

# VÍDEO

## ¿Este muerto está muy vivo?

ALEJANDRO LUQUE, escritor y periodista

<b>1</b>	<b>Una visión cualitativa</b>
<b>2</b>	<b>El mercado de vídeo en España</b>
<b>3</b>	<b>Películas</b>
<b>4</b>	<b>Ventas</b>
<b>5</b>	<b>Vídeo e Internet</b>





<b>TABLA 1</b>	Evolución del equipamiento de los hogares. 2008-2013
<b>TABLA 2</b>	Tendencias del sector videográfico. 2002-2013
<b>TABLA 3</b>	Lanzamientos de películas para alquiler DVD. 2008-2013
<b>TABLA 4</b>	Histórico de lanzamientos en alquiler DVD por meses. 2008-2013
<b>TABLA 5</b>	Lanzamiento de películas DVD para venta. 2008-2013
<b>TABLA 6</b>	Evolución de las ventas en unidades de DVD. 2008-2013
<b>TABLA 7</b>	Evolución de las ventas DVD. 2008-2013
<b>TABLA 8</b>	Evolución del mercado del Blu-ray en España. 2008-2013
<b>TABLA 9</b>	Lanzamiento de películas para venta Blu-ray. 2008-2013
<b>TABLA 10</b>	Histórico de lanzamientos venta Blu-ray. 2008-2013
<b>TABLA 11</b>	Lanzamientos de películas para venta <i>pack</i> Blu-Ray. 2008-2013
<b>TABLA 12</b>	Evolución del Blu-ray Disc en España. 2008-2013



<b>GRÁFICO 1</b>	Evolución de la publicación de títulos videográficos (alquiler y venta). 2004-2013
<b>GRÁFICO 2</b>	Histórico del número de títulos lanzados para alquiler por meses. 2008-2013
<b>GRÁFICO 3</b>	Evolución del número de lanzamientos de venta por meses. 2008-2013
<b>GRÁFICO 4</b>	Películas por grupo de edad recomendado. 2013
<b>GRÁFICO 5</b>	Películas por grupo de edad recomendado. 2006-2013
<b>GRÁFICO 6</b>	Equipamiento tecnológico del hogar en España. 2008-2013
<b>GRÁFICO 7</b>	Total población 14-70 años que descarga audiovisual de Internet (últimos 3 meses). 2007-2013
<b>GRÁFICO 8</b>	Total descarga de vídeo/películas/series descargadas en 2013
<b>GRÁFICO 9</b>	Total archivos audiovisuales descargados al año. 2006-2013



## ¿Este muerto está muy vivo?

ALEJANDRO LUQUE Escritor y periodista

El chiste que circula por todas partes –la imagen de un cassette y un bolígrafo, junto a la leyenda “nuestros hijos nunca sabrán la relación entre estos dos objetos”– va camino de quedarse corto. La acelerada invasión de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos conseguirá a este paso que nuestros hijos no solo ignoren qué clase de artefacto es una cinta, sino el mecanismo de un disco compacto, o de un disco duro externo... Y puede que nosotros mismos no recordemos muy bien cómo funcionaban. El tiempo entre la llegada a nuestros hogares de nuevos medios y la hora de decirles adiós se acorta de manera fatal, pues los cauces virtuales han acabado por comerle el terreno a los soportes físicos.

La primera víctima de estas mudanzas, antes incluso que la música, ha sido el vídeo. Hace apenas 10 años, resultaba imposible concebir el modo en que cambiaría nuestro cotidiano paisaje cultural; imaginar, por ejemplo, que los omnipresentes videoclubes –9.000 cerrados en la última década, frente a menos de 1.000 que aún prestan sus servicios en toda España– fueran a derivar en reductos numantinos para nostálgicos incurables y cinéfilos superespecializados, ávidos de la última rareza filipina o yemení. O que las máquinas expendedoras de Blockbuster y similares pudieran desaparecer, como ocurrió hace ya ¡ochos años!, casi sin dejar rastro en la memoria, como si no hubieran existido jamás. Hechos doblemente llamativos, teniendo en cuenta que el alquiler de vídeo parecía predestinado a ser el enterrador de las salas de cine de siempre, esos *anacrónicos* espacios que no solo se resisten a morir, sino que de vez en cuando –como hemos visto este año con iniciativas como la Fiesta del Cine– dan muestras de una insólita vitalidad.

La situación actual del vídeo recuerda a aquel título de Ted Kotcheff, *Weekend at Bernie's*, que en España se tradujo como *Este muerto está muy vivo*: una loca peripecia en la que dos pícaros se esforzaban en que nadie se diera cuenta de la muerte del millonario Bernie, cuyo cuerpo sin vida paseaban de fiesta en fiesta. Puede que al vídeo le haya llegado la hora del funeral, pero en general todos los actores de la industria siguen actuando como si no fuera así. La edición en DVD y Blue-ray hace mucho dejó de entrar en las previsiones de los productores a la hora de financiar una película –excepción hecha, claro está, de las grandes superproducciones–, pero se siguen realizando tiradas por lo general mínimas, simbólicas, casi como un rito. Como si un filme no cobrara carta de naturaleza hasta que no contara al menos con sus 500 copias en DVD: algo que también parece tener sus días contados, pues se calcula que las producciones en *streaming* superan ya en más de 1.000 millones a las editadas en disco.

La obligada reformulación del marketing ha hecho que en el producto que llega a las tiendas y centros comerciales la película en sí sea lo de menos: envoltorios imaginativos, contenidos extra, libros, pósteres, objetos de memorabilia operan como incentivos para atraer a



un comprador cada vez más escurridizo e inclinado a pasar de largo ante los expositores de DVD. Sólo de hito en hito ese finado Bernie que es el vídeo doméstico ha parecido revolverse en su lecho de muerte, y hasta sacar músculo: recordemos, por ejemplo, la sorpresa que supuso en 2012 la iniciativa de estrenar un filme como *Carmina o revienta*, de Paco León, de manera simultánea en salas, plataformas de Internet y copias físicas: vendió 11.000 de estas últimas en su primera semana, un alto porcentaje de ellas en quiosco. Sin embargo, no ha repetido la fórmula este año para el lanzamiento de su secuela, *Carmina y amén*, y en cambio ha declarado la guerra a los exhibidores para abaratar precios de taquilla...

Otra señal de vida in extremis del (aparentemente) difunto vídeo ha venido de la mano de las series televisivas, que parecen haber encontrado definitivamente un hueco estable en este convulso mercado, el mismo que 10 años atrás facturaba 400 millones de euros y actualmente tal vez no llegue a los 100. Éxitos indiscutibles como *Supernatural*, *The Wire*, *Juego de tronos*, *Friends*, *Breaking Bad* o *Los Soprano*, o españolas como *Cuéntame* o *Águila roja*, han logrado amortiguar esa caída en picado de las cifras del sector del DVD, agravadas por la subida de tres puntos de IVA en el precio. Justo cuando parecía que los hogares ya no tenían espacio para más cine, las corpulentas, a menudo aparatosas cajas de estos productos, encontraron inesperadamente su hueco.

En resumen, parece claro que cuanto más prisa nos demos en extender certificados de defunción, más expuestos estaremos a las sorpresas. El mismo Internet que amenazaba arrasar la industria cinematográfica ha abierto puertas insospechadas para la búsqueda de financiación –por ejemplo, el emergente *crowdfunding*–, de promoción y de difusión, y hoy las plataformas de vídeo bajo demanda (VoD) y los distintos catálogos de cine *online* compensan en parte los daños derivados del declive de los videoclubes y del vaciamiento de las tiendas.

Aunque parezca mentira, hemos logrado llegar al final de este análisis sin mencionar la gran epidemia, el virus devastador, la enfermedad mortal: la piratería y su síntoma más evidente, la idea de la gratuidad de la cultura. También ella se ha instalado en nuestro paisaje cultural hasta fundirse con él. Donde antes veíamos a esporádicos inmigrantes subsaharianos ganándose unas monedas gracias a los dudosos éxitos del *top manta*, hoy reconocemos la capacidad de descarga masiva de los ordenadores personales, que empieza a poner en serios aprietos incluso a la industria del libro, hasta ahora a salvo de la lacra.

La imaginación de los piratas compite con la de los creadores, que siguen luchando por rentabilizar su trabajo, incluso apelando a la –dejémoslo ahí– mala salud de hierro del vídeo. A las nuevas generaciones, mientras tanto, cada vez les cuesta un poco más identificar los productos culturales con algo que no sea su *tablet* o su *iphone*. Inventos que pasarán algún día al olvido, aunque de un modo u otro siempre habrá gente que quiera ver películas. Incluso cuando el celuloide que les da nombre lleve mucho, mucho tiempo en desuso ■



## 1 Una visión cualitativa

Para la industria del vídeo, 2013 fue el primer año entero tras un hito que unos meses antes se antojaba como un punto de inflexión para el sector, el cierre de la principal plataforma de descargas ilegales de películas. Por lo tanto, aquel fue un buen año para poder evaluar la repercusión de ese suceso, ante el cual la industria del vídeo se mostraba visiblemente esperanzada y optimista.

Sin embargo, el balance no estuvo a la altura de las expectativas: inmediatamente después del cierre de Megaupload a comienzos de 2012 se vivió un momento de desconcierto y de estancamiento de las descargas, que poco después comenzaron a dirigirse a canales de consumo legal, y posteriormente, finalizaron en nuevas plataformas ilegales de contenidos. Lo que se había vivido como un hito que volvería a insuflar aire fresco y esperanzas a la industria del vídeo acabó en una profunda decepción.

*“Como consecuencia del cierre de Megaupload, durante un par de meses se produce un vacío de contenidos y la respuesta fue inmediata: el sector del vídeo comprobó el primer fin de semana una subida de caja que durante dos o tres meses superó el 30%, pero, poco después, todo volvió a su sitio...” EP4\_Vídeo*

*“Cuando en 2012, Estados Unidos por otras circunstancias persigue y detiene al señor Kim Dotcom de Megaupload, pues resulta que su centro donde tiene alojados un montón de películas se cae y resulta que el mercado crece. Pero después...” EP2\_Vídeo*

En palabras de uno de los agentes vinculados al mundo del vídeo, 2013 no fue solo un año “malo” (como dice otro de los entrevistados), sino que fueron 12 meses de dramas: de nuevos cierres, de proyectos que no levantaban cabeza, de esperanzas truncadas... que dejaban el sector al borde del abismo.

*“Fue un año de dramas. Conozco miles de casos de personas arruinadas, gente que se ha ido viviendo dramas familiares y personales. Vamos, lo que produce la ruina.” EP4\_Vídeo*

*“Estábamos junto a los países más importantes y ahora somos un mercado como el de otros países con una población mucho menor, tanto en alquiler como en venta como en digital.” EP2\_Vídeo*

2013 apenas muestra particularidades comparado con los años que siguieron al inicio de la gran crisis del sector del vídeo, que algunos sitúan en 2005. Las cifras hablan de una confirmación de una tendencia: de caída en la venta de soporte físico (de Blue-ray,



pero sobre todo de DVD), del estancamiento del consumo *online*, de nuevos cierres de videoclubes físicos, de pérdida de protagonismo en los lineales, de los distribuidores de contenidos de vídeo...

