



TELEVISIÓN EN ABIERTO

Contribución a la sociedad española

Papel vertebrador de la televisión en abierto en el marco de las Industrias Culturales y Creativas

Informe para Televisión Abierta

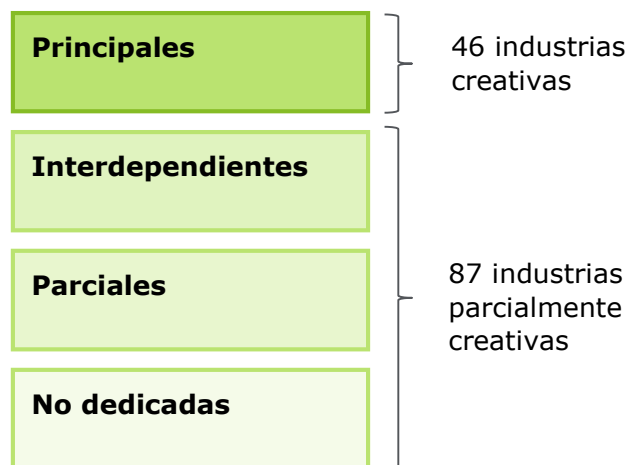
Contenido

I. Contribución de las ICC a la economía española	1
II. Papel vertebrador de la televisión en abierto	2
i. Papel vertebrador económico	3
ii. Papel vertebrador social	8
iii. Papel vertebrador cultural	13
III. Conclusiones	16
IV. Anexos: metodología e industrias	17
V. Contexto del informe y personas de contacto	22

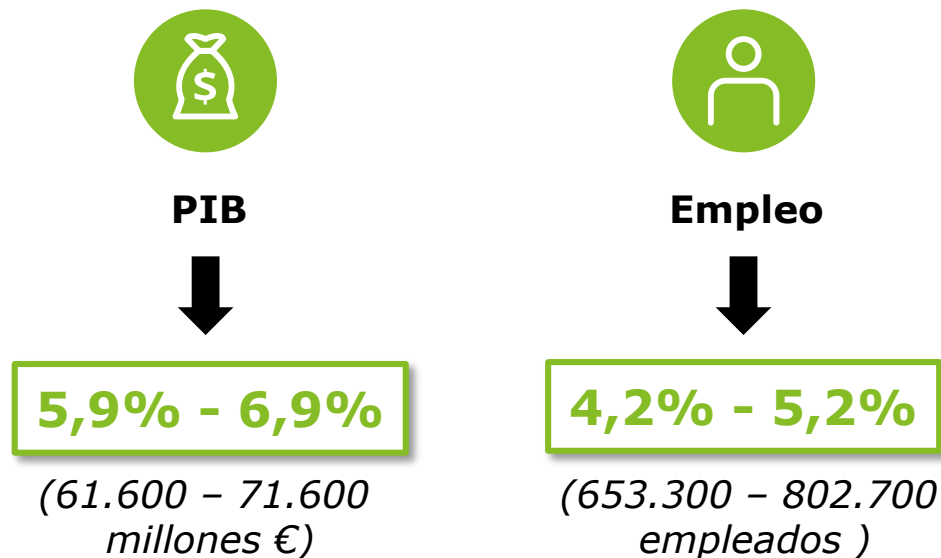
Industrias Culturales y Creativas (ICC): 6% del PIB y 5% del empleo en España, aproximadamente

Industrias consideradas en la contribución de las ICC a la economía española conforme a la metodología aplicada^{1 2}

133 industrias según la siguiente categorización:



Contribución de las ICC a la economía española en 2014 conforme a la metodología aplicada^{3 4}



Metodología aplicada (Ver apartado Anexos)

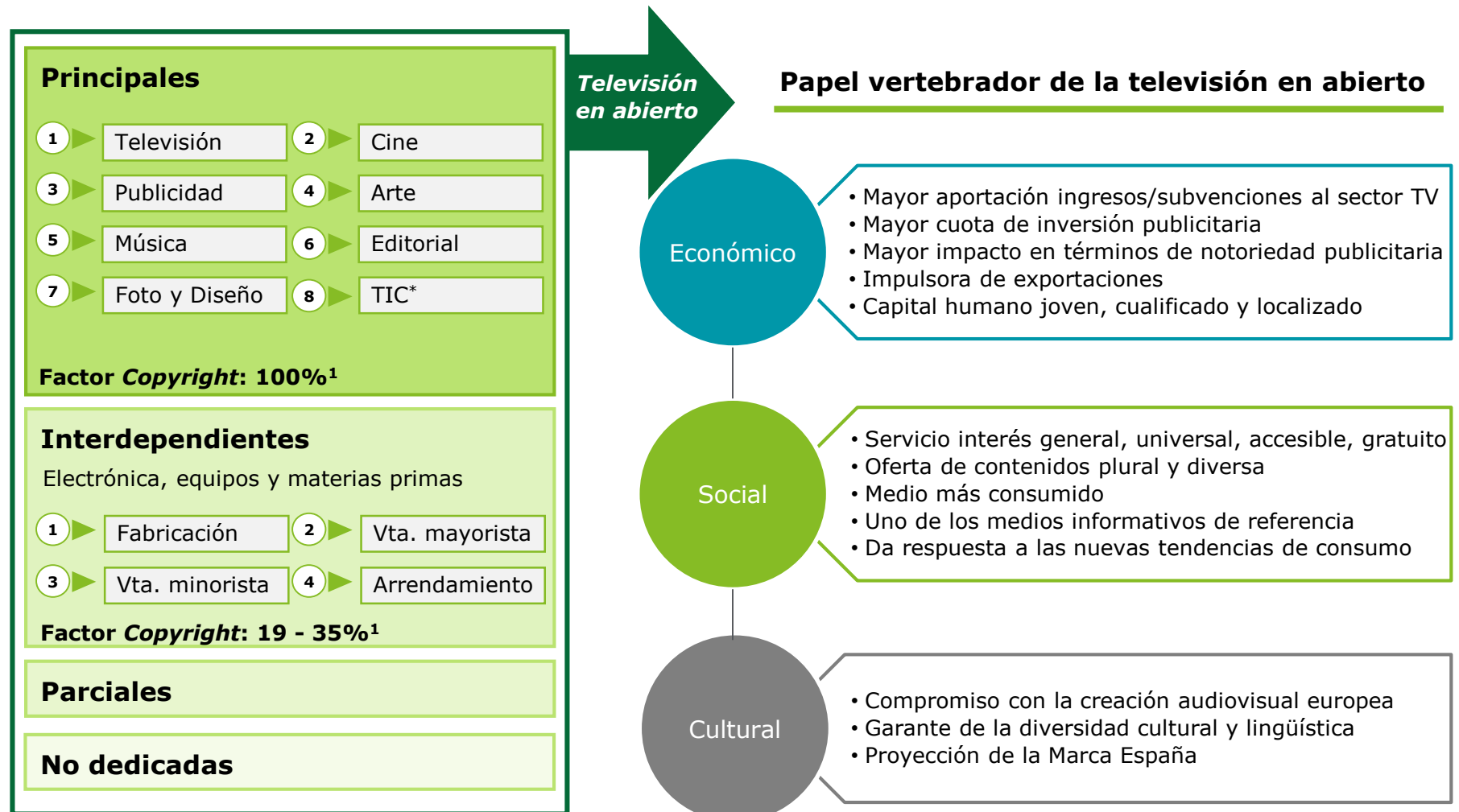


World International Property Organization (WIPO)



European Patents Office (EPO) y Office for Harmonization in the Internal Market (OHIM)

Televisión en abierto: papel vertebrador en la economía, la sociedad y la cultura

