



Contribución de la Prensa en España
Informe definitivo – resumen ejecutivo

24 de octubre 2019

La contribución de la prensa a la sociedad va más allá de su dimensión económica. Con la finalidad de “ponerlo en valor” AMI&Deloitte han elaborado el siguiente informe

Objetivo del Proyecto de AMI

Objetivar la contribución del sector más allá de las variables económicas

Detalles del estudio



Estimar el impacto económico, fiscal y social que el sector prensa generó en España durante el FY2018 (para los flujos del mercado interior y exterior español)



La estimación de los impactos se ha realizado con base en la información pública más actualizada: Información facilitada por AMI, Información estadística del INE e Informes públicos sectoriales



El estudio incluye a 80 cabeceras editoras y las principales actividades económicas que genera el sector prensa (transporte, distribución, y punto de venta)

El sector editorial, supone un tercio del PIB de la Industria Cultural y Creativa¹ en el se encuadra el sector prensa, cuyo impacto agregado ha sido estimado considerando las siguientes variables



Nota: (1) Datos obtenidos del anuario de estadísticas culturales 2018

Con los siguientes resultados y conclusiones



Económico

- ✓ La industria en su conjunto generó un total de más de **6,2 miles de millones de €**
- ✓ Los Grupos de Prensa representan el **71%** de esa actividad económica¹
- ✓ Cada € generado por la industria implica un **efecto multiplicador** de entre un x5 y x6 en el conjunto de la economía española...
- ✓ ...generando adicionalmente 36.333 empleos



Fiscal

- ✓ Por cada **1€ del Beneficio Antes** de Impuestos, los grupos de prensa contribuyeron con un **0,29€** de Impuestos soportados
- ✓ La Prensa contribuye a la Hacienda Pública española **soportando y recaudando** impuestos por un valor del 7,77% de su cifra de negocio
- ✓ A lo que se añadirían los potenciales gravámenes sobre **servicios digitales**







Sociocultural

- ✓ La prensa se posiciona como **garante de credibilidad**, en un escenario de creciente preocupación por la veracidad de los contenidos
- ✓ Contribuye activamente al **desarrollo de la sociedad española** mediante acciones de carácter cultural, el fomento de la marca España y la aproximación de las instituciones al ciudadano
- ✓ **100% de cobertura del territorio español** a través de las distintas ediciones nacionales, regionales y temáticas

Económico

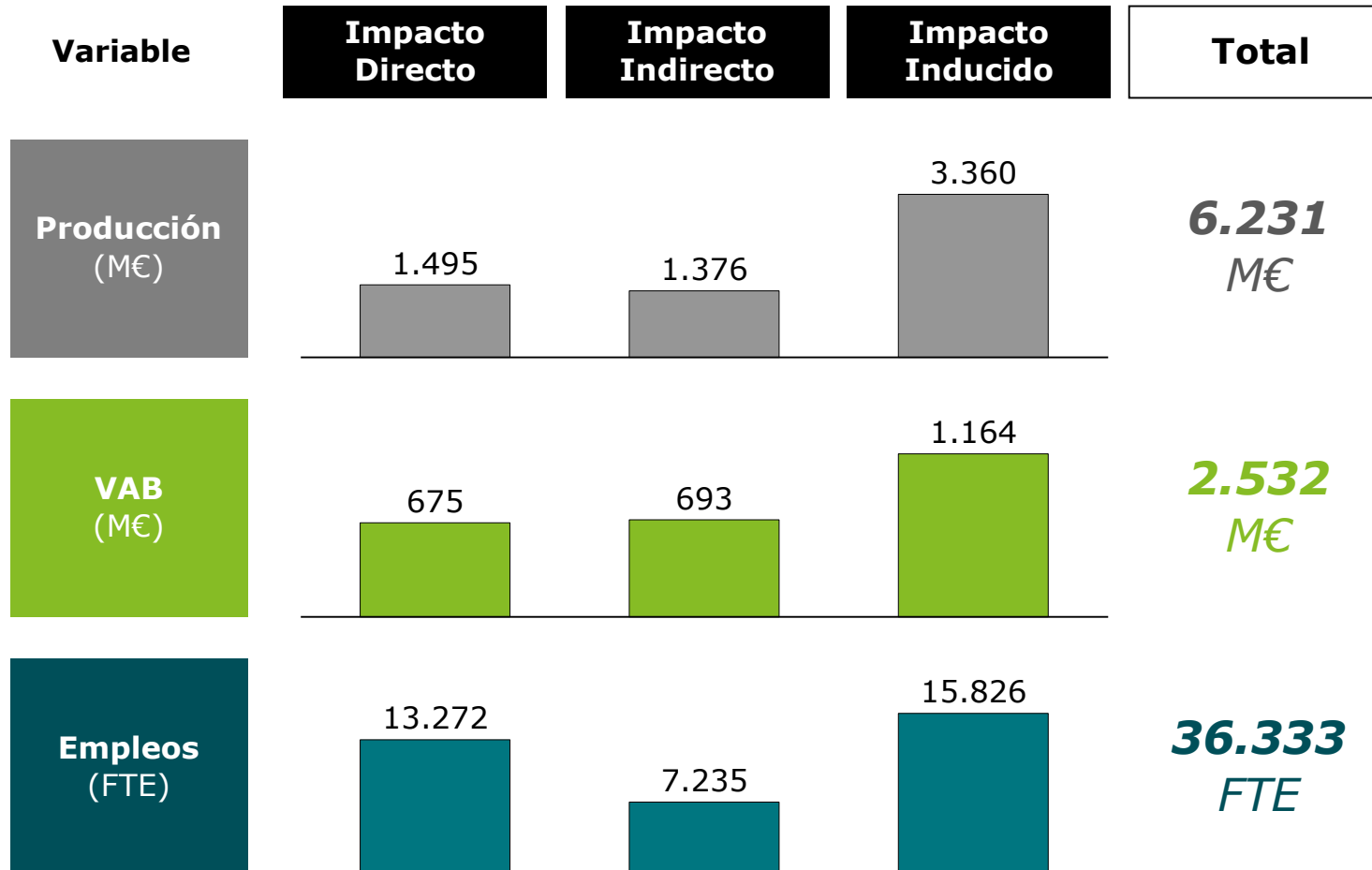
La industria de la Prensa generó 6.231 M€* como resultado de su actividad económica y más de 36 mil empleos para el sector

