

Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027

Capítulo México

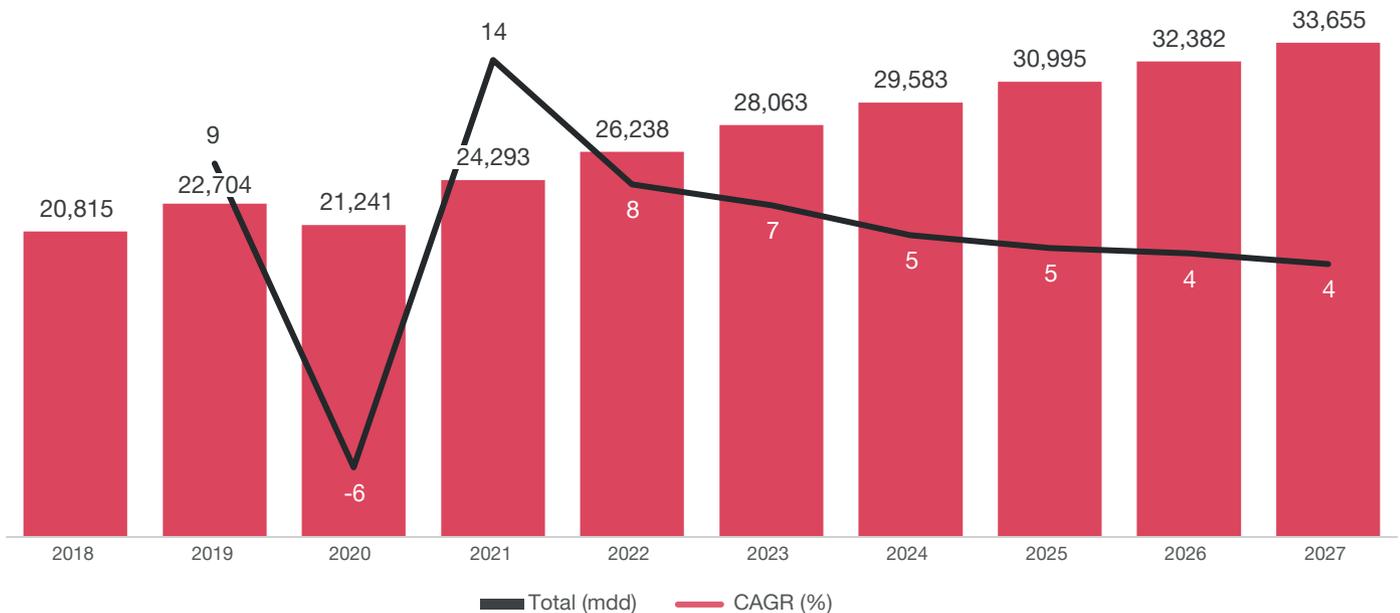


El impulso de los servicios digitales en la industria del entretenimiento y medios

La **industria del Entretenimiento y Medios (E&M)** en México mantiene un crecimiento sostenido después de las disrupciones económicas y los cambios en los hábitos de consumo de los últimos tres años. En 2023, proyectamos que la industria

genere ingresos por **28,063 millones de dólares (mdd)** y para 2027 podría alcanzar los 33,655 mdd, con un crecimiento anual compuesto (CAGR, por sus siglas en inglés) del 5% en cinco años.

Los ingresos de la industria del Entretenimiento y Medios (E&M) en el país tendrían un crecimiento sostenido constante en los próximos cinco años

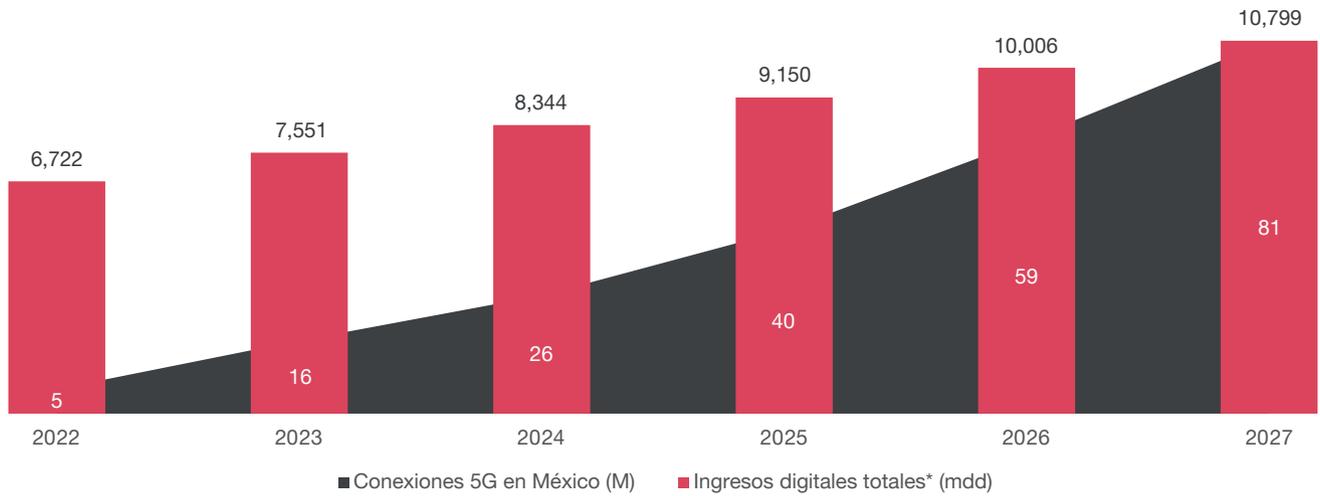


Fuente: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027, capítulo México, Omdia, European Audio Visual Observatory