*"Estamos hablando de un mercado que tenía unos 430 millones de euros de valor de selling en el mercado de los distribuidores en 2005 y que en 2013 apenas superó los 80 millones."* **EP1\_Vídeo**

*"Para que te hagas una idea, en 2005 hay más de 10.000 puntos de alquiler en España, y en 2014, pues difícilmente llegamos a los 1.000."* **EP4\_Vídeo**

*"Lo que es la presencia en las grandes superficies ha ido hacia una desaparición de espacio importante."* **EP2\_Vídeo**

Pero quizá lo más importante no es la confirmación de la tendencia (ya de por sí dramática), sino que son datos que percuten sobre un sector ya muy debilitado, en situación de clarísimo riesgo. Una industria, en último término, entregada al pesimismo y, en consecuencia, casi incapaz de imaginar su propio futuro. Casi abocada a la desaparición. A punto de tirar la toalla.

El sector del vídeo está convencido (o mejor dicho, continúa convencido) de que será imposible remontar la situación que sufre desde hace ya casi una década si no se toman medidas "serias" contra la piratería. Sin tal condición, la industria del vídeo entiende que son imposibles los planes de viabilidad. Al respecto:

- Consideran que el anteproyecto de LPI va en el buen sentido en lo que a la protección de la propiedad intelectual se refiere, pero que no se trata de un problema exclusivo de legislación, sino de voluntad política: de una acción indudable contra el consumo ilegal de contenidos culturales, al modo en que lo ha hecho el Gobierno francés, referente principal en este campo. Sin embargo, no se albergan expectativas de que esta situación cambie con el actual Gobierno:
  - ▶ En primer lugar, porque la reforma de la LPI está tardando en tramitarse más de lo esperado, y por lo tanto, quizá llegue ya demasiado tarde.
  - ▶ En segundo lugar, por los, de momento, "pobres" resultados de la sección segunda encargada de "perseguir" a los alojadores de contenidos piratas.

*"Fue un año malo porque además de los malos datos, las prometidas leyes que iban a mejorar la situación no acabaron de llegar."* **EP1\_Vídeo**

*"Los negocios están fatal como consecuencia de la piratería y de la descarga ilegal. Las consecuencias son devastadoras."* **EP4\_Vídeo**



- Consideran que debe olvidarse la idea de que la explicación a la piratería es que nuestro país representa una excepcionalidad cultural: el sector cree que no se trata de una suerte de *Spanish is different*, sino "de leyes y de aplicación" de las mismas.

*"Yo creo que España no es ninguna particularidad. Lo que pasa simplemente es que los gobiernos no han hecho nada (...) Si en España pones las mismas leyes que en los demás países y, además, las haces cumplir, no estaríamos así (...) Insisto, no es un problema de que nosotros seamos distintos, sino de leyes, de voluntad..." EP4\_Video*

Acometer acciones efectivas contra la piratería requiere comprender que esta ya no tiene las mismas coordenadas que hace unos años. Los *manteros* apenas tienen un peso relevante desde hace años. El relevo lo tomaron las plataformas que se valen de Internet, y en este canal, las cosas tampoco son ya como eran hace muy pocos meses:

- Con el cierre de Megaupload se produjo un descenso del consumo ilegal a través de *ciberlockers*.
- En sentido contrario, en los últimos años se ha producido un incremento de las descargas ilegales a través de los llamados P2P *trackers*.
- Y todo ello con mejores medios, debido a la inversión de los grandes operadores de telefonía en fibra óptica y en la implantación del 4G, a quien veladamente se acusa de no estar contribuyendo a frenar el fenómeno de la piratería (al contrario, se les acusa de estar haciendo la vista gorda en su propio beneficio).

*"Cada vez que dos personas de la industria del vídeo se reúnen, siempre hablan de la piratería porque es el principal problema que tenemos." EP1\_Video*

*"La piratería está cada vez menos en los mercadillos o en el top manta. Está casi al 100% en Internet." EP1\_Video*

*"Tienen una presencia importante esas páginas que ponen en contacto a los usuarios del P2P entre ellos y seleccionan los archivos." EP1\_Video*

*"No hay que olvidar que nuestro país tiene las mejores telecomunicaciones, fibra óptica, velocidades de descarga y de subida de contenidos." EP1\_Video*

*"Si mañana hubiera un corte de la piratería inmediato, en el próximo mes se les caen millones de líneas a Telefónica, a Vodafone... a toda esa gente que se está repartiendo el dinero de la piratería." EP4\_Video*



En cualquier caso, el sector del vídeo parece sentirse en la necesidad de explicar públicamente que no están en contra de Internet (quizá porque piensen que su posición no ha sido bien explicada anteriormente, o bien comprendida), sino la falta de una legislación clara y contundente, como la que existe en Francia, lo que acaba por "distorsionar" la explotación adecuada de las obras y, lo que es todavía más importante, porque supone un límite al futuro de la industria del vídeo, frena muchos de los nuevos proyectos encaminados a iniciar el camino de la transformación del modelo tradicional de negocio al digital, pues parece uno de los pocos sectores que todavía no han iniciado dicho cambio.

*"En España ha habido muchos proyectos que se han ido al carajo porque el mercado legal en Internet no funciona porque existe uno ilegal."*

**EP4\_Vídeo**

*"Pero, ojo, Internet no es un problema. Es una oportunidad. Eso sin duda."* **EP1\_Vídeo**

*"Nuestro sector se encuentra en una situación muy complicada porque lleva año tras año cayendo un 20 o un 25%, porque el canal paralelo que debería absorber esas caídas, que es el digital, en el caso de España no se desarrolla."* **EP2\_Vídeo**

Vinculado al fenómeno del consumo ilegal de contenidos videográficos, el sector se muestra tan preocupado como en años anteriores por la suerte de los videoclubes físicos, a los cuales auguran un futuro muy incierto; aunque no es menos cierto que se lleva muchos años ya diciendo que los videoclubes están abocados a desaparecer y todavía resiste un buen número de ellos.

*"El videoclub físico es verdad que está desapareciendo. Quedan en algunas zonas aún, pero están desapareciendo."* **EP1\_Vídeo**

2013 tampoco fue un buen año para los videoclubes: muchos de ellos cerraron, algunos disminuyeron sus dimensiones y servicios, y en algunos otros casos, el alquiler de productos videográficos ha sido sustituido por otra actividad como principal fuente de ingresos del negocio.

*"Ahora muchas tiendas son más pequeñas y, en muchos casos, han pasado a ser negocios secundarios. Empresas que antes se dedicaban al alquiler de vídeo y que ahora es su actividad secundaria."* **EP4\_Vídeo**

Por último, en 2013 tampoco dejó de cuestionarse el sistema de ventanas que regula la explotación de las obras, aunque fue un año con un intenso debate al respecto en el que se prestó especial atención a varias fórmulas alternativas que pasan por crear un nuevo sistema de ventanas de precio (se paga más cuanto antes se quiera disfrutar de la obra), de pulgadas (el coste del consumo es directamente proporcional a las dimensiones de la



pantalla) o simplemente a la posibilidad de reducir los tiempos que median entre la explotación en cada ventana. En cualquier caso, no parece que se vayan a producir cambios relevantes en el sistema actual a corto plazo.

*“La idea es hacer ventanas de precio de manera que si ver una película en el cine te cueste ocho o nueve euros, verla en casa en el mismo momento te cueste quizá 12.” EP1\_Vídeo*

*“Uno de los gurús de la industria dijo hace poco que en el futuro se pagaría en función de las pulgadas del aparato en el que se reproduzca la obra.” EP1\_Vídeo*

*“Creo que no tiene mucho sentido mantener una ventana cuatro meses y obligar al consumidor (que por lo que sea no ha podido ir a las salas de su ciudad, que no la ve en las tiendas de vídeo, ni en opción digital, que no está en ningún sitio excepto en un lugar a buscar a un sitio de P2P o en un sitio de Internet y la encuentra.” EP2\_Vídeo*

Como decimos, el sector del vídeo se encuentra tan instalado en el derrotismo que tiene serias dificultades para imaginarse su propio futuro, aunque comparte unánimemente una opinión: si se acabara con la piratería, la industria del vídeo sería viable sin dificultades significativas.

*“¿Hay salidas? Seguramente, porque al final, de todo se sale y se tira para adelante. Vendrá alguien y saldrán cosas nuevas, pero bueno, digamos que en estos momentos el futuro se me va.” EP4\_Vídeo*

*“La verdad es que es un sector que está quedando tan disuelto que pensar en el futuro...” EP1\_Vídeo*

Respecto a este hecho, entrevén en el futuro dos motivos para la esperanza: por un lado, la gran acogida que han tenido iniciativas como la Fiesta del Cine, lo que hace pensar que hay una cantidad importante de personas que siguen queriendo ver cine.

*“La gente quiere ver cine y ven millones de películas. Eso lo sabemos.” EP1\_Vídeo*

Y por otro lado, los pasos que están dando las empresas de telecomunicaciones más importantes para ocupar posiciones centrales en el terreno de los contenidos (por ejemplo, Telefónica adquiriendo los derechos de Moto GP), lo que lleva a pensar que quizá pasen a adoptar una posición menos permisiva con el fenómeno de la piratería.

*“Quizá estemos cerca de que llegue el momento del corte de la piratería. Quizá cuando Telefónica de verdad quiera entrar en los contenidos, probablemente se haga el corte de la piratería en España.” EP4\_Vídeo*



*“En el momento en que a las telecos le interesen esos contenidos, no dudes que van a empezar a poder controlar que no haya descargas. Ya lo verás.” EP2\_Vídeo*

Aunque el sector también percibe riesgos en el creciente interés de los conglomerados mediáticos y de las empresas de telecomunicaciones y tecnológicas; en particular, que vayamos hacia un futuro de monopolios y de falta de diversidad.

*“Si todo sigue así, el futuro se les va a poner muy bien a los grandes grupos de comunicación para que tengan todos los contenidos y tengan todo el monopolio en España.” EP4\_Vídeo*

Por otro lado, el sector es consciente de que cada vez es más frecuente el consumo en movilidad a través de nuevos dispositivos, aunque entiende que estos hábitos encajan mejor con el consumo de productos de audio que de imagen, por lo que apenas se mencionan tendencias en el sector encaminadas a responder a estos nuevos hábitos de consumo.

En cuanto a los videoclubes, se prevén nuevos cierres en los meses venideros y la esperanza de continuidad de aquellos que aporten valor desde el terreno de la especialización, de la prescripción, de la recomendación o que logren diversificarse con éxito.

