

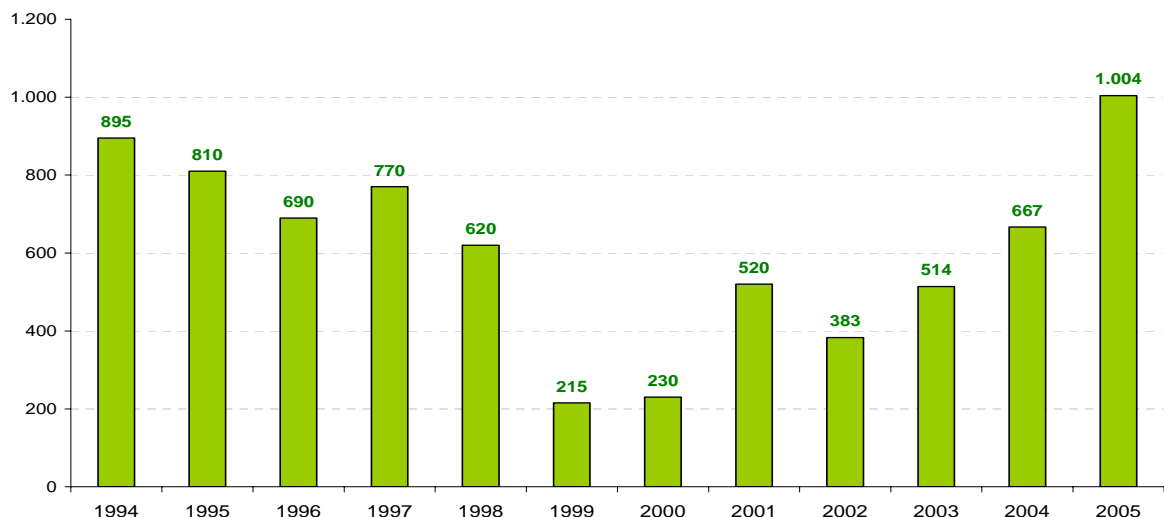
INDUSTRIA DEL VIDEO

❖ Números en alza

Entre 2002 y 2005, la cantidad de títulos editados en video aumentó un 300%. Los datos disponibles correspondientes a la industria del video muestran una notoria mejora del sector año tras año. Con más

de 1.000 películas, series, etc. editados en 2005, el mercado videográfico superó los niveles alcanzados durante los mejores años de la década del '90, cuando se llegaron a producir cerca de 900 títulos (1994).

Video. Cantidad de títulos editados anualmente. Argentina. Años 1994-2005



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Seivach (2003) y UAV - OIC (GCBA)

❖ Déme dos

Otro ejemplo que muestra una mejora global en el sector es la **venta de videos**, bien a los videoclubes para su posterior alquiler, bien al público en general en dichos locales. La comercialización mayo-

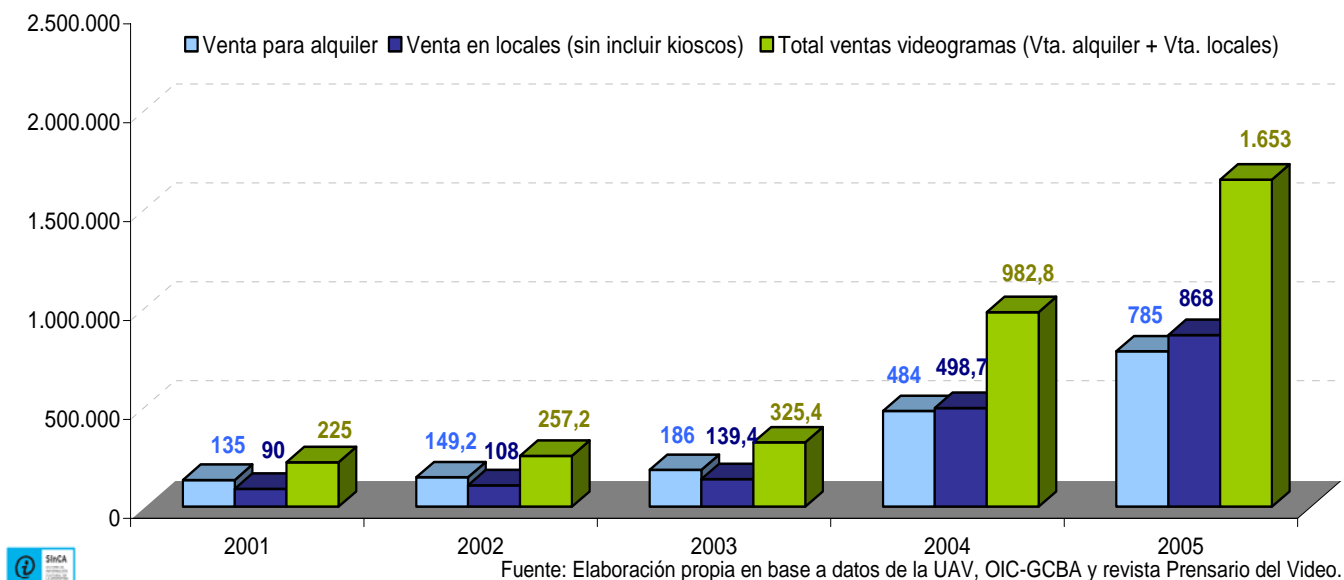
rista de videogramas, **creció (vta. videoeditoras a videoclubes), un 135%** en sólo 3 años (2002-2005). El soporte estrella de éste crecimiento fue sin lugar a dudas el **DVD**: de **149.000 en 2002**, los vi-