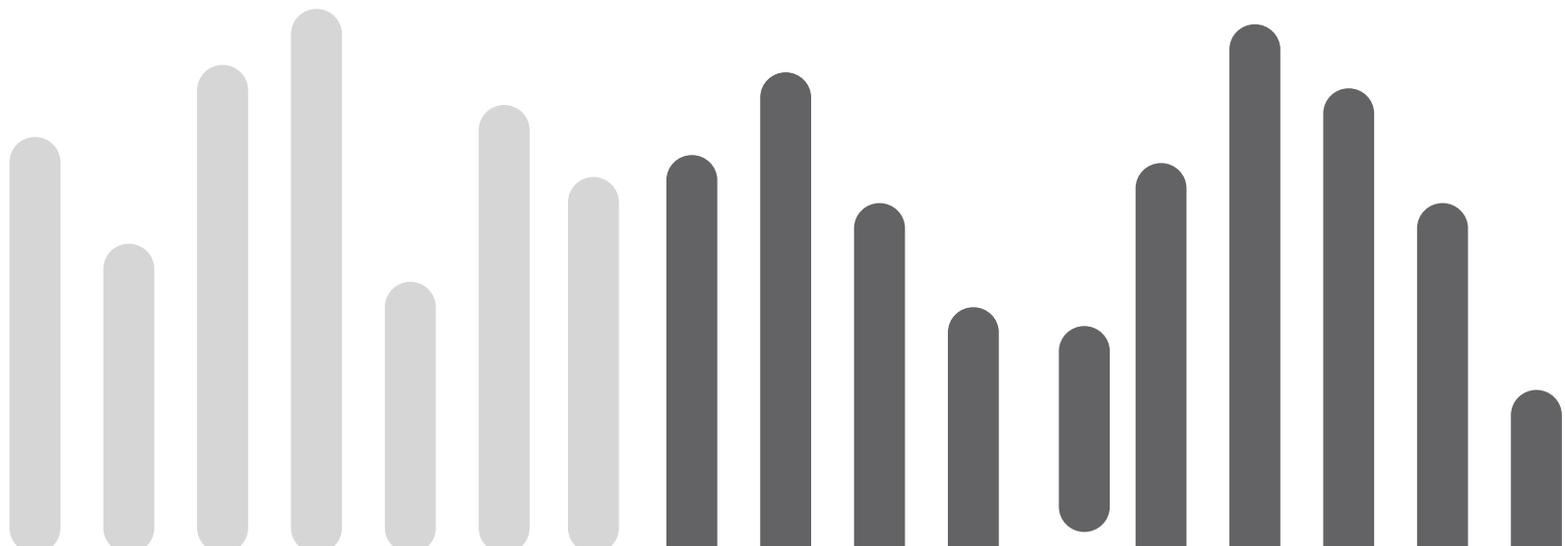
Nuestras proyecciones indican que el principal motor de crecimiento para la industria de E&M son los servicios digitales, como el **acceso a internet, la publicidad digital, servicios de video over-the-top (OTT)** y, en menor medida, los

videojuegos, *eSports* y la música digital, que han mostrado un crecimiento importante. La bonanza en los sectores digitales podría explicarse, en gran medida, por el despliegue de la red 5G en el país.

Ante una mayor penetración del 5G en los dispositivos móviles, mayores serán los ingresos para los servicios digitales



Fuente: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027, capítulo México, Omdia, European Audio Visual Observatory.
 *Los ingresos digitales totales se refieren a los ingresos de sectores de la publicidad digital, video OTT, videojuegos y los *eSports*, música digital y publicidad en *podcast*