*“Seguirán las tiendas bien montadas, las tiendas con selección de películas, con distintas formas de hacer ciclos, de hacer presentaciones a la gente, que mezclen valores añadidos, que vendan merchandising... Esas van a existir.” EP4\_Vídeo*

*“Yo creo que existirán mientras haya alguien que informe y asesore sobre qué película ver.” EP1\_Vídeo*

Menos esperanzador es el lugar del vídeo en el mundo *online*: el sector considera que si la nueva LPI no “ataca” con claridad la piratería, no veremos proyectos digitales que tengan garantías de éxito.

*“Ahora no funciona, pero si hubiera un corte inmediato de la piratería, la situación del mercado cambiaría radicalmente para la gente que está pensando en el online.” EP4\_Vídeo*

En cuanto a los soportes físicos, la industria del vídeo considera que el Blu-ray “tiene vida”, pues ofrece opciones (de interactividad, de relación social, etc.) que parecen encajar con los nuevos hábitos de consumo.

*“Un Blu-ray es interactivo, puedes conectarte a Internet, por lo que puedes interactuar y estar conectado. Ahí hay negocio, sin duda.” EP1\_Vídeo*

¿Y qué futuro se espera para el sistema de ventanas actual?



- Consideran que es un sistema que permite explotar las producciones de manera muy óptima, pero por sí solo no es suficiente: requiere un buen trabajo de promoción.
- Aunque hay muchos elementos que hacen pensar que es un sistema que debería ser revisado, no es algo que parezca que vaya a suceder a corto plazo (y mucho menos, que vaya a desaparecer), entre otros motivos porque cambiar de sistema generaría una incertidumbre que la industria del vídeo no está dispuesta a asumir, y quizá, que no estaría en condiciones de aguantar si el nuevo sistema no funcionara de manera adecuada.

*“Una de las soluciones de la piratería era acabar con las ventanas porque nosotros no podemos competir con los piratas porque tienen una ventaja sobre nosotros de cuatro meses. Es que cuando yo voy a alquilar una película, lleva colgada en Internet cuatro meses (...) Pero no creo que esto cambie. En EE UU, que es el referente, esto no está cambiando.”*

**EP4\_Vídeo**



## 2 El mercado de vídeo en España

El mercado del vídeo viene soportando desde hace varios años una bajada continua del número de lanzamientos lo que, indudablemente, afecta al alquiler y a las ventas. Los expertos opinan que la piratería o el "todo gratis" es la principal causa de este hecho. Sin embargo, los profesionales del sector no son tan pesimistas, al considerar que el sector videográfico no va a ser el único al que le afecte la piratería y que comenzará a derivarse el descenso de ventas a otros sectores como el cine y la industria del libro. Además, la aprobación de la Ley de Propiedad Intelectual (LPI) puede ayudar a reducir el porcentaje de la piratería y algunos videoclubes podrían ver repuntar sus ingresos. Por ejemplo, el cierre de Megaupload tuvo sus consecuencias directas en un aumento del negocio y en el incremento de clientes dispuestos a bajarse películas desde plataformas legales o alquilándolas en los videoclubes. No obstante, el sector del vídeo no solo se enfrenta actualmente a la competencia de otras plataformas de descargas sino también al vídeo bajo demanda y a otros eventos, como el fútbol o cualquier otro contenido audiovisual en cualquier dispositivo que le reste demanda.

En este sentido, y aunque en 2013 se lanzaron más títulos para alquiler (15 títulos más), los destinados a la venta descendieron en relación al año anterior (564 títulos menos). La crisis económica general, la provocada por la piratería y otros factores económicos colaterales como la subida del IVA o el cierre de videoclubes vienen a ser los factores que explican esta situación y en que los expertos vienen a coincidir.

Para comenzar a analizar los datos de este sector, primero haremos referencia al nivel de equipamiento de los hogares. El porcentaje de hogares con televisor está en una cifra cercana al 100%. Y el porcentaje de hogares con reproductores de VHS y DVD se ha visto reducido respecto a los años anteriores, contando actualmente casi un 40% de hogares con vídeo VHS y en torno al 70% de los mismos con vídeo DVD (tabla 1).

**Tabla 1 Evolución del equipamiento de los hogares. 2008-2013**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Población (miles)	46.158	46.746	47.021	47.190	46.818	46.727
Hogares (miles)	16.122	16.645	16.920	17.045	17.047	18.083
Hogares con TV (%)	99,7	99,6	99,4	99,6	99,4	99,6
Hogares con vídeo VHS(%)	62,9	58,7	50,8	47,5	43,3	39,8
Hogares con vídeo DVD (%)	78,3	78,8	78,4	77,9	74,4	70,3

Nota: El Blu-ray no se pregunta por separado en el EGM y se recoge dentro del porcentaje del DVD.

Fuentes: EGM, *Tercer Mercado Vídeo* y elaboración propia a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística, *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. Año 2013. Población: Datos del INE, población española en 2013.



La recaudación, tanto en venta como en alquiler, del sector videográfico sigue su línea de descenso, y en 2013 alcanza las cifras más bajas de los últimos seis años. El alquiler generó unos ingresos de 3,69 millones de euros (2,46 millones de euros menos que en 2012) y el mercado de venta de vídeo facturó en 2013 un total de 57,5 millones de euros (15,63 millones menos en relación al año anterior). La cifra global de alquiler y venta de vídeo en 2012 fue de 61,19 millones de euros, un 22,8% menos que en 2012.

A pesar de este descenso en la recaudación, las unidades de venta fueron superiores en relación al año anterior. Durante 2013 se comercializaron un total de 12.023.648 unidades (cifra que supera la obtenida en los dos últimos años)

Las unidades para alquiler disminuyeron en relación al año anterior (86.934 unidades menos en comparación con el año 2012) aunque el número de lanzamientos para alquiler aumentó. Es decir, a pesar de que los lanzamientos de títulos para alquiler fueron mayores en comparación al año 2012, el número de unidades para cada lanzamiento disminuyó, no viéndose reflejado este hecho en la recaudación final (tabla 2).

**Tabla 2 Tendencias del sector videográfico. 2002-2013**

	Recaudación (miles de €)			Lanzamientos		Unidades	
	Alquiler	Venta	Alquiler + venta	Alquiler	Venta	Alquiler	Venta
2002	118.100	265.964	384.064	862	2.318	3.936.323	26.229.793
2003	127.735	285.415	413.150	518	4.004	4.250.844	28.861.597
2004	104.096	300.008	404.104	522	3.280	3.733.558	30.799.206
2005	93.335	198.735	292.070	610	3.772	3.586.561	34.051.726
2006	75.770	199.736	275.506	749	4.755	3.130.257	30.226.096
2007	51.781	219.542	271.323	700	5.435	1.934.137	27.787.360
2008	38.604	159.934	198.538	565	4.146	1.440.174	20.966.552
2009	16.143	109.314	125.457	457	3.010	628.301	15.856.029
2010	10.996	116.520	127.516	369	3.116	536.546	13.452.088
2011	8.142	81.846	89.988	338	2.333	373.944	11.565.889
2012	6.150	73.130	79.280	349	1.928	322.316	10.993.765
2013	3.689	57.505	61.194	365	1.364	235.382	12.023.648

Nota: De 2008 a 2010 se incluyen datos de Blu-ray, UMD y DVD.

Nota: A partir de 2011 se incluyen datos únicamente de Blu-ray y DVD.

Nota: Los datos de 2011 han sido modificados respecto a la publicación del Anuario 2012, debido a nuevos criterios de UVE.

Nota: UVE obtiene los datos de seis compañías (Fox, Paramount, Sony, Universal, Walt Disney y Warner) y *Tercer Mercado Vídeo* incluye otras compañías que trabajan en España como Cameo, Emon, A Contracorriente...

Fuente: Datos propios elaborados a partir de la revista *Tercer Mercado Vídeo* y UVE (a partir de 2008).

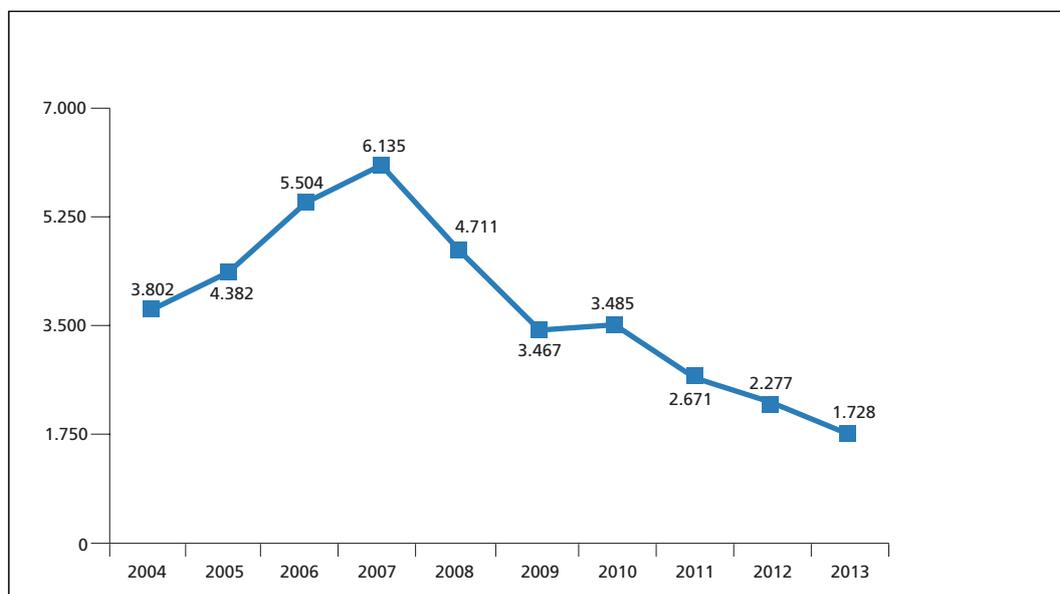


## 3 Películas

### 3.1 Oferta

Por tercer año consecutivo desde 2010, se vuelve a producir un descenso en el número de títulos videográficos destinados a la venta y/o alquiler. En 2013, el sector videográfico lanzó en España un total de 1.728 títulos de alquiler y venta, lo que representa un descenso del 21,11% respecto al año anterior y la cota más baja en títulos lanzados desde el año 2004 (gráfico 1).

Gráfico 1 Evolución de la publicación de títulos videográficos (alquiler y venta). 2004-2013



De 2003 a 2005, datos VHS y DVD, a partir de 2005 se incluyen datos de UMD y a partir de 2007 se incluyen datos de Blu-ray.

Nota: UVE obtiene los datos de seis compañías (Fox, Paramount, Sony, Universal, Walt Disney y Warner) y *Tercer Mercado Vídeo* incluye otras compañías que trabajan en España como Cameo, Emon, A Contracorriente...

Unidad: Número de títulos publicados para alquiler y venta.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Tercer Mercado Vídeo*.