Concepto	Definición	 Mercado Total	 Grupos de Prensa ²	 Empresas Distribuidoras	 Puntos de Venta
Producción¹	Resultado de la actividad económica (producción de bienes y servicios) de una industria en un territorio	6.231 M€ (5.222 M€ ESP**)	71% (70% ESP)	11% (11% ESP)	18% (19% ESP)
VAB¹ Valor Agregado Bruto	Valor bruto agregado a un input productivo Se obtiene de la diferencia entre el valor de la producción y los consumos intermedios	2.532 M€ (2.167 M€ ESP**)	71% (69% ESP)	10% (11% ESP)	19% (20% ESP)
Empleos¹	Número de empleos a tiempo completo (Full Time Equivalent) generados de manera directa, indirecta e inducida	36.333 FTE (31.064 FTE ESP**)	60% (57% ESP)	11% (11% ESP)	29% (32% ESP)

Nota: (*) M€ equivale a Millones de Euros a lo largo del documento (**) El mercado interior solo considera los flujos económicos generados dentro del mercado español, mientras que el mercado total considera también flujos hacia el extranjero | Fuentes: ¹Elaborado por Deloitte a partir de datos del INE, cuentas anuales y la metodología Input-Output; ²Los grupos de prensa incluyen plantas de impresión independientes

Adicionalmente, por cada € generado en la industria se produce un efecto multiplicador de entre un x5 y x6 en el conjunto de la economía española

 **Tabla aplicable al mercado total***



Por cada € y empleo generado por los Grupos de Prensa...

Por cada € de producción directa de los Grupos de Prensa, se generaron 6€ adicionales en el resto de la economía

Por cada € de valor agregado directo de los Grupos de Prensa, se generaron 6€ adicionales en el resto de la economía

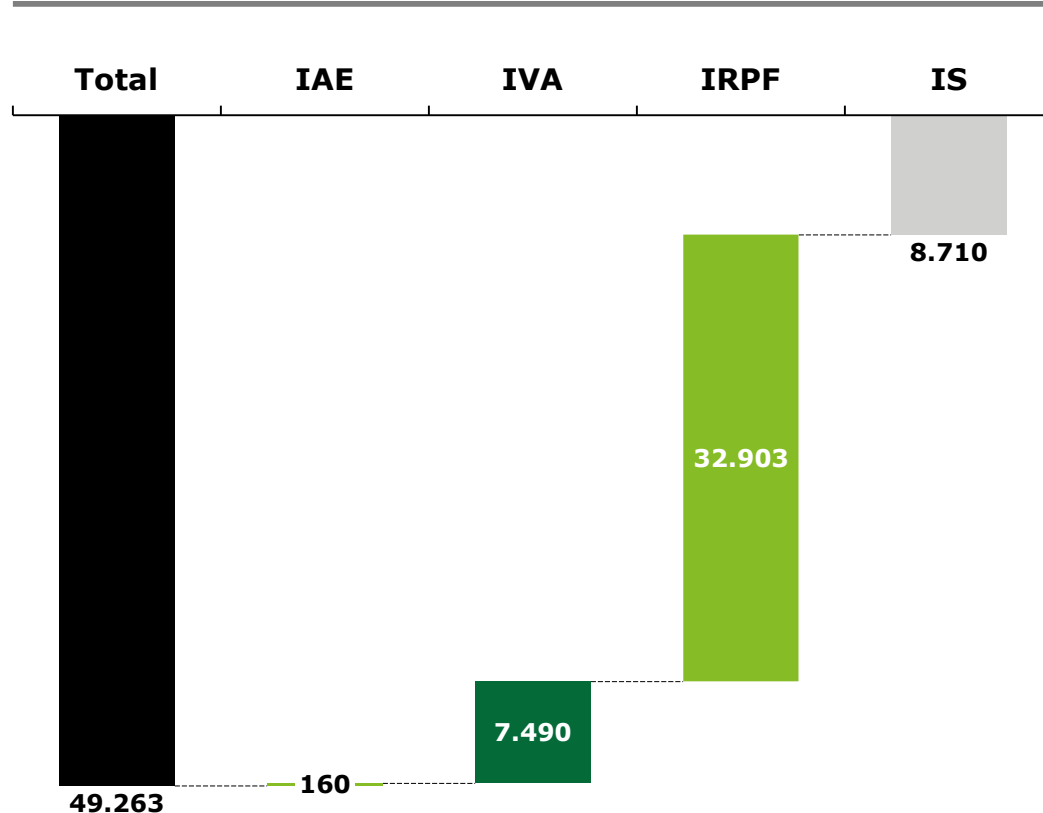
Por cada empleo directo generado por los Grupos de Prensa, se crearon alrededor de 5 empleos en España