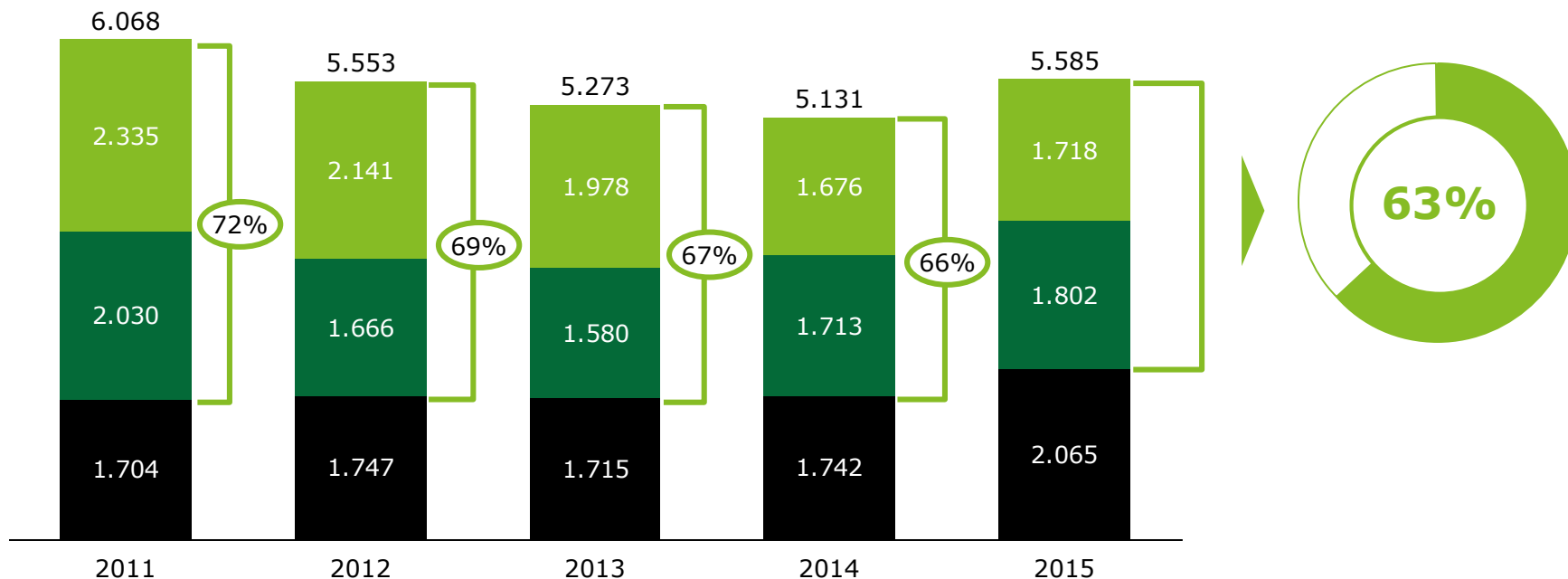


Nota: categorización ICC no exhaustiva, descriptivo de las 133 ICC. Detalle de industrias consideradas: ver Anexo III| (*): Incluye las industrias TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) consideradas como principales según la metodología WIPO, EPO-OHIM

Fuente: ⁽¹⁾ Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union 2013, EPO-OHIM (WIPO)

La mayor aportación económica en ingresos y subvenciones al sector televisivo

Ingresos y subvenciones del sector televisivo en España¹



Datos: millones de euros

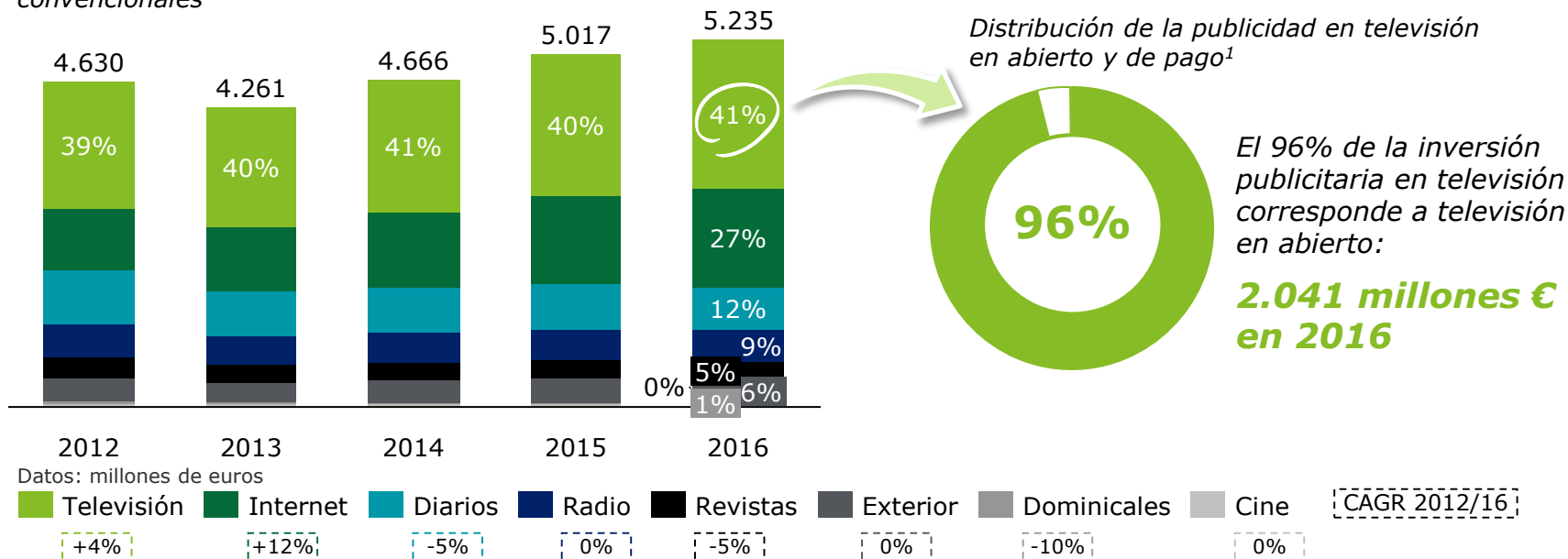
- Subvenciones (Compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público)
- Ingresos televisión en abierto
- Ingresos televisión de pago

Nota: las compensaciones por el cumplimiento del servicio público hacen referencia a las otorgadas por las administraciones públicas a los operadores públicos de ámbito estatal y autonómico para gestionar los servicios de radio y televisión

La mayor cuota de inversión publicitaria en medios convencionales

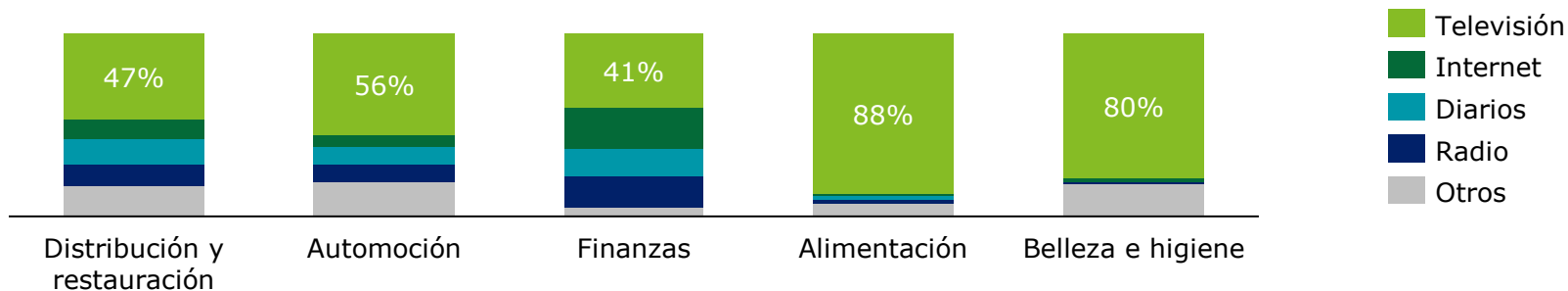
Evolución de la inversión publicitaria por medio