### 3.1.1 Alquiler

A pesar de que el total de la facturación ha descendido un 40% (2,46 millones de euros menos en relación al año 2012), el número de títulos lanzados para alquiler por parte de los principales distribuidores de nuestro país fue un 4,3% superior al año precedente (16 títulos más). Por otro lado, el número de lanzamientos de distribuidoras mantiene en líneas generales su presencia, a excepción de cinco menos en el año 2013.

Las distribuidoras responsables del mayor número de lanzamientos fueron Cameo (que asciende una posición respecto al año pasado), con un 15,7% del total de lanzamientos (54 títulos, un 35% más que en 2012), lo que le hace crecer en el número de lanzamientos en 2013 en 14 títulos más y desplaza a Paramount del primer puesto; eOne (distribuidora que antiguamente llevaba el nombre de Aurum) ocupa el segundo puesto en distribución, con 36 títulos sobre los 365 totales, aunque las películas las distribuye Sony; la tercera posición es para Sony, con 35 títulos; Paramount es la que más desciende en películas distribuidas (20 títulos menos en relación al año 2012), situándose en cuarto lugar cuando en 2012 ostentaba la primera posición en el lanzamiento de películas para alquiler en DVD.

Por género, observamos en la tabla 3 que el género mayoritario corresponde al drama, con un 27% sobre el total de los lanzamientos (12 títulos más, es decir, un 13,8% más respecto a 2012). Con cifras muy similares se sitúan el *thriller* (78 lanzamientos) y la comedia (77 títulos), ocupando de este modo la segunda y tercera posición respectivamente en cuanto a los géneros mayoritarios de los lanzamientos de películas para alquiler en DVD. Precisamente, el *thriller* es de todos los géneros el que más crece en lanzamientos en comparación con el año anterior, gracias a títulos como *Argo*, *El cuerpo*, *Objetivo: La Casa Blanca*, *En la mente del asesino*, *El bosque* o *Invasor*. Por su parte, los títulos de corte cómico son los que descienden en lanzamientos, quedando con un total al final del año de 22 títulos menos en relación a 2012.

Por nacionalidades, son las películas americanas las que siguen siendo las más habituales en los lanzamientos para alquiler, al ser las que ocupan en mayor medida las carteleras cinematográficas en cuanto a estrenos se refiere. De los 365 lanzamientos, el 57,3% correspondió a esta nacionalidad (superando en 38 títulos la cifra de 2012, un 22,2% más). Los títulos españoles y británicos son los siguientes en número de DVD lanzados para alquilar, aunque ya con cifras muy inferiores a las americanas (concretamente 26 títulos cada nacionalidad). Además, en el caso específico de las películas españolas, estas descienden en 17 títulos en relación al año 2012. Y aunque prácticamente todas las nacionalidades bajan en títulos ofertados, son los DVD canadienses los que más incrementan su presencia gracias a títulos como *Haunter*, *Mamá*, *The Legend of Sarila*, *The Returned* o *El vendedor* (tabla 3).



Tabla 3 Lanzamientos de películas para alquiler en DVD. 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Total</b>	<b>565</b>	<b>457</b>	<b>369</b>	<b>338</b>	<b>349</b>	<b>365</b>
<b>Distribuidoras</b>	<b>565</b>	<b>457</b>	<b>369</b>	<b>338</b>	<b>349</b>	<b>365</b>
Sony [1]	78	45	49	42	39	35
Emon	47	46	48	36	26	26
Cameo	37	46	40	38	40	54
eOne [2]						36
Universal [3]	54	50	35	27	28	32
Fox	50	33	33	28	28	27
Warner [4]	50	22	32	38	33	17
Paramount	34	29	30	32	52	32
Vértice	52	52	26	N.D.	N.D.	N.D.
Karma	N.D.	14	25	N.D.	16	30
Vértigo Films						21
Aurum [5]	37	24	24	20	25	N.D.
Filmax	64	38	10	N.D.	N.D.	N.D.
Walt Disney	13	15	8	12	9	8
A Contracorriente	N.D.	N.D.	N.D.	20	27	27
Otros	49	43	9	45	26	20
<b>Géneros</b>	<b>565</b>	<b>457</b>	<b>369</b>	<b>338</b>	<b>349</b>	<b>365</b>
Drama	151	125	97	89	87	99
Comedia	131	136	105	88	99	77
<i>Thriller</i>	114	68	56	54	64	78
Terror	66	36	31	26	22	27
Ciencia ficción *	41	31	31	22	21	31
Aventuras	23	20	15	23	18	15
Animación	21	20	15	23	25	23
Documental	3	3	5	6	4	-
Otros	15	18	14	7	9	15

\* Ciencia ficción y fantasía



	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTAL</b>	<b>565</b>	<b>457</b>	<b>369</b>	<b>338</b>	<b>349</b>	<b>365</b>
<b>Nacionalidades</b>	<b>565</b>	<b>457</b>	<b>369</b>	<b>338</b>	<b>349</b>	<b>365</b>
EE UU	310	249	216	194	171	209
España	56	46	36	41	43	26
Reino Unido	38	35	20	17	31	26
Francia	34	32	29	27	38	24
Italia	7	16	3	8	6	8
Alemania	14	13	12	8	13	6
Canadá	25	11	11	6	4	15
Japón	11	0	0	6	7	-
China	7	5	5	3	5	7
Australia	12	4	3	3	N.D.	4
Argentina	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	4	-
Noruega	N.D.	N.D.	4	9	N.D.	-
Otros	51	46	30	16	27	40

Nota: Años 2003 a 2005, películas en DVD y VHS.

Nota: Años 2006 a 2013, películas en DVD.

[1] Los productos de Sony son distribuidos por Fox a partir de octubre de 2013.

[2] Las películas de eOne las distribuye Sony.

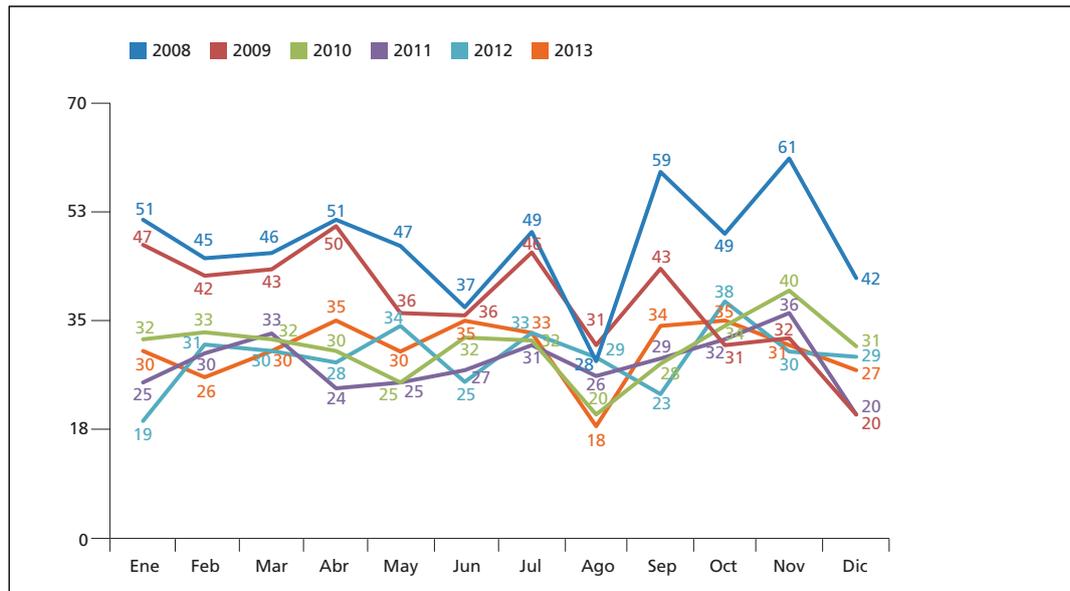
[3] Paramount distribuye Universal desde enero de 2011.

[4] Los productos de Filmax son distribuidos por Warner a partir de junio de 2010.

[5] Las películas de Aurum las distribuye Sony.

Fuente: *Tercer Mercado Vídeo*.

El lanzamiento de títulos de vídeo para su comercialización en DVD suele tener una estructura similar: los principales meses de lanzamientos son los anteriores y posteriores al verano. Si agosto es el mes con menos lanzamientos, los periodos previos y posteriores a las épocas vacacionales concentran el mayor número de ellos (gráfico 2).

**Gráfico 2** Histórico del número de títulos lanzados en DVD para alquiler por meses. 2008-2013

Unidad: Número de títulos lanzados ese mes.

Fuente: Tercer Mercado Vídeo.

En el caso concreto del año 2013, observamos en la tabla 4 que los meses de abril, junio y octubre son en los que más número de lanzamientos hubo (35 en cada mes). Septiembre es el siguiente periodo de más títulos lanzados para alquiler en DVD, con 34. Así, si comparamos este año con el anterior, observamos cómo precisamente septiembre es uno de los meses en los que se incrementan el número de lanzamientos (11 títulos más) y también enero, con 11 más. Otro mes que incrementa el número de lanzamientos respecto al año anterior es junio (10 títulos más), lo que explica que sea uno de los meses de mayores lanzamientos, como acabamos de comentar (tabla 4).



Tabla 4 Histórico de lanzamientos en alquiler en DVD por meses. 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Enero	51	47	32	25	19	30
Febrero	45	42	33	30	31	26
Marzo	46	43	32	33	30	30
Abril	51	50	30	24	28	35
Mayo	47	36	25	25	34	30
Junio	37	36	32	27	25	35
Julio	49	46	32	31	33	33
Agosto	28	31	20	26	29	18
Septiembre	59	43	28	29	23	34
Octubre	49	31	34	32	38	35
Noviembre	61	32	40	36	30	31
Diciembre	42	20	31	20	29	27

Fuente: Tercer Mercado Vídeo.

### 3.1.2 Venta directa

A diferencia de los títulos lanzados para el alquiler, que aumentaron ligeramente respecto al año anterior, los títulos para la venta directa descienden un 29,3% respecto al año 2012 (564 títulos menos).

En este caso, es Emon quien encabeza los lanzamientos de películas DVD para la venta, con 212 lanzamientos, aumentando la cantidad de vídeos lanzados en 107 títulos respecto a 2012. Otras distribuidoras en mayor número de títulos lanzados para la venta son las mismas que mencionábamos en el apartado dedicado a títulos lanzados para el alquiler. Sony (con 196 lanzamientos) es la segunda distribuidora en este capítulo, aunque pierde un total de 155 lanzamientos respecto al año 2012; eOne (con un total de 162 títulos lanzados en 2013) es la tercera en este *ranking* de distribuidoras con más números lanzados, y Cameo (con 152 vídeos) es la cuarta distribuidora. A excepción de Emon, Cameo y Karma, que incrementan sus títulos lanzados al mercado videográfico, el resto de distribuidoras registraron un notable decrecimiento, con casos tan importantes como el de Walt Disney, que pasa de 171 títulos en 2012 a 37 títulos en 2013, o el de Paramount, que no solo desciende en títulos puestos en alquiler sino también a la venta, con 142 títulos menos en 2013.