Nota: (*) La tabla aplicable al mercado interior tiene en cuenta únicamente los flujos generados dentro del territorio español, quedando al margen los flujos económicos con el extranjero. No obstante la tabla total, sí tiene en cuenta los flujos económicos con el extranjero

Fiscal

En el ejercicio 2018, por cada 1€ del Beneficio Antes de Impuestos, los grupos de prensa contribuyeron con un 0,29€ de Impuestos soportados con base en una muestra representativa...

Contribución tributaria total por tipo de impuesto,
(2018, miles de €)¹



PRINCIPALES DATOS A DESTACAR

- La **contribución** a la Hacienda Pública española **del 7,77% de los ingresos generados por el sector**, es equivalente a:
 - Que **cada habitante** en España haya contribuido **0,95 €** en 2018
 - Un **6%** de la **recaudación tributaria** media obtenida por las **Comunidades Autónomas** por la gestión de tributos cedidos en 2017
 - La venta en un año de **32.842 miles** de ejemplares de periódicos en papel
- La **tasa efectiva del sector** de la prensa es del 29%, **superior al tipo nominal** del Impuesto sobre Sociedades (25%)

Nota: (1) La recaudación tributaria de la AEAT del ejercicio 2018 ascendió a 177.873 millones € en relación al IS, IRPF e IVA. Fuente: Informe Anual de Recaudación Tributaria Año 2018 – AEAT

...a los que habría que añadir los potenciales gravámenes sobre servicios digitales



¿Qué servicios digitales se esperan que sean gravados?

Esta propuesta de Impuesto gravaría la realización de las **prestaciones de servicios digitales** en España:

- ✓ Servicios de publicidad en línea,
- ✓ Servicios de intermediación en línea, y
- ✓ Servicios de transmisión en línea

El **tipo impositivo** sería del **3%**.

Sería aplicable para aquellos contribuyentes del Impuesto que superen los dos siguientes **umbrales**:

- ✓ INCN en el año natural anterior > 750 M€
- ✓ Ingresos servicios digitales en el año natural anterior > 3 M€



¿Posibles implicaciones en el sector de la prensa?

- ✓ Los servicios digitales que podrán estar sujetos a tributación para el sector de la prensa serían principalmente los **servicios de publicidad online**.
- ✓ En este contexto y en términos generales, algunos Grupos de Prensa podrían verse **afectados** por esta nueva propuesta de impuesto.



Implementación

- ✓ La propuesta de regulación del Impuesto se encuentra pendiente de aprobación (actualmente hay un proyecto de ley) hasta la formalización del Gobierno.
- ✓ Se estima que hasta 2020 no se podrá comenzar a tramitar su aprobación.



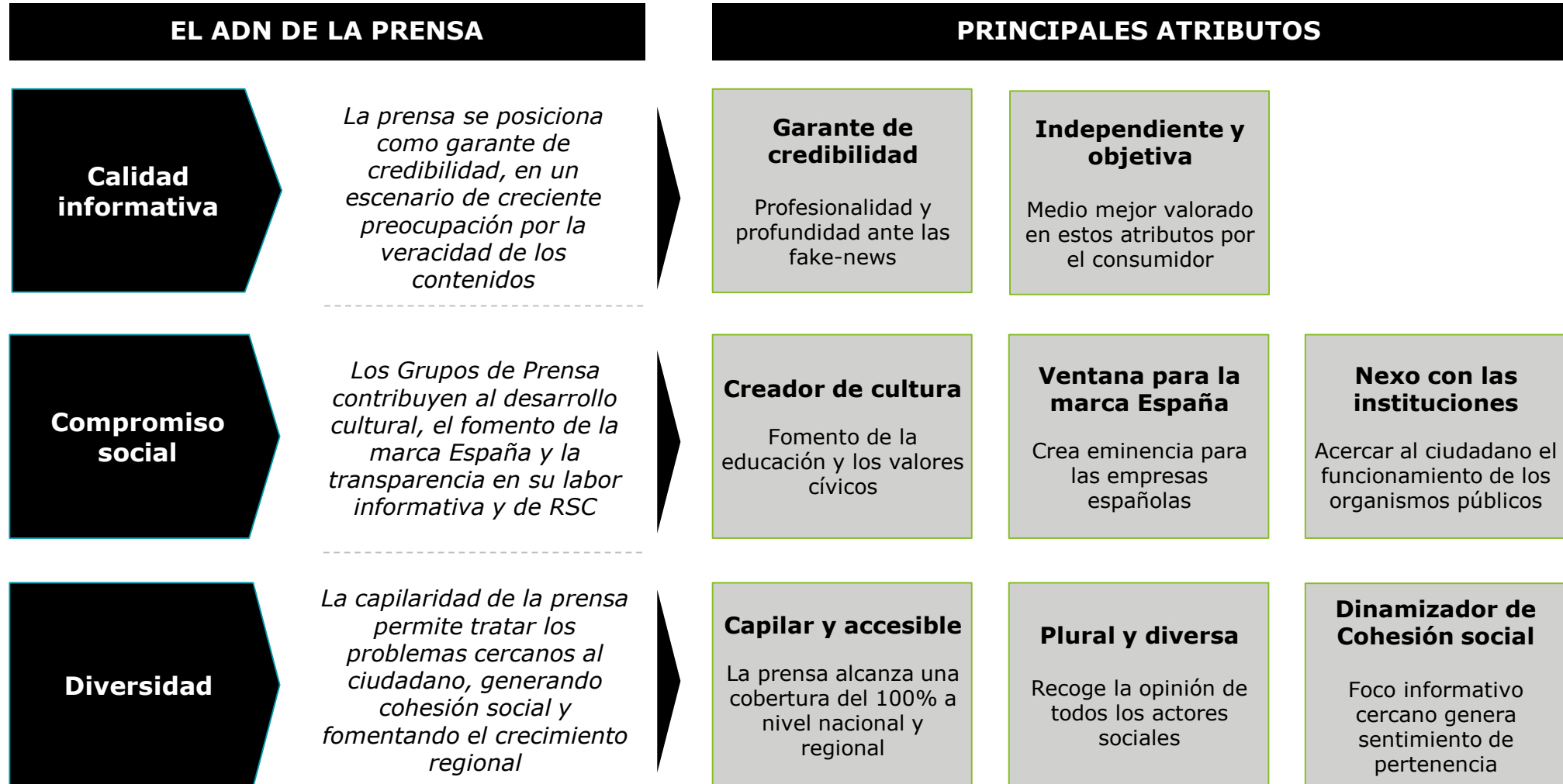
¿Posible impacto en el sector de la prensa?

