

CRECIMIENTO DE LA PRENSA

Junio, 2013

¿Qué está pasando en el mundo?



En muchos países desarrollados la prensa escrita atraviesa momentos difíciles



Grecia
amanece sin
periódicos
por huelga

Atenas [EFE]. Los trabajadores de los medios de comunicación en Grecia realizaron ayer una huelga de 24 horas en protestas por el impago de sus salarios, el desmantelamiento de las regulaciones laborales y la negativa de los empresarios a firmar un convenio colectivo con los sindicatos de periodistas.

Los programas más afectados fueron los informativos, que debieron ser sustituidos por series ya grabadas o reposiciones de otros programas, mientras que hoy no habrá diarios en los quioscos de Grecia.

The Visualmente Press
IMPRESIONANTE
FELIZ ULTIMO DIA, SEÑOR PERIODISTA

Esta semana, en Grecia, la Asociación de Periodistas de Grecia ha convocado una huelga de 24 horas...

DESPLOME

Cae ganancia de New York Times por menor publicidad

—NYT reportó resultados peores a los esperados, tras menores ingresos por publicidad tanto en versiones impresas y online.

(Reuters) La ganancia de la compañía editora del diario The New York Times cayó un 85% en el tercer trimestre del año, debido a que el descenso de la publicidad no logró compensar el aumento de suscriptores digitales,

aunque en los nueve primeros meses consiguió reducir sus pérdidas en un 55%.

Esa caída borró las mejoras logradas por la empresa en las suscripciones digitales a sus publicaciones, una de sus apuestas de negocio, que subieron 11% en el primer trimestre.

La casa editora informó que sus ingresos cayeron casi 1% a US\$449 millones, aunque el alza fue menor a la es-

EN CORTO

Suscriptores. La compañía informó que los suscriptores digitales de los diarios The New York Times y International Herald Tribune crecieron en 57,000 desde finales de segundo trimestre. El número de suscriptores de pago del diario Boston Globe creció 13% hasta los 26,000.

timación de US\$479.23 millones que esperaban los analistas, de acuerdo con el consenso de Thomson Reuters.

La firma intenta apoyarse más en la circulación para aumentar sus ingresos y de esa forma compensar una persistente caída en las ventas de publicidad.

Los ingresos en concepto de publicidad en sus medios digitales, que han sido un punto fuerte para la compa-

ñía, cayeron 2.2% hasta cerrar en US\$ 182.6 millones. En el mismo periodo del 2011 llegaron a US\$ 200.5 millones.

El presidente ejecutivo de la compañía, Arthur Sulzberger Jr., resaltó el "robusto" aumento de las suscripciones digitales de la empresa, y señaló que las ventas de varias líneas de negocio secundarias durante el cuarto trimestre van a potenciar la salud

financiera de la empresa. A finales de agosto The New York Times Company llegó a un acuerdo para vender About.com al grupo de medios IAC por US\$300 millones en efectivo, con lo que se deshizo del portal de información siete años después de haberlo adquirido por US\$410 millones. La acción de la compañía se desplomó 13.5% a US\$9.21 ante los resultados.

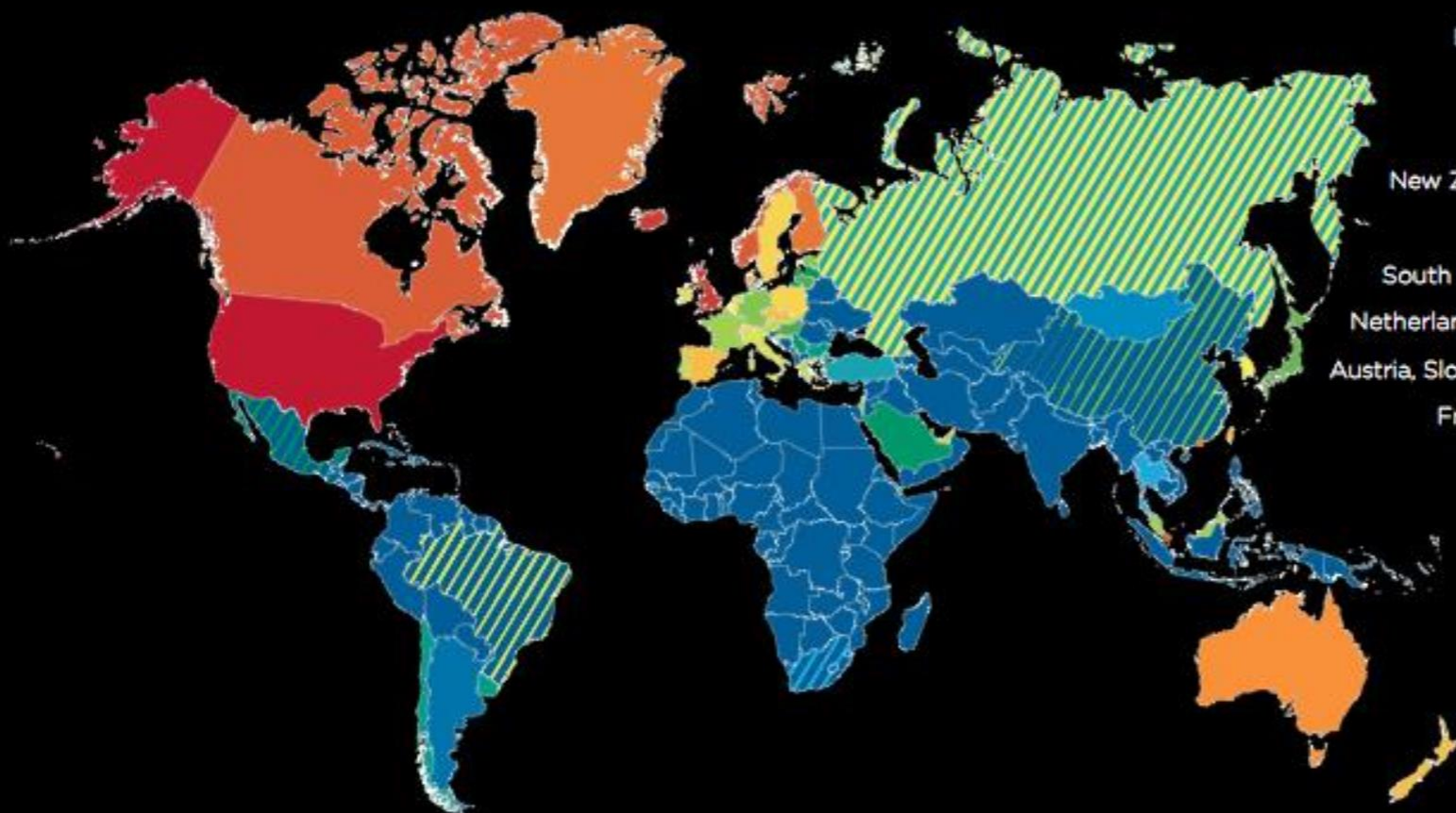
“La última rotativa imprimirá el último diario para el último lector de periódicos en 2043”

Philip Meyer, catedrático de periodismo



Newspaper extinction timeline

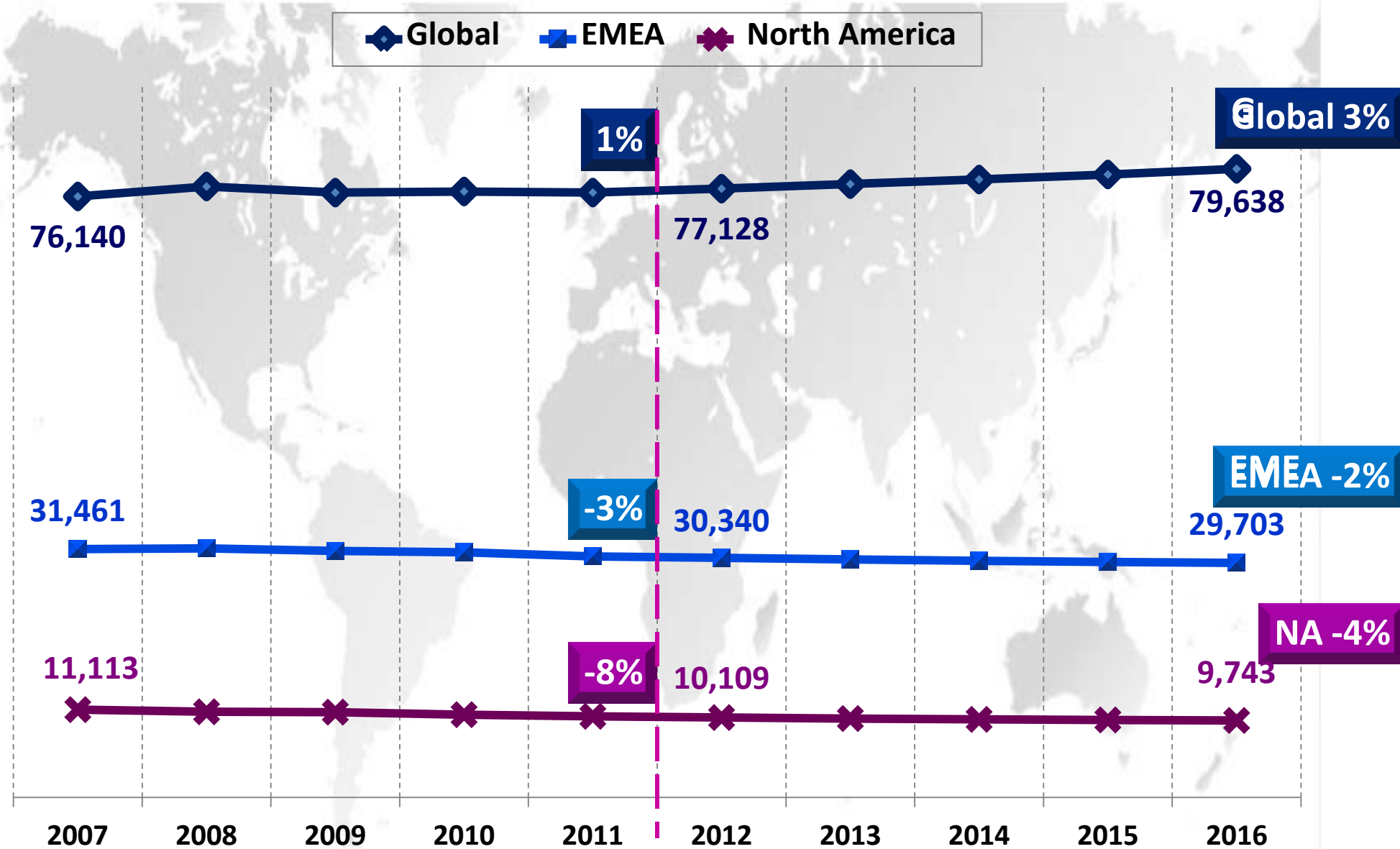
When newspapers in their current form will become insignificant*



- USA **2017**
- UK, Iceland **2019**
- Canada, Norway **2020**
- Finland, Singapore, Greenland **2021**
- Australia, Hong Kong **2022**
- Denmark **2023**
- New Zealand, Spain, Czech, Taiwan **2024**
- Poland, Sweden, Switzerland **2025**
- South Korea, Metro Russia, Belgium **2026**
- Netherlands, Ireland, Metro Brazil, Italy **2027**
- Austria, Slovakia, Greece, Portugal, U.A.E. **2028**
- France, Israel, Malaysia, Croatia **2029**
- Germany, Estonia **2030**
- Japan, Metro China **2031**
- Hungary, Lithuania **2032**
- Latvia, Metro Mexico **2033**
- Serbia, Saudi Arabia **2034**
- Bulgaria, Chile, Uruguay **2035**
- Russia, Turkey **2036**
- Metro South Africa, Thailand **2037**
- Mongolia **2038**
- Argentina **2039**
- Rest of the world **2040+**

— stripes indicate that newspapers will be extinct in metropolitan areas before regional areas

Circulación de diarios en N.A. y EMEA (en millones de US\$)



¿Por qué los Diarios Impresos están en crisis en los Países Desarrollados?