deoclubs pasaron a comprar, **en 2005, 785.000 unidades**, -un 525% más.

En el mismo trienio, **la venta minorista (retal, vta. al público) en formato DVD** -no hay datos respecto al VHS- **también creció más del 500%** (90.000 en 2002 frente a 868.000 en 2005). Ésta cifra es incluso superior, si se considera la **venta de uni-**

dades en los kioscos de diarios y revistas (sólo hay datos disponibles a partir de 2004). Según la Unión Argentina de Videoeditores (UAV), **en el 2005**, la misma superó las **650.000 unidades**. El siguiente gráfico muestra, para el período 2002-2005, el notorio incremento de la venta de videogramas en formato DVD:

Video digital. Total venta de unidades para alquilar y en comercios minoristas (en miles de unidades). Argentina. Años 2001-2005



❖ La supremacía DVD

Del punto anterior puede señalarse que la auspiciosa mejora exhibida por los números globales del sector parece explicarse tanto por la mejora en los niveles de ingresos de la población con posterioridad a la crisis socio-económica como por la irrupción de la tecnología digital. El **formato**

DVD trajo consigo una disminución de los costos de la copia en comparación con la tecnología magnética (VHS). El sostenido crecimiento de la industria se vio favorecido por su **mayor calidad en la definición** de las imágenes y sonidos, sumado al cada vez **menor costo de los reproductores de DVD**, los **flexibles pla-**

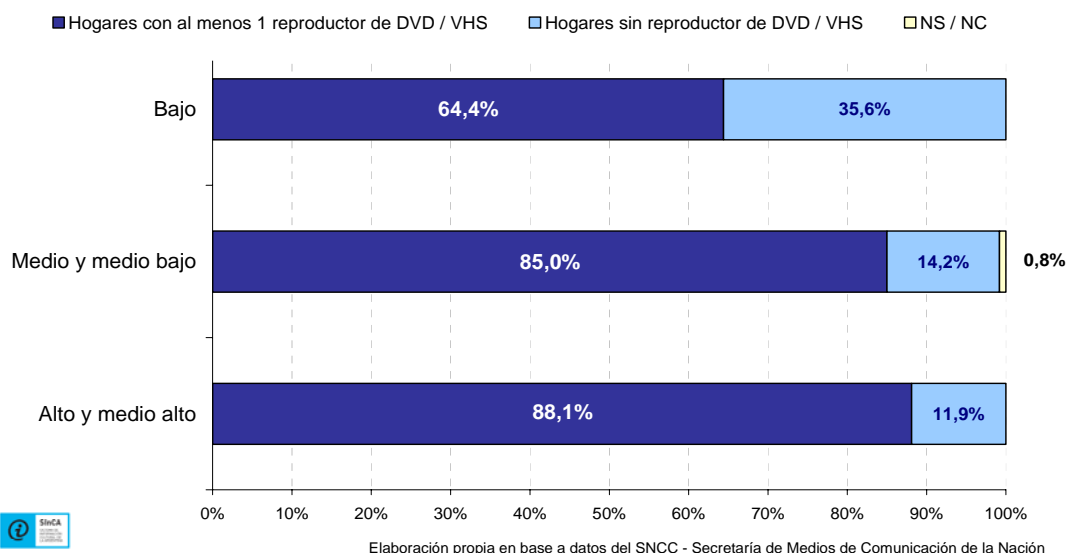
nes de pago para su adquisición y la amplitud de formatos fono y videográficos que éstos permiten reproducir.