- ✓ Ingresos por publicidad AMI 630,3 M€:
 - Digitales*: 32,90%
 - Tradicionales: 67,10%
- ✓ Potencial Impacto de Grupos editoriales sujetos ** 2,7 M€

Nota: ⁽¹⁾ Esta estimación se ha realizado teniendo en cuenta el total de ingresos reportados por AMI como publicidad y la atribución porcentual como publicidad *online* en función de los Grupos de Medios (i.e. Información General, Económica o Deportiva) detallados en el Informe Anual "Claves de la Información 2018". A su vez, esta estimación se ha efectuado respecto a los servicios digitales que entendemos que estarían sujetos los Grupos Editoriales. No obstante, se habrá de atender a los umbrales aplicables por cada Grupo (debiendo de estudiarse con la documentación soporte correspondiente de cada uno de ellos que, en su caso, deberían remitirnos) una vez que el impuesto se apruebe; ^(**) Esta estimación se ha realizado teniendo en cuenta los umbrales de sujeción a la propuesta de impuesto y la información disponible de cada uno de los Grupos Editoriales (Cuentas Anuales del ejercicio 2018). Se han aplicado los porcentajes de publicidad *online* detallados en el Informe Anual "Claves de la Información 2018" publicado por de AMI

Sociocultural

El mayor valor aportado por el sector prensa está en su valor sociocultural

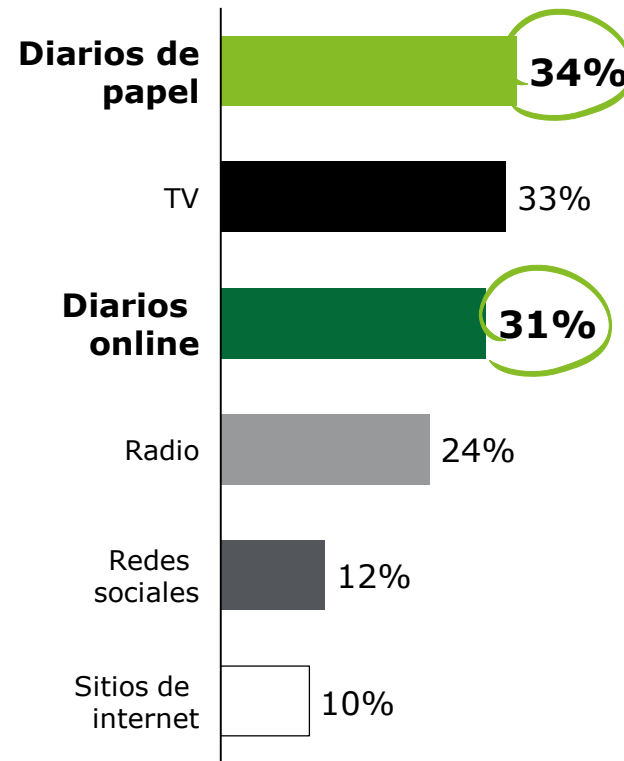


La prensa se posiciona como garante de credibilidad, en un escenario de creciente preocupación por la veracidad de los contenidos

- El ascenso de las fake news ha derivado en un incremento de la preocupación por la veracidad de las noticias a nivel global.
- Los Grupos de Prensa han buscado alianzas para poner en valor la veracidad, calidad y transparencia de sus contenidos, tanto a nivel nacional como internacional