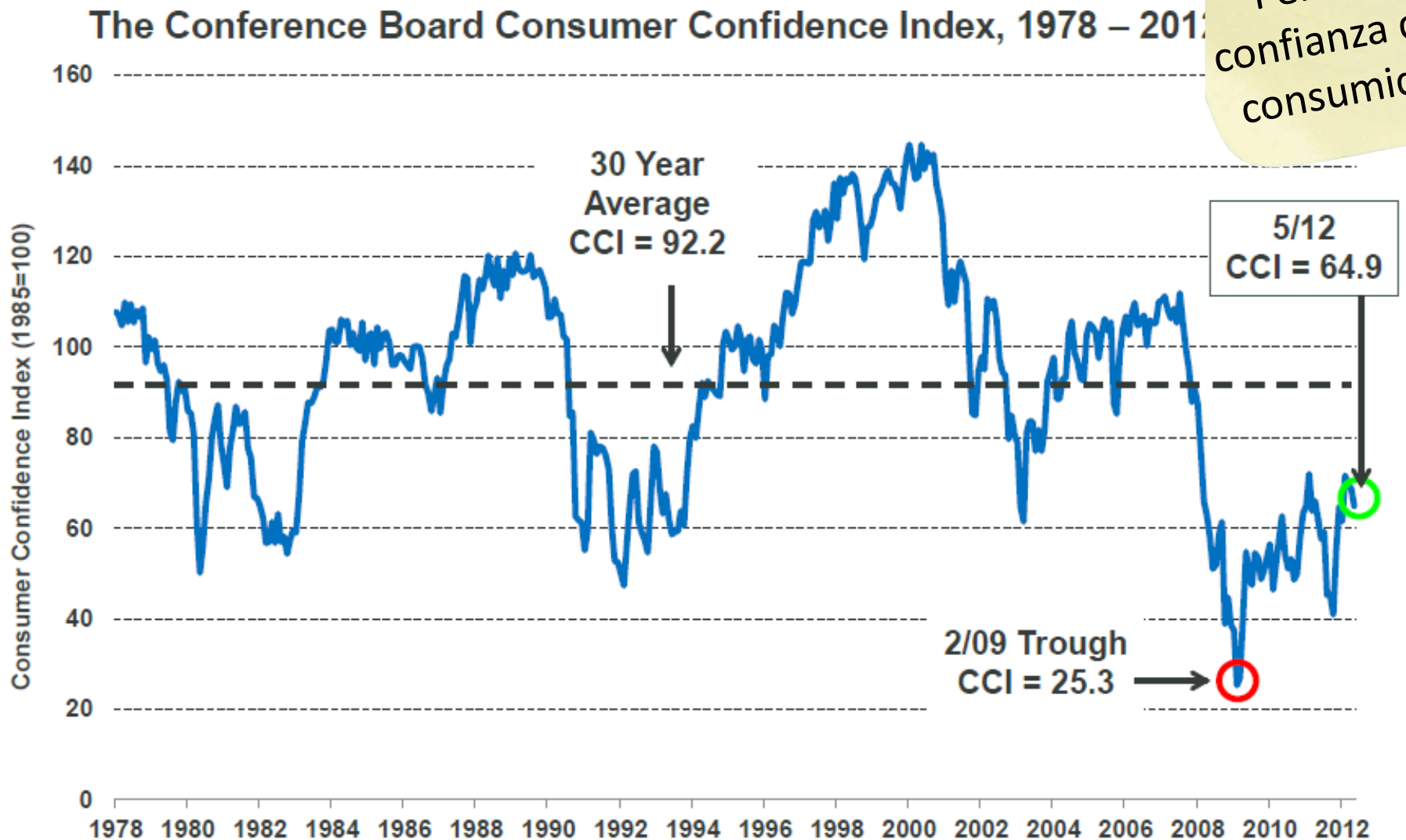
Global GDP Growth Expected to Decelerate in 2012 Europe Slipping Into Recession

Crisis
económica

Country / Region	GDP Y/Y % Change, 2009-2012E				% of World Total, 2011
	2009	2010	2011	2012E	
USA	-3.5%	3.0%	1.7%	2.1%	22%
Euro Area	-4.3	1.9	1.4	-0.3	19
Germany	-5.0	3.6	3.1	0.6	5
France	-2.6	1.4	1.7	0.5	4
Italy	-5.5	1.8	0.4	-1.9	3
Spain	-3.7	-0.1	0.7	-1.8	2
UK	-4.9	2.1	0.7	0.8	4
Japan	-6.3	4.4	-0.7	2.0	8
China	9.2	10.4	9.2	8.2	11
India	6.8	10.6	7.2	6.9	2
Russia	-7.8	4.3	4.3	4.0	3
Brazil	-0.6	7.5	2.7	3.0	4
Developed Markets	-3.7	3.2	1.6	1.4	64
Emerging Markets	2.8	7.5	6.2	5.7	36
World	-0.7	5.3	3.9	3.5	100

Consumer Confidence = Near Four-Year Highs, Though Still Below 30-Year Average

Pérdida de confianza de los consumidores



2.4B Global Internet Users in 2012* – 8% Y/Y Growth*, Driven by Emerging Markets

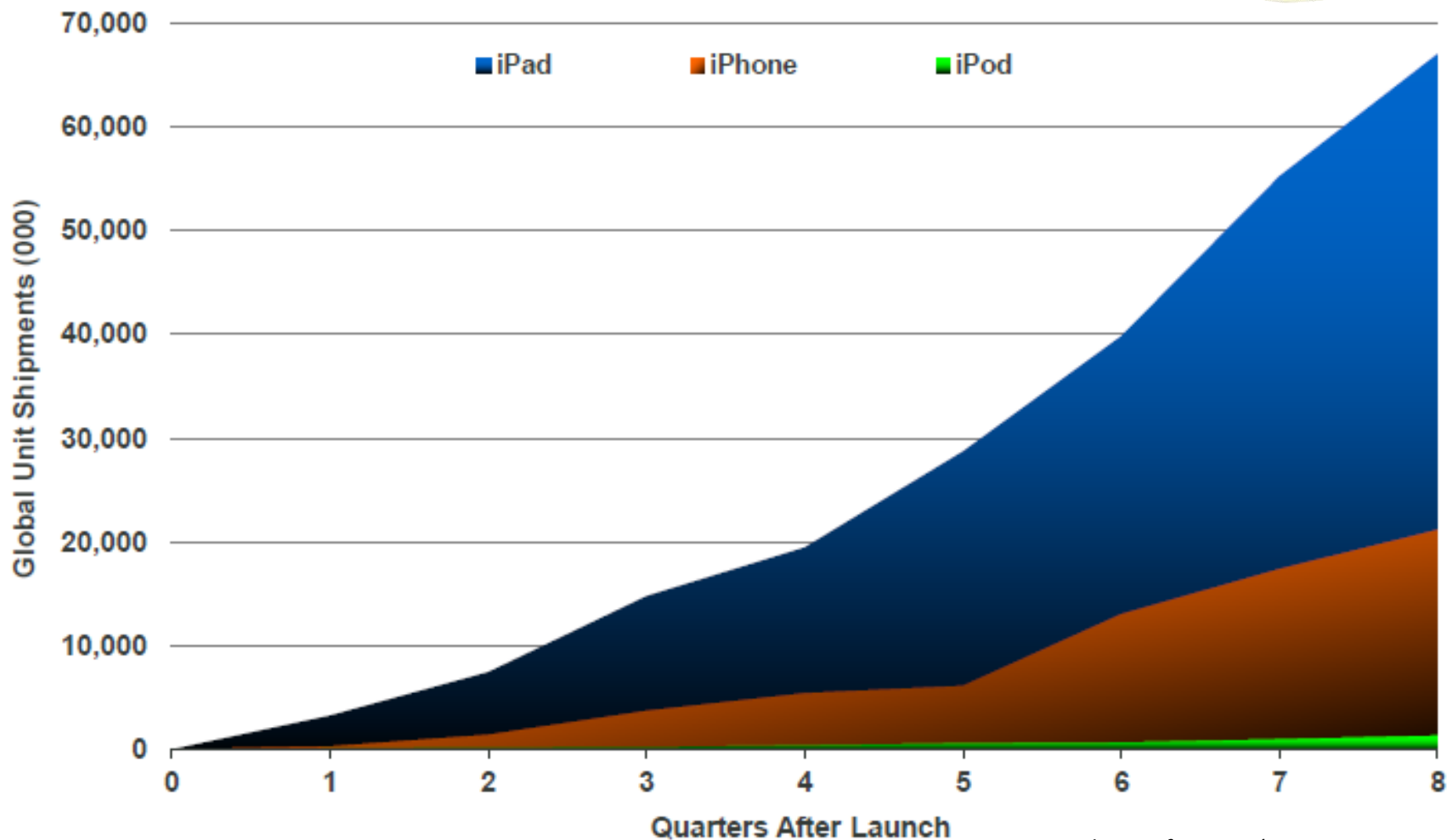
El avance de Internet

Rank	Country	2008-2012 Internet User Adds (MMs)	2012 Internet Users (MMs)	Y/Y Growth	
1	China	282	538	10%	40%
2	India	88	137	26	11
3	Indonesia	39	55	58	23
4	Iran	35	42	205	55
5	Russia	33	70	6	49
6	Nigeria	31	48	15	30
7	Philippines	28	34	32	35
8	Brazil	27	88	6	45
9	Mexico	19	42	9	37
10	USA	18	244	3	78
11	Argentina	17	28	57	68
12	Egypt	17	30	11	38
13	Colombia	14	25	39	54
14	Turkey	13	35	17	47
15	Vietnam	12	31	7	35
	Top 15	673	1,447	15%	34%
	World	902	2,406	8%	34%

iPods Changed Media Industry... iPhones Ramped Even Faster... iPad Growth (3x iPhone) Leaves "Siblings"

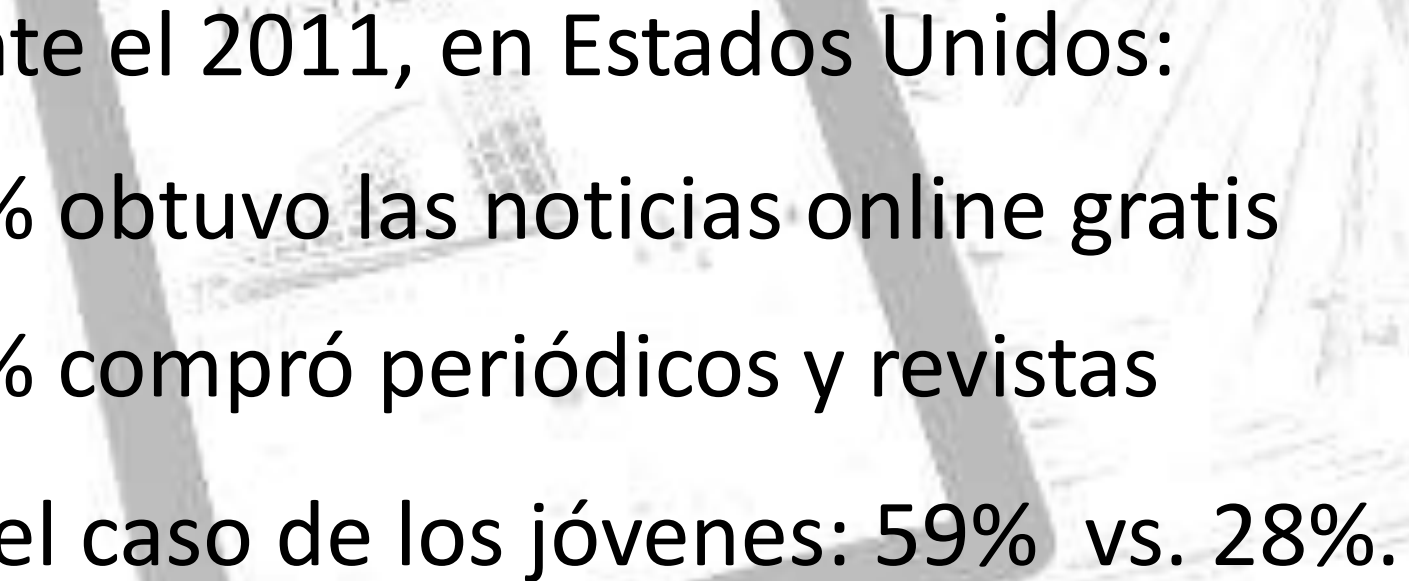
Penetración de dispositivos móviles

First 8 Quarters Cumulative Unit Shipments, iPod vs. iPhone



Fuente: Apple, as of CQ1:12 (8 quarters post iPad launch)

Un modelo de negocio insostenible

- 
- Durante el 2011, en Estados Unidos:
 - 40% obtuvo las noticias online gratis
 - 35% compró periódicos y revistas
 - En el caso de los jóvenes: 59% vs. 28%.

Pew Research Center

Un modelo de negocio insostenible

- Los periódicos tienen más lectores que nunca.
- Sus contenidos, como el de las revistas y otros productos gozan de enorme popularidad, incluso entre la gente joven.

¡El problema es que pocos consumidores pagan!

