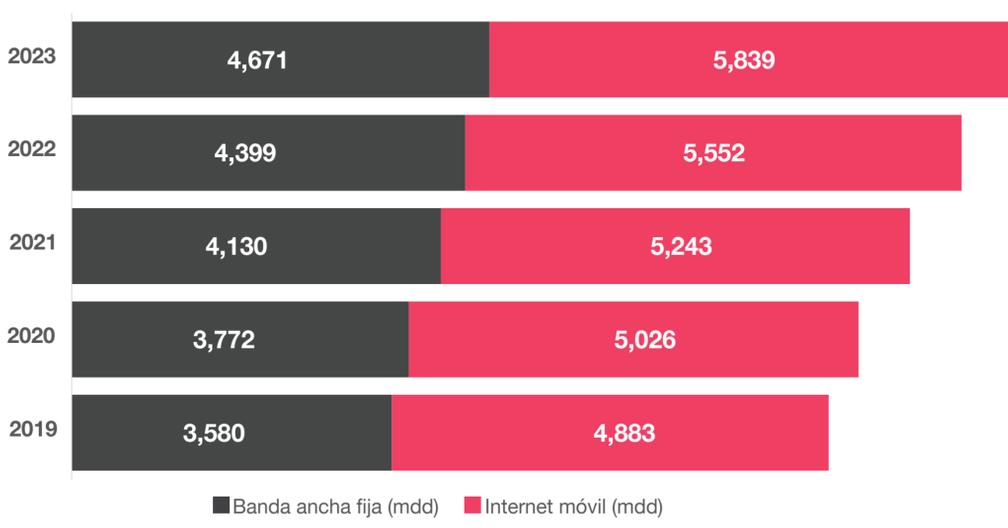
El acceso a internet fue resiliente entre 2020-2021, pero proyectamos un CAGR a la baja durante los siguientes cinco años



Fuente: Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026 de PwC, Omdia.

La contratación de **servicios de internet móvil** predomina en el sector. Sin embargo, observamos un aumento de las suscripciones a internet de banda ancha fija como parte de los efectos de la pandemia.

**Ingresos del mercado de internet por subcategoría**



Fuente: Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026 de PwC, Omdia.

**La red 5G expandirá el consumo de datos**

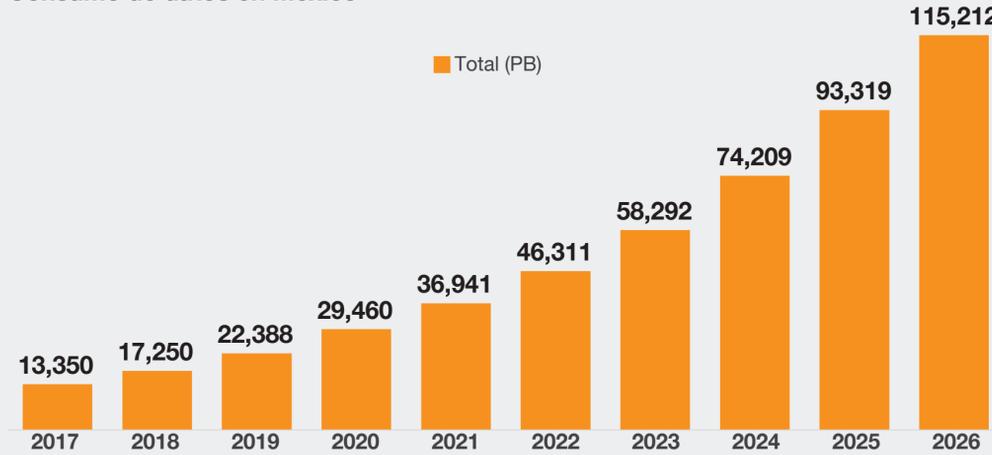
La llegada de la tecnología **5G** no solo aumentará el número de usuarios que utiliza el internet en México, también el consumo de datos, pues permite navegar a velocidades más altas y conectar un mayor número de dispositivos electrónicos.

El consumo de datos en 2022 alcanzará los **46 mil 311 petabytes (PB\*)**

**El video es el contenido más visto por los mexicanos**

Los datos consumidos provienen mayoritariamente de conexiones **Wi-Fi**

**Consumo de datos en México**



Fuente: Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026 de PwC, Omdia.

Este año proyectamos un consumo de datos en contenido de video de 36,193 PB\* y se enfocará en **videos bajo demanda con publicidad (AVOD, por sus siglas en inglés)**, videos en redes sociales y finalmente en servicios de *streaming*.

\*Un petabyte (PB) equivale a 1,024 terabytes.

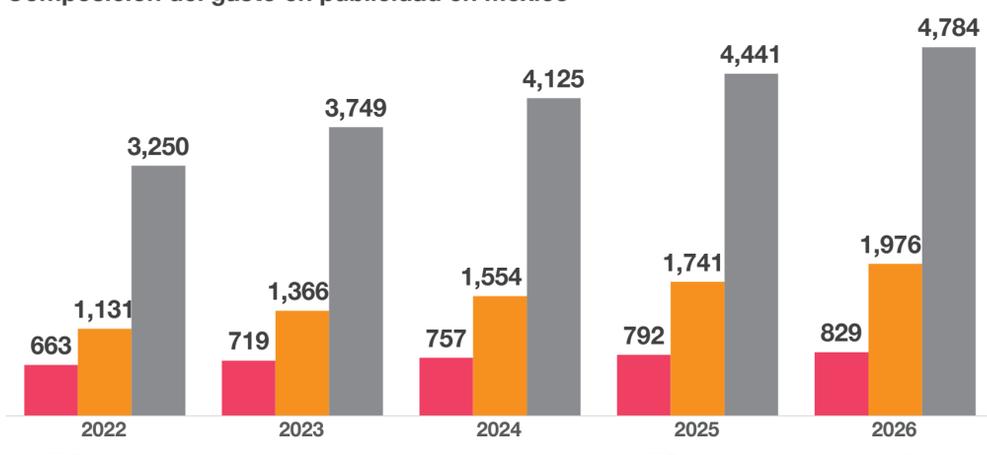
**La publicidad en internet despega**

Nuestras proyecciones indican que la **publicidad en internet** será el rubro más importante del sector publicitario en México, por encima de la publicidad en televisión, radio y en exteriores.

Las empresas enfocarán su gasto en publicidad segmentada para teléfonos móviles en los próximos cinco años

La publicidad en videos sobre demanda, así como en sitios web o aplicaciones mantendrá un crecimiento constante

**Composición del gasto en publicidad en México**



Fuente: Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026 de PwC, Omdia.

El éxito de la publicidad en internet dependerá, en gran medida, de la cantidad de datos que las empresas puedan obtener de sus clientes para segmentar sus productos y servicios.

La digitalización de la industria del Entretenimiento y Medios impulsará en los próximos cinco años el crecimiento del sector del internet, lo que aumentará la penetración en la población mexicana y la oportunidad para las empresas de incrementar su gasto publicitario en la red.

**Conoce más información en: [pwc.com/mx/gemo](http://pwc.com/mx/gemo)**



**Contacto**

**Anderson Ramires**  
Socio Líder de TMT & Digital Services,  
PwC México  
Teléfono +52 55 5263 5731  
[anderson.ramires@pwc.com](mailto:anderson.ramires@pwc.com)