Ranking de credibilidad en los medios de comunicación en España, % encuestados

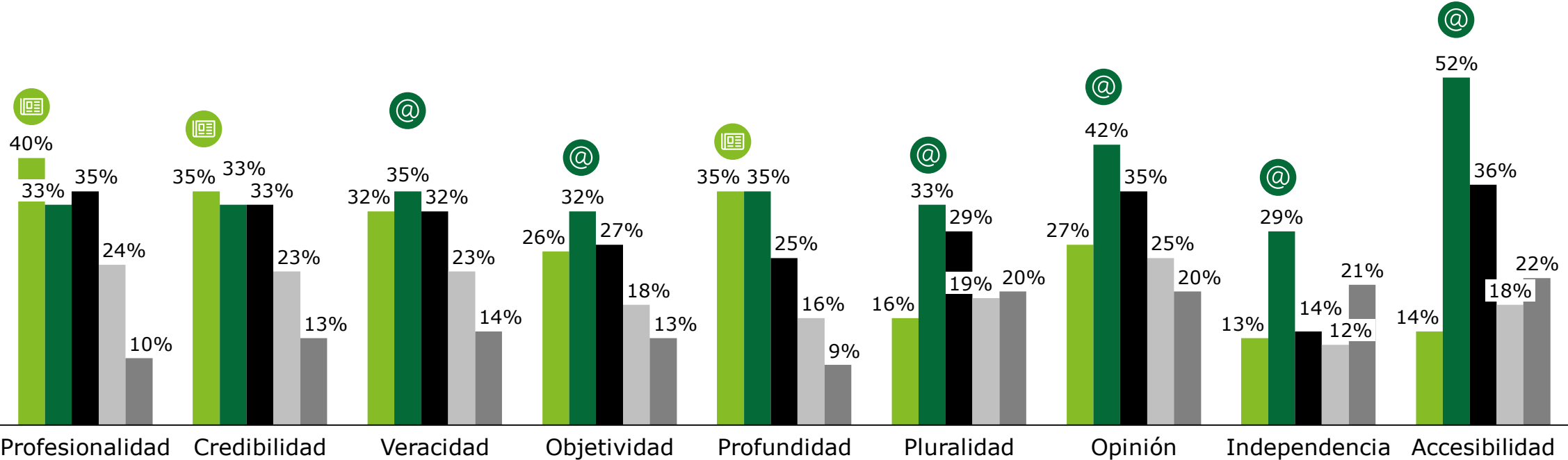


La Prensa como garante de credibilidad

- La prensa es el medio más representado dentro del Top 15 de marcas informativas más creíbles
- La prensa impresa es el medio que más confianza genera según el informe *Digital New Report ES 2018*, por encima de la televisión y la radio
- Los diarios obtuvieron una media de 7 puntos sobre 10 en las encuestas de credibilidad realizadas por Reuters
- Tanto periódicos nacionales, como regionales y digitales están presentes en las primeras posiciones de marcas con mayor credibilidad

Ya sea en su versión impresa u online, la prensa lidera todos los atributos asociados a la calidad de la información

Atributos asociados a la calidad de la información, según % de encuestados por tipo de medio



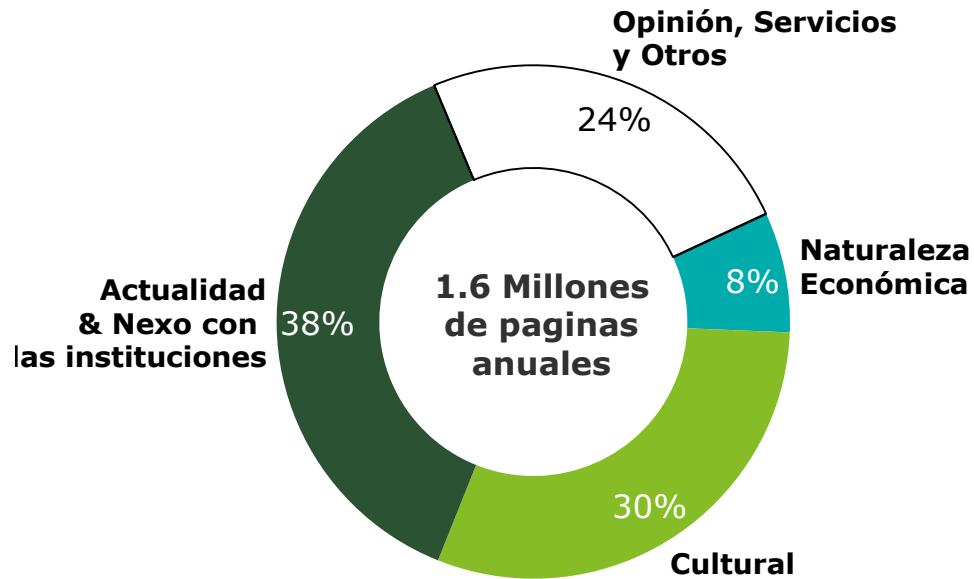
Prensa Papel
 Prensa Online
 TV
 Radio
 RRSS

Profesionalidad, credibilidad y profundidad
 Veracidad, objetividad, pluralidad, independencia y accesibilidad

Un ejemplo de ello son las 1,2M de páginas editoriales con contenido cultural, de actualidad y de naturaleza económica junto con los múltiples actos, organizaciones y premios en los que participa

Desarrollo cultural en su labor informativa...