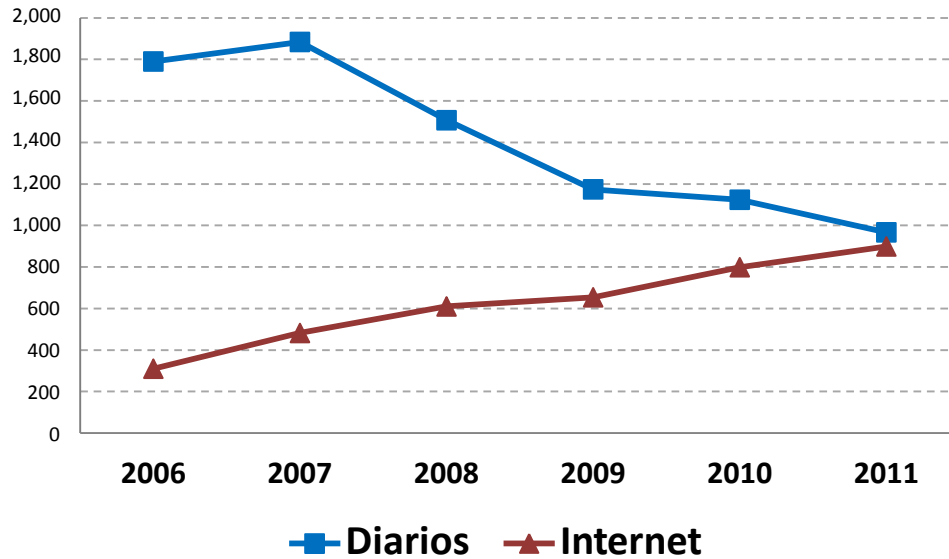
Un modelo de negocio insostenible

- **El grave error:** ofrecer gratis su contenido digital en la red sacrificando su versión en papel.
- **Consecuencia:** Los ingresos por publicidad en Internet representan sólo el 10% de la inversión en medios impresos

Inversión Publicitaria en España y EE.UU.

España

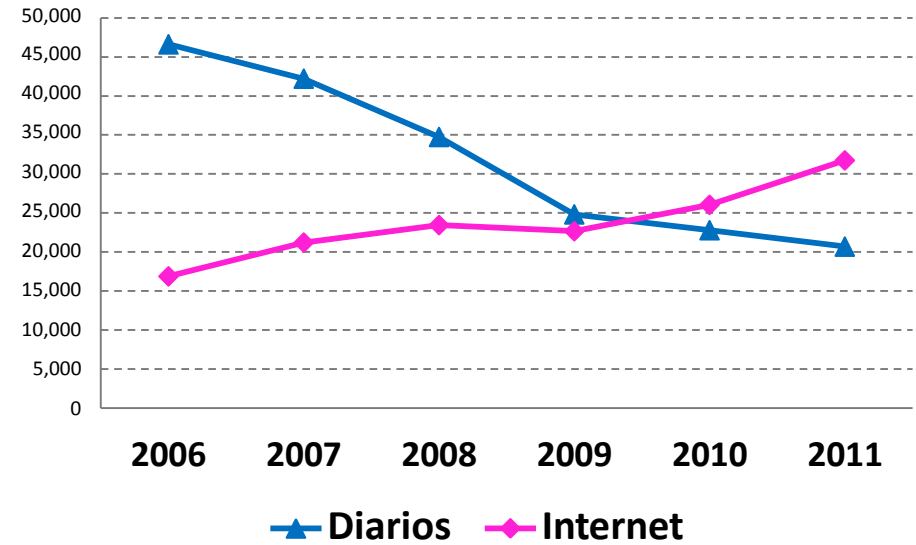
(en millones de €)



FUENTE: INFOADEX

EE.UU.

(en millones de US\$)



FUENTE: IAB

Sin embargo, los internautas continúan usando los diarios impresos ...

**Leyó algún diario
impreso último mes**

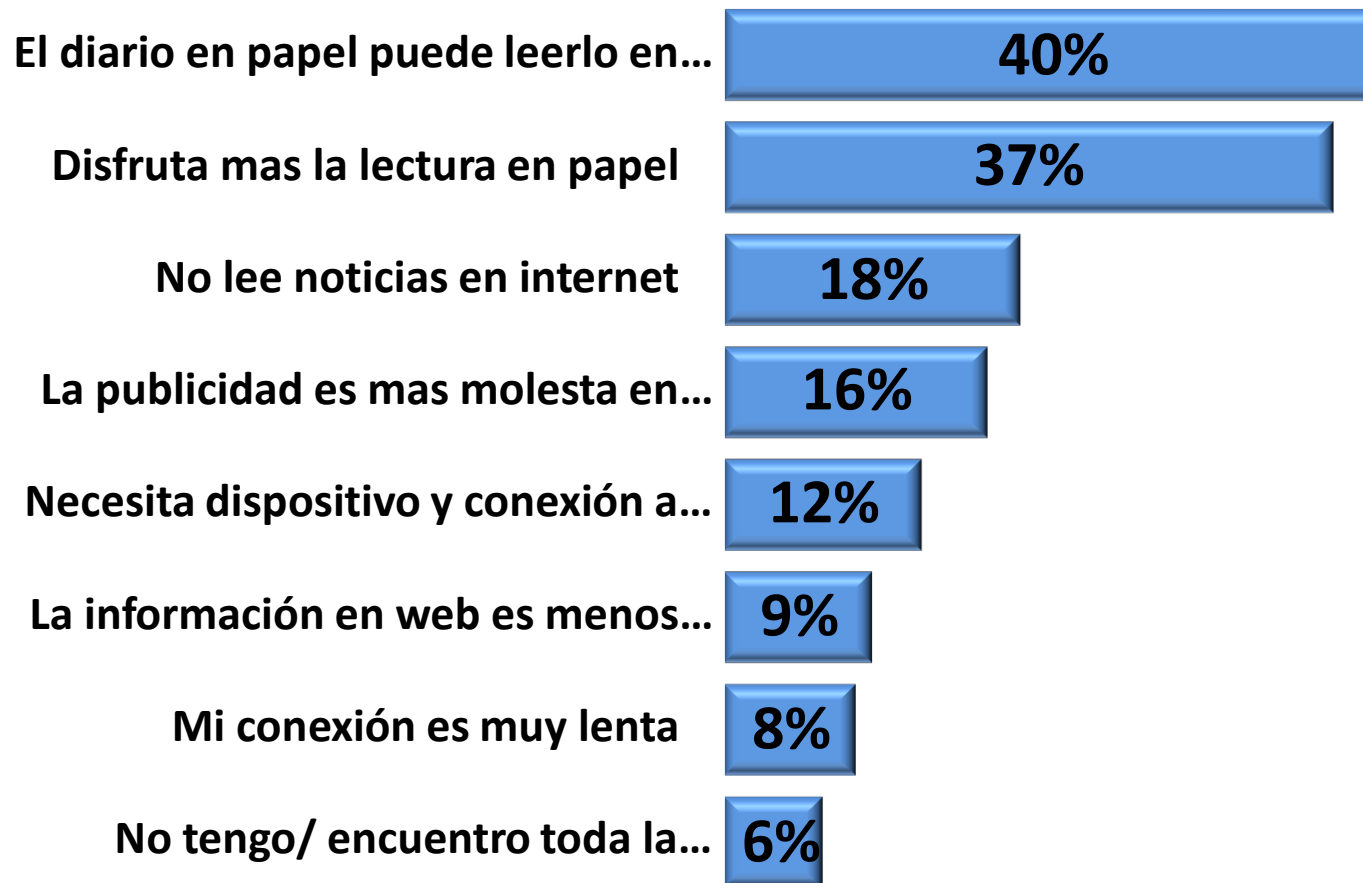
77%

**Leyó algún diario
digital último mes**

65%

... porque ofrecen ventajas diferenciales frente a Internet

35% de los internautas no leyó ningún diario digital en el último mes



Funny
Newspaper

Impresos vs. Online

COMPLEMENTARIEDAD

Los diarios impresos y los portales web **no se anulan entre sí, se complementan**:

- a) Los impresos: **contenido y análisis**, “editoriales y columnas de opinión”, “profundidad”.
- b) Internet: **actualidad e inmediatez**.

¿Cuál es la situación en nuestra región?



The Power of Print

Crecimiento del PBI en los Mercados Emergentes

10.11%



Mercados Emergentes

6.58%



Mundo

4.54%



Mercados Desarrollados

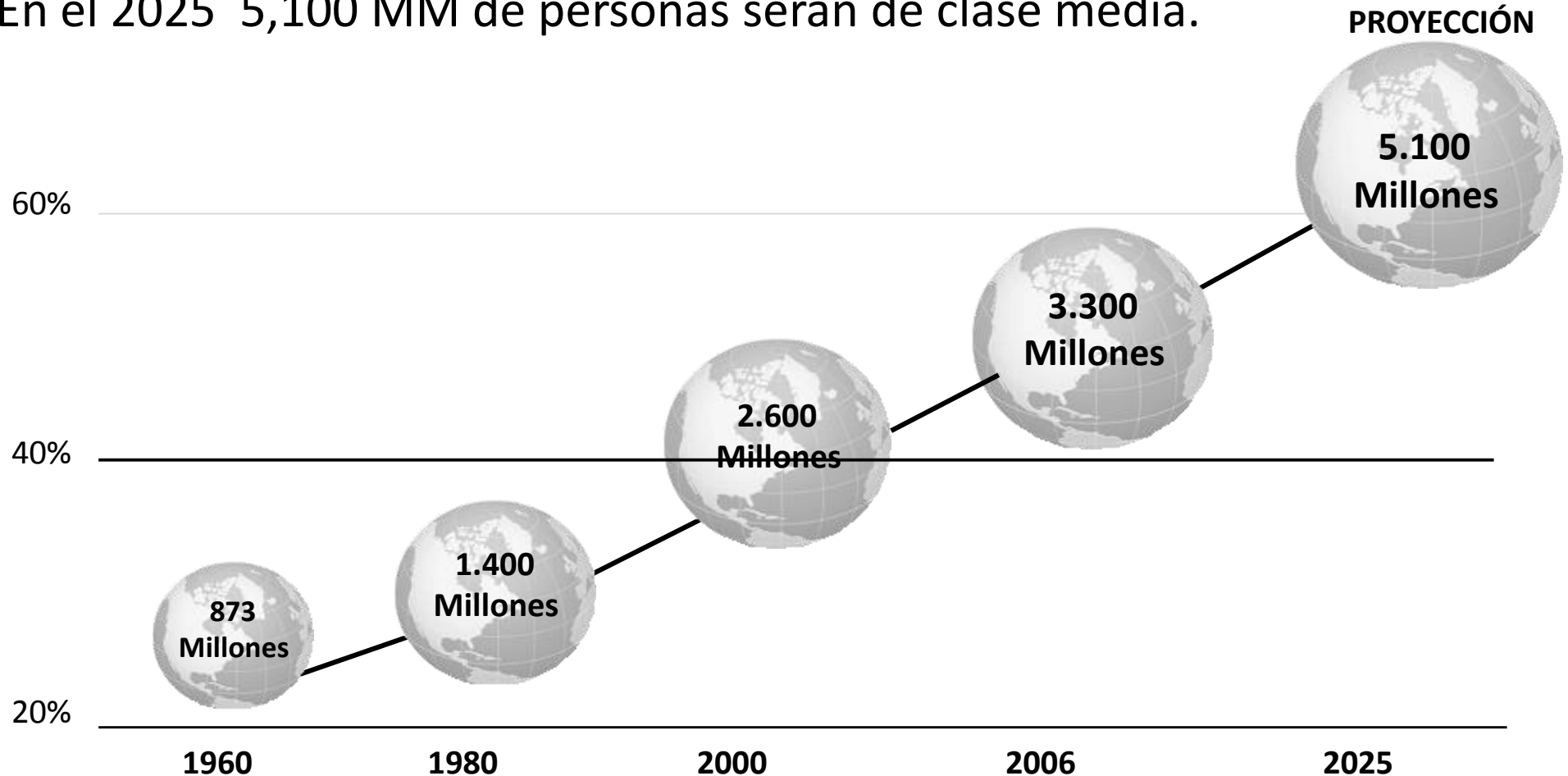
Crecimiento anual compuesto del PBI

Periodo de 5 años finalizado en 2015 (cálculos estimativos)

Fondo Monetario Internacional (FMI), Panorama Económico Mundial (World Economic Outlook, WEO), al mes de septiembre de 2011.