Distribución de la inversión real estimada en medios convencionales¹



Inversión publicitaria por sectores

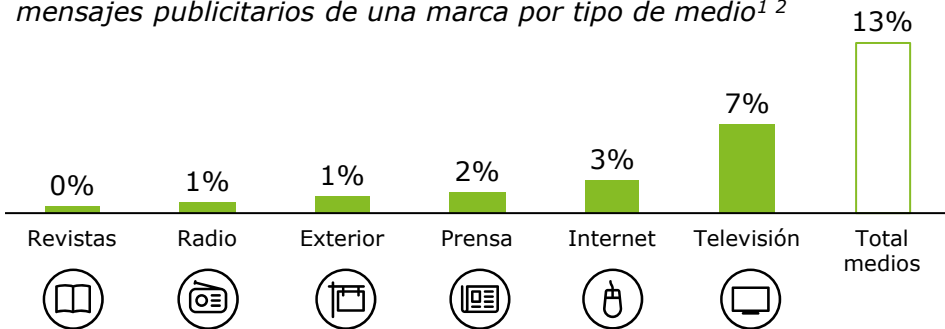
Distribución inversión controlada total por medio de los top 5 sectores con mayor inversión publicitaria, 2016¹



El mayor impacto en términos de notoriedad publicitaria

Notoriedad de los medios publicitarios

Porcentaje de personas que recuerdan haber percibido mensajes publicitarios de una marca por tipo de medio^{1 2}

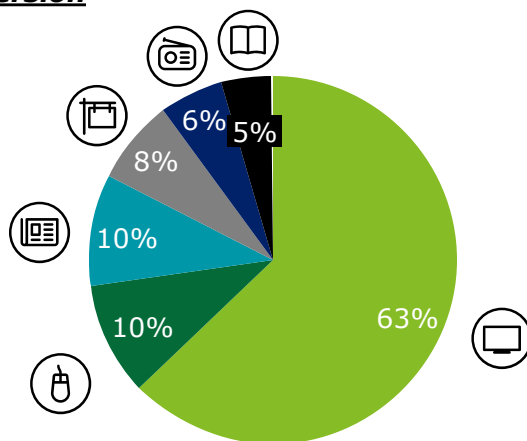


El **51%** de la notoriedad total generada por los medios publicitarios proviene de la **televisión**

Mix campaña optimizada

Inversión

Distribución de la inversión por medio en una campaña optimizada²



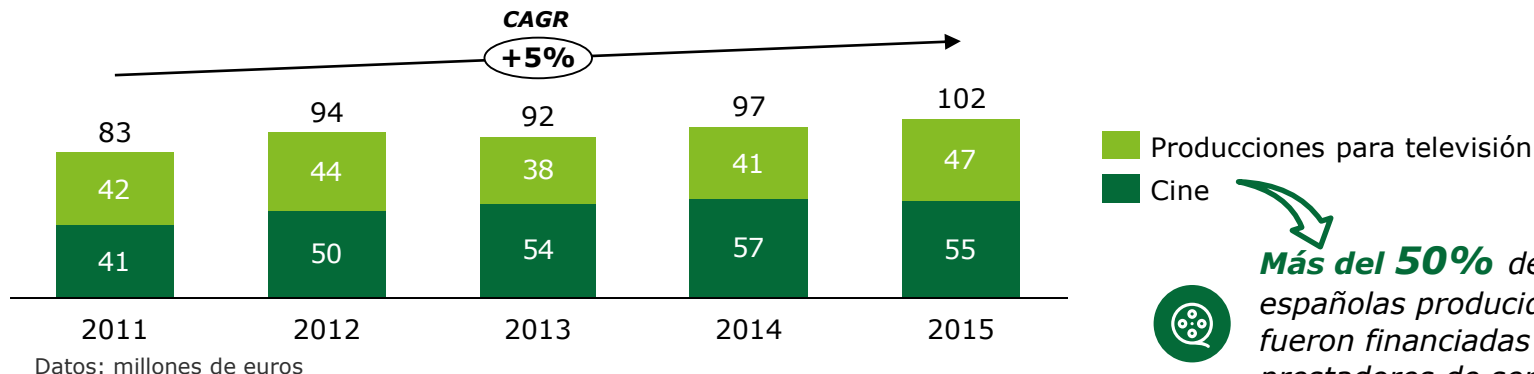
Notoriedad

"Una campaña **sin televisión perdería el 61% de la notoriedad** frente a una campaña optimizada"^{1 2}

Impulsora de las exportaciones del sector audiovisual y de las telecomunicaciones

Exportación de la producción audiovisual española

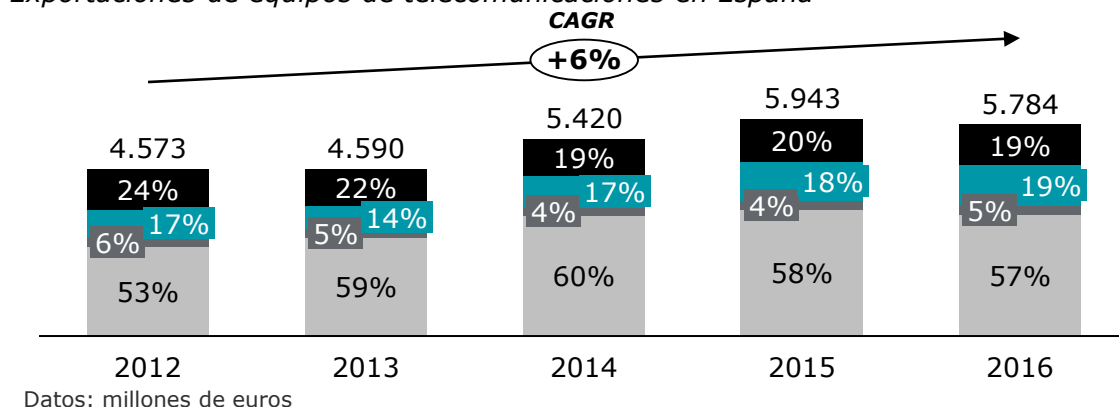
Exportaciones de las producciones audiovisuales en España¹



Más del **50%** de las películas españolas producidas en 2015, fueron financiadas por prestadores de servicio de comunicación audiovisual²

Exportaciones del sector telecomunicaciones

Exportaciones de equipos de telecomunicaciones en España⁴



Los **equipos de telecomunicaciones** representan el **18%** del total de la producción de las TIC en España³

- Monitores, proyectores y receptores de televisión
- Cámaras de video y televisión
- Equipos de transmisión y comunicación de voz, imágenes y datos
- Otros (radioreceptores, grabadores de sonido, teléfonos...)