El drama es, al igual que en las películas puestas en el mercado para alquilar, también el principal género de las películas lanzadas para la venta. Cerca del 23% de los títulos correspondió a este género en 2013, al que le siguieron las películas de corte cómico, que si en el caso de los títulos para el mercado del alquiler es el tercer género con más títulos, aquí sube y pasa a ser el segundo, con un total de 242 títulos (aunque con un 52% menos de lanzamientos respecto a 2012). Y ocupa la tercera posición el *thriller*, con 204 lanzamientos.



tos, perdiendo, al igual que el resto de los géneros, también en número de lanzamientos (44 títulos menos en este caso). El cine bélico y las películas de terror son los únicos géneros que reflejan algún incremento en comparación a 2012, mientras que el resto desciende en títulos puestos a la venta.

El análisis por nacionalidades muestra algunas diferencias respecto al mercado de películas DVD destinadas al alquiler. Las cintas estadounidenses, aunque descienden en títulos lanzados en un total de 345 unidades, son la tipología con mayor número de títulos puestos en circulación, al igual que ocurría en las películas destinadas al alquiler. El 58% de las películas puestas a la venta fue de producción norteamericana. Sin embargo, el cine británico ocupa el segundo lugar en títulos, al igual que en 2012, con un total de 130 películas (42 menos que en el año anterior). Las películas procedentes de Japón son las que ocupan el tercer lugar, con 92 lanzamientos. Y si en el caso de las películas DVD para alquilar eran las españolas las que ocupaban un segundo puesto junto con Reino Unido, aquí, en las destinadas a la venta, son las cuartas en número de lanzamientos. Solamente 85 de las 1.364 películas puestas a la venta correspondieron al cine español (73 menos que en 2012) (tabla 5).

**Tabla 5 Lanzamiento de películas en DVD para venta. 2008-2013**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Total</b>	<b>4.146</b>	<b>3.010</b>	<b>3.116</b>	<b>2.333</b>	<b>1.928</b>	<b>1364</b>
<b>Distribuidoras</b>	<b>4.146</b>	<b>3.010</b>	<b>3.116</b>	<b>2.333</b>	<b>1.928</b>	<b>1364</b>
Fox	1.432	743	705	64	64	39
Warner	251	200	511	497	115	35
Paramount <sup>[1]</sup>	382	141	498	293	240	98
Aurum <sup>[2]</sup>	130	185	311	218	191	N.D.
Universal	459	333	211	152	102	93
Walt Disney	260	350	207	237	171	37
A Contracorriente						65
Vértigo						21
eOne						162
Emon	262	214	120	113	105	212
Karma <sup>[3]</sup>	2	34	112	106	36	54
Divisa	224	125	110	138	209	88
Cameo	95	106	97	103	148	152
Vértice	143	174	75	N.D.	N.D.	N.D.



	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTAL</b>	<b>4.146</b>	<b>3.010</b>	<b>3.116</b>	<b>2.333</b>	<b>1.928</b>	<b>1.364</b>
<b>Distribuidoras</b>	<b>4.146</b>	<b>3.010</b>	<b>3.116</b>	<b>2.333</b>	<b>1.928</b>	<b>1.364</b>
Sony <sup>[4]</sup>	184	162	68	258	351	196
Filmax <sup>[5]</sup>	215	108	50	40	N.D.	N.D.
Otros	107	135	41	114	196	112
<b>Géneros</b>	<b>4.146</b>	<b>3.010</b>	<b>3.116</b>	<b>2.333</b>	<b>1.928</b>	<b>1.364</b>
Drama	962	662	674	555	480	310
Comedia	824	631	604	488	367	242
<i>Thriller</i>	712	319	424	367	248	204
Animación	670	545	482	435	319	190
Terror	342	165	139	91	71	88
Ciencia ficción/fantasia	224	206	238	67	98	78
Bélico	88	61	80	48	18	24
Aventuras	86	113	134	99	107	38
Documental	78	93	68	51	81	104
<i>Western</i>	60	127	145	59	67	28
Musical	57	36	57	56	34	34
Biografía	16	23	43	10	17	14
Erótico	8	1	5	4	6	-
Otros	19	28	23	3	15	10
<b>Nacionalidad</b>	<b>4.146</b>	<b>3.010</b>	<b>3.116</b>	<b>2.333</b>	<b>1.928</b>	<b>1.364</b>
EE UU	2.878	1.955	2.231	1.637	1.131	786
España	465	367	197	128	158	85
Reino Unido	254	234	223	134	172	130
Francia	155	90	142	110	123	66
Alemania	45	37	46	21	33	29
Italia	33	58	31	59	72	45
Canadá	47	41	31	26	26	32
Japón	111	79	87	113	68	92
China	13	13	9	6	21	16
Australia	11	18	11	6	N.D.	-
Dinamarca	0	0	13	12	N.D.	-
Noruega	0	0	3	11	N.D.	-
Suecia	0	0	7	11	11	10



	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTAL</b>	<b>4.146</b>	<b>3.010</b>	<b>3.116</b>	<b>2.333</b>	<b>1.928</b>	<b>1.364</b>
<b>Nacionalidad</b>	<b>4.146</b>	<b>3.010</b>	<b>3.116</b>	<b>2.333</b>	<b>1.928</b>	<b>1.364</b>
Argentina	0	0	13	10	13	11
Corea	0	0	4	6	9	8
México	0	0	3	5	23	11
India	0	0	N.D	4	N.D.	-
Tailandia	0	0	3	4	N.D.	-
Irlanda	0	0	8	3	N.D.	-
Otros	134	118	54	27	68	43

Nota: El dato aportado en la tabla sobre Fox son los lanzamientos de las novedades, no están incluidas las promociones o campañas con títulos del catálogo que la compañía saca en ocasiones.

[1] Paramount distribuye Universal desde enero de 2011.

[2] Las películas de Aurum las distribuye Sony.

[3] Karma distribuye A Contracorriente y Avalon.

[4] Sony distribuye Luk, Selecta Visión e Impulso Records.

[5] Los productos de Filmax son distribuidos por Warner desde junio de 2010.

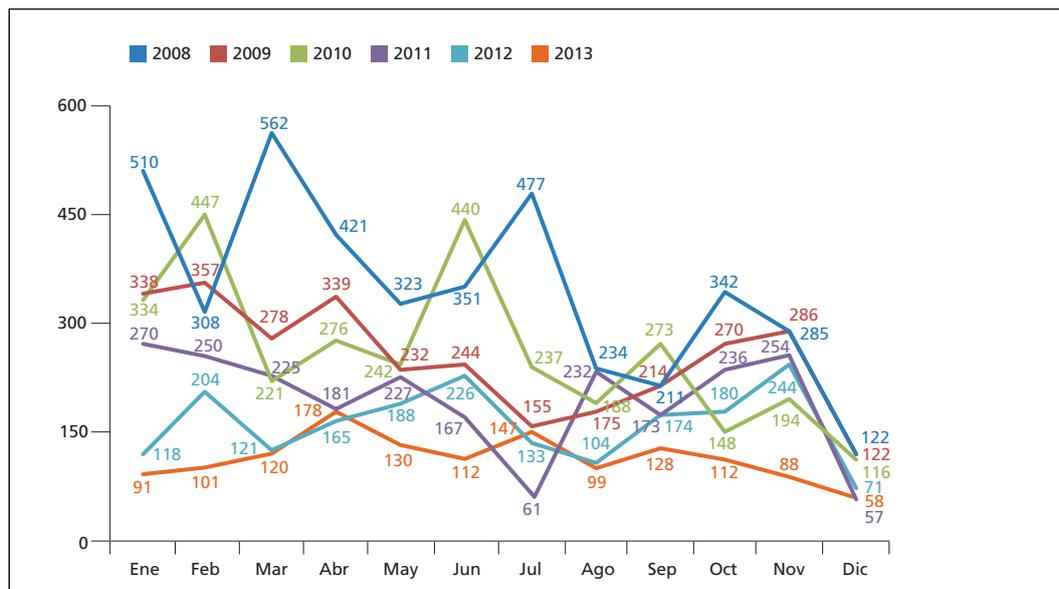
Fuente: Tercer Mercado Video.

La evolución sufrida por el lanzamiento de títulos destinados a la venta es clara, y se puede observar en el gráfico 3 cómo desde 2008 van descendiendo año a año dichos lanzamientos a nivel general (con excepción del año 2010, en que para algunos meses se observan aumentos importantes). No obstante, a nivel concreto de cada año, en los dos últimos años la línea es más homogénea y no hay grandes variaciones en cada uno de los meses.

Si la tendencia general en los años que analizamos es que el mayor número de lanzamientos tenga lugar normalmente en los meses de junio y noviembre, en el caso concreto de 2013 se pueden comprobar algunas excepciones a esta tónica general. Es el mes de abril el que registra más lanzamientos (178 títulos), produciéndose 13 más en relación a 2012. El segundo mes con más lanzamientos es julio, con 147 títulos puestos a la venta. Y si vemos en otros años que noviembre suele ser el periodo con más títulos en el mercado de cara a la Navidad, en 2013 se adelanta a septiembre, cuando se pusieron a disposición de los consumidores un total de 128 lanzamientos (aunque desciende en 46 títulos respecto a 2012). Los descensos más acusados se producen precisamente en noviembre (156 títulos menos) y también en los meses de junio (50,9% menos) y febrero, con un 50,9% menos de lanzamientos también (gráfico 3).



Gráfico 3 Evolución del número de lanzamientos en DVD para venta por meses. 2008-2013



Unidad: Número de títulos lanzados ese mes.

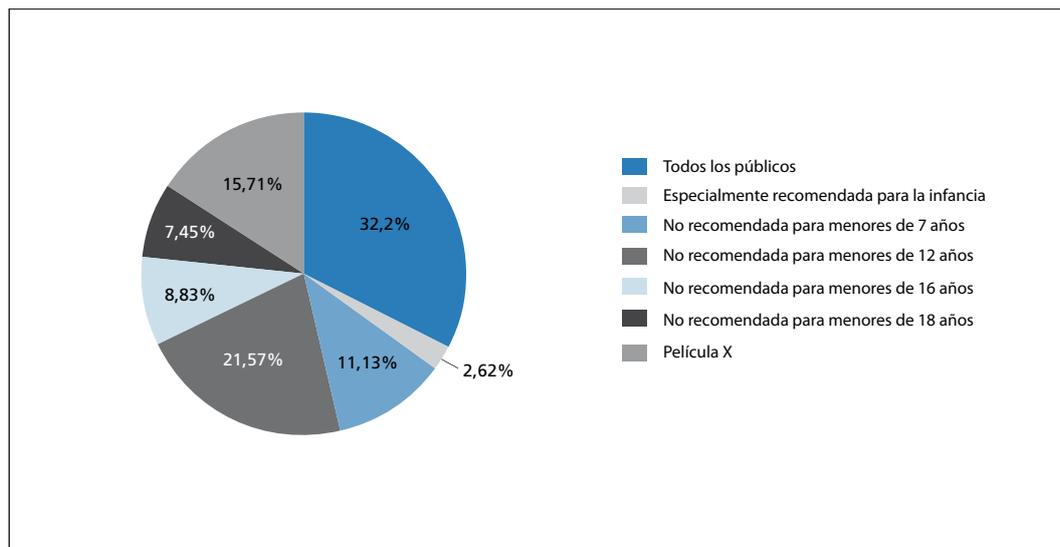
Fuente: Tercer Mercado Video.