Crecimiento de la Clase Media a nivel Mundial

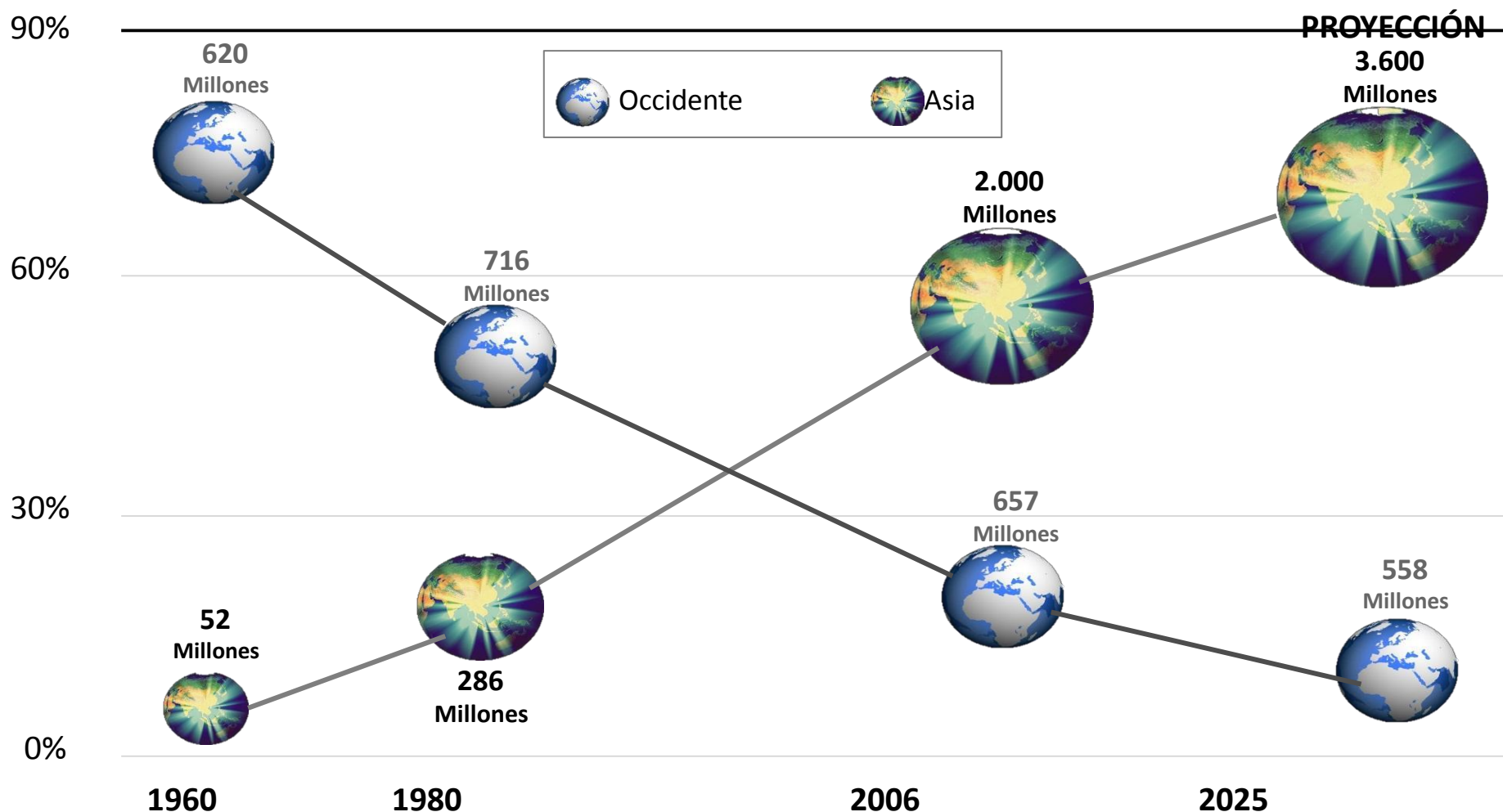
En el 2025 5,100 MM de personas serán de clase media.



Naciones Unidas, Banco Mundial, Surjit S. Bhalla, *Second Among Equal: The Middle Class Kingdoms of India and China* (Segundo entre iguales: Los reinos de clase media de India y China), mayo de 2007, oxusinvestments.com. El Occidente incluye Europa, Europa del Este, Norteamérica, Australia, Nueva Zelanda, ex Unión Soviética.

La clase media se multiplica en Asia y Latinoamérica

Para el 2025, cerca del 90% del total de la clase media mundial estará en Asia



Aumento de la expectativa de vida



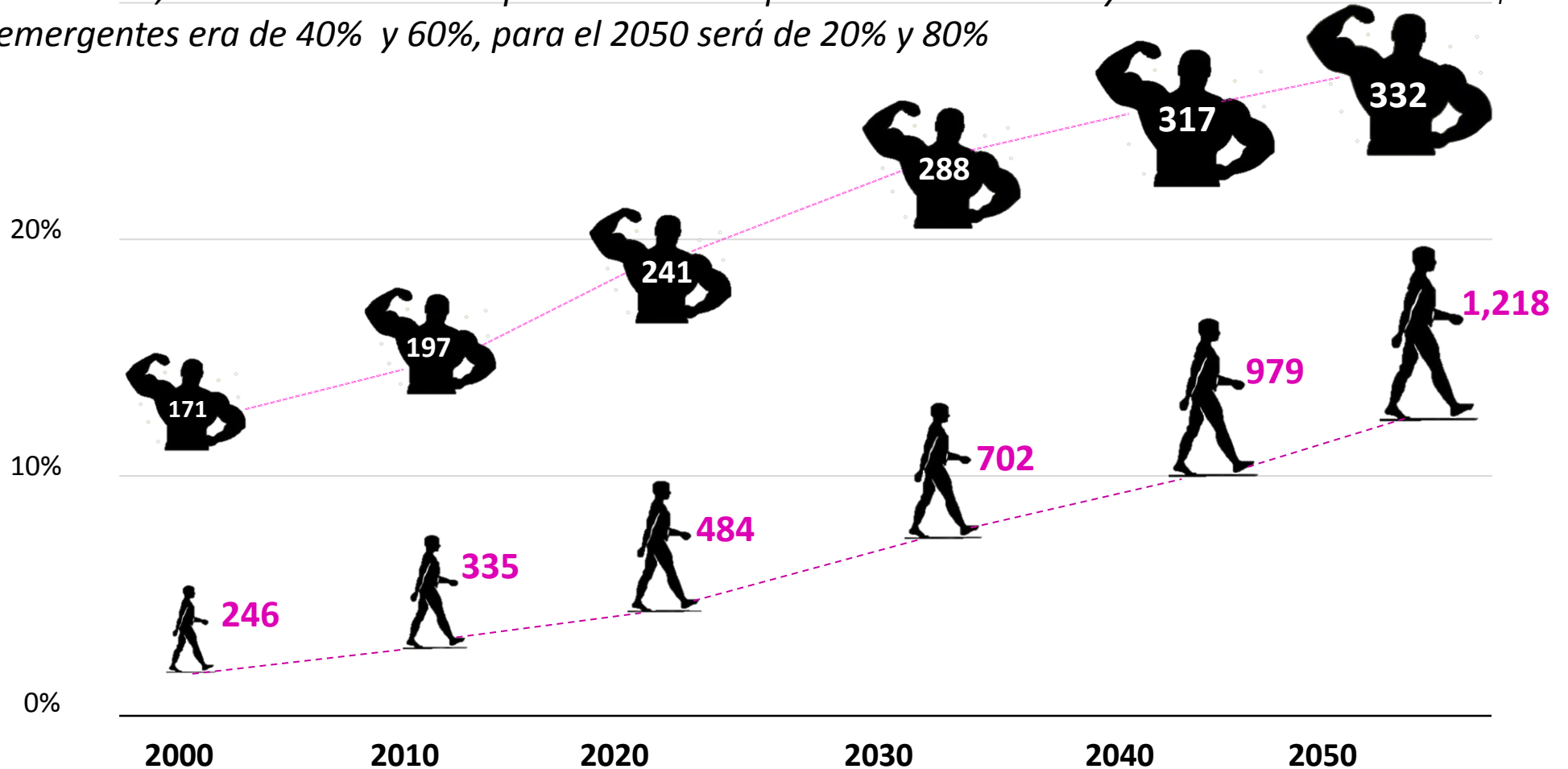
Mercados Desarrollados



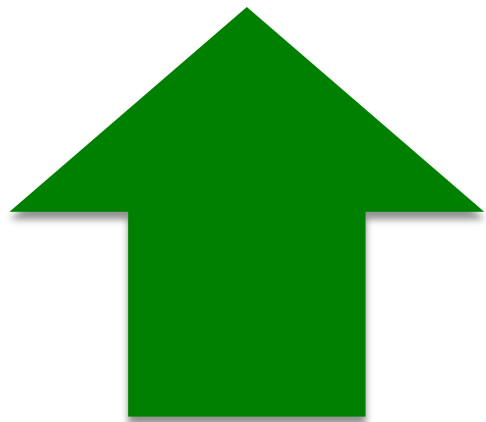
Mercados Emergentes

En el 2000, la distribución de la población de los países desarrollados y emergentes era de 40% y 60%, para el 2050 será de 20% y 80%

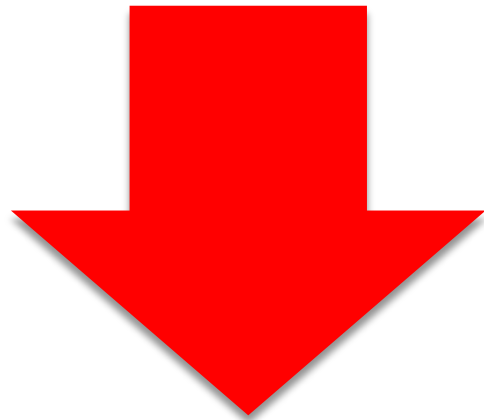
Millones de personas



La tendencia mundial es clara en lo que a difusión y lectores de periódicos se refiere