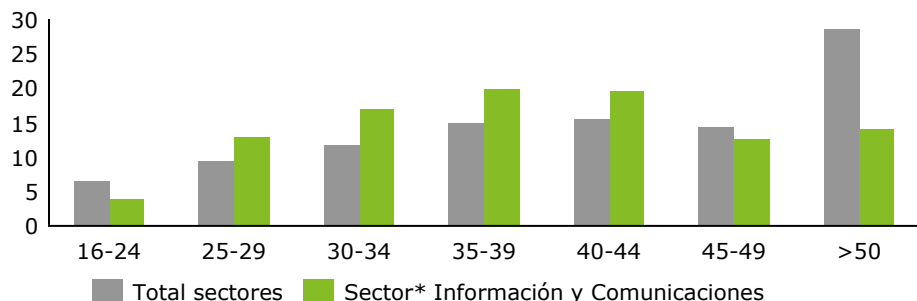
Fuente: (1) Memoria FAPAE, 2015 | (2) Informe anual FOE 2015, CNMC (nº de películas españolas financiadas). Anuario del cine, año 2015, MECD (nº de películas españolas producidas) | (3) Indicadores del Sector de las TIC 2014, INE | (4) Datacomex, MINECO

Capital Humano: joven, cualificado y localizado



Contribución al empleo joven

Distribución de la población activa por rango de edad, 2016¹ (%)



El sector "actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical" es **uno de los 9 sectores con mejor comportamiento** entre 2014 y 2015 en el volumen de **jóvenes afiliados a la Seguridad Social**²

Cualificación del empleo en el sector

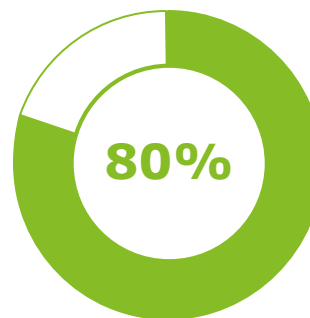
Talento en el sector* de Información y Comunicaciones:



En 2014, se posiciona como el **6º sector con mayor número de titulados universitarios** (del curso 2009-10) de un total de 21 sectores de actividad¹

Empleo localizado

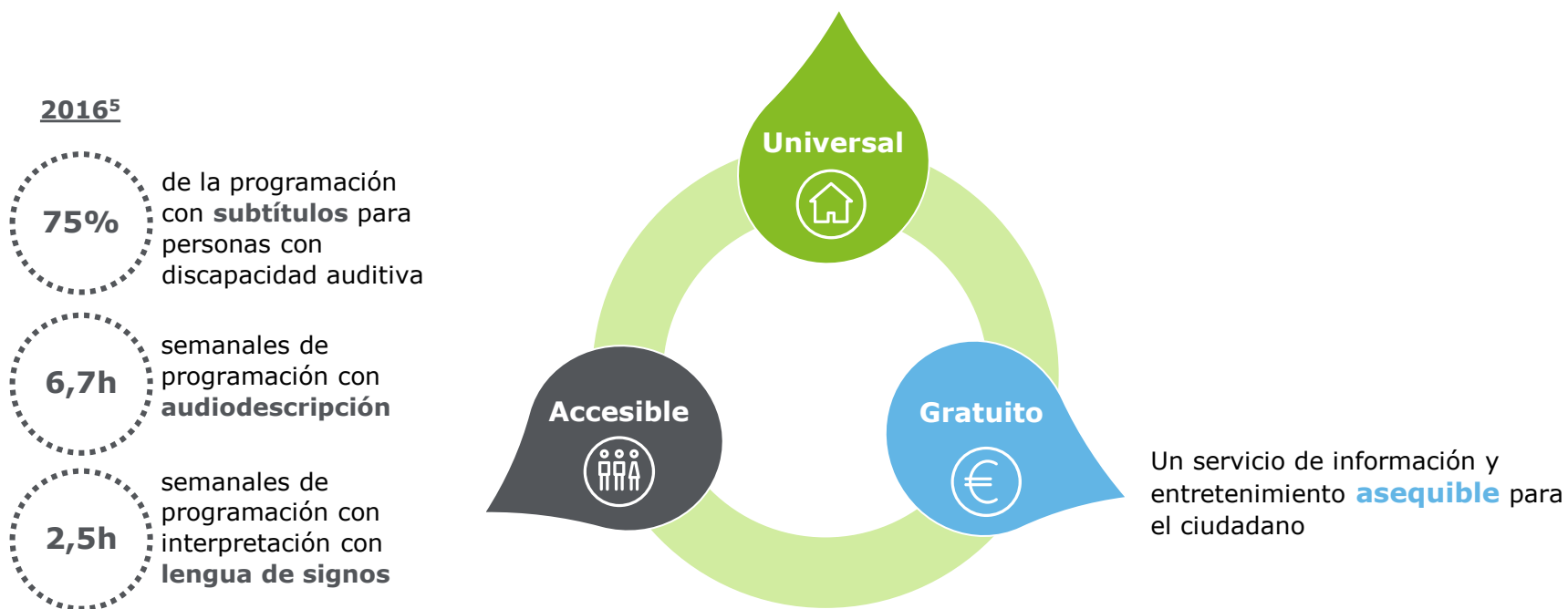
Contribución de la televisión al empleo en las **comunidades autónomas**:



En las **comunidades autónomas con televisión autonómica**, un **80%** del empleo en la industria audiovisual, depende de las televisiones³

Un servicio universal, accesible y gratuito

- El **99%** de los hogares con televisión tienen acceso a la televisión digital¹. Las actuales instalaciones de recepción de los ciudadanos están adaptadas a las frecuencias que utiliza la TDT²
- Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal y autonómica y los titulares de licencias del servicio de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal, deberán alcanzar al menos, el **96-98%** de la población³
- Las **administraciones autonómicas y locales** cumplen un papel decisivo en completar la extensión al máximo posible de la cobertura de la televisión en abierto⁴

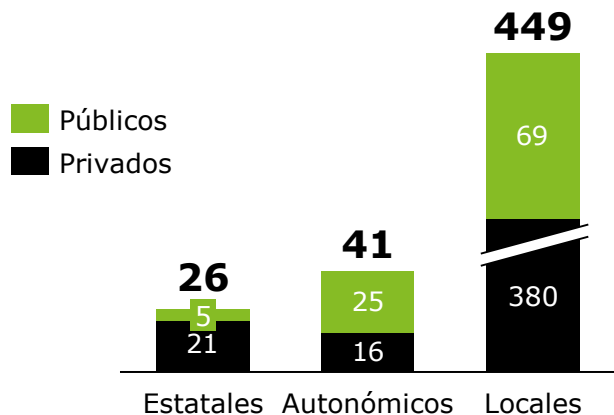


La televisión en abierto es un **servicio de interés general** que se desarrolla en régimen **de libre competencia⁶** y donde se presta el **servicio público estatal y autonómico de televisión**

Oferta diversa y plural

Oferta de canales

Número de canales disponibles en televisión en abierto^{1 2 3 4}



Desconexiones territoriales	Estatales	Autonómicos	Locales
	17	9	-

- Coexistencia de canales públicos y privados que fomenta el **pluralismo**
- Los canales autonómicos y locales y las desconexiones territoriales garantizan la oferta de un contenido de **"proximidad"**

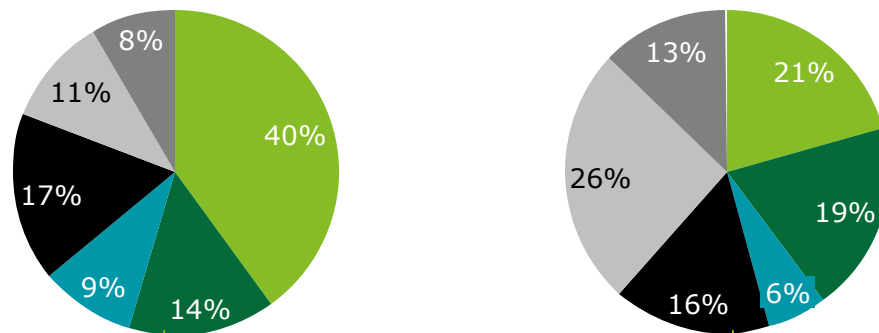
Canales estatales¹



Canales autonómicos³



Distribución del tiempo de emisión por género de los canales estatales y autonómicos⁵