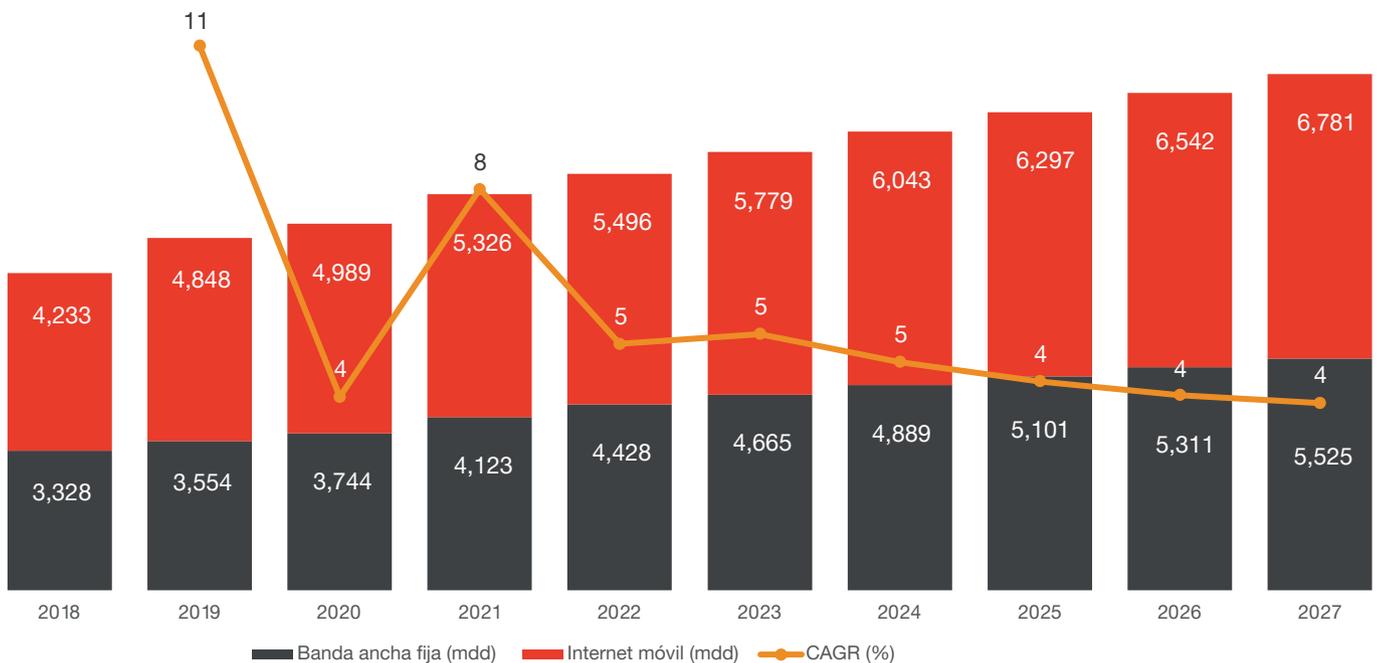


La industria de telecomunicaciones entra a una nueva era

México es el **segundo mercado más grande de acceso a internet en Latinoamérica**, solo detrás de Brasil. De acuerdo con los datos analizados en el **Global Entertainment and Media Outlook 2023 - 2027**, el sector tendría un CAGR promedio de 4% en los próximos cinco años.

El aumento de la inversión en la red 5G por parte de las operadoras está impulsando el crecimiento de este sector, ante mayores ingresos de internet móvil. Por ejemplo, este año, los ingresos podrían equivaler a **10,444 mdd**, de los cuales más de la mitad (**5,779 mdd**) serían ingresos generados por la conectividad móvil.

El mercado de acceso a internet crecerá en los próximos 5 años ante una mayor demanda de conectividad móvil



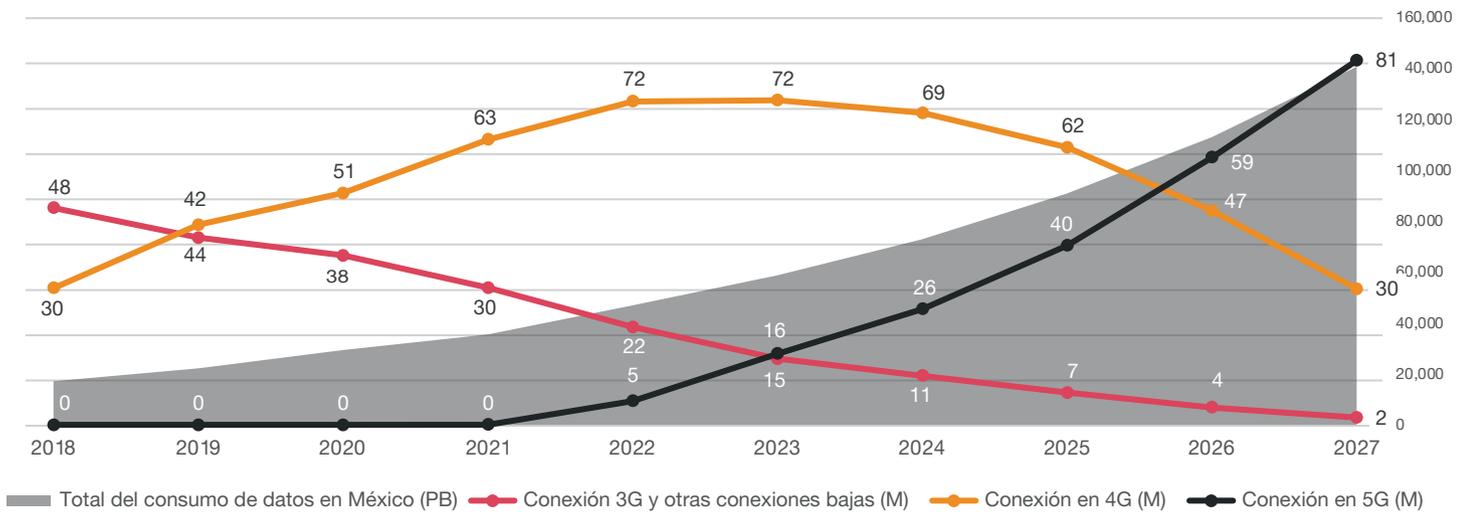
Fuente: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027, capítulo México, Omdia, European Audio Visual Observatory.

El aumento de la conectividad es fundamental para el desarrollo de una economía digital. El despliegue de la red 5G podría no solo beneficiar a la industria de E&M en México, sino a industrias como la manufacturera, logística, salud o minería, al aprovechar conexiones más rápidas por medio de tecnologías como la **computación en la nube, el internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés), o la inteligencia artificial.**