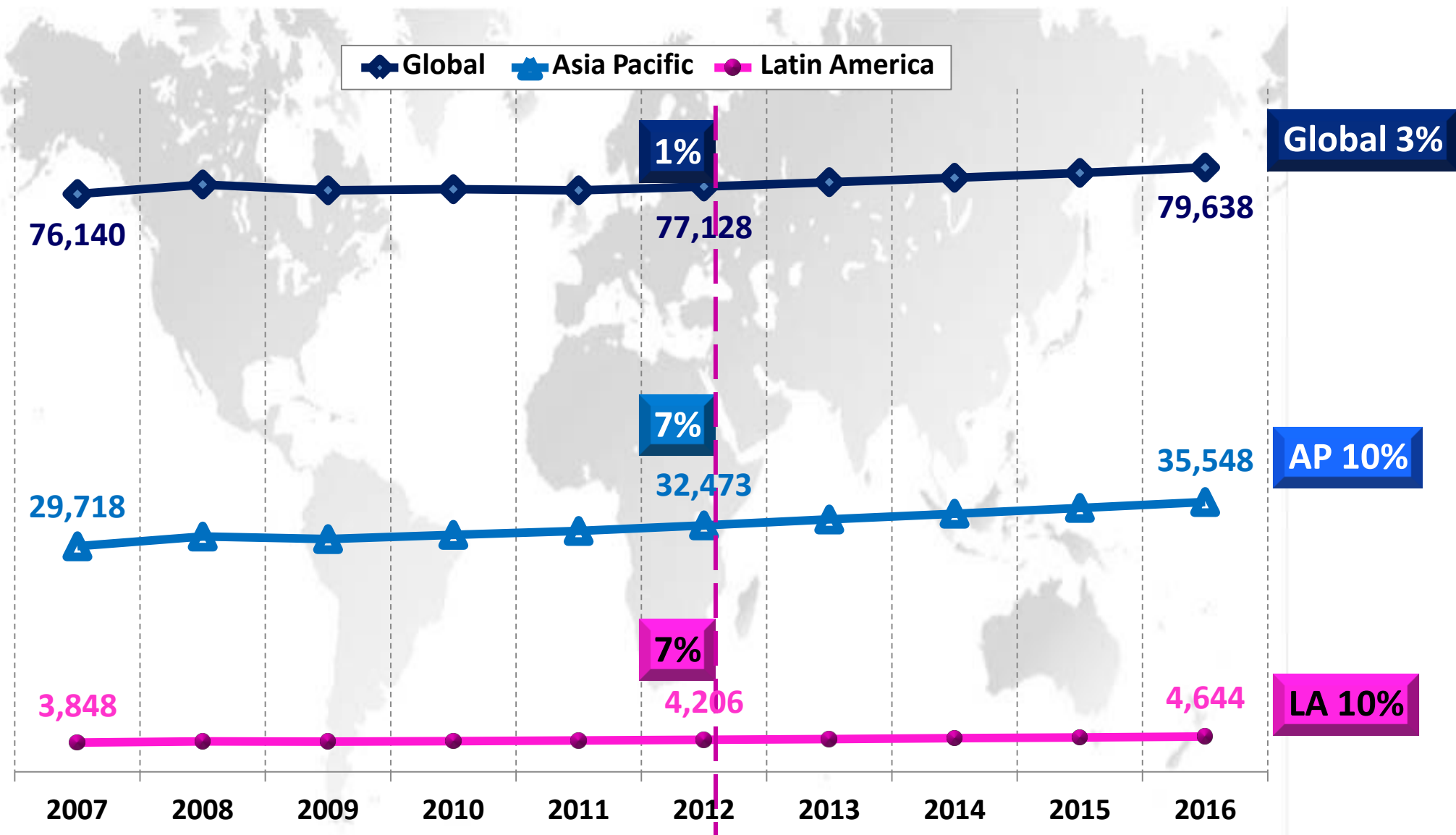


Emergentes



Desarrollados

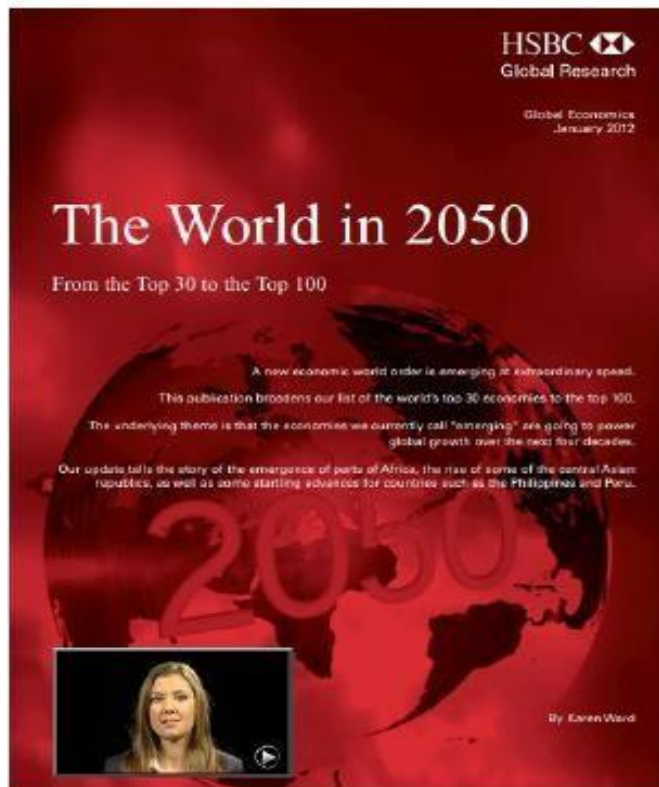
Circulación de diarios en A.P. y L.A. (en millones de US\$)



¿Cuál es la situación en el Perú?



Somos líderes en la región en crecimiento económico

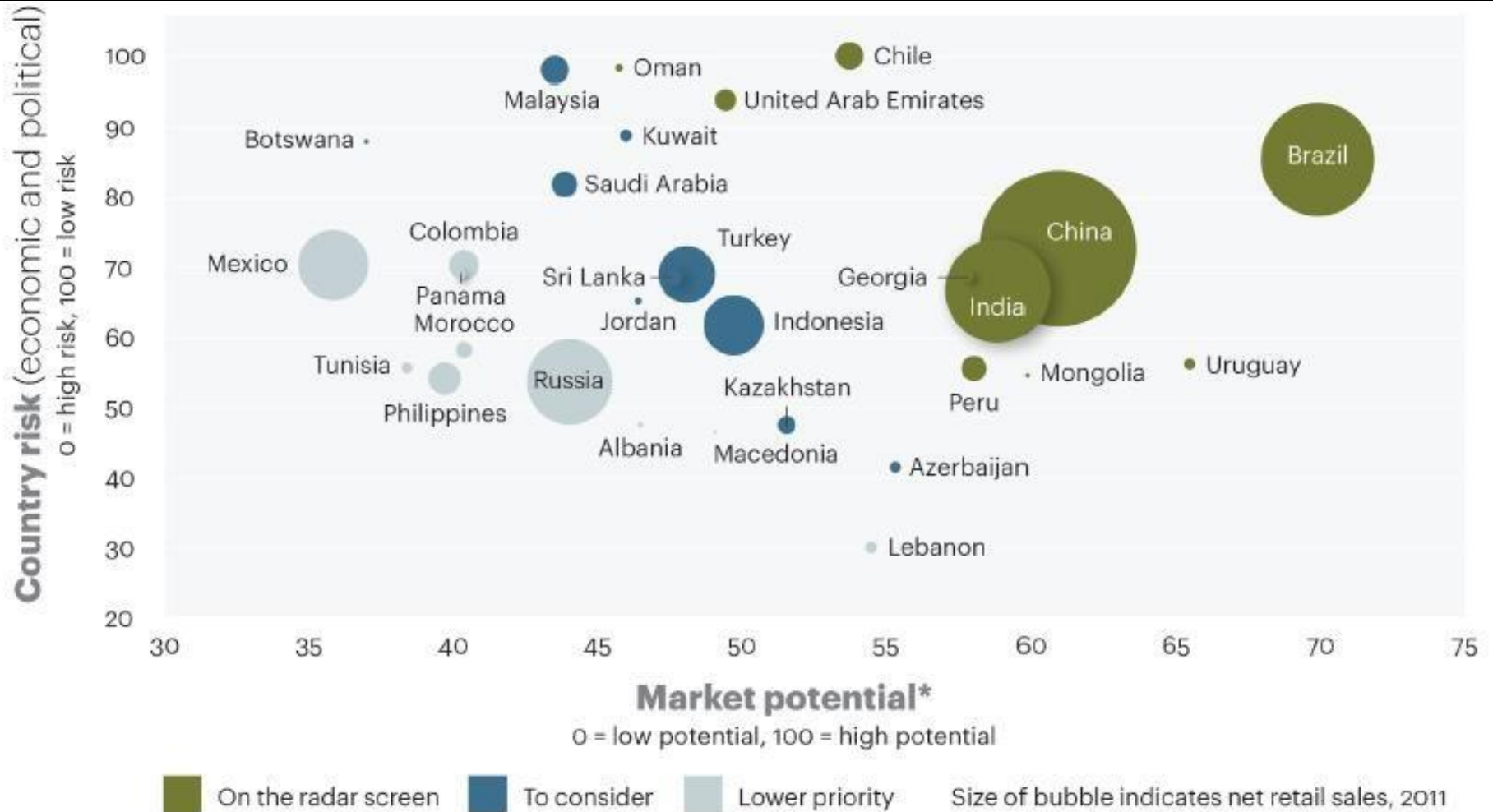


Crecimiento Acelerado	
1.	China
2.	India
3.	Filipinas
4.	Egipto
5.	Malasia
6.	Perú
7.	Bangladesh
8.	Argelia
9.	Ucrania
10.	Vietnam
11.	Uzbekistán
12.	Tanzania

Crecimiento	
1.	Brasil
2.	México
3.	Turquía
4.	Rusia
5.	Indonesia
6.	Argentina
7.	Arabia Saudita
8.	Tailandia
9.	Irán
10.	Colombia
11.	Pakistán
12.	Chile

Estable	
1.	USA
2.	Japón
3.	Alemania
4.	Reino Unido
5.	Francia
6.	Canadá
7.	Italia
8.	Corea del Sur
9.	España
10.	Australia
11.	Holanda
12.	Polonia

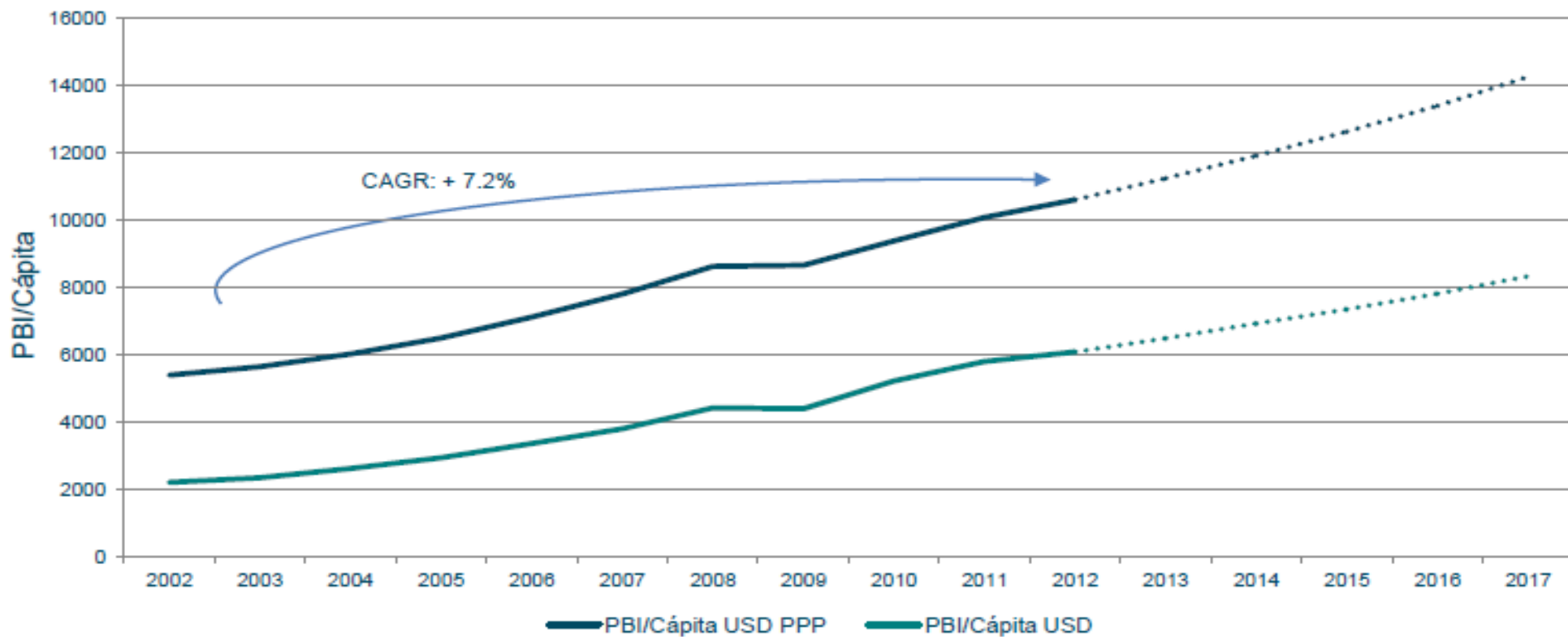
Somos considerados un país atractivo para invertir



*Based on weighted score of market attractiveness, market saturation, and time pressure of top 30 countries

Source: Planet Retail, Economist Intelligence Unit; A.T. Kearney analysis

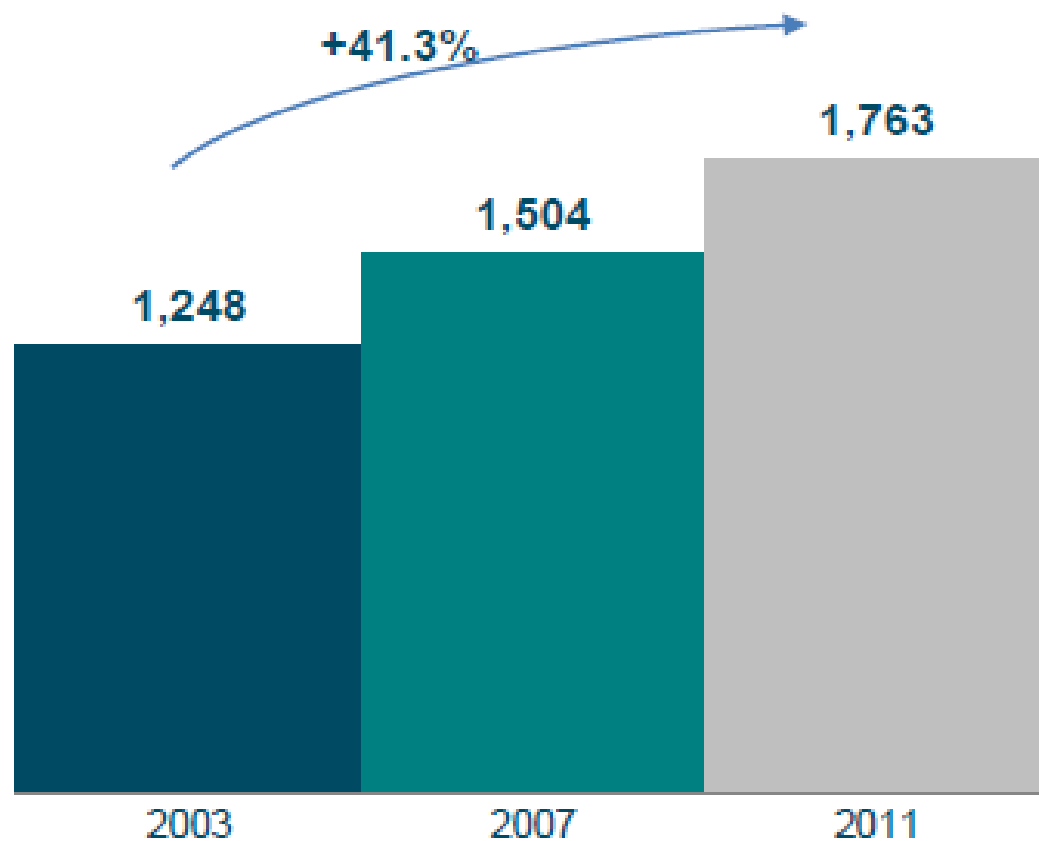
Entre el 2002 y el 2011 nuestro PBI / CAP prácticamente se duplicó