### 3.2 Tipos de películas

En cuanto a la distribución de la cuota de mercado de vídeo en 2013, siguiendo una clasificación por edades recomendadas, los vídeos pertenecientes a la categoría "todos los públicos" corresponden a la mayoría de los lanzados ese año con un porcentaje del 30% sobre el total de películas (gráfico 4). Mientras que en segundo lugar encontramos las películas "no recomendadas para menores de 12 años" con un 21%. Las películas categorizadas como "película X" ocupan el tercer lugar (16%), sufriendo una caída consecutiva respecto a los dos años anteriores, puesto que en 2011 esta categoría ocupaba el primer lugar y en 2012, el segundo.



Gráfico 4 Películas por grupo de edad recomendado en 2013



Unidad: % de títulos comercializados.

Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Visuales. Subdirección General de Fomento de la Industria Cinematográfica y Audiovisual.

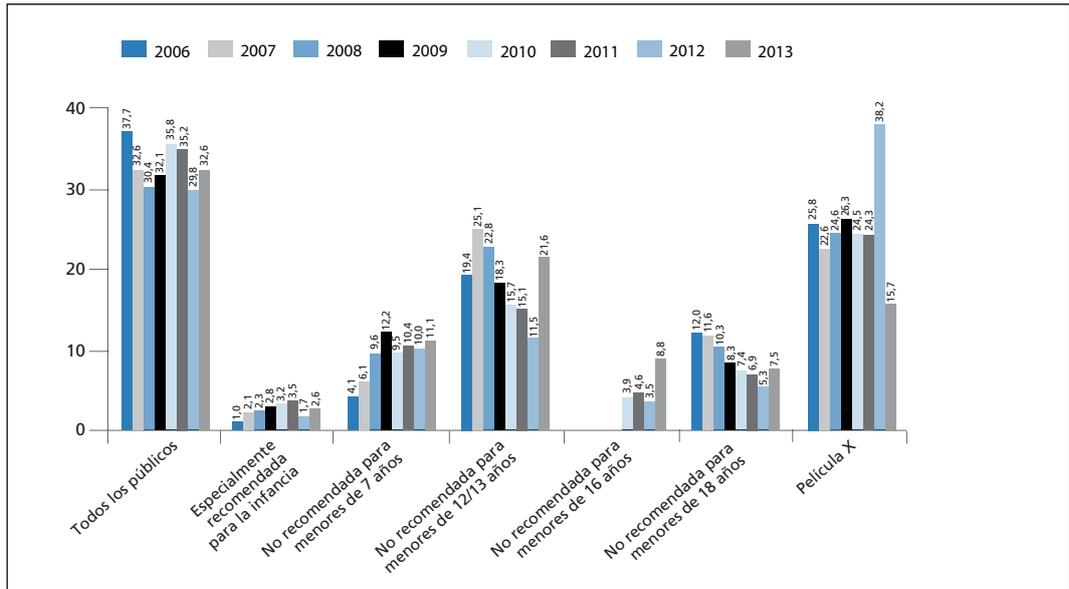
En el gráfico 5 podemos observar la evolución sobre esta misma distribución de los datos desde 2006 hasta 2013 y hacer así algunas comparaciones.

Las películas de la categoría "todos los públicos" se recuperan del descenso significativo que sufrieron en 2012. Mientras que, como decíamos antes, las "películas X" descienden considerablemente, ya no solo con respecto al año anterior, sino que su porcentaje es esta vez menor que en todos los casos anteriores recogidos en el gráfico 6. Sin embargo, las películas "no recomendadas para menores de 12/13 años" y "no recomendadas para menores de 18" aumentan su cifra con respecto al año anterior, y en el caso de esta última categoría, aumenta con respecto a todos los años de los que se disponen datos.

En los casos de las películas "no recomendadas para menores de 7 años", "no recomendadas para menores de 18 años" y "especialmente recomendada para la infancia", se producen también aumentos, aunque más ligeros, con respecto al año anterior, aunque son valores muy parecidos, especialmente en lo referente a las dos primeras categorías.



Gráfico 5 Películas por grupo de edad recomendado. 2006-2013



Unidad: % de títulos comercializados.

Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Visuales. Subdirección General de Fomento de la Industria Cinematográfica y Audiovisual.





## 4 Ventas

Si ahora analizamos los diferentes soportes presentes en el mercado del vídeo, debemos tener en consideración los dos principales formatos de comercialización actuales, el DVD y el Blu-ray. A pesar del avance tecnológico y modernización que supone el Blu-ray, ambos formatos conviven actualmente, e incluso el DVD es el formato más presente en este sector.

### 4.1 DVD

Las ventas de películas en DVD han aumentado en 2013 en relación al año anterior. Concretamente, estamos hablando de un incremento del 13,3%, lo que supone pasar de 8.310.075 a 9.589.718 unidades y frenar, de momento, la caída que las ventas de DVD venían registrando desde el año 2008. Con esta cifra resultante nos situamos en unos niveles de unidades vendidas superiores a las que se registraron en el año 2011 (un 15,4% más) (tabla 6).

**Tabla 6 Evolución de las ventas de DVD (unidades). 2008-2013**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
TOTAL	19.932.299	14.677.413	11.895.044	9.374.752	8.310.075	9.589.718

Nota: Los datos incluyen la evolución de las ventas y promociones especiales.

Unidad: Unidades.

Fuente: Unión Videográfica Española (UVE).

Pero a pesar del incremento en el número de unidades DVD puestas en circulación, esto no ha tenido su reflejo directo en la recaudación obtenida. En 2013, la cifra de ventas descendió de los 50.188.955 euros que se registraron en 2012 a los 39.151.123 euros, es decir, 11 millones de euros menos de facturación, situando 2013 en los peores resultados obtenidos en ventas de DVD de toda la serie que mostramos. Como afirmamos al principio de este capítulo, el efecto de la bajada de precios del DVD (situándose en una media en torno a los cuatro euros) afecta de modo directo a los ingresos del sector (tabla 7).

**Tabla 7 Evolución de las ventas DVD (euros). 2008-2013**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
TOTAL	146.614.513	96.372.943	94.120.240	60.864.647	50.188.955	39.151.123

Nota: Los datos incluyen la evolución de las ventas y promociones especiales.

Nota: Los datos de 2011 han sido modificados respecto a la publicación del Anuario 2012, debido a nuevos criterios de UVE.

Unidad: Euros.

Fuente: Unión Videográfica Española (UVE).

## 4.2 Blu-ray

A diferencia del DVD, el formato Blu-ray no registró el mismo nivel de ventas. Las unidades de venta y la facturación final obtenida son inferiores a las registradas por el DVD, confirmando así que el nivel de penetración del Blu-ray es todavía menor en comparación al DVD, que es el formato estrella. Disminuyen tanto las unidades vendidas de este formato como la facturación obtenida en comparación al año anterior, rompiendo así la tendencia alcista que se venía experimentando en años anteriores debido a la novedad del formato. El único indicador que no ha descendido es el de los títulos editados, que ha aumentado en 2013 en 36 unidades.

Los 433 títulos editados generaron unas ventas de 18.354.214 euros, es decir, un 20% menos que en 2012. También disminuyen las unidades vendidas y las unidades vendidas por título. En el primer caso, este descenso supone una pérdida del 9,3% respecto al año 2012, y en el caso de las unidades vendidas por título, descienden en 1.139 unidades. Todas estas cifras se registraron a pesar de que el precio medio del soporte también descendió (de 8,55 euros de 2012 pasó a 7,54 euros), siendo el precio medio registrado más bajo desde 2008 (tabla 8).

**Tabla 8 Evolución del mercado del Blu-ray en España. 2008-2013**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Títulos editados	364	248	283	372	397	433
Unidades	745.716	1.046.709	1.557.044	2.191.137	2.683.690	2.433.930
Ventas	12.240.977	12.572.574	22.383.568	20.981.236	22.941.035	18.354.214
Precio medio	16,42	12,01	14,38	9,58	8,55	7,54
Unidades vendidas por título	2.048,67	4.220,60	5.501,92	5.890,15	6.759,92	5.621,09

Unidad: Euros.

Fuente: Unión Videográfica Española (UVE).



El número de lanzamientos en este formato por parte de las principales distribuidoras fue superior al realizado en 2012. En 2013 se produjeron un total de 911 lanzamientos, 59 más que en 2012. La distribuidora Emon fue la que más títulos lanzó al mercado, en concreto 209 títulos, o, lo que es lo mismo, casi un 23% de los 911 títulos lanzados correspondió a esta distribuidora. Estos lanzamientos, que suponen casi el doble en relación al año anterior, la hacen situarse por tercer año consecutivo como la distribuidora con más lanzamientos de títulos.

La siguiente distribuidora en mayor número de títulos lanzados en este formato fue Aurum, con 120 títulos (26 más en relación a 2012, acaparando un 13,2% del total de títulos lanzados). Sony, con 102 títulos, y Universal, con 99 títulos, son las siguientes distribuidoras en este sector en cuanto a películas en Blu-ray lanzadas al mercado. Entre las que decrecen en títulos comercializados, mencionar a grandes del sector como Walt Disney, que es responsable de un 3,4% de los lanzamientos del año 2013 y pierde con esta cifra un total de 75 títulos lanzados. También es el caso de Fox, que baja de 94 títulos en 2012 a 46 títulos en 2013 (ocupando un 5% del total de los lanzamientos registrados en 2013). Por último, Warner pierde 29 títulos lanzados en 2013 en comparación con el año anterior.

Si el drama era el género de mayores ventas en formato DVD, lo mismo sucede en el formato Blu-ray. Del total de lanzamientos registrados en 2013, casi el 25% correspondió a este género (225 títulos). Además, es un género en alza, ya que aumenta en 45 títulos editados en relación al año 2012. El siguiente género más vendido fue el *thriller* (y no la comedia como ocurría con los títulos editados en DVD). El 18,6% de las películas vendidas en soporte Blu-ray correspondió a este género, con un ligero descenso de tres títulos en relación a 2012. La comedia sigue ocupando el tercer puesto en ventas, al igual que en 2012, y aumenta un 9,2% en títulos lanzados en relación a ese año (14 títulos más, lo que supone un total de 152 títulos editados en 2013). Géneros como la animación, ciencia ficción y documental son los que más decrecen en títulos lanzados en comparación con el año anterior.