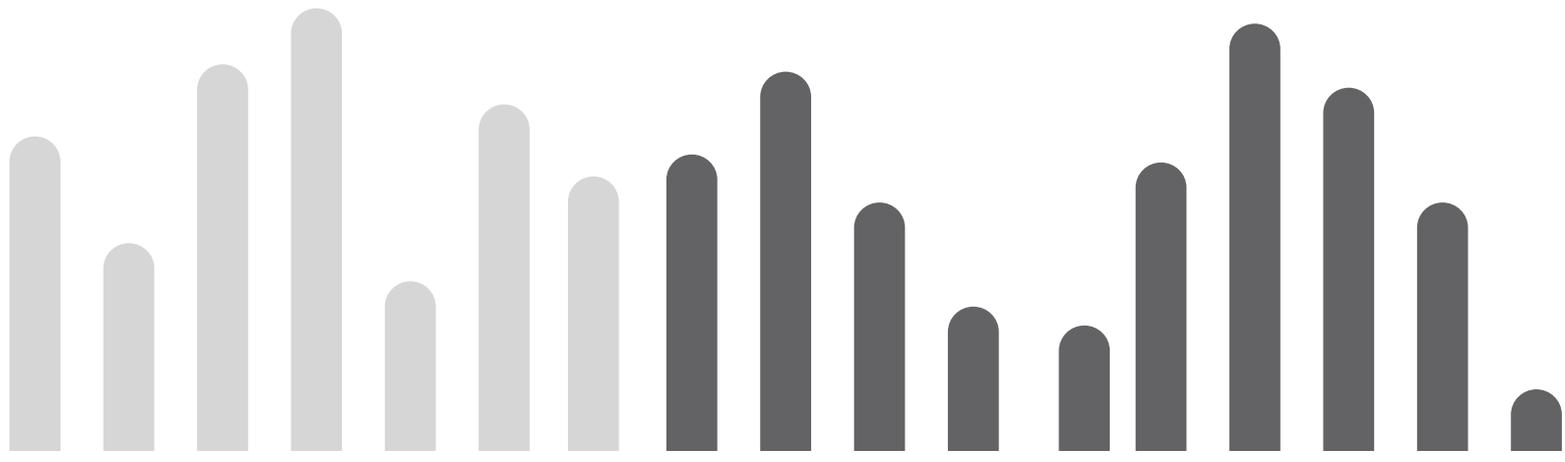
Cabe destacar que, la **ciberseguridad, privacidad y protección de la información** tendría que ser una prioridad para las empresas que buscan incrementar su capacidad digital. No pueden esperar mayores ingresos sin invertir en seguridad tecnológica; al contrario, podría ser contraproducente.

Por otro lado, la **demanda de mejores conexiones a internet guarda una estrecha relación con el aumento del consumo de datos**, tanto de móviles como en conexiones de internet fijo. En 2024, se prevé que este consumo podría alcanzar los **73,326 petabytes (PB)**. Nuestro análisis apunta a que este crecimiento anual será constante año con año hasta 2027, principalmente impulsado por el consumo de contenido relacionado con videojuegos, comunicaciones y redes sociales.

La penetración de la red 5G en el país aumentaría la demanda del consumo de datos



Fuente: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027, capítulo México, Omdia, European Audio Visual Observatory



Para el año 2023, nuestras proyecciones sugieren que se conectarán a la red 4G alrededor de 72 millones de *smartphones*, mientras que aproximadamente 16 millones de dispositivos ya estarán habilitados para la conectividad 5G. Sin embargo, estimamos que **para el año 2027**, la tendencia cambiará significativamente, con **cerca de 81 millones de dispositivos conectados a la red 5G** y 30 millones a la red 4G.

A nivel internacional, un tema que impacta en el consumo de datos, principalmente en la Unión Europea, es la discusión en torno al **fair share, o contribución justa, para la infraestructura de redes**. Esta busca determinar un balance justo entre el gasto que realizan las empresas de

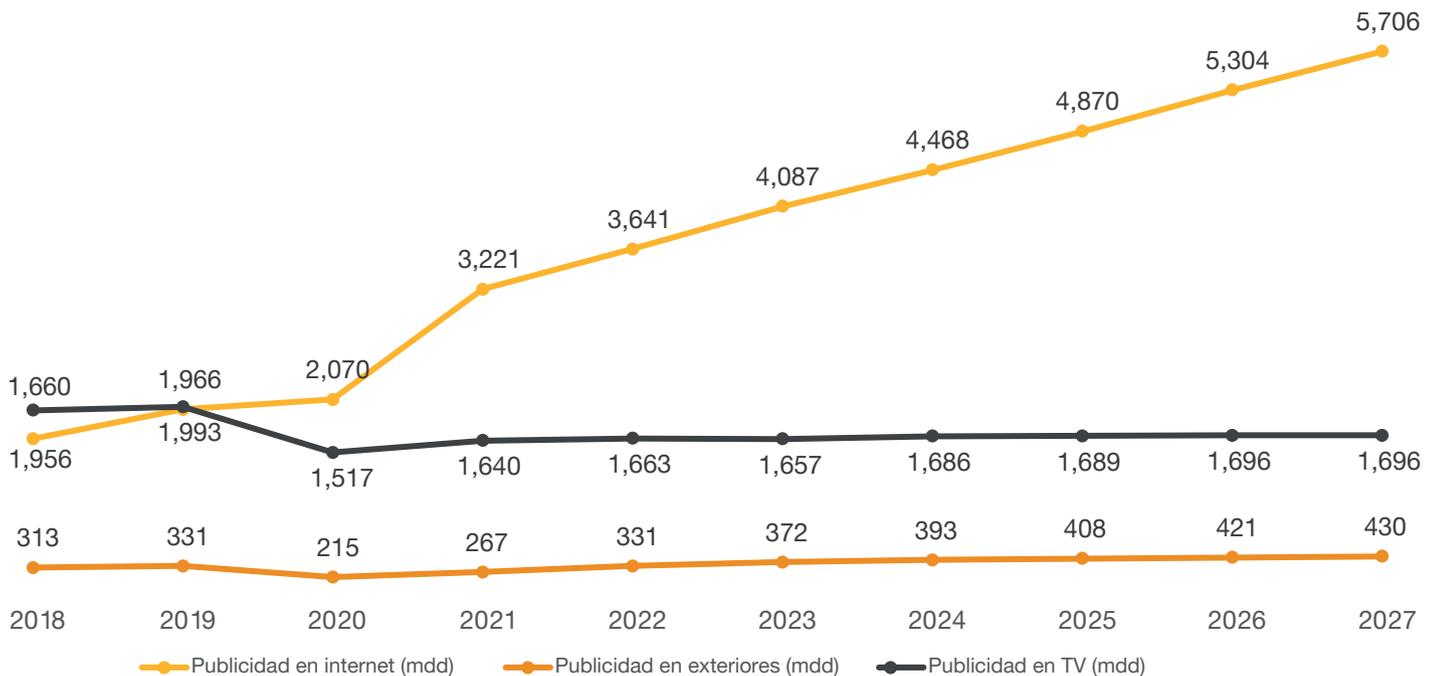
telecomunicaciones para mantener el tráfico de contenido de forma estable y la forma en que los operadores tecnológicos, (p.ej., servicios de video OTT) se benefician al obtener audiencias e ingresos sin incurrir en los mismos niveles de inversión.