Fuente: Métrica

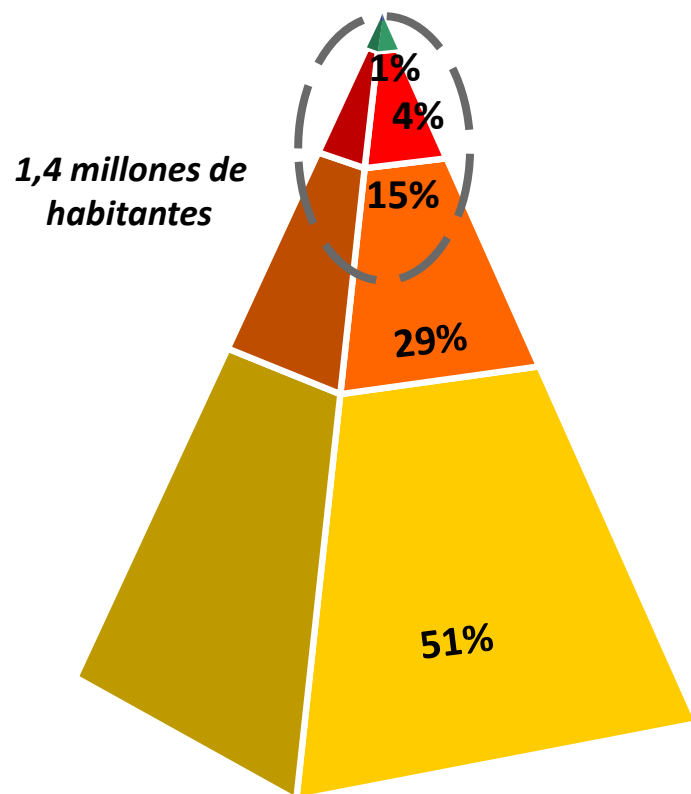
El ingreso promedio de los hogares ha crecido 41% en los últimos 8 años

Ingreso Mensual Promedio Declarado S/.
Perú - Principales Ciudades

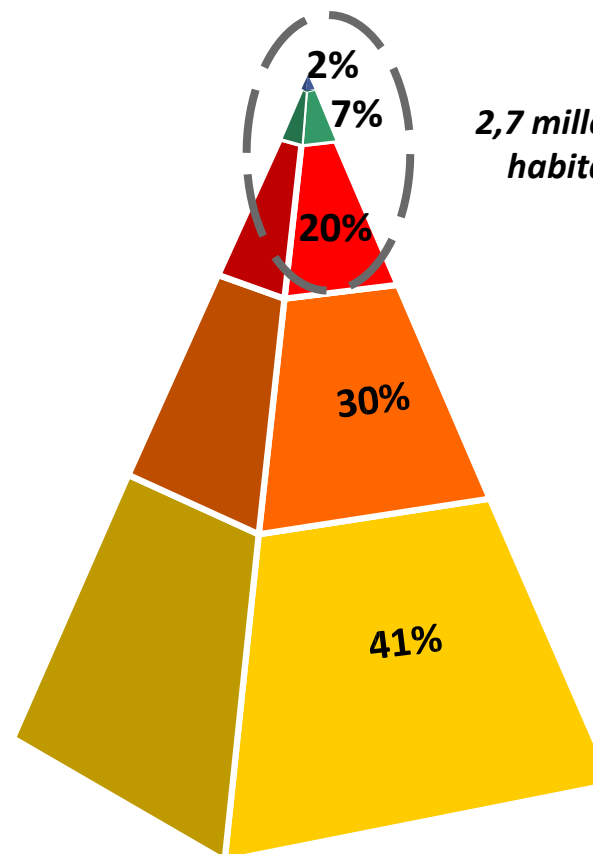


Fuente: IPSOS

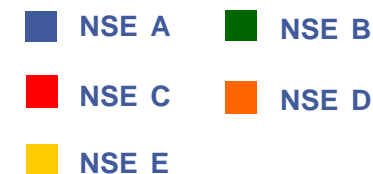
Entre el 2003 y el 2011 se incorporaron 1,3 millones de habitantes a la clase media peruana



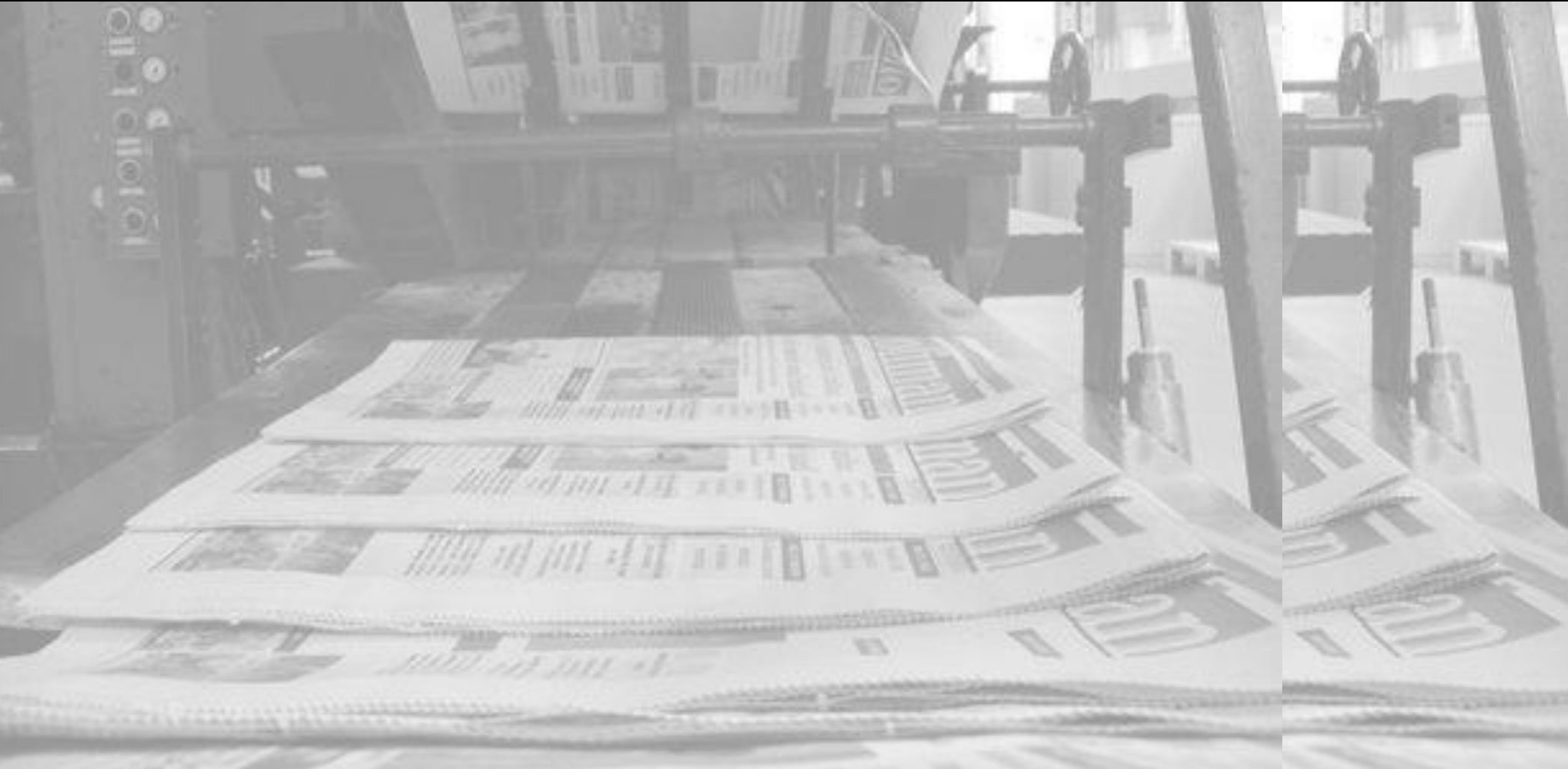
2003^{1/}



2011



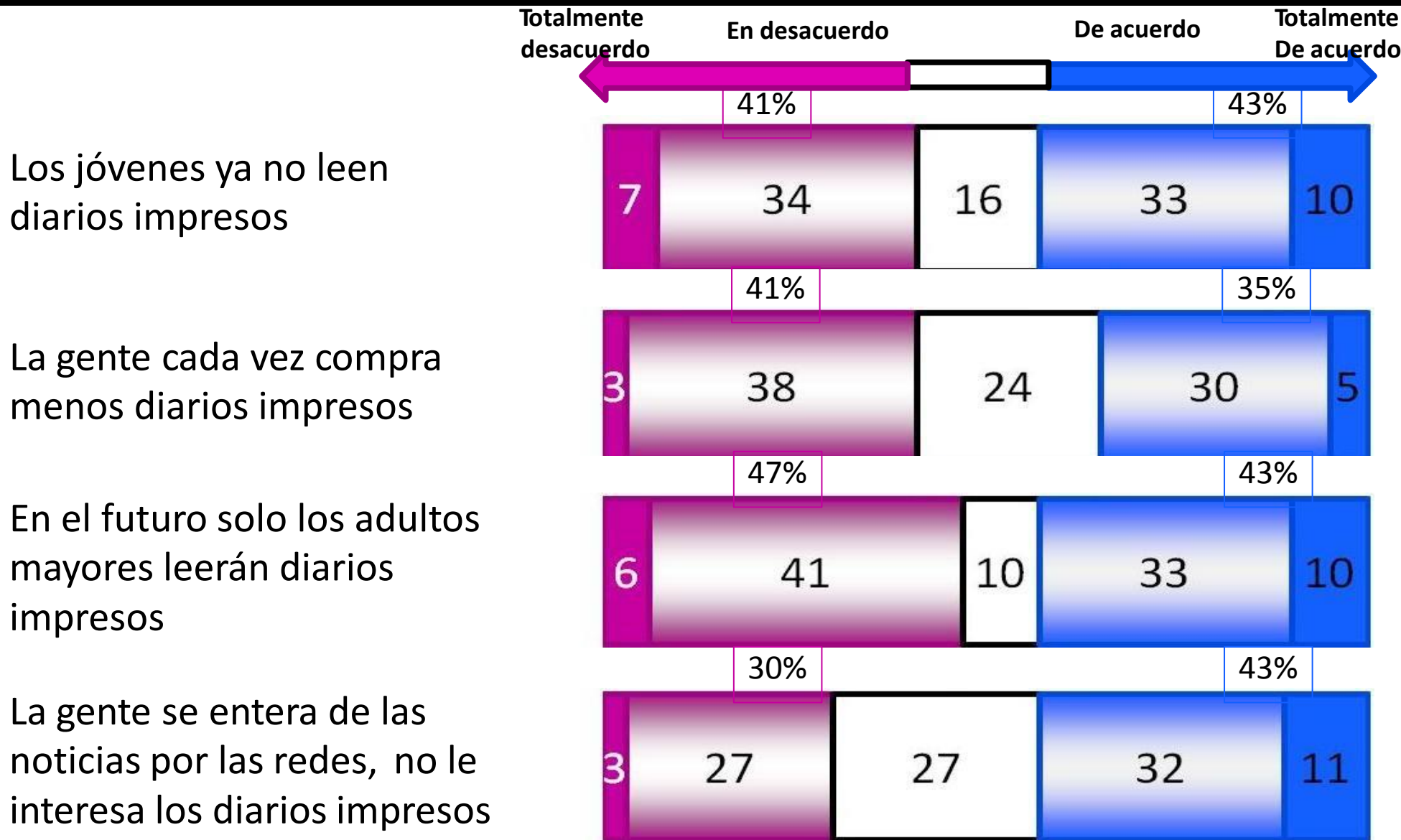
¿Cómo le va a los Diarios Impresos en el Perú?