Número de páginas editadas por tipo de contenido FY18¹



¹Para los Diarios asociados de AMI reportados

~76% de la capacidad editorial de los Grupos de Prensa se encuentra dirigida a informar sobre aspectos culturales, económicos y de actualidad (incluyendo la aproximación de las instituciones al ciudadano)

...y a través de la participación en acciones sociales

Benchmarking de participación en organizaciones, eventos o premios de carácter sociocultural²

Organiza- ciones

- La Prensa prioriza su pertenencia en **organizaciones solidarias y de inclusión social**
- Seguidamente de aquellas que fomentan la cultura y la educación

Eventos

- Los eventos tanto propios como ajenos tratan de **potenciar la marca España y su actividad económica** generando **impacto reputacional** a nivel nacional e internacional

Premios

- La **relevancia del desarrollo tecnológico, el emprendimiento y la innovación** tienen su reflejo en los premios en los que participa la Prensa seguidos de la cultura, la educación o el deporte

² Información pública de mercado

Las **acciones de carácter solidario y de inclusión social** así como, aquellas dirigidas a potenciar la **cultura, la innovación, el emprendimiento y la innovación** ocupan gran parte de la agenda de las **acciones sociales de la Prensa**

La prensa alcanza una cobertura del 100% del territorio español, lograda a través de 250 ediciones nacionales y regionales

Mapa de Calor: difusión por CCAA en 2018 y muestra de cabeceras

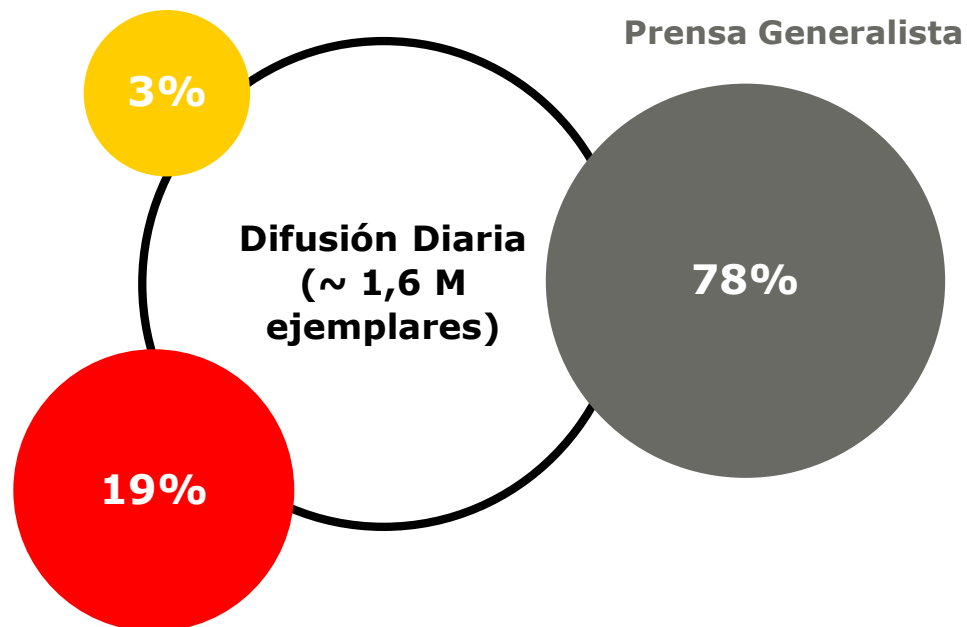


Nota: Las ciudades autónomas se han contabilizado como CCAA | Fuente: OJD; AMI Diarios en España en 2018