El auge de la venta de reproductores de DVD acompañó y dinamizó o potenció el crecimiento del sector. Según estimaciones de la UAV, en 2001, el “parque de reproductores” de DVD era de 120.000 unidades. En 2005, había ascendido a 2.400.000. Si se proyecta un fuerte crecimiento sostenido para los años 2006 y 2007, la cantidad de estos artefactos digitales estaría entre los 5,5 y 6,0 millones. Ésta ponderación concuerda con la encuesta realizada por el Sistema Nacional de Consumos Culturales, la cuál aseguraba, ya a fines del 2006, que el 50% hogares del país contaba con al menos un reproductor de DVD.

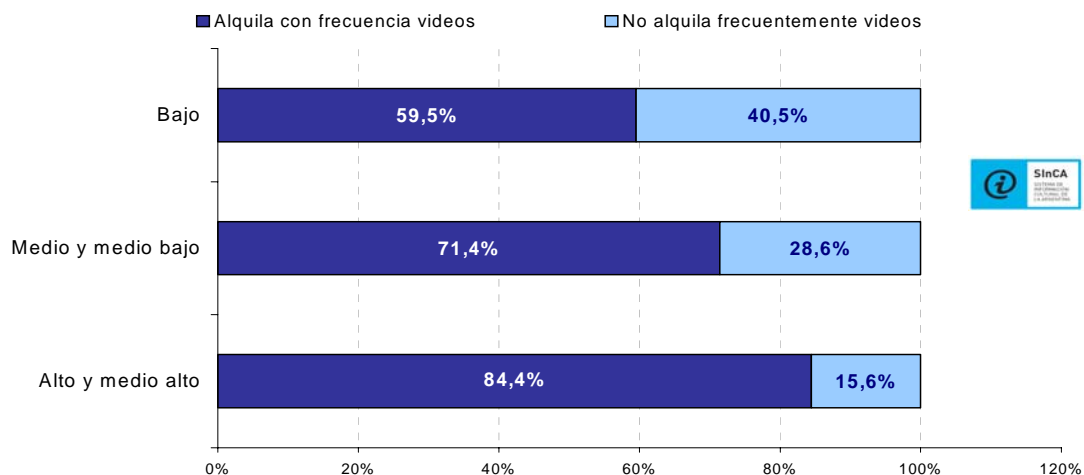
❖ ¿Y por casa cómo andamos?

Sin embargo, resulta decisivo visualizar el fenómeno digital a la luz del nivel socioeconómico de los hogares. Por ejemplo, si en los sectores de menores recursos existe al menos 1 reproductor de VHS o DVD en 6 de cada 10 hogares, en los sectores medios altos, esta proporción asciende a 8,4 por cada 10 hogares. Ésta cifra es muy similar si se analiza la frecuencia en el alquiler de películas o series por sector: mientras 4 de cada 10 hogares de bajos ingresos asegura no alquilar películas o series con frecuencia, 8,5 de cada 10 hogares de ingresos medios-altos o altos concurre con frecuencia al videoclub.

Video. Posesión de reproductores de VHS / DVD en hogares según nivel socioeconómico. Argentina. Año 2006



Video. Alquiler de VHS / DVD en hogares según nivel socioeconómico. Argentina. Año 2006



Elaboración propia en base a datos del SNCC - Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación

❖ **La concentración en el mercado videoeditor**

En la edición, sólo **5 empresas** (sobre un total de 10 significativas) **concentran el 95% del mercado**: AVH, Gativideo, Video La Rioja, Plus Video y Transeuropa. Si bien algunas de ellas **editan o realizan copias en provincias** como San Luís o La Rioja, las oficinas comerciales de todas estas empresas, lo mismo que la Institución que las nuclea, **se encuentran en Bs. As.**

Aunque no existen datos concretos, en el **área de la comercialización**, la cadena transnacional **Blockbuster** (con **más de 85 locales en las principales ciudades del país** y un millón de socios), **concentra una buena proporción del mercado**, tanto en relación a los alquileres como en la venta directa de DVDs.

❖ **Algunos números sobre la «piratería»**

Según la UAV, la circulación de «videos piratas» equivale al **50% / 52% del mercado formal**. Dicha proporción es **muy similar a la existente en la industria discográfica nacional**.

En términos monetarios, el mercado ilegal **genera pérdidas** al sector por **varias decenas de millones de U\$S**, al tiempo que **crea divisas** cercanas a los **\$330 millones**. Esta última **cifra equivale**, por ejemplo, a la **recaudación de la industria cinematográfica** en el país en 2007 (**\$322 millones**).