

**IV EDICIÓN**  
**Hacia un nuevo modelo de promoción  
 y fomento del audiovisual iberoamericano**

**MESA REDONDA Nº 6**

Los nuevos modelos de negocio para los contenidos audiovisuales. La ventana on-demand desde distintos puntos de vista

Partiendo de la experiencia personal de todos estos años como productores, distribuidores y operadores, les propongo exponer una serie de elementos para analizar, descubrir y potenciar el éxito del cine iberoamericano en la ventana on-demand. A estos efectos se propone una breve introducción al VoD y unas cuestiones a debatir.

**1) Tipos de VoD**

Se pueden definir diferentes modelos financieros y de acceso en el mercado del VoD. Desde el punto de vista del usuario final podemos distinguir entre a) modelos gratuitos, b) modelo de pago directo y c) una mezcla de modelos de pago, por ejemplo ofertas *freemium* donde un pequeño porcentaje de usuarios pagan por acceder a contenidos o servicios extras mientras que la oferta básica es gratuita.

En segundo lugar, desde una perspectiva de acceso tecnológico, podemos distinguir entre modelos de descarga o de streaming. En consecuencia, se distinguen los siguientes tipos de VoD:

- **VoD transaccional** or **TVoD** a veces equiparado al **Pay-per-view (PPV)**.
- VoD transaccional de compra, frecuentemente denominado **Electronic Sell-Through (EST)** or **download-to-own(DTO)**.
- **Download-to-burn (DTB)**: Cuando los archivos adquiridos (transaccional VoD) pueden ser almacenados en un DVD por ejemplo.
- Basado en la suscripción, **Subscription-based VoD (SVoD)**.
- **Free VoD**, frecuentemente basado en la publicidad, **advertising-based (AVoD)**.

**2) La oferta de de VoD en Iberoamérica**

La oferta de contenidos de vídeo en línea está altamente fragmentada en términos de plataformas. Una firma investigadora del mercado identificó en el continente más de 130 multiplataformas (Business Bureau. New media Book 2014. Buenos Aires, 2015) indicando una proliferación de operadores, proviniendo de startups independientes, operadores de TV por cable y programadores en ofertas over the top, vídeo on demand, TV everywhere, o web streaming. En el caso de los sitios de vídeo en línea, la industria no está tan concentrada como en el caso de buscadores, aunque la dominancia de operadores basados afuera de América Latina también es clara .

La presencia de operadores locales en vídeos en línea está principalmente basada en la diversificación de canales de televisión locales que entran en el espacio digital apalancando su posición en el segmento de creación de contenido (Televisa y Azteca en México, Globo y UOL en Brasil, y Grupo Clarín en Argentina).

**Cuadro 6.6 Vídeo streaming: sitios globales versus latinoamericanos**

Vídeo streaming globales		Vídeo streaming latinoamericanos	
Operador	Abonados (LATAM)	País	Operadores
Netflix	7.300.000	Argentina	Arnet Play, Speedy on Video, Cablevision VOD, Vesvi, Qubit.tv, Cinema Argentino, Conectate.gob, Personal (350.000)
Apple TV	1.800.000	Brasil	Claro Vídeo, Telecine, Vivo VOD, GVT On Demand, Muu Globo
Amazon		Chile	Claro Vídeo, Movistar Play, Bazuca, VTR VOD
Google Play	3.100.000	Colombia	Claro Vídeo, UNE (VOD), Caracol
		México	Claro Vídeo, Cablevision VOD, Cinepolis Klic, VEO (Televisa) (3.400.000), Total Play

Fuentes: Netflix Annual Report, Business Bureau, Egeda.

Las estadísticas del mercado de vídeo streaming indican un mercado fragmentado donde los contenidos locales son claramente un factor de apalancamiento para la entrada de competidores latinoamericanos. BB-Multiscreens, Platforms & Contents identificó en su última Ola de 2014 un total de más de 93.600 títulos de películas online al alcance del usuario. Los géneros predominantes son Drama, Comedia y Acción, seguidos en menor medida por Documental y Terror. El 55% de las películas disponibles vía Streaming tienen 7 años o más. Según BB-Multiscreens, Platforms & Contents, el costo mensual promedio de todas las plataformas reveladas presentó una disminución en el precio de aproximadamente un 12%, y alcanza actualmente los \$7,0. A su vez, el precio promedio de una película SD es de \$2,2 mientras que un estreno SD aumenta a un promedio de \$3,0. En cuanto a contenidos HD, el precio por película ronda \$2,4, mientras que un estreno en alta definición se aproxima a \$3,5. Finalmente, observamos un incremento en el Precio promedio de un Capítulo de una Serie, el cual se sitúa en los \$5,5 por transacción. Con respecto a la Ola anterior, esta cifra aumentó casi un 30%.

### 3) El Vod : oportunidades y retos

Oportunidades	Retos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una oferta legal para erradicar la piratería.</li> <li>• Un nuevo modelo de negocio con enorme potencial de crecimiento (58% en el período 2013/2012 en la Unión Europea).</li> <li>• Una distribución internacional más accesible para el productor.</li> <li>• Un fácil acceso a las películas por parte de usuario y una oportunidad de distribución para las películas no estrenadas en salas.</li> <li>• Un marketing flexible y adaptado a los intereses del consumidor: precio asequible y predictibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulación de las ventanas de explotación.</li> <li>• El Day&amp;Date.</li> <li>• Segmentación de los derechos de explotación del VoD.</li> <li>• Requisitos técnicos de las plataformas</li> <li>• Costes de codificación.</li> <li>• Relación precio y contenido.</li> <li>• Remuneración justa del productor.</li> </ul>

### 4) Cuestiones a debatir

- ¿Hasta qué punto el VOD puede sustituir los ingresos tradicionales para la financiación de la producción independiente procedentes de las salas de cine, el DVD/Bluray y la televisión de paga y en abierto?
- ¿Qué ocurrirá con las ventanas de explotación tradicionales? Experiencias y resultados del Day & Date. La posición de los agentes tradicionales de la cadena de valor (exhibidores, operadores de televisión...)
- ¿Pueden los productores independientes iberoamericanos quedar excluidos de los acuerdos de adquisición de derechos para múltiples países que realicen las compañías de VOD?
- ¿Será necesario acordar la exclusividad en la cesión de los derechos por parte de los productores independientes a las plataformas de VOD para conseguir su explotación global?
- ¿Cómo se pueden alcanzar alianzas para la producción o coproducción de películas entre las productoras independientes iberoamericanas y las plataformas de VOD, tanto de ámbito regional como global?
- La exigencia de una calidad determinada en la entrega de materiales supone una barrera de acceso para las productoras independientes iberoamericanas? Cuál es el impacto de los costes de adaptación a las normas de calidad de las plataformas para la producción y distribución independiente?
- La promoción y distribución: La inversión en marketing, política de precios y la predictividad de las plataformas de VOD como factores de éxito.
- Novedades frente a librería: Experiencia en Estados Unidos y Europa e Iberoamérica. ¿Existe realmente la posibilidad de monetizar la librería y las producciones independientes que no han sido estrenadas en salas comercialmente?

### 5) Fuentes

- “El Ecosistema y la Economía Digital en América Latina”. R. Katz 2015. Editorial Ariel; Fundación Telefónica; Editorial Planeta; Barcelona.
- Business Bureau. New media Book 2014. Buenos Aires, 2015.