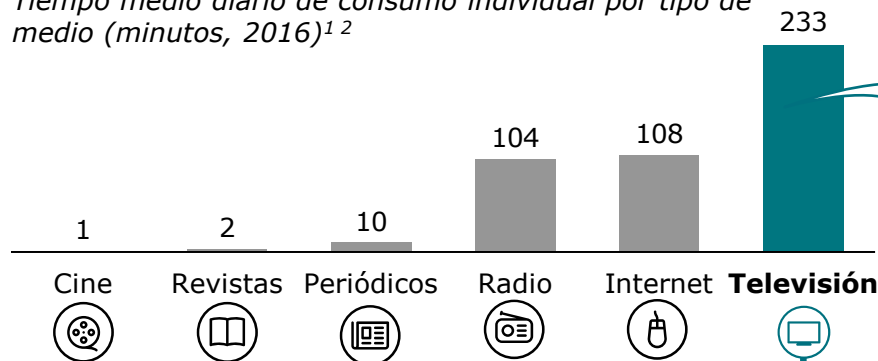
Emisiones 24 x 7 x 365



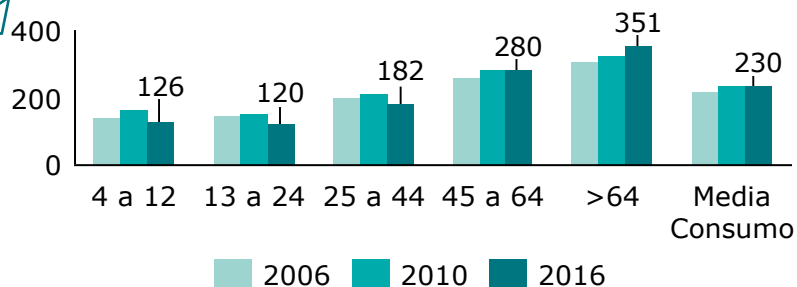
El medio más consumido: 93% de audiencia televisiva

Tiempo de consumo

Tiempo medio diario de consumo individual por tipo de medio (minutos, 2016)^{1 2}

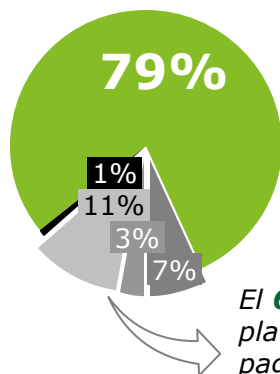


Tiempo medio diario de consumo individual de televisión por edades (minutos sin considerar consumo en diferido)^{2 3}



Audiencia por tecnología de distribución

Audiencia por tecnología total televisión, 2016⁴

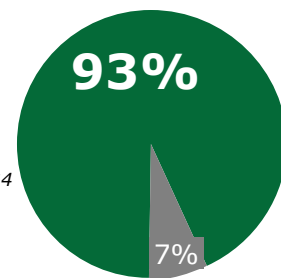


El 68% de la audiencia en las plataformas de televisión de pago es de canales TDT^{4 *}

■ TDT ■ IPTV ■ Satélite ■ Cable ■ OTT (Over the top)

Audiencia por tipología de canal

Audiencia por tipología de canal total televisión, 2016⁴



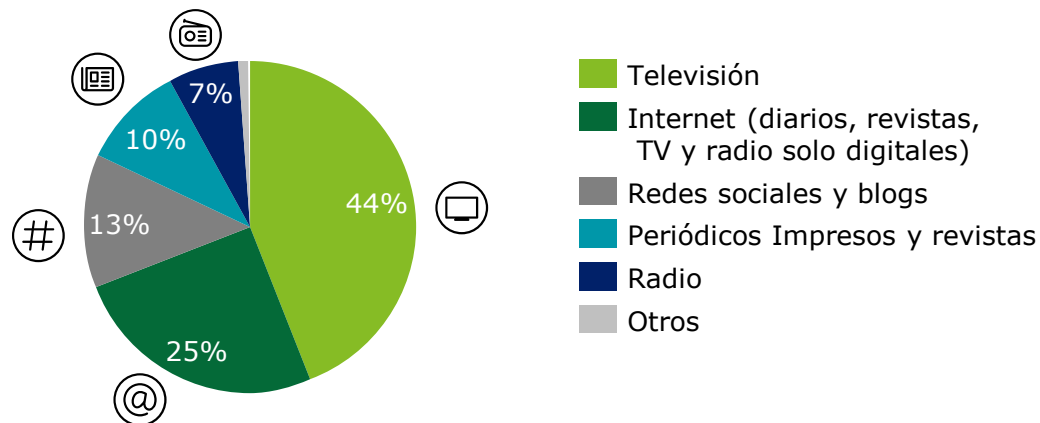
■ Canales TDT* ■ Canales de pago

Fuente: (1) Marco General de los Medios en España 2017, AIMC | (2) Análisis Televisivo Año 2016, Barlovento (Se ha considerado el consumo de televisión en diferido) | (3) Anuario Televisión 2016, SGAE | (4) La Televisión de pago 2016, Barlovento | (*) Nota: los canales TDT hacen referencia a los canales en abierto producidos originalmente para ser distribuidos a través de la TDT y que actualmente pueden ser distribuidos, de forma adicional, por las plataformas de televisión de pago

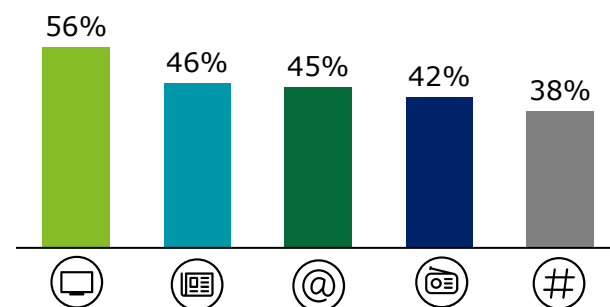
Uno de los medios informativos de referencia

Medio de información más utilizado y en el que más se confía

Fuente preferida para informarse entre usuarios de noticias online en España, 2016¹



% de personas que confían en las noticias de cada medio de comunicación, 2016¹

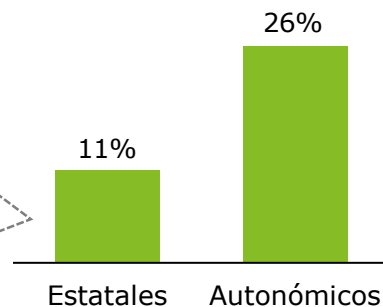


4 de los 5 medios preferidos para informarse de las noticias son **canales de televisión**¹

Contribuye a garantizar el derecho constitucional de acceso a la información

Tiempo medio de emisión de contenido de información sobre el total del tiempo de emisión por tipología de canales de televisión en abierto²

El servicio público estatal, a través de su canales *La 1* y *Canal 24 horas*, emite contenido de información durante el **38%** y **94%**, respectivamente, sobre el total del tiempo de emisión³



La televisión actúa para las instituciones públicas como medio de transmisión para dirigirse al conjunto de la sociedad

"En 2017 se empleará la televisión en el 24% de las campañas institucionales"⁴

Da respuesta a las nuevas tendencias de consumo



Mejora la experiencia de usuario

Responde a las nuevas modalidades de consumo




Fomenta la interactividad con el ciudadano

Desarrollo tecnológico e innovación

Nuevos canales de distribución de contenido




Interactividad a través del medio online

Evolución de **herramientas y funcionalidades**





-  HbbTV*
-  EPG* *enriquecida*
-  *Audio en versión original*

Contenido de televisión tradicional disponible en **plataformas digitales propias en formato lineal y a la carta**

Contenido específico para plataformas digitales y Redes Sociales

-  *Entrevistas*
-  *Noticias*
-  *Contenido extra*

Aplicaciones propias adaptadas para **distintos dispositivos**

-  *Móvil*
-  *Tablet*
-  *Smart TV*
-  *Vídeo consola*
-  *Smart Watch*


Creación de contenido por parte de los **ciudadanos**


-  *Envío de vídeos*
-  *Envío de fotos*
-  *Envío de noticias*

Comunicación con el ciudadano a través de **aplicaciones de "segunda pantalla"**

-  *Preguntas*
-  *Comentarios*
-  *Opiniones*

Repercusión social a través del **diálogo** fomentado en las Redes Sociales

 *35% de los trending topics son sobre TV y Radio²*

 *En 2015 2,5 millones de usuarios únicos difundieron 83 millones de tweets relacionados con programas de televisión³*