Circulan algunos mitos

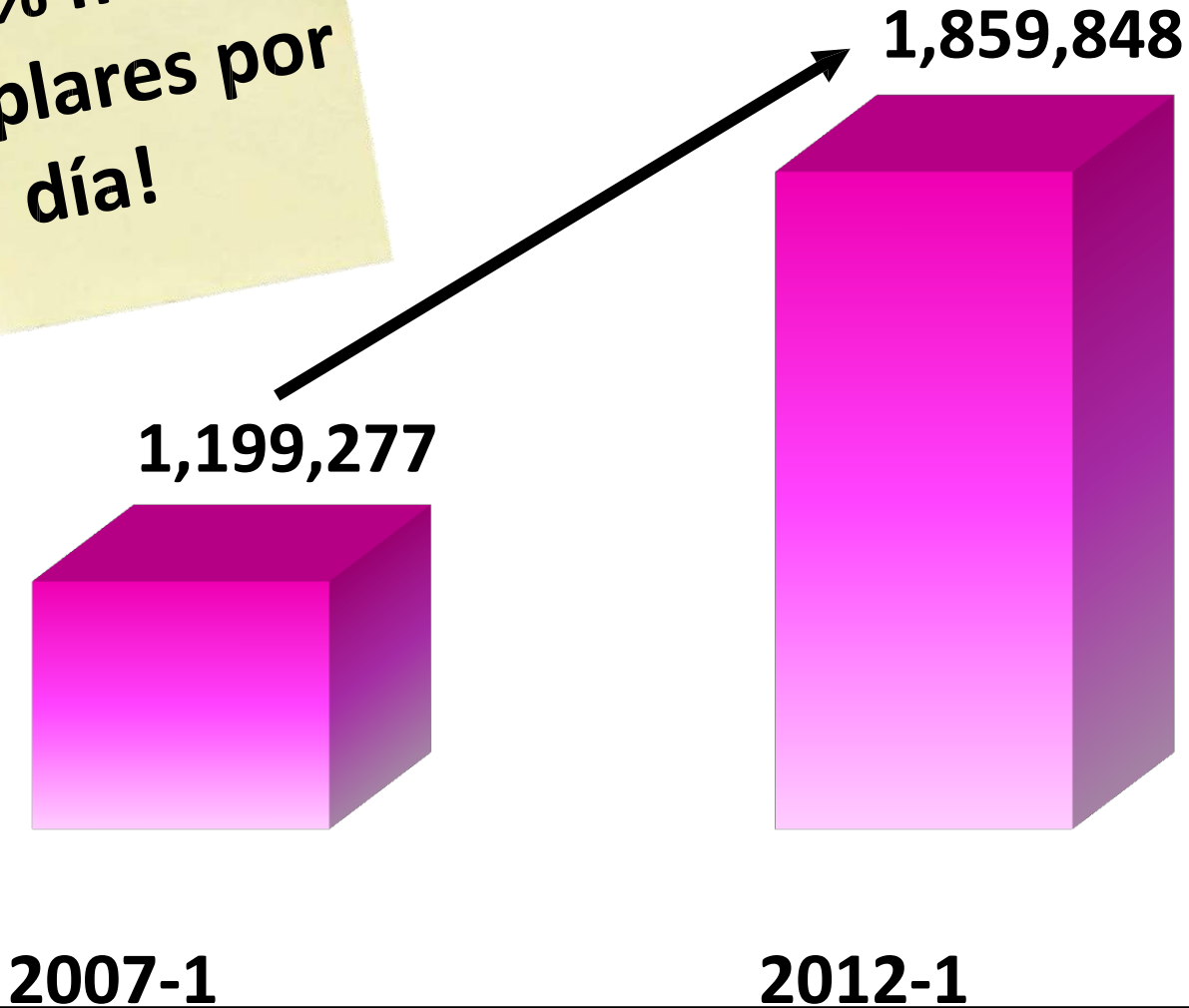
- 👉 Los jóvenes han dejado de leer diarios impresos
- 👉 Cada vez se compran menos diarios impresos
- 👉 Los diarios impresos van a desaparecer en poco tiempo
- 👉 Cada vez mas gente lee diarios en Internet

Percepciones de las agencias creativas, centrales de medios y anunciantes en general



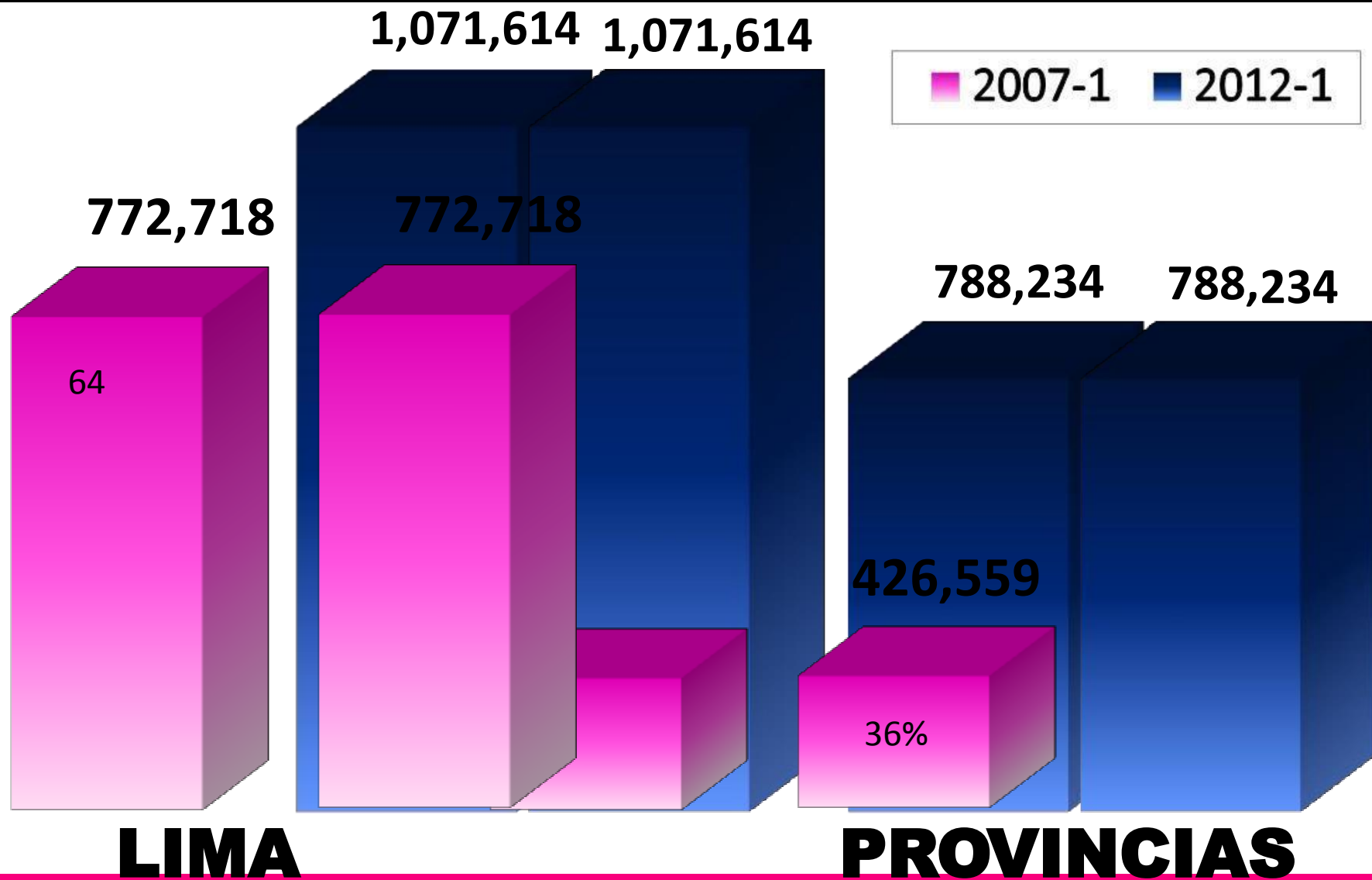
ada vez más Diarios, Se lee más

55% más
ejemplares por
día!

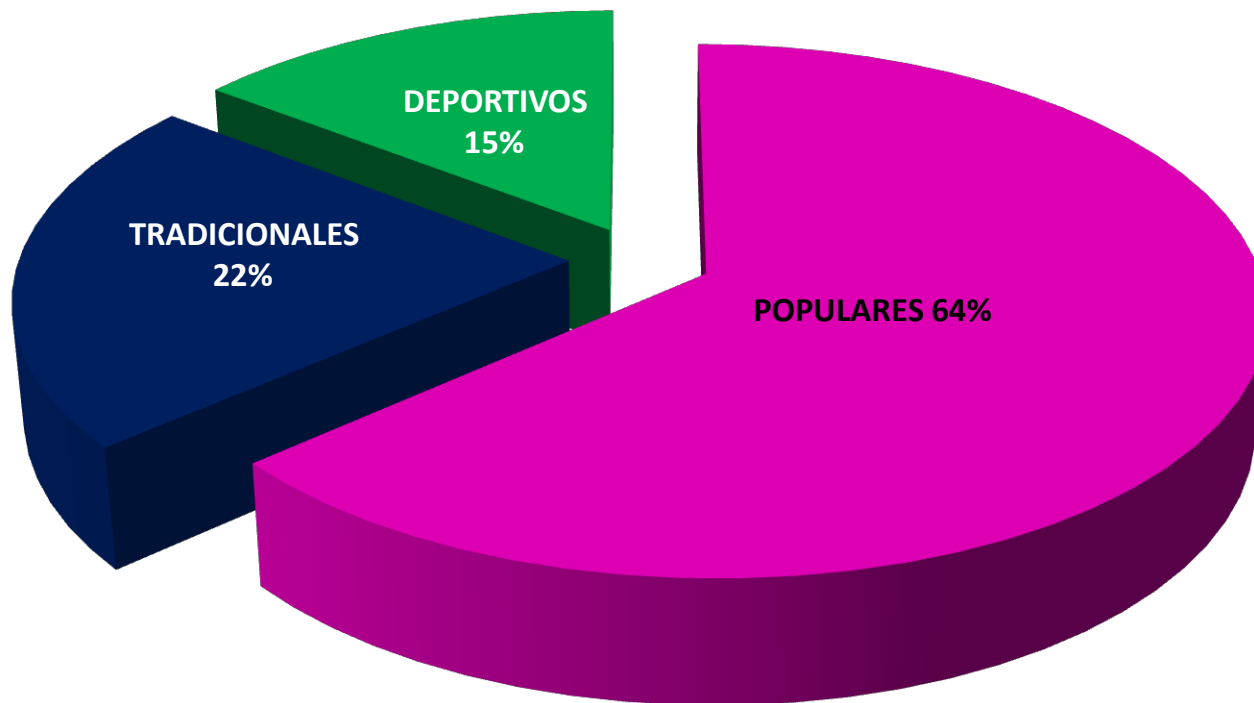


FUENTE: SEPP

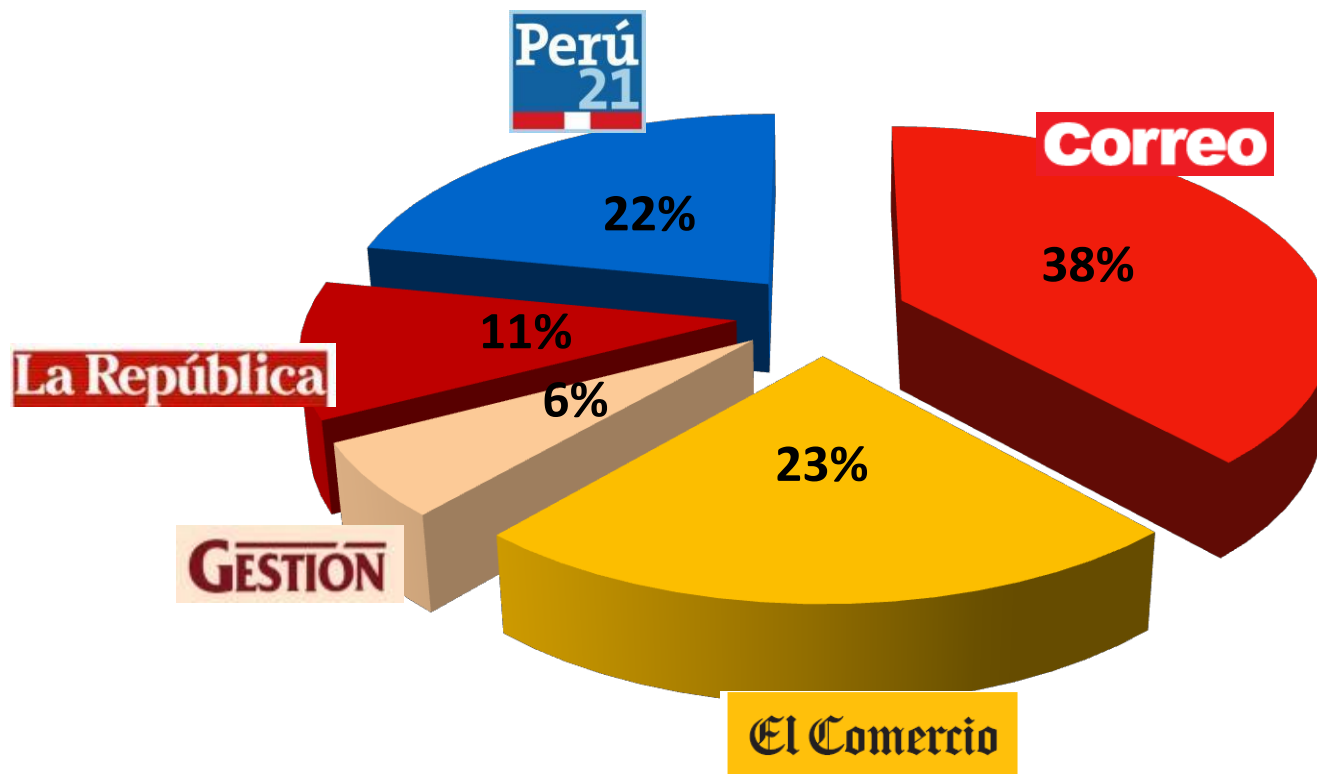
40% y 85% más ejemplares por día, en Lima y provincias!



