

CLICK

BOLETÍN INFORMATIVO DEL LABORATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES
AÑO 1 N° 2 – OCTUBRE 2006

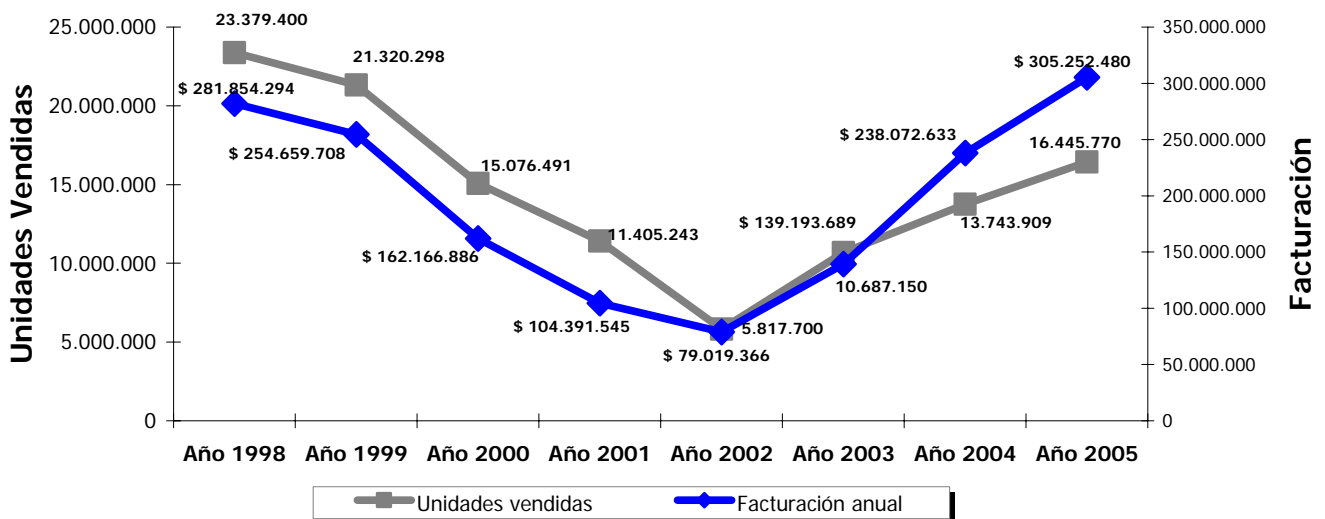
SECTOR FONOGRAFICO DE LA ARGENTINA

Venta

Durante el 2005 se vendieron en el país **16,4 millones de fonogramas** y la facturación superó los **\$305 millones** de pesos. Estas cifras, comparadas con las de 2004, representan un **incremento del 20% y 28,5%** respectivamente. En cuanto al tipo de fonogramas el **90%** corresponde a CD.

Si se comparan estas cifras con las obtenidas en los últimos años de la convertibilidad, se observan dos situaciones diferentes. Mientras la cantidad de discos vendidos es bastante menor (un 40% menos), la facturación en pesos ha sido superada en un 10%. El dato más alentador es que, respecto a la crisis del 2002, la industria ha triplicado sus ventas y cuadruplicado sus ingresos.

Música: Venta de unidades y Facturación. Argentina. 1998-2005



Fuente: Elaboración propia en base a datos de CAPIF

Origen

En lo que respecta al **origen del repertorio** la música **nacional** representa, el **48%** de la venta total en el sector, seguida por la editada en inglés (una tercera parte), el resto de los países iberoamericanos (17%) y la música clásica (2%). Esta clara **preponderancia en la elección de la música nacional** se manifiesta como una tendencia **histórica** en el mercado.

Asimismo, los datos indican que la participación de los artistas locales es **menor a la de Brasil**, donde 7 de cada 10 discos vendidos corresponden a sus músicos, aunque **supera el porcentaje existente en resto de los países latinoamericanos**, en los cuales la elección de música nacional no supera el 45%: México 45%, Uruguay 35%, Paraguay y Perú 25%, Chile 20% y Venezuela 15%.

Influencia de las NTIC

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) **influyen de manera divergente** en el mercado fonográfico.

En efecto, por una parte, puede mencionarse que la **descarga y reproducción ilegal** de música en la Web y a través de copadoras de CD **limita notablemente la rentabilidad del sector fonográfico** en todo el mundo. Esta merma es más significativa en los países menos desarrollados: en **Argentina**, como en **Chile y Brasil**, el **mercado ilegal representa el 50%** de las transacciones totales.

Ahora bien, es posible observar también otros fenómenos vinculados al acelerado desarrollo de las NTIC. Por ejemplo, se han abierto **nuevos formatos** de expansión de los discos digitales y nuevos **espacios de comercialización** que crecen vigorosamente día a día.

Al respecto, la **venta** de discos o canciones a través de **Internet** que ya **representa el 6% del mercado mundial discográfico**.

En nuestro país -las primeras cifras se conocerán a finales del 2006- se espera alcanzar una descarga equivalente a 15 millones de discos (una tercera parte de las ventas en formatos tangibles) e ingresos por aproximadamente \$200 millones.

Otra significativa innovación es la de los **ringtones** en los celulares. Si bien no existen datos precisos, este servicio es una de las descargas más populares del mercado global de contenidos -junto a la descarga de juegos y música- y representa aproximadamente el **20% de los ingresos totales de las compañías de telefonía móvil**.

Las **grandes cadenas de disquerías** constituyen el **canal de venta más importante** del sector fonográfico. Bastante lejos de ellas quedaron las tradicionales *disquerías de barrio*. Los supermercados y kioscos de diarios, como nuevos canales alternativos de comercialización, apenas acaparan sumados el 12% de la venta total. No obstante, estas proporciones son bastante diferentes según se trate del Área Metropolitana de Bs. As. del resto de las provincias.