Cubriendo además las distintas temáticas con interés social

Audiencia Prensa Impresa

Prensa Económica

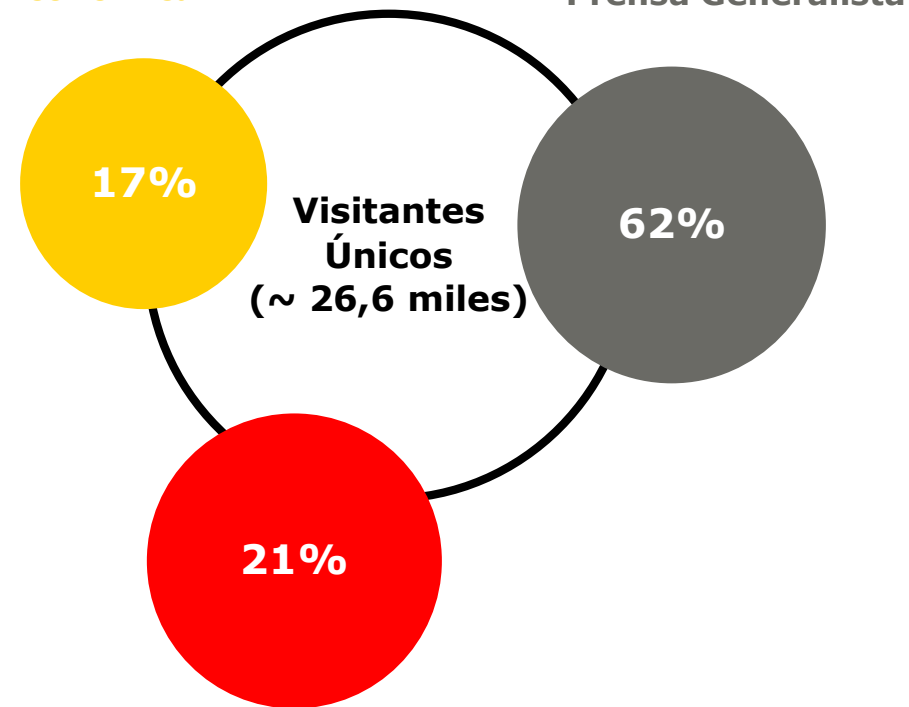


Prensa Deportiva

Fuente: OJD 2018

Audiencia Prensa Digital

Prensa Económica



Prensa Deportiva

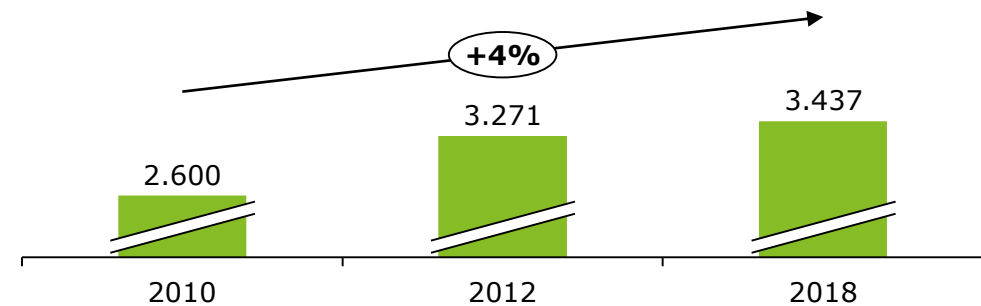
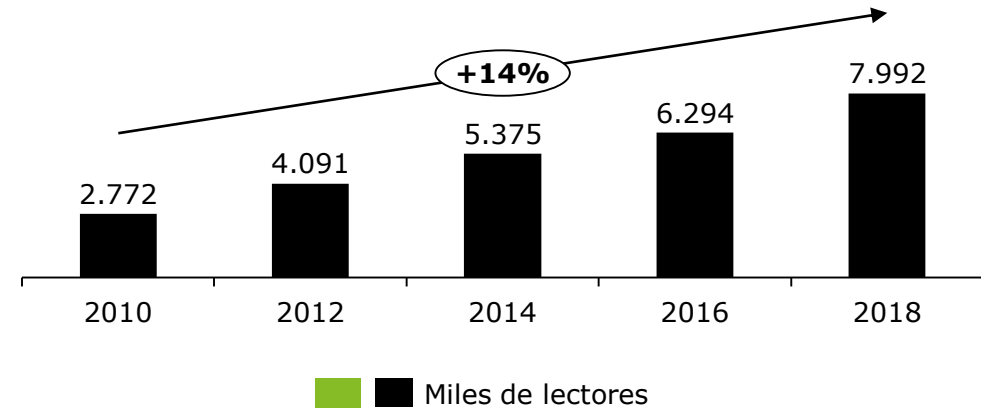
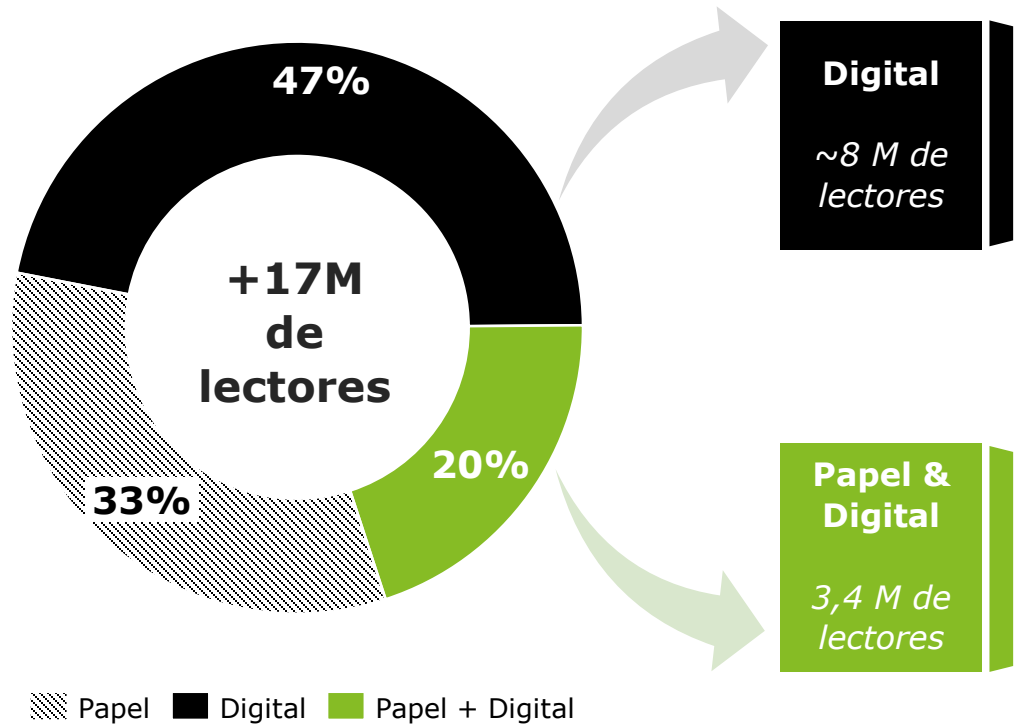
Fuente: AMI