Otro asunto relevante, pero de carácter nacional, es la necesidad de hacer de **la conectividad un tema de Estado**, debido a los elevados costos del espectro y su consecuente impacto en el desarrollo económico y social del país. Si el objetivo es aumentar el número de mexicanos con acceso a internet, será imperativo implementar una estrategia a largo plazo para desplegar la red 5G en todo el territorio nacional y no solo en las grandes o medianas ciudades.

Dominio de la publicidad digital: el cambio de la TV a Internet

Hace cuatro años destacamos que el mercado mexicano de la publicidad en internet o digital superó por primera vez los ingresos de la publicidad en TV por **27 millones de dólares**. Ahora, en 2023, la brecha es de **2,430 mdd**. Para 2024 el mercado de la publicidad digital tiene una proyección de ingresos por **4,468 mdd** y un CAGR del 9 por ciento. Este crecimiento se debe, en gran medida, a que **los consumidores mexicanos favorecen los contenidos digitales a través de dispositivos móviles**. De hecho, 83% de los ingresos en publicidad para el siguiente año provendrán de este rubro.

La publicidad digital se vuelve la "reina" en los sectores más importantes de consumo (mdd)

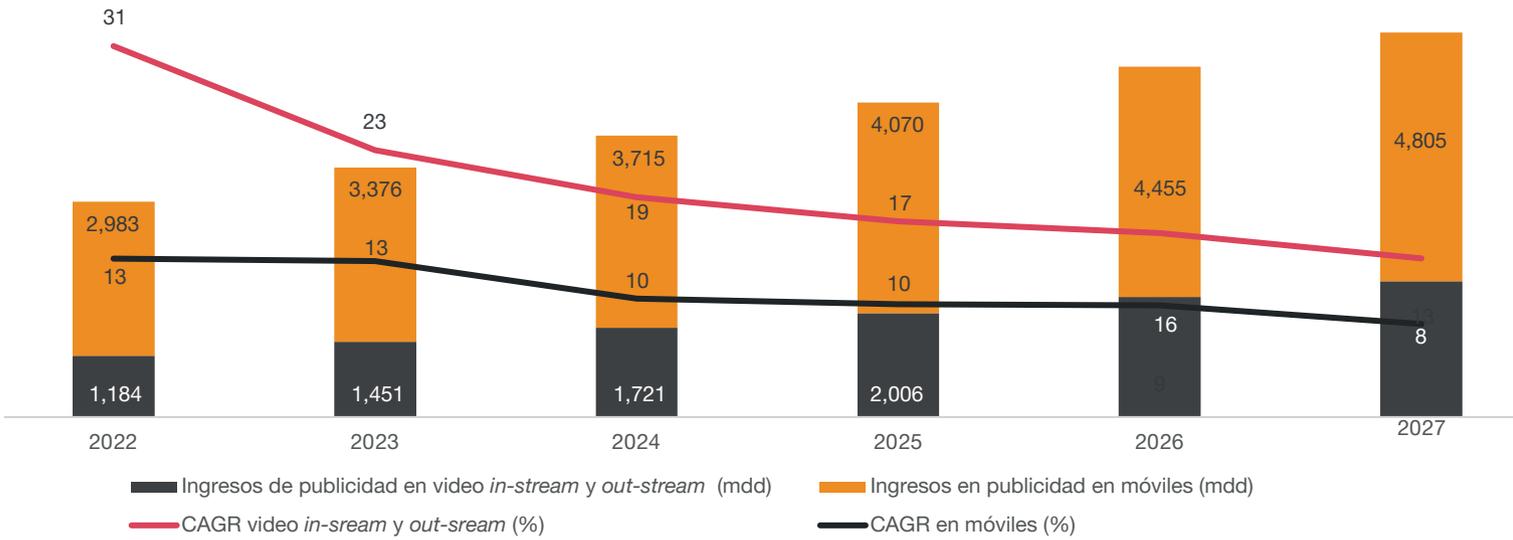


Fuente: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027, capítulo México, Omdia, European Audio Visual Observatory

