



OBSERVATORIO DE  
INDUSTRIAS CREATIVAS

INFORME 2014

---

# Mercado de revistas de Argentina y Ciudad de Buenos Aires



Buenos  
Aires  
Ciudad



EN TODO  
ESTÁS VOS

## REVISTAS

En este informe, el OIC ofrece información relativa a la edición nacional de revistas, la oferta de revistas nacionales y extranjeras en la Argentina y Ciudad de Buenos Aires y los niveles de venta alcanzados. El informe utiliza datos anualizados a 2012 o a 2013, según los casos.

### OFERTA DE REVISTAS

#### Las Revistas Nacionales

De acuerdo a datos del Centro de Distribución de Revistas (CDR) difundidos por AAER (a los que recurrimos por no contar con información de registro de I.S.N.N.), en 2013 el mercado de las revistas se compuso de una oferta de 1.455 títulos de revistas nacionales no ocasionales<sup>1</sup>, cifra que se encuentra por encima de la media de todo el período de diez años iniciado en 2003 (con 1.367 títulos). En cambio, si la comparación se hace con los títulos del año anterior, para 2013 se observa una reducción del 5,4% (ver Gráfico 1).

#### Inversión publicitaria en revistas

La mayor parte de las revistas participan de un doble mercado: el de las ventas de los ejemplares y el de la venta de publicidad, en este último caso con ingresos que el editor absorbe directamente (sin participación de los distintos eslabones de la cadena de distribución, con los que debe compartir los ingresos por ventas que realice a través de terceros). Si bien la relevancia que tienen los ingresos por inversión publicitaria para el negocio de edición de revistas varía de acuerdo a los

proyectos editoriales, los valores agregados permiten conocer una parte de las condiciones que afectan a la producción de este segmento editorial.

De acuerdo a la Asociación de Argentina de Agencias de Publicidad (AAP), la inversión publicitaria en el segmento –que alcanzó en 2013 los 1.122 millones de pesos– fue un 20% superior a la informada para 2012. De todos modos, lo que las revistas consiguieron en 2013 representó un 3,8% del total de la inversión publicitaria anual, cifra algo menor que la registrada en 2012 (4,2%). Según datos de la Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM) difundidos por AAER, mientras que la inversión publicitaria en revistas tuvo en 2012 un crecimiento interanual en volúmenes físicos del orden del 2,1%, en 2013 disminuyó un 1%.

#### Las Revistas Extranjeras

La oferta de revistas a las que puede acceder el lector en nuestro mercado, se completa con la de los títulos extranjeros no ocasionales que se distribuyen en el país, que en 2013 fueron 482. Es decir, que los títulos extranjeros constituyeron en el último año una cuarta parte del total de 1.937 títulos que se ofertaron en Argentina (ver gráfico 2).

A la inversa de lo acontecido con los títulos nacionales, la cantidad de títulos extranjeros disponibles se colocó por debajo de la media (693) que estas revistas alcanzaron en el período iniciado en 2003. La oferta de títulos extranjeros en 2013 es la menor de todo el período analizado, y representa una disminución del 26% respecto del 2012.

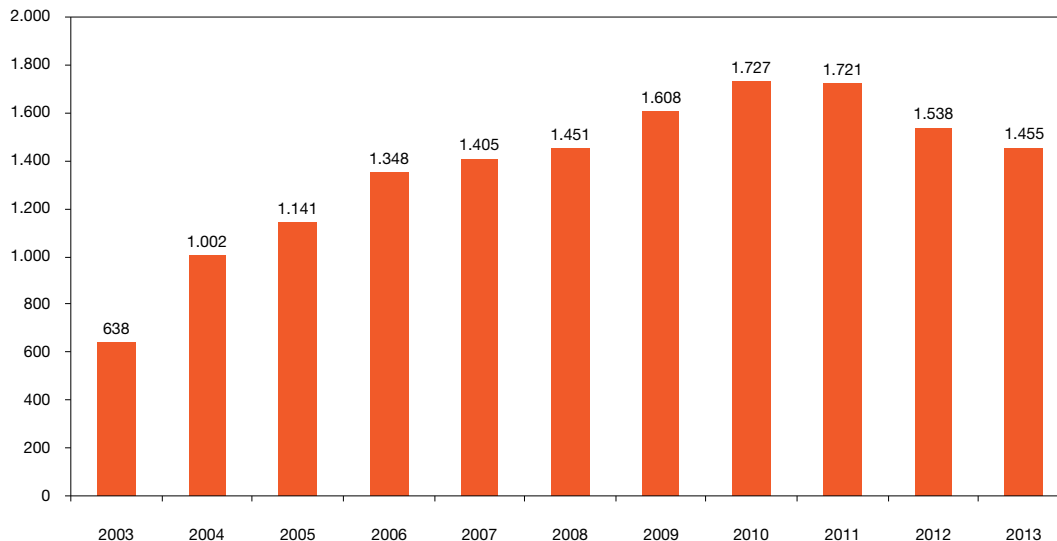
### EDICIONES DE REVISTAS

De acuerdo a datos del CDR que ofrece AAER, en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) las revistas en circulación sumaron en 2013 unas 11.490 ediciones, cifra que compara-

<sup>1</sup> El término “no ocasionales” refiere a revistas editadas periódicamente, excluyendo fascículos y libros seriados.

## Gráfico 1

Oferta de títulos nacionales de revistas no ocasionales Argentina. Años 2003-2013



Fuente: elaboración propia en base a datos del CDR difundidos por AAER.

da con la registrada en 2012 representa una baja del 9,3%. Si a ella se suman las bajas de años anteriores (2010- 2012) el descenso acumulado para estos cuatro años de caídas consecutivas es del 36%, lo cual contrasta con la situación del período 2003-2009 durante el cual la cantidad de ediciones había crecido un 55,8% (Ver gráfico 3).

### CIRCULACIÓN BRUTA DE EJEMPLARES

El panorama de la oferta de revistas se completa con los datos de la circulación bruta que explican cuántos ejemplares fueron puestos en manos de los distribuidores. Si bien, no nos brinda una medida de producción ni de consumo (contabiliza tanto los ejemplares vendidos como los devueltos), podemos asumir que la oferta de ejemplares da una idea aproximada de