Permitiendo alcanzar una cifra record en lectores y una tendencia de crecimiento constante tanto en lectores exclusivos digitales como en lectores papel & digital

El FY18 ha recogido los mejores datos históricos tanto de lectores digitales, con un total aproximado de 8 millones, como de lectores que leen la versión print y digital, donde la cifra ascendió a 3,4 millones

% Lectores en función del consumo Print & Digital

% Print, Digital, Mixto



Disclaimer

Notas sobre la prestación de nuestros servicios profesionales

- El informe ha sido preparado para la sociedad ASOCIACION DE MEDIOS DE INFORMACION (en adelante también, AMI) de acuerdo con los términos y condiciones establecidos en la carta propuesta del 31 de julio de 2019, por lo que no aceptamos responsabilidad, deber ni obligación hacia ninguna otra persona física o jurídica que pueda tener acceso al mismo. Nuestro trabajo ha consistido exclusivamente en la realización de los procedimientos que se indican en nuestra Carta Propuesta del 31 de julio de 2019. Por tanto, la información contenida en el informe no pretende en modo alguno constituir ninguna base sobre la que un tercero pueda tomar decisiones, ni supone ningún consejo o recomendación positiva o negativa por nuestra parte
- Nuestro trabajo se ha basado en informes y documentación pública disponible en el mercado, e información proporcionada por AMI, la cual no ha sido objeto de una revisión por nuestra parte tendente a expresar una opinión sobre dicha información.
- Nuestra actuación se ha realizado en todo momento de acuerdo con sus instrucciones, habiéndoles mantenido permanentemente informados del desarrollo y resultados del mismo, sometiendo a su consideración todo aspecto relevante que se ha puesto de manifiesto y siendo responsabilidad exclusiva de la dirección de Sociedad evaluar y tomar toda decisión de puesta en práctica, ejecución o decisión respecto a las conclusiones contenidas en el documento.
- Deloitte no hace ninguna representación o garantía, expresa o implícita, en cuanto a la exactitud o integridad de las presunciones subyacentes, estimaciones, análisis, u otra información contenida en este documento, y nada aquí contenido es o debe confiarse como una promesa o una representación, ya sea en cuanto al pasado, el presente, o el futuro. Adicionalmente, Deloitte renuncia expresamente a todas las responsabilidades sobre la base de dicha información o de las omisiones de los mismos.
- Deloitte no ha realizado funciones ni tomado decisiones propias de la Dirección de AMI, ni participado en el proceso de toma de decisiones, comprometiéndose AMI a analizar la adecuación de nuestros servicios y a asumir la responsabilidad de los mismos y de sus resultados.
- Los procedimientos realizados no constituyen ninguna base sobre la que un tercero pueda tomar decisiones, ni suponen ningún consejo o recomendación positiva o negativa por nuestra parte de la que se pueda derivar responsabilidad alguna para Deloitte.
- De acuerdo con los términos pactados en la Carta Propuesta, el documento resultado de nuestro trabajo será para uso exclusivo de AMI, no aceptando responsabilidad, deber ni obligación hacia ninguna otra persona física o jurídica que pudiera tener acceso al mismo y que pretenda utilizar dicho informe con una finalidad distinta al objetivo del mismo.
- Por tanto, nuestra colaboración no puede ser entendida como una garantía plena en cuanto a la información facilitada en el presente documento, del que no asumiremos responsabilidad alguna, no obstante, si existiese a nuestro juicio inexactitud u omisión relevante en dicha información, lo pondríamos en su conocimiento, pese a no estar obligados a ello.
- Deloitte no asume la responsabilidad en cuanto a la actualización que habría que realizarse del contenido de este documento como consecuencia de aquellos hechos o circunstancias que se produzcan después de la fecha del mismo.
- Queda prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública, transformación, total o parcial, gratuita u onerosa, por cualquier medio o procedimiento, sin la autorización previa y por escrito de Deloitte Advisory, S.L. © 2019 España, Todos los derechos reservados.



Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, (private Company limited by guarantee, de acuerdo con la legislación del Reino Unido) y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad independiente. En www.deloitte.com/about se ofrece una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios de auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y asesoramiento en transacciones corporativas a entidades que operan en un elevado número de sectores de actividad. Con una red de firmas miembro interconectadas a escala global que se extiende por más de 150 países, Deloitte aporta las mejores capacidades y un servicio de máxima calidad a sus clientes, ofreciéndoles la información que necesitan para abordar los complejos desafíos a los que se enfrentan. Deloitte cuenta en la región con más de 200.000 profesionales, que han asumido el compromiso de convertirse en modelo de excelencia.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y Deloitte Touche Tohmatsu Limited, Deloitte Global Services Limited, Deloitte Global Services Holdings Limited, la Verein Deloitte Touche Tohmatsu, así como sus firmas miembro y las empresas asociadas de las firmas mencionadas (conjuntamente, la "Red Deloitte"), no pretenden, por medio de esta publicación, prestar servicios o asesoramiento en materia contable, de negocios, financiera, de inversiones, legal, fiscal u otro tipo de servicio o asesoramiento profesional. Esta publicación no podrá sustituir a dicho asesoramiento o servicios profesionales, ni será utilizada como base para tomar decisiones o adoptar medidas que puedan afectar a su situación financiera o a su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su negocio, debe consultar con un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte se hace responsable de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.