Nota: análisis de mejores prácticas ilustrativo, no exhaustivo

Fuente: ⁽¹⁾ Páginas webs de los operadores de televisión en abierto | ⁽²⁾ Informe sobre el Trending Topic 2014, Marketing Actual | ⁽³⁾ Kantar Twitter TV Ratings

(*): HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV), EPG (Electronic Program guide), UHD (Ultra High Definition)

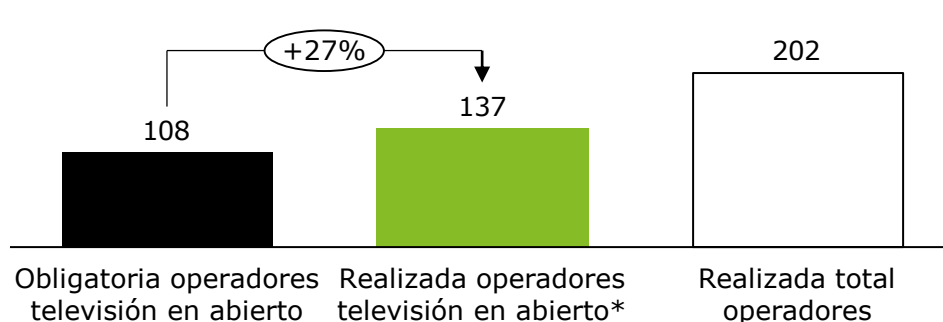
Compromiso con la creación audiovisual europea

Financiación y emisión de obras europeas

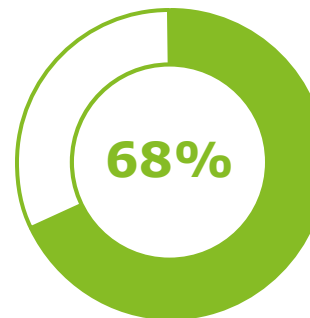
Requerimientos de la LGCA¹

- **51%** del **tiempo de emisión** anual debe ser de obras europeas
- **Financiación anticipada** de obras europeas con el **5%/6%** de los ingresos del año anterior

Inversión en obra europea, 2015²

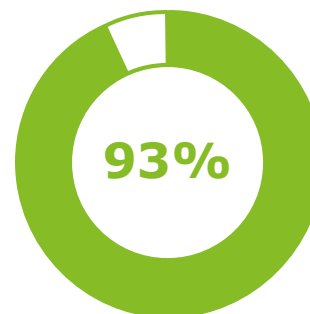


Datos: millones de euros



El **68%** de la **financiación de obras europeas** en **España** en 2015 fue realizada por los operadores **de televisión en abierto**

Distribución de la financiación realizada en 2015 por los operadores de televisión en abierto²



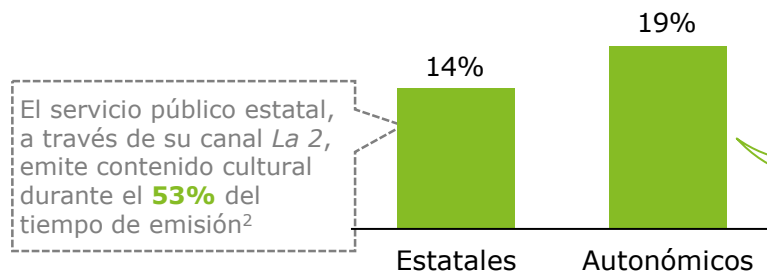
El **93%** de la **financiación de obras europeas** realizada por los operadores de televisión en abierto en España en 2015 se destinó a **producciones españolas**

(*) Nota: 137 millones de euros incluye únicamente la inversión en producción audiovisual reportada a efectos del cumplimiento de los requisitos de las obligaciones de financiación establecidas por la LGCA

Garante de la diversidad cultural y lingüística

Fomento de la diversidad cultural

Tiempo medio de emisión de contenido cultural sobre el total del tiempo de emisión de canales por tipología de canales de televisión en abierto¹



El servicio autonómico de televisión³:

- Articula un **espacio cultural y comunicativo propio**
- Vertebrada una **comunidad plural y diversa**
- Refuerza la **identidad de cada comunidad**
- Potencia la **memoria histórica cultural**
- Fomenta la emisión de **contenidos** de ficción, información y cultura **adaptados a cada comunidad**



Operadores de televisión en el grupo de los usuarios que contribuyen con su actividad en mayor medida al desarrollo de los **derechos de propiedad intelectual**

Fomento de la diversidad lingüística

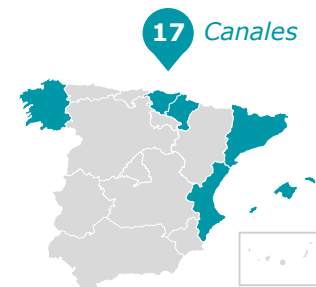
Requerimientos de la LGCA⁴

- **50%** del **tiempo de emisión** de obras europeas debe ser en **cualquiera de las lenguas españolas**
- **60%** de la **financiación** debe ser destinada a la producción de obras en **alguna lengua española oficial**



Los distintos **contratos programa** de los operadores públicos y **Leyes de Normalización lingüística** de las comunidades autónomas fomentan el uso de la televisión como herramienta para el **conocimiento, difusión, promoción y dinamización de sus lenguas**

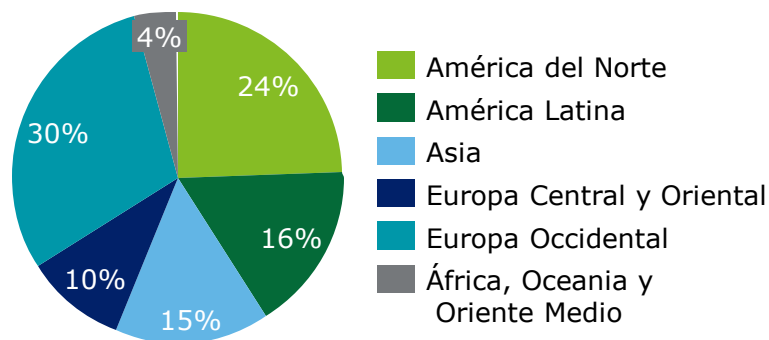
Número de canales autonómicos con programación significativa en alguna de las lenguas cooficiales⁵



Proyección de la Marca España

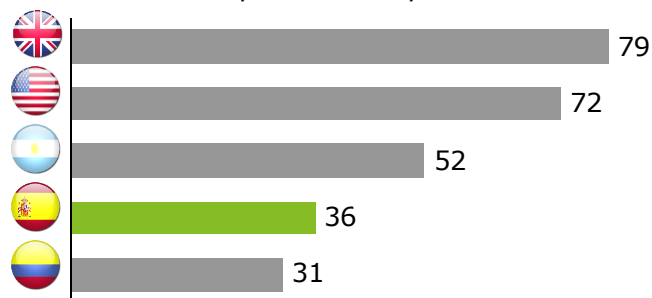
Fomento Marca España a través de la venta internacional de contenidos y formatos nacionales

Distribución de ventas internacionales de producción audiovisual española por destino geográfico¹



Total: 102 millones €

Top 5 países en número de formatos vendidos internacionalmente para ser adaptados localmente²



Ejemplos de **series españolas** producidas para operadores de televisión en abierto adaptadas en el extranjero³



Los misterios de Laura

- Producción para TVE
- Adaptada en países como EEUU (NBC), Holanda (SBS6), Ucrania (STB)