En relación a la nacionalidad, vuelven a ser las películas norteamericanas las que copan también el mercado de este formato Blu-ray. El 72% de los títulos comercializados era de producción norteamericana; el resto del mercado se reparte entre los títulos británicos (un 7,8% sobre el total), otros (6,5%), los japoneses (4,8%) y los franceses (4,1%). En el caso concreto de los títulos españoles, les correspondió una cifra de mercado del 3%, es decir, 27 títulos en Blu-ray lanzados al mercado de los 911 totales; una cifra que además supone un descenso en lanzamientos en relación a 2012 de 10 títulos. Pero el cine español no es el único que pierde en comparación con el año precedente, también las películas inglesas bajan su producción en un 28,1% (20 títulos menos) y las alemanas en un 12,5% (dos títulos menos). Las que vieron incrementada la producción del año anterior fueron las películas norteamericanas (54 títulos más), las japonesas (13 títulos más) y las clasificadas en el apartado de otras nacionalidades (15 títulos más) (tabla 9).



Tabla 9 Lanzamiento de películas para venta en Blu-ray. 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Total</b>	<b>254</b>	<b>420</b>	<b>888</b>	<b>732</b>	<b>852</b>	<b>911</b>
<b>Distribuidoras</b>	<b>254</b>	<b>420</b>	<b>888</b>	<b>732</b>	<b>852</b>	<b>911</b>
Fox	51	79	221	93	94	46
Warner	95	18	148	82	96	67
Paramount	11	31	60	51	61	62
Aurum	2	35	81	70	94	120
Universal	19	69	88	66	80	99
Walt Disney	17	58	100	86	106	31
Divisa						45
Emon	5	20	65	107	119	209
Vértigo						13
A Contracorriente						16
Karma <sup>[1]</sup>			5	13	N.D.	14
Cameo	1	8	22	19	44	44
Vértice	4	3	13	N.D.	N.D.	N.D.
Sony	39	76	56	92	85	102
Filmax <sup>[2]</sup>	10	3	1	5	N.D.	N.D.
Otros		20	28	48	73	43
<b>Géneros</b>	<b>254</b>	<b>420</b>	<b>888</b>	<b>832</b>	<b>852</b>	<b>911</b>
Drama	31	74	186	158	180	225
Comedia	29	83	140	127	138	152
<i>Thriller</i>	70	94	207	114	172	169
Animación	18	31	70	107	104	89
Terror	16	18	33	40	52	68
Ciencia ficción/fantasia	45	85	161	85	99	87
Bélico	10	3	20	14	10	13
Aventuras	17	19	37	41	44	38
Documental	2	3	12	16	32	21
<i>Western</i>	9	2	4	9	5	15
Musical	6	6	13	16	11	12
Biografía	1	1	4	5	4	11
Otros		1	1	100	1	11



	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTAL</b>	254	420	888	732	852	911
<b>Nacionalidad</b>	254	420	888	732	852	911
EE UU	227	343	707	543	603	657
España	4	9	34	31	37	27
Reino Unido	13	45	62	55	91	71
Francia	6	6	30	37	28	37
Alemania	2	2	12	10	18	16
Japón			8	19	31	44
Otros	2	15	35	37	44	59

Fuente: *Tercer Mercado Video*.

[1] Karma distribuye A Contracorriente y Avalon.

[2] Los productos de Filmax son distribuidos por Warner a partir de junio de 2010.

Si observamos el histórico de lanzamientos de películas en Blu-ray, vemos que la tendencia es similar a la de 2012, es decir, el mayor número de lanzamientos se produce antes del verano, a la vuelta del estío con todos los nuevos estrenos de temporada y, cómo no, en el periodo previo a las vacaciones de Navidad. Mayo fue el mes con más número de lanzamientos, al igual que en 2012. Del total de películas lanzadas al mercado, el 13,6% se lanzó durante este mes (10 lanzamientos más que el año pasado). El mes de septiembre fue el segundo en mayor número de títulos lanzados con 113 lanzamientos (un 40,7% de incremento en relación a ese mismo mes en 2012), lo que pone de relieve cómo se adelanta, cada vez más, la temporada de nuevos lanzamientos al mercado tras el periodo vacacional. Por último, el mes de noviembre fue el tercero en mayores lanzamientos, con un 10,3% de títulos lanzados (nueve menos que en 2012). Y si en 2012 fue agosto el mes de menos actividad, este año que estamos analizando la menor cifra de lanzamientos fue en junio, con un total de 46 lanzamientos (32 menos en relación al año anterior), seguido de enero, mes en el que históricamente se producen muy pocas comercializaciones de títulos (tabla 10).



Tabla 10 Histórico de lanzamientos para venta en Blu-ray. 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Enero	6	29	32	25	26	47
Febrero	12	17	36	51	52	72
Marzo	7	29	149	71	63	66
Abril	6	30	14	44	98	88
Mayo	10	50	74	51	114	124
Junio	12	30	111	58	78	46
Julio	10	14	90	38	59	67
Agosto	9	25	58	32	38	84
Septiembre	32	23	92	69	67	113
Octubre	79	75	42	94	81	54
Noviembre	38	63	118	162	103	94
Diciembre	33	35	72	37	73	56
TOTALES	254	420	888	732	852	911

Unidad: número de lanzamientos.

Fuente: Tercer Mercado Vídeo.

En la tabla 11 se ofrece la información de lanzamientos de películas para venta Blu-ray pero en formato *pack*. El incremento de esta modalidad de comercialización es notable en comparación con 2012, ya que se pasa de 568 lanzamientos a 700 en 2013. La distribuidora que más lanzamientos realizó de este formato fue Emon, con 237 títulos, es decir, un 33,8% de todos los *packs* fue distribuido por esta compañía, experimentando así un incremento de 85 títulos respecto a 2012. La segunda compañía en títulos editados en formato *pack* correspondió a Warner, con 177 títulos (74 más), gracias a los lanzamientos de colecciones de películas o de sagas como la del *Hobbit* o series como *Friends* o *Game of Thrones*.

Por géneros, es el *thriller* el que ocupa en este caso la primera posición en títulos lanzados, con un total de *packs* de 182 (48 más en comparación con 2012). El siguiente género en cuanto a mayor número de lanzamientos se refiere fue el dramático, con 151 títulos lanzados. Y en relación a la nacionalidad de los lanzamientos de películas en *pack*, también fueron las producidas en EE UU las que mayor número de títulos acapararon, con un 79,8% de títulos lanzados sobre el total (tabla 11).



Tabla 11 Lanzamientos de películas para venta pack Blu-ray. 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>119</b>	<b>226</b>	<b>283</b>	<b>568</b>	<b>700</b>
<b>Distribuidoras</b>	<b>102</b>	<b>119</b>	<b>226</b>	<b>283</b>	<b>568</b>	<b>700</b>
Fox	53	22	57	38	159	49
Warner	25	0	57	43	103	177
Paramount	3	14	22	13	33	119
Aurum	-	5	5	15	20	24
Universal	6	28	10	80	46	52
Walt Disney	12	18	10	44	12	5
Divisa	-	-	-	-	22	23
Emon	-	-	59	18	152	237
Cameo	-	-	1	0	2	1
Sony	3	27	4	20	18	10
Otros	-	5	1	12	1	3
<b>Géneros</b>	<b>102</b>	<b>114</b>	<b>226</b>	<b>283</b>	<b>568</b>	<b>700</b>
Drama	6	19	53	37	99	151
Comedia	3	6	21	37	66	98
<i>Thriller</i>	30	19	58	43	134	182
Animación	19	15	9	46	45	13
Terror	8	10	13	23	36	62
Ciencia ficción/fantasía	23	30	51	75	123	101
Bélico	4	1	5	2	6	10
Aventuras	9	5	4	20	41	35
Documental	-	-	-	-	5	18
<i>Western</i>	-	-	-	-	-	11
Musical	-	-	-	-	6	10
Biografía	-	-	-	-	-	7
Otros	-	9	12	0	7	2



	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>114</b>	<b>226</b>	<b>283</b>	<b>568</b>	<b>700</b>
<b>Nacionalidad</b>	<b>102</b>	<b>114</b>	<b>226</b>	<b>283</b>	<b>568</b>	<b>700</b>
EE UU	92	101	167	232	436	559
España	-	1	8	15	21	10
Reino Unido	8	3	26	22	83	80
Francia	1	7	8	0	5	11
Alemania	1	0	3	1	5	9
Italia	-	-	2	1	6	12
Canadá	-	-	-	-	-	7
Suecia	-	-	5	3	2	6
Australia	-	-	1	0	4	4
Otros	-	2	6	9	6	2

\* Los productos de Filmax son distribuidos por Warner desde junio de 2010.

\*\* Paramount distribuye Universal desde enero de 2011.

\*\*\* Las películas de Aurum las distribuye Sony.

\*\*\*\* Sony distribuye Luk, Selecta Visión e Impulso Records.

Unidad: número de lanzamientos.

Fuente: Tercer Mercado Video.

Para finalizar este apartado, se ofrecen también los datos correspondientes a la penetración del sistema Blu-ray en los hogares españoles. Todas las cifras que recogemos son positivas, lo que viene a demostrar que este sistema va introduciéndose poco a poco entre los hogares españoles. El número de reproductores se ha visto incrementado en el último año, pasando de los 1,1 millones de 2012 a los 1,9 millones en 2013. También se ha incrementado el porcentaje de hogares con Blu-ray en aparatos de TV con HD (alta definición), del 9,1% al 13,7% de hogares en 2013. Y el número de hogares con videoconsolas con este dispositivo también aumenta en 2013, de 2,6 a 3,1 millones de hogares (tabla 12).

Tabla 12 Evolución del Blu-ray en España. 2008-2013

	Unidad	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Reproductores/grabadores de Blu-ray en los hogares	m	0,02	0,11	0,42	0,58	1,18	1,92
Penetración del Blu-ray en los hogares con TV	%	0,11	0,68	2,63	3,53	7,12	11,54
Penetración del Blu-ray en los hogares con TV HD	%	0,31	1,41	4,88	5,07	9,12	13,7
Videoconsolas con Blu-ray en los hogares	m	0,79	1,31	1,76	2,2	2,64	3,13
Penetración de videoconsolas con Blu-ray en los hogares con TV	%	5,09	8,32	11,10	13,4	15,98	18,76
Penetración de videoconsolas con Blu-ray en los hogares con TV HD	%	14,49	17,17	17,75	19,3	20,44	22,28

Unidad: Millones y % sobre el total de la población.

Fuente: Screen Digest.