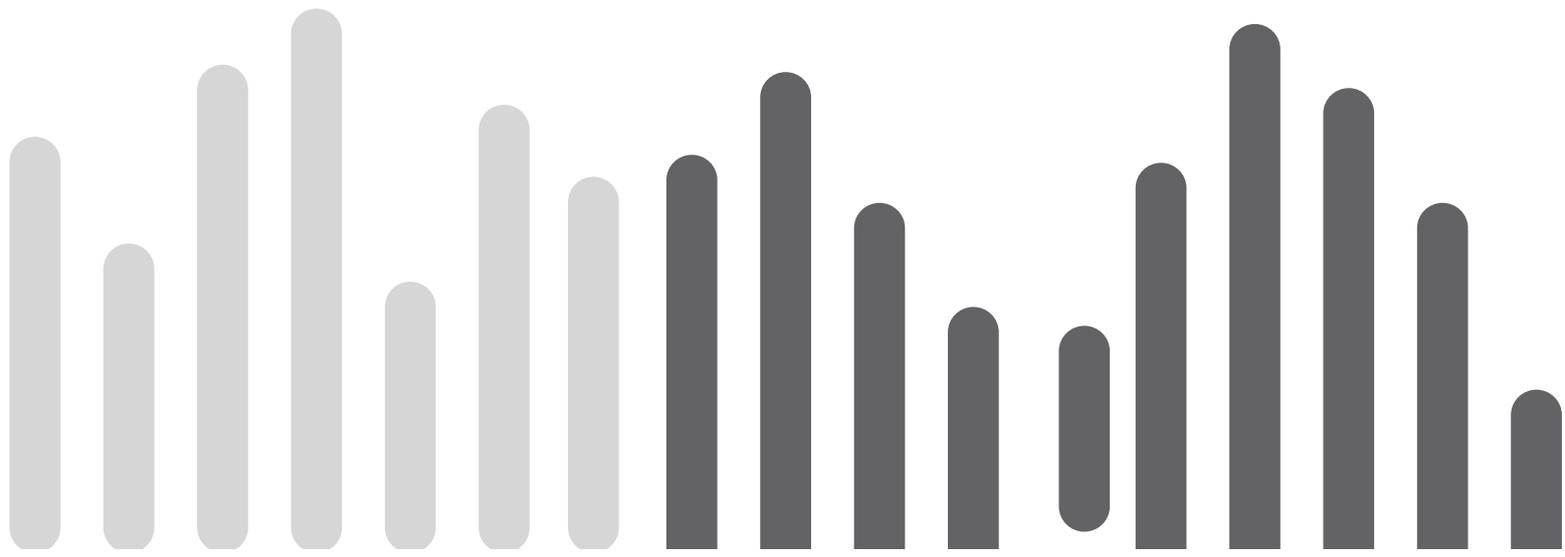
La publicidad digital mantendrá este liderazgo debido a su capacidad de segmentación de potenciales clientes.

De hecho, el subsector de mayor crecimiento y retorno de inversión para los anunciantes podría ser la publicidad en video y en dispositivos móviles.

La publicidad digital en México estará enfocada en los dispositivos móviles y en los videos



Fuente: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027, capítulo México, Omdia, European Audio Visual



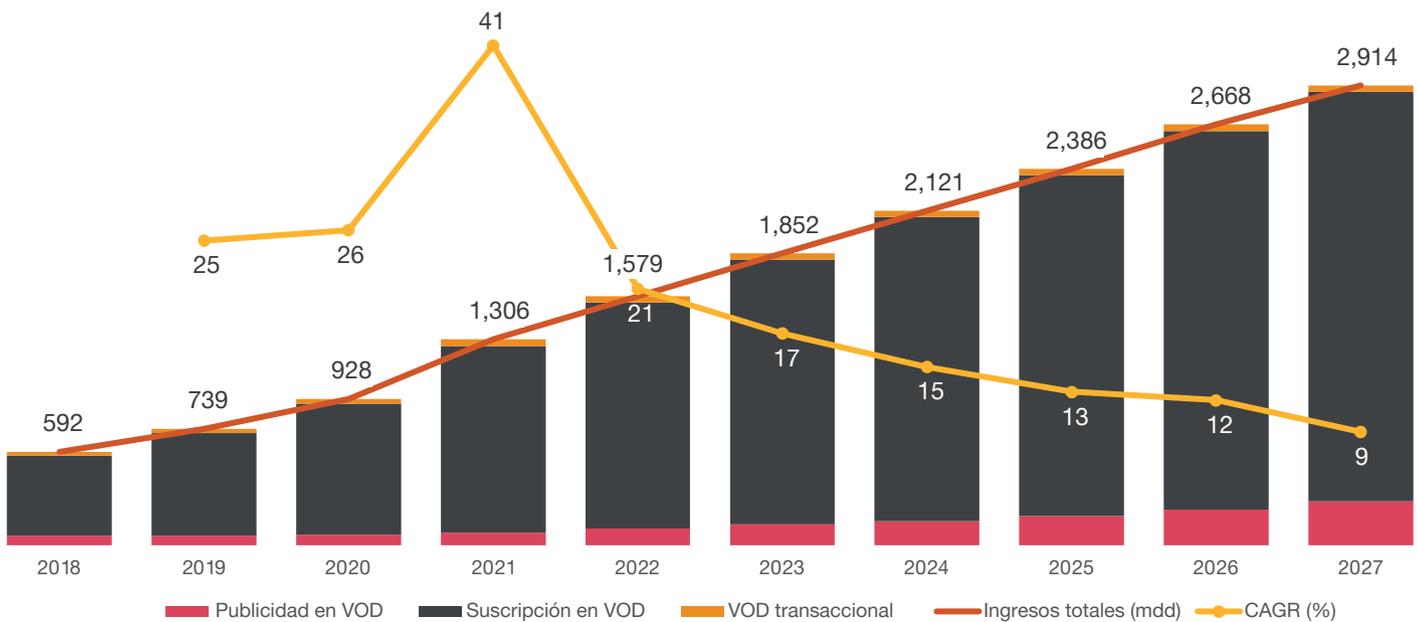
Por su parte, la **publicidad en TV** tendría un crecimiento plano, con un CAGR promedio de 0.6% entre 2023 y 2027. Además, nuestras estimaciones indican que este sector podría tener una contracción de -0.320 por ciento este año. Cabe mencionar que el contenido televisivo ha mostrado una mayor omnicanalidad en los últimos años, esto significa que las empresas de televisión que tienen canales de *streaming* transmiten su contenido en TV tradicional y video *over-the-top* al mismo tiempo.

Vale la pena resaltar que México tiene el mercado de **publicidad en exteriores más grande en Latinoamérica**, y su crecimiento en los próximos cinco años lo continuará apuntalando como el líder en la región. En 2023 podría generar ingresos por 372 mdd, mientras que para 2027 alcanzaría la cifra de 430 mdd.

De las suscripciones a la publicidad: los impulsores del crecimiento del video OTT

El **mercado de video over-the-top (OTT)**, que incluye los servicios de *streaming*, mantendrá un crecimiento constante, pero con un CAGR en disminución: entre 2023 y 2027 tendría un crecimiento anual compuesto del 12 por ciento. En 2023, sus ingresos podrían alcanzar los 1,852 mdd y para 2027 podría generar 2,914 mdd.

El video OTT tuvo un crecimiento importante entre 2020 y 2021, pero proyectamos un CAGR para los próximos cinco años a la baja

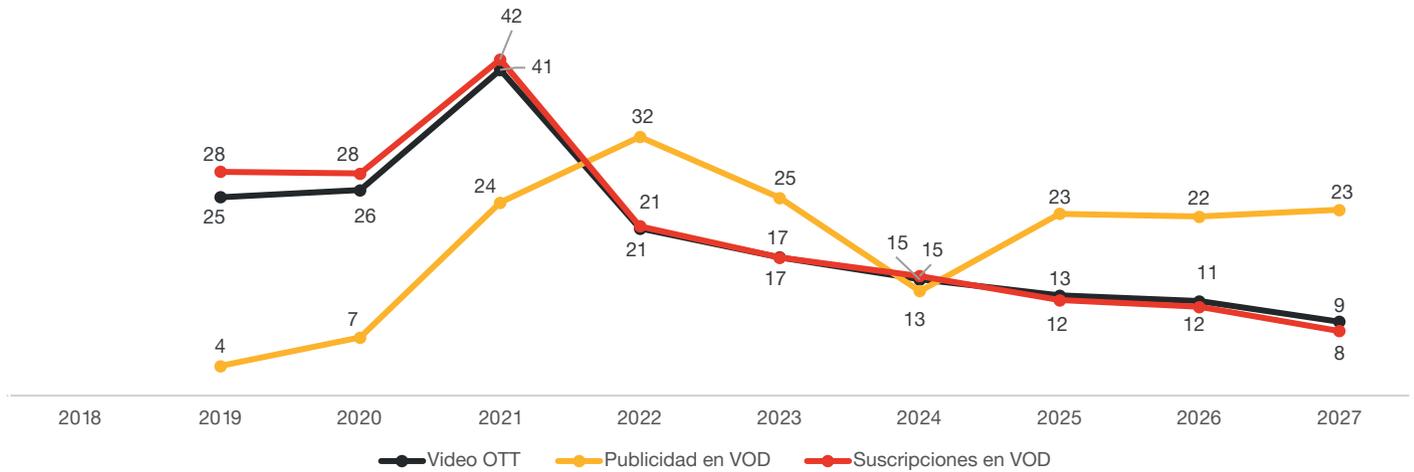


Fuente: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027, capítulo México, Omdia, European Audio Visual Observatory.

Aunque exista ya una oferta diversa de plataformas de *streaming* o videos bajo demanda (VOD, por sus siglas en inglés), **el principal motor de crecimiento del video OTT son las suscripciones y, en menor medida, la publicidad.**

No obstante, en este último subsector proyectamos un CAGR entre 2023 y 2027 del 20%, mientras que para el subsector de suscripciones sería del 11 por ciento.

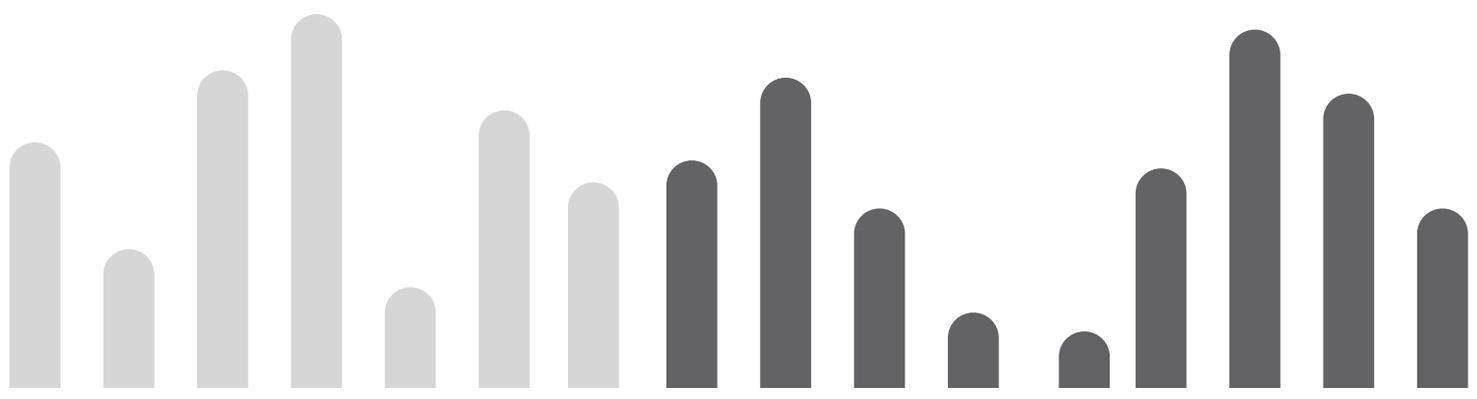
La publicidad en *streaming* tendría un mejor desempeño que el sector de video OTT y las suscripciones en VOD en México (CAGR %)



Fuente: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027, capítulo México, Omdia, European Audio Visual Observatory.

Una tendencia que observamos en el mediano plazo en las **plataformas de *streaming* será el crecimiento de planes de suscripción con publicidad**, ya que son más accesibles. En otras palabras, esta estrategia diversifica los ingresos en un mercado con una oferta diversa en estos servicios. Otra tendencia que está sucediendo

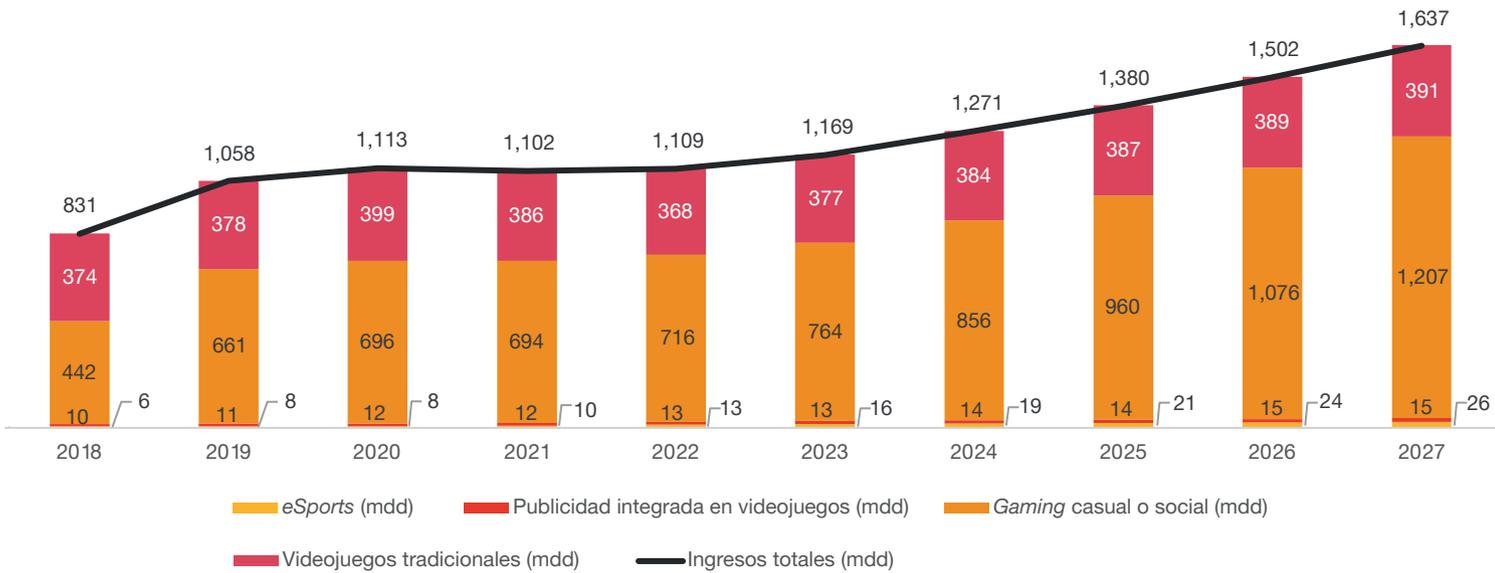
son los acuerdos de plataformas de *streaming* para tener los derechos de transmisión de eventos en vivo, en especial de los deportivos. En México, la mayoría de las plataformas de *streaming* ya incluye la posibilidad de ver eventos deportivos en vivo o contratar una suscripción adicional.



El poder del *gaming* casual: el auge de los juegos móviles en México

Las plataformas de *streaming* y de video bajo demanda con publicidad (AVOD, por sus siglas en inglés) están impulsando el crecimiento de la industria de los *eSports* en México al transmitir partidas o competencias de forma gratuita, pero monetizando los contenidos que los usuarios producen en estos servicios.

Las ganancias de este sector provienen, principalmente, del *gaming* social / casual y videojuegos tradicionales



Fuente: PwC Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027, capítulo México, Omdia, European Audio Visual Observatory.

Este año proyectamos un CAGR del 21% para el subsector de los *eSports* e ingresos de 16 mdd, duplicando sus ganancias de 2019. **Estimamos que alcancen los 26 mdd en 2027, impulsado principalmente por la publicidad por *streaming* de los *eSports* y de patrocinadores.** Por otro lado, la industria de videojuegos en su totalidad proyecta generar ingresos este año por 1,169 mdd, cifra ligeramente superior a la registrada en 2019 (1,058 mdd).

No hay que dejar de lado que el impulsor de los videojuegos es el *gaming* casual o social, es decir, aquel que se juega en aplicaciones de teléfonos móviles; este año ha generado ingresos por 764 mdd, cerca del doble de los 377 mdd del *gaming* tradicional por consolas o PC. De hecho, el consumo de datos en videojuegos, en general, es de 4,692 PB, siendo el segundo segmento de mayor consumo de datos solo después de las comunicaciones.

Innovación en el entretenimiento: el metaverso como horizonte en la industria

La industria del Entretenimiento y Medios en México está evolucionando para ofrecer servicios digitales, por lo que observaremos crecimientos cada vez más reducidos en sectores tradicionales, como la televisión, cine, radio, periódicos y revistas.

En el país, como en otras partes del mundo, se está explorando el metaverso; sin embargo, aún no es una forma de materializar ingresos. Por ejemplo, una [encuesta realizada en los Estados Unidos por PwC](#) destacó que solo 23% de los líderes de negocio encuestados en ese país entiende detalladamente lo que significa el metaverso.

La digitalización en esta industria podría potenciar los beneficios del metaverso en términos de ingreso en el largo plazo. Sin embargo, en estos momentos las empresas pueden enfocarse en la innovación con tecnologías disruptivas, desde inteligencia artificial para automatizar procesos hasta el uso de la nube para brindar mejores servicios en diferentes plataformas.

pwc.com/mx/gemo

Anderson Ramires

Socio líder de TMT & Digital Services

PwC México

anderson.ramires@pwc.com