Pulseras Rojas

- Producción para TV3
- Adaptada en países como EEUU (FOX), Italia (Rai1), Chile (TVN)

Películas españolas de mayor recaudación en el extranjero en 2016 en las que participaron operadores de televisión en abierto⁴



En el corazón del mar

- Participación de Atresmedia Cine en la producción
- Recaudación fuera de España de más de 10 millones de euros en 2016



Atrapa la bandera

- Participación de Telecinco Cinema en la producción
- Recaudación fuera de España de más de 5 millones de euros en 2016

Fomento Marca España a través de los canales internacionales



Al servicio del **ciudadano español** en el extranjero



Vehículo directo de **transmisión de cultura española**



Más de 10 canales internacionales ofrecidos por los operadores de televisión en abierto estatales y autonómicos⁵

Televisión en abierto: impulsora de las ICC y vertebradora de la sociedad



5,9% - 6,9%

PIB

*Contribución
ICC a la
economía
española*



4,2% - 5,2%

Empleo

Mayor aportación al sector televisivo en ingresos y subvenciones y **soporte más elegido** por los anunciantes



**Televisión
en abierto**

93% de audiencia televisiva

Servicio de interés general, **universal**, **accesible** y **gratuito**

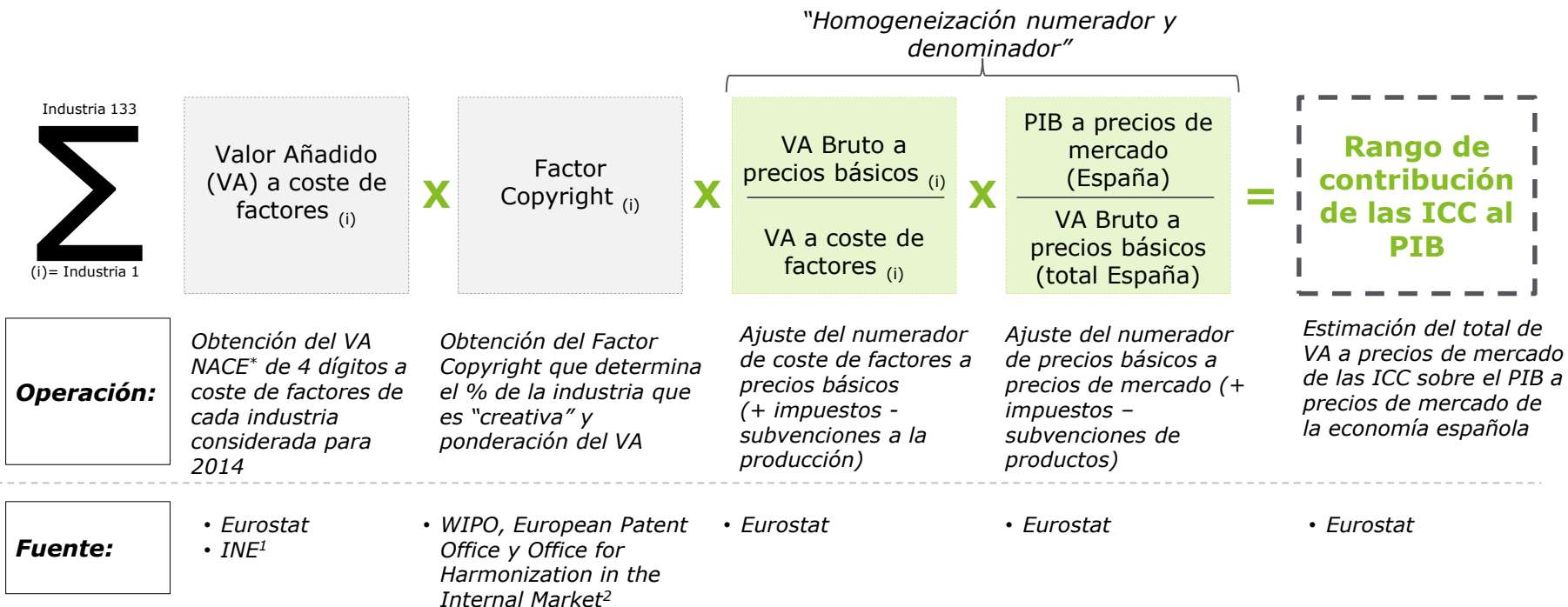


Motor de la **cultura** y **diversidad lingüística** e impulsora de la **Marca España**



Anexos

Anexo I: Metodología aplicada contribución ICC al PIB en España



Eurostat presenta los VA a coste de factores de las industrias a distintos niveles de agregación. Los datos más desagregados corresponden a NACEs de 4 dígitos y los menos desagregados a NACEs de 2 dígitos. La suma de los datos de NACEs de 4 dígitos con los mismos 3 primeros dígitos es igual al dato del NACE de 3 dígitos correspondiente, dándose la misma relación entre los NACEs de 3 dígitos y los NACEs de 2 dígitos.

En el caso de no estar disponibles los datos de NACEs de 4 dígitos, se han considerado los NACEs de 3 dígitos, obteniendo el siguiente rango de contribución de las ICC al PIB:

- Valor inferior: en el caso de NACEs de 4 dígitos sin datos disponibles y con un Factor Copyright distinto al resto de NACEs de 4 dígitos que componen el NACE de 3 dígitos, no se ha considerado su VA a coste de factores.
- Valor superior: en el caso de NACEs de 4 dígitos sin datos disponibles y con un Factor Copyright distinto al resto de NACEs de 4 dígitos que componen el NACE de 3 dígitos, se ha distribuido el VA a coste de factores del NACE de 3 dígitos una vez deducidos los datos disponibles de sus correspondientes NACEs de 4 dígitos, estimando así su VA a coste de factores.

⁽¹⁾ Cuando el VA a coste de factores de un NACE de 3 dígitos no está disponible en Eurostat, se ha considerado la información aportada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

⁽²⁾ *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright Industries 2015 Revised Edition*, WIPO. *Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union 2013*, EPO-OHIM (WIPO)

(*) Nomenclatura estadística de actividades económicas de la Comunidad Europea

Anexo II: Metodología aplicada contribución ICC al empleo en España

Industria 133



(i)= Industria 1

Número de empleados (i)

X

Factor Copyright (i)

=

Rango de contribución de las ICC al empleo en España

Operación:

Obtención del número de empleados NACE de 4 dígitos de cada industria considerada para 2014¹

Obtención del Factor Copyright que determina el % de la industria que es "creativa" y ponderación del número de empleados

Estimación del total número de empleados de las ICC sobre el número total de empleados en España (concepto doméstico³)

Fuente:

- Eurostat
- INE¹

- European Patent Office y Office for Harmonization in the Internal Market²

- Eurostat

Eurostat presenta el número de empleados de las industrias a distintos niveles de agregación. Los datos más desagregados corresponden a NACEs de 4 dígitos y los menos desagregados a NACEs de 2 dígitos. La suma de los datos de NACEs de 4 dígitos con los mismos 3 primeros dígitos es igual al dato del NACE de 3 dígitos correspondiente, dándose la misma relación entre los NACEs de 3 dígitos y los NACEs de 2 dígitos.

En el caso de no estar disponibles los datos de NACEs de 4 dígitos, se recurre a los NACEs de 3 dígitos, obteniendo el siguiente rango de contribución de las ICC al empleo en España:

- Valor inferior: en el caso de NACEs de 4 dígitos sin datos disponibles y con un Factor Copyright distinto al resto de NACEs de 4 dígitos que componen el NACE de 3 dígitos, no se han considerado los correspondientes números de empleados.
- Valor superior: en el caso de NACEs de 4 dígitos sin datos disponibles y con un Factor Copyright distinto al resto de NACEs de 4 dígitos que componen el NACE de 3 dígitos, se ha distribuido el VA a coste de factores del NACE de 3 dígitos una vez deducidos los datos disponibles de sus correspondientes NACEs de 4 dígitos, estimando así su número de empleados.