El fenómeno de la prensa popular en el Perú



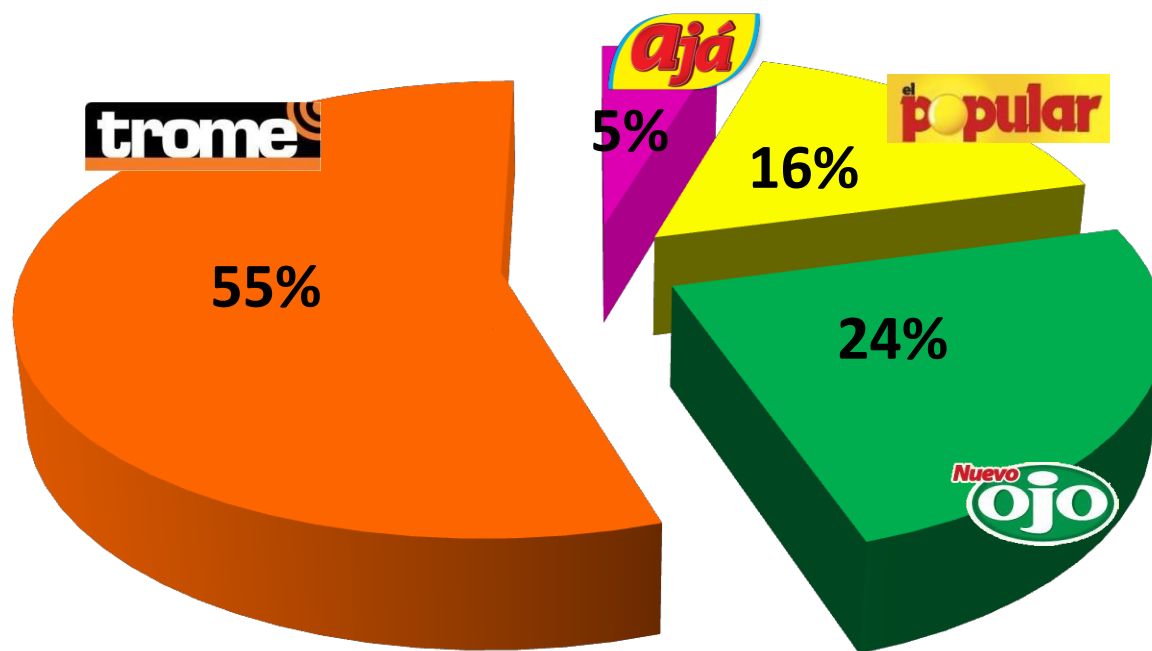
Distribución de la Circulación de Diarios tradicionales, a nivel nacional en el 2012-I



FUENTE: SEPP

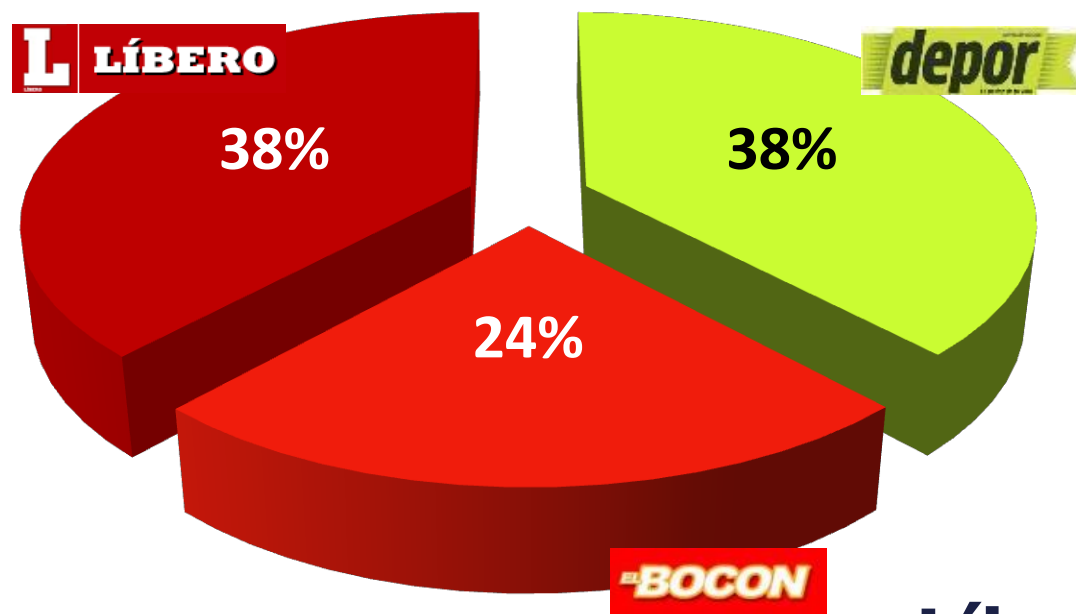
El diario con **mayor circulación** en esta categoría es **Correo** con **38%** de participación de mercado (155, 546 ejemplares por día)

Distribución de la Circulación de la Prensa Popular, a nivel nacional en el 2012-I



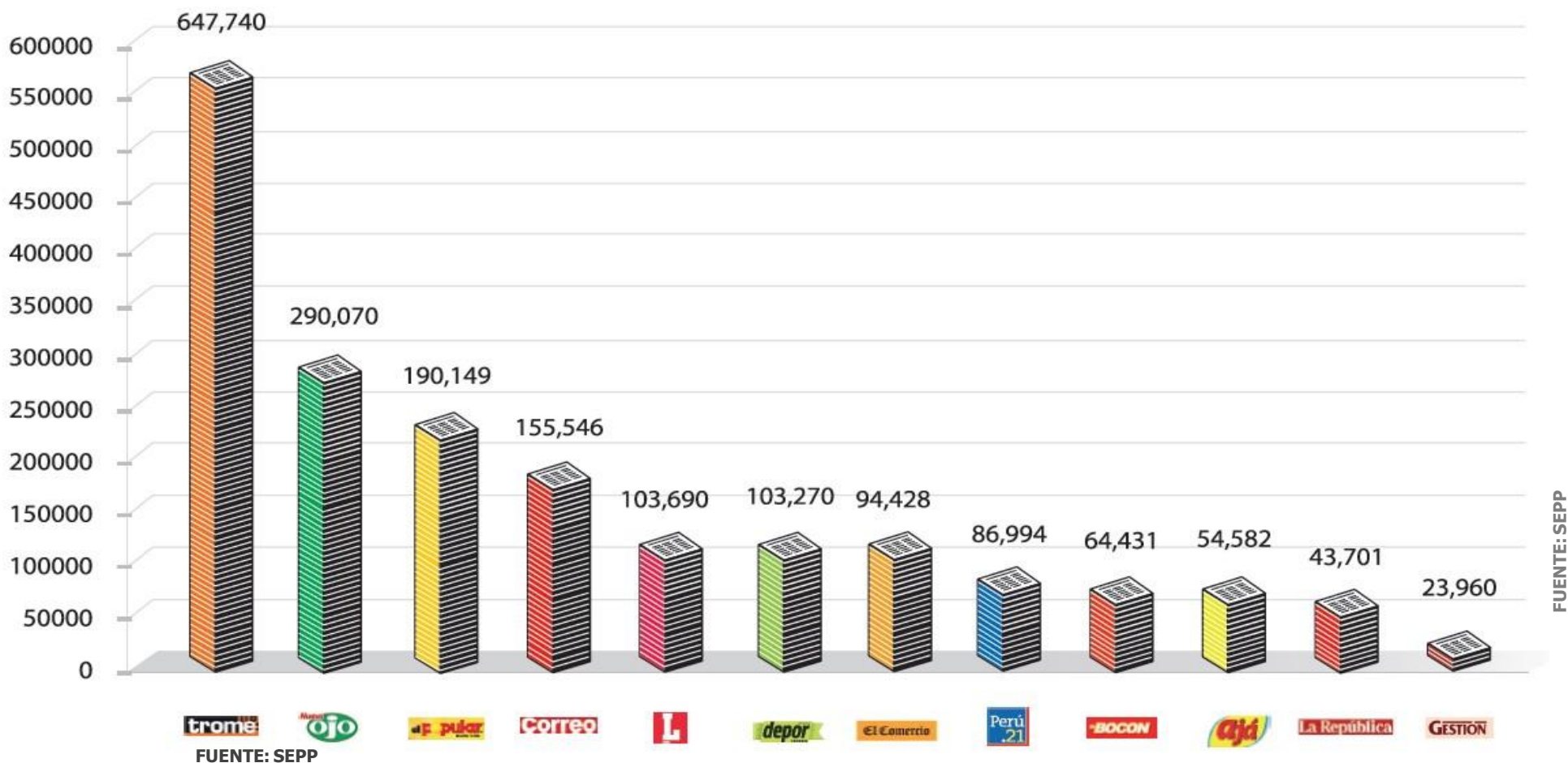
El diario con **mayor circulación** en esta categoría es **Trome** con **55%** de **participación de mercado** (647, 740 ejemplares por día)

Distribución de la Circulación de Diarios deportivos, a nivel nacional en el 2012-I



Los diarios con **mayor circulación** en esta categoría son **Líbero** (103, 690 ejemplares por día) y **Depor** (103, 270 ejemplares por día) con **38%** de **participación de mercado**

Circulación de diarios a nivel nacional en el 2012-I



(Esta data corresponde a la circulación promedio de un día)

La Lectoría de Diarios en el Perú



Los peruanos son quienes más leen periódicos en AL

En el **2011** la **lectoría de diarios** llegó aproximadamente a **4.3 millones de personas**.

El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAC, institución que forma parte de UNESCO), indica que los peruanos son quienes más leen periódicos en América Latina con un 71%, seguidos por Chile con 36%

Actualmente la **lectoría por ejemplar** es de 3 a 5 lectores por diario



Fuente: Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAC), Estudio del comportamiento del lector y los hábitos de lectura, en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Perú, 2011

La información de Circulación es
un complemento de la Lectoría



CIRCULACIÓN

- ✓ Datos totalmente objetivos, se registran electrónicamente
- ✓ Información por cada día de la semana para diarios
- ✓ Datos recientes: últimos seis meses

LECTORÍA

- ✓ N° de lectores por ejemplar
- ✓ Perfil del lector por medio →
SEGMENTACIÓN
- ✓ Afinidad con el medio
- ✓ Alcance y Frecuencia: Construcción de pautas

El futuro de los Diarios Impresos



Un largo camino por recorrer

1. Mercado en crecimiento: Baja penetración en varios segmentos y en provincias
2. Gran potencial para generar contenidos impresos de valor .
3. Crecimiento económico de la población: se consolida la clase media, pequeño presupuesto en diarios impresos
4. Desarrollo de las provincias: nuevas oportunidades
5. Complementación de plataformas
6. Aumento de la población de 45 años o más





María Elena Otiniano Chávez
[@otichama](https://www.instagram.com/otichama)