Canales Formales	Área GBA	Resto del País	TOTAL
Tiendas Especializadas	56%	71%	62%
Disquerías de barrio	35%	13%	26%
Supermercados	3%	13%	8%
Kioscos de Revistas	6%	3%	4%

Fuente: CAPIF – OIC GCBA

Concentración Económica

Pocos sectores de las industrias culturales están tan **concentrados como el discográfico**. En Argentina, incluso la participación de las productoras independientes en el mercado es menor (17,4%) al de la media mundial (25,3%). **Las cuatro grandes empresas trasnacionales acaparan las tres cuartas partes del negocio de la música en el país:** Sony-BMG 31,3 %, Universal 21,8%, EMI-Odeon 15% y Warner 14,5%.

Por otra parte, estas cuatro grandes discográficas -al igual que los otros 22 sellos (y 3 distribuidoras) agrupados en la Cámara Argentina de Fonogramas y Videogramas (CAPIF)- tienen residencia en la Ciudad de Buenos Aires.

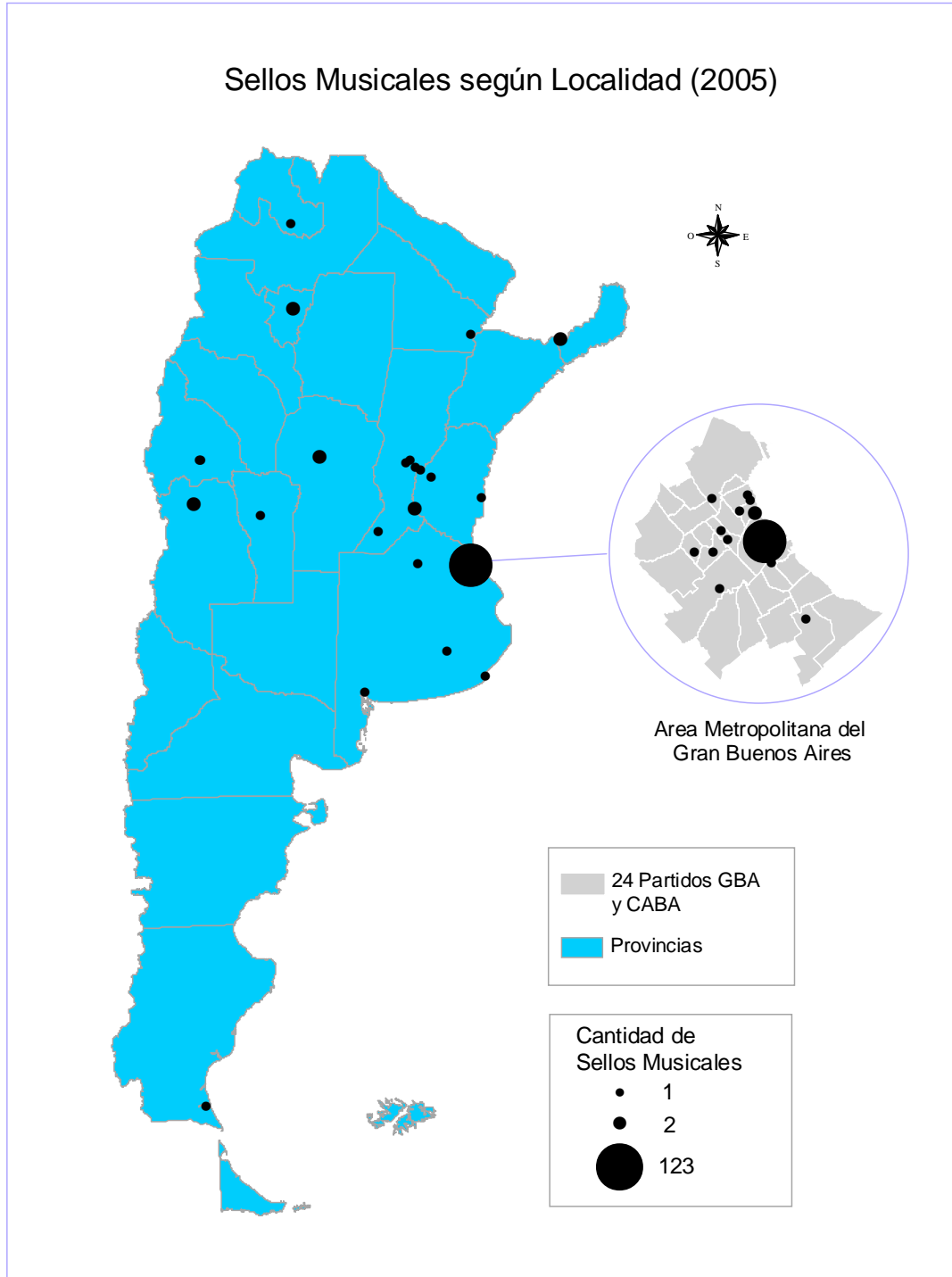
Según las estimaciones de CAPIF, **estas 22 compañías representan el 95%** del mercado local. Por lo tanto, las **restantes 138 editoras discográficas** (según datos de AFIP) **participarían apenas del 5% del mismo**.

CLICK

Informe sobre el Sector Fonográfico en Argentina

De esas 138 PyMEs discográficas, también 123 están **concentradas en la Ciudad de Buenos Aires**, por lo que sólo un total de 41

sellos se distribuyen en otras localidades del país, tal como puede observarse en el mapa.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la AFIP.