(1) Cuando el número de empleados de un NACE de 3 dígitos no está disponible en Eurostat, se ha considerado la información aportada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

(2) Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright Industries 2015 Revised Edition, WIPO. Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union 2013, EPO-OHIM (WIPO)

(3) Según Eurostat la variable "Employees, domestic concept" incluye empleados residentes y no residentes que trabajan en unidades de producción residentes

Anexo III: Industrias consideradas contribución ICC (I/II)

Industrias Principales (46 industrias)

Reproduction of recorded media
Sound recording and music publishing activities
Radio broadcasting
Wired telecommunications activities
Wireless telecommunications activities
Satellite telecommunications activities
Other telecommunications activities
Specialised design activities
Photographic activities
Translation and interpretation activities
Printing of newspapers
Other printing
Pre-press and pre-media services
Binding and related services
Retail sale of books in specialised stores
Retail sale of newspapers and stationery in specialised stores
Retail sale of music and video recordings in specialised stores
Book publishing
Publishing of newspapers
Publishing of journals and periodicals
Other publishing activities
Publishing of computer games
Other software publishing
Motion picture projection activities
Computer programming activities
Computer consultancy activities
Computer facilities management activities
Other information technology and computer service activities
Data processing, hosting and related activities
Web portals
News agency activities
Other information service activities n.e.c.
Advertising agencies
Media representation
Motion picture, video and television programme production activities
Motion picture, video and television programme post-production activities
Motion picture, video and television programme distribution activities
Television programming and broadcasting activities
Photocopying, document preparation and other specialised office support activities
Performing arts
Support activities to performing arts
Artistic creation
Operation of arts facilities
Library and archives activities
Activities of amusement parks and theme parks
Other amusement and recreation activities

Industrias Interdependientes (22 industrias)

Manufacture of computers and peripheral equipment
Manufacture of communication equipment
Manufacture of consumer electronics
Manufacture of optical instruments and photographic equipment
Manufacture of musical instruments
Manufacture of pulp
Manufacture of paper and paperboard
Manufacture of other chemical products n.e.c.
Manufacture of fibre optic cables
Manufacture of office machinery and equipment (except computers and peripheral equipment)
Wholesale of electrical household appliances
Wholesale of computers, computer peripheral equipment and software
Wholesale of electronic and telecommunications equipment and parts
Wholesale of other office machinery and equipment
Wholesale of other intermediate products
Retail sale of computers, peripheral units and software in specialised stores
Retail sale of audio and video equipment in specialised stores
Other retail sale of new goods in specialised stores
Renting of video tapes and disks
Renting and leasing of other personal and household goods
Renting and leasing of office machinery and equipment (including computers)
Renting and leasing of other machinery, equipment and tangible goods n.e.c.

Anexo III: Industrias consideradas contribución ICC (II/II)

Industrias Parciales (39 industrias)

Manufacture of footwear
Manufacture of games and toys
Manufacture of knitted and crocheted fabrics
Manufacture of carpets and rugs
Manufacture of leather clothes
Manufacture of workwear
Manufacture of other outerwear
Manufacture of underwear
Manufacture of other wearing apparel and accessories
Manufacture of knitted and crocheted hosiery
Manufacture of other knitted and crocheted apparel
Manufacture of other products of wood; manufacture of articles of cork, straw and plaiting materials
Manufacture of paper stationery
Manufacture of wallpaper
Manufacture of flat glass
Manufacture of hollow glass
Manufacture and processing of other glass, including technical glassware
Manufacture of cutlery
Manufacture of other fabricated metal products n.e.c.
Manufacture of office and shop furniture
Manufacture of kitchen furniture
Manufacture of mattresses
Manufacture of other furniture
Striking of coins
Manufacture of jewellery and related articles
Wholesale of textiles
Wholesale of clothing and footwear
Wholesale of china and glassware and cleaning materials
Wholesale of furniture, carpets and lighting equipment
Wholesale of watches and jewellery
Wholesale of other household goods
Retail sale of textiles in specialised stores
Retail sale of carpets, rugs, wall and floor coverings in specialised stores
Retail sale of furniture, lighting equipment and other household articles in specialised stores
Retail sale of clothing in specialised stores
Retail sale of footwear and leather goods in specialised stores
Architectural activities
Engineering activities and related technical consultancy
Museums activities

Industrias No dedicadas (26 industrias)

Wholesale on a fee or contract basis
Wholesale of household goods
Wholesale of other machinery, equipment and supplies
Non-specialised wholesale trade
Retail sale in non-specialised stores
Retail sale of information and communication equipment in specialised stores
Retail sale of other household equipment in specialised stores
Retail sale of other goods in specialised stores
Retail sale via stalls and markets
Retail trade not in stores, stalls or markets
Passenger rail transport, interurban
Freight rail transport
Other passenger land transport
Freight transport by road and removal services
Sea and coastal passenger water transport
Sea and coastal freight water transport
Inland passenger water transport
Inland freight water transport
Passenger air transport
Freight air transport and space transport
Warehousing and storage
Support activities for transportation
Postal activities under universal service obligation
Other postal and courier activities
Travel agency and tour operator activities
Other reservation service and related activities

Contexto del informe

Este informe ha sido preparado para el grupo Televisión Abierta de acuerdo con los términos y condiciones establecidos en el contrato de 9 de mayo de 2017, “Contribución de las Industrias Culturales y Creativas a la economía española y papel vertebrador de la Televisión en abierto – Propuesta de servicios profesionales”, que incluye tanto la Propuesta de servicios profesionales, como el Anexo con las Condiciones Generales de Contratación.

Nuestro trabajo ha consistido exclusivamente en la realización de los procedimientos que se indican en el citado contrato de 9 de mayo de 2017, 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 de la que se pueda derivar responsabilidad alguna para Deloitte Advisory, S.L. (en adelante también, Deloitte), no aceptando responsabilidad, deber ni obligación hacia ninguna otra persona física o jurídica que pudiera tener acceso a este documento y que pretenda utilizarlo con una finalidad distinta al objetivo del mismo.

Los datos utilizados para llevar a cabo el trabajo han sido extraídos de información pública disponible en el mercado, tal como se referencia caso por caso a lo largo del documento, cifras no auditadas por Deloitte, no habiendo sido, por tanto, objeto de verificación. El alcance de este documento no incluye la opinión de Deloitte sobre la veracidad de dichos importes ni tiene, en ningún caso, el alcance de un informe de auditoría. Así mismo, no asumimos responsabilidad en cuanto a la actualización que habría que realizar del contenido de este documento como consecuencia de aquellos hechos o circunstancias que se produzcan después de la fecha del mismo.

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.

En relación con el grupo Televisión Abierta, Deloitte no ha realizado funciones ni tomado decisiones propias del mismo, ni participado en su proceso de toma de decisiones, comprometiéndose el grupo Televisión Abierta a analizar la adecuación de nuestros servicios y a asumir la responsabilidad de los mismos y de sus resultados. Nuestros servicios no han implicado nuestra participación en la elaboración de información financiera o de cualquier documento contable, ni en la elaboración de información futura o proyectada, ni han implicado participar o llevar a cabo negociaciones con terceros en nombre del grupo Televisión Abierta.



Concha Iglesias Jiménez
Socio
Deloitte Advisory, S.L.

Personas de contacto

Concha Iglesias Jiménez

Socio responsable de la Industria de Medios de Comunicación y Entretenimiento y la Industria de Tecnología en España

Tel. +34 914 432 882

Móvil +34 628 054 421

coiglesias@deloitte.es

Jorge Bujía

Manager de consultoría de la Industria de Medios de Comunicación y Entretenimiento

Tel. +34 914 432 928

Móvil +34 626 593 209

jbujia@deloitte.es



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.