



La televisión reafirma su papel como medio de referencia tras 30 años de historia de Televisión Privada en España

- El informe de Deloitte para UTECA señala la capacidad competitiva de la televisión en abierto en un ecosistema cada vez más complejo, digital y global, siendo clave su papel vertebrador de la sociedad, la economía y la cultura española.
- Equiparar a todos los operadores en un marco regulatorio único, flexible e integrador se ha convertido en unos de los hitos críticos para el sector.

La televisión mantiene su posición como medio de referencia en España, tanto en inversión publicitaria, siendo el primer medio con una cuota del 40%, como en consumo y penetración, generando, la televisión privada nacional en abierto, una facturación agregada cercana a los 2.000 millones

de euros en los últimos años y una rentabilidad superior al 20%. Estas son algunas de las conclusiones recogidas en el informe *"Uteca XX Años: historia viva de la televisión"* elaborado por Deloitte, el cual repasa los hitos más relevantes de este medio que han tenido lugar en las tres últimas décadas.

Ante la transformación sectorial y generacional que han vivido los medios de comunicación y entretenimiento en estos últimos 30 años (diversificación de la oferta y entrada de nuevos operadores), la televisión ha sabido evolucionar su propuesta de valor a las nuevas tendencias de consumo. Así lo han recalcado Concha Iglesias, socio responsable de Medios de Comunicación y Entretenimiento de Deloitte y Jorge Bujía, Senior Manager de Medios de Comunicación y Entretenimiento de Deloitte, acompañados por Andrés Armas, director general de UTECA en el acto de presentación celebrado esta mañana.

De acuerdo con el informe elaborado por Deloitte, la televisión lineal representa la mayor cuota de consumo de medios con un 48%, medios a los que los españoles dedicamos casi 7 horas y media cada día, 94 minutos más que hace 20 años. En este contexto, Iglesias ha destacado el "papel clave de la televisión en abierto como elemento vertebrador de la sociedad, la economía y la cultura española, quién representa el 92% de la audiencia televisiva".

Adicionalmente, se ha mencionado que el sector "representa la opción preferida de la población para sus actividades de ocio e información, con los asociados de UTECA liderando todos los meses las cuotas de pantalla en nuestro país", en palabras de Andrés Armas.

Retos a futuro

Iglesias ha mencionado que "gracias a la fortaleza del soporte tradicional pero también a la inversión en plataformas digitales propias, los acuerdos de producción y distribución conjunta con terceros y la apuesta decidida por servicios y plataformas OTT, la televisión en abierto se sostiene como el soporte publicitario más utilizado por las marcas para campañas optimizadas, con previsiones de incremento de la inversión del 7% a 2020. En un entorno donde la inversión en digital prevé mantener su crecimiento a dos dígitos, la apuesta, inversión e innovación de los operadores de televisión en abierto debe ser constante".

"Lo cual debe venir acompañado de un marco normativo adaptado a una realidad convergente equiparando las obligaciones entre los diferentes prestadores de servicios audiovisuales, dentro de una estructura más dinámica y flexible, que evite la obsolescencia regulatoria, apoyándose en los principios de autorregulación y corregulación", ha concluido Iglesias.

En este punto, Armas ha señalado como necesario "adaptar la legislación audiovisual a los retos que el rápido cambio tecnológico impone al sector. Estas nuevas plataformas multinacionales deben asumir las mismas obligaciones, sujetarse a un régimen de control y contribuir a la riqueza y empleo que las televisiones comerciales en abierto vienen asumiendo desde hace años".

Armas también ha resaltado el valor del medio televisivo como “la principal plataforma de ocio e información para más de 250 millones de ciudadanos europeos”, por lo que considera que debe obtener las garantías legales “que merece”, y reitera que “las mejoras en acceso y conectividad asociadas al inminente dividendo digital no deben comprometer la universalidad y gratuidad de la TDT”.

Para conocer más sobre el informe, haz clic [aquí](#).

Contacto

Amanda S. Trinidad
amandadelasant@deloitte.es
Tel: 679 75 24 33

Laura Martínez
lmartinez@llorenteycuenca.com
Tel: 917 52 05 79



Deloitte hace referencia, individual o conjuntamente, a Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”) (*private company limited by guarantee*, de acuerdo con la legislación del Reino Unido), y a su red de firmas miembro y sus entidades asociadas. DTTL y cada una de sus firmas miembro son entidades con personalidad jurídica propia e independiente. DTTL (también denominada “Deloitte Global”) no presta servicios a clientes. Consulte la página <http://www.deloitte.com/about> si desea obtener una descripción detallada de DTTL y sus firmas miembro.

© 2019 Deloitte, S.L.

www.deloitte.es | [Política de privacidad](#) | [No recibir información de Deloitte](#)