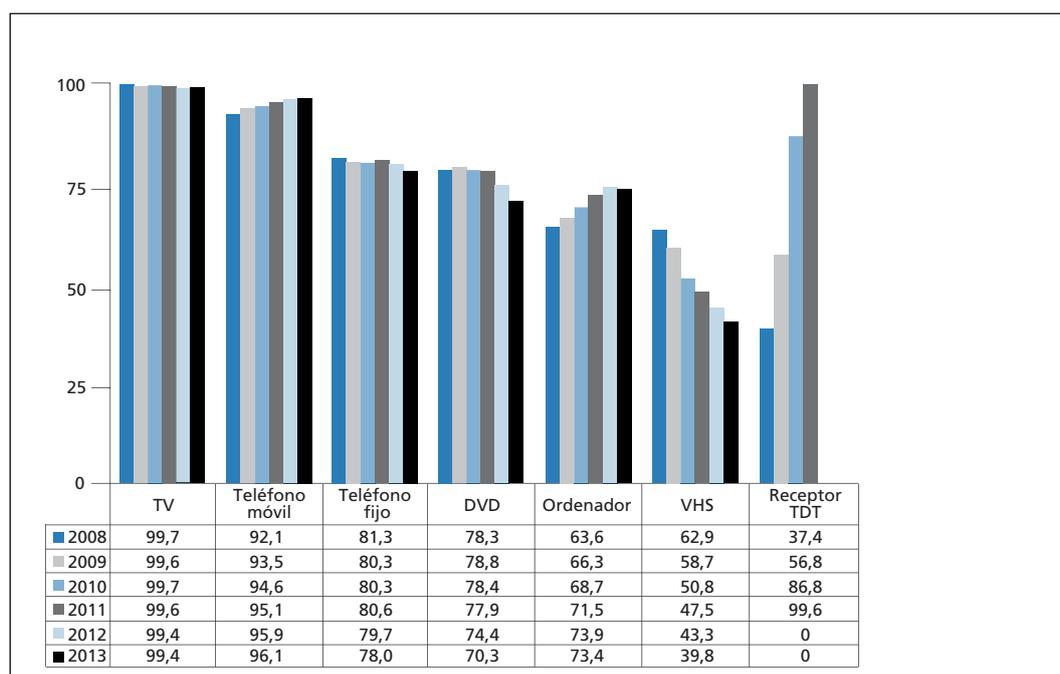
## 5 Vídeo e Internet

El nivel de equipamiento tecnológico de los hogares españoles es bastante alto, por lo que las cifras obtenidas en este indicador durante 2013 no vienen a mostrar un mayor nivel de equipamiento. En todo caso, una estabilización de algunos dispositivos o equipamientos, y en otros, una disminución, debida a que una tecnología deja obsoleta a otra y por eso disminuye su tasa de penetración.

En este sentido, observamos que, según datos del INE, la TV es un equipamiento que posee prácticamente el 100% de los hogares españoles. El teléfono móvil es un dispositivo que crece en penetración y que llega al 96% de los hogares, conllevando un descenso del porcentaje de hogares con teléfono fijo (del 81,3% de hogares que contaban con teléfono fijo en 2008, se llega en 2013 al 78%).

Otros equipamientos, como el ordenador, se estabilizan en penetración (con un 73,4% de hogares) y otros descienden, como el reproductor VHS (que decrece en 3,5 puntos porcentuales respecto a 2012) o el sistema DVD, que también baja en tasa de penetración (de un 74,4% a un 70,3% en 2013), al incorporarse al mercado televisiones con sistemas de reproducción o con canales con servicio a la carta de cine y series, o al cambiar los hábitos de visionado mediante otros dispositivos (a través del propio ordenador, tabletas o *smartphones*) (gráfico 6).

Gráfico 6 Equipamiento tecnológico del hogar en España. 2008-2013



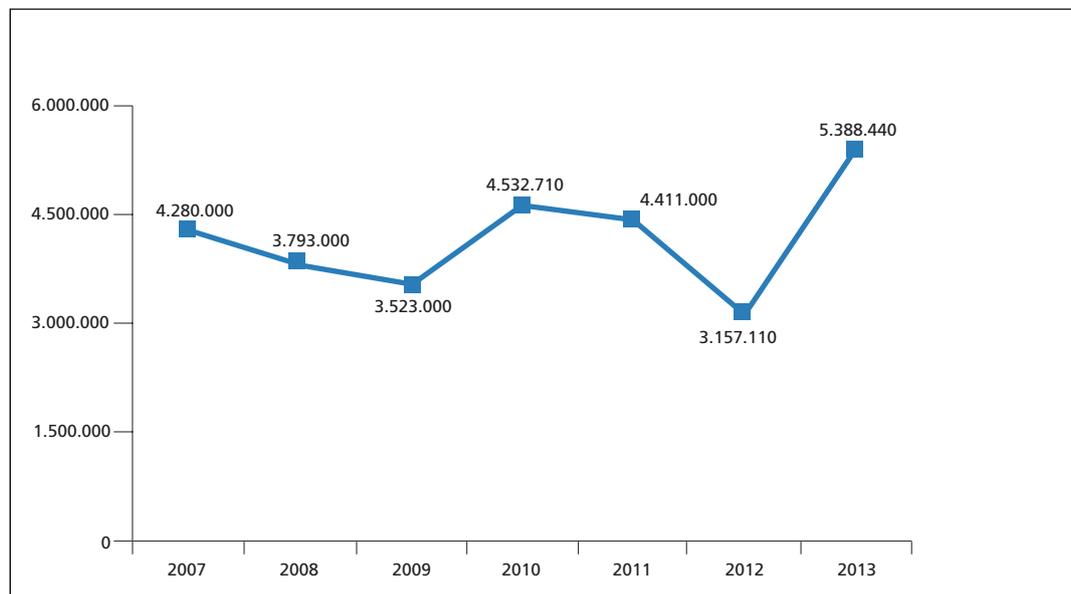
Unidad: % hogares.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística, *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. Año 2013.



Como podemos observar por los datos del gráfico 7, el número de personas entre 14 y 70 años que han descargado algún archivo audiovisual ha aumentado en 2013 un 70,7%

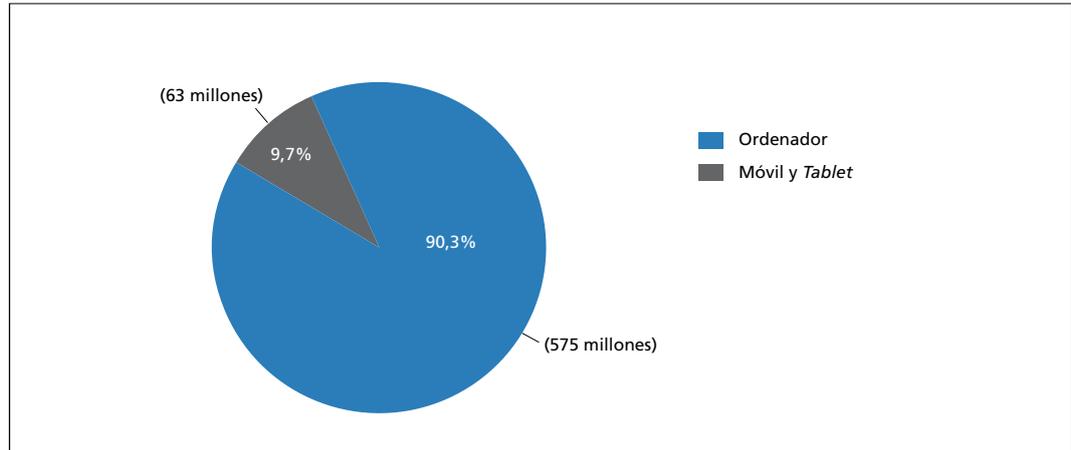
**Gráfico 7** Total población 14-70 años que descarga audiovisual de Internet (últimos 3 meses). 2007-2013



Unidad: Millones de archivos audiovisuales descargados por individuos de 14 a 70 años en los últimos tres meses o menos.

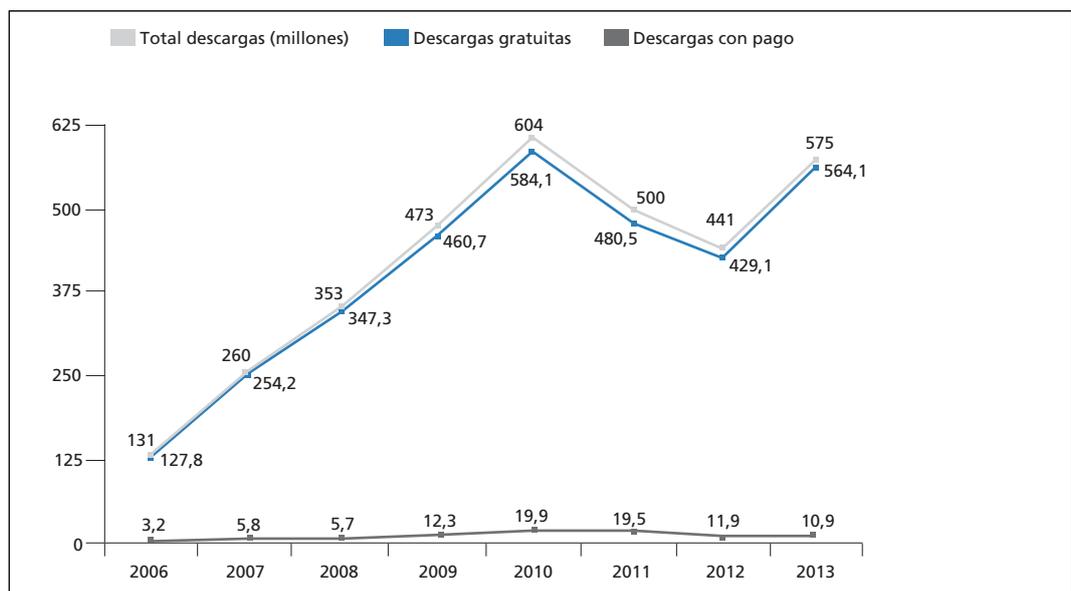
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Antecedentes y alternativa metodológica 2013*, de Fundación SGAE.

Internet es, cada vez más, la vía habitual para acceder a contenidos audiovisuales (vídeos, películas o series). Así, el número de descargas de estos contenidos que se registraron en 2013 entre la población de 14 a 70 años se situó en torno a los 638 millones. De estas descargas, el 90,3% se realizó a través del ordenador y el 9,7% a través de móviles o tabletas, lo que demuestra que el ordenador sigue siendo el principal medio para acceder a descargas a través de Internet (gráfico 8).

**Gráfico 8 Total descarga de vídeo/películas/series descargadas en 2013**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Antecedentes y alternativa metodológica 2013*, de Fundación SGAE.

A nivel concreto de la evolución de archivos audiovisuales descargados, observamos la tendencia experimentada en los últimos años y cómo se ha producido un aumento de 134 millones de archivos en relación a 2012. Si entonces esta cifra era de 441 millones de archivos descargados, en el último año se incrementa y llega hasta los 575 millones de archivos audiovisuales (gráfico 9).

**Gráfico 9 Total archivos audiovisuales descargados al año. 2006-2013**

Nota: No incluye las descargas desde móvil o tablet.

Unidad: Millones de archivos audiovisuales descargados por individuos de 14 a 70 años en los últimos tres meses o menos.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Antecedentes y alternativa metodológica 2013*, de Fundación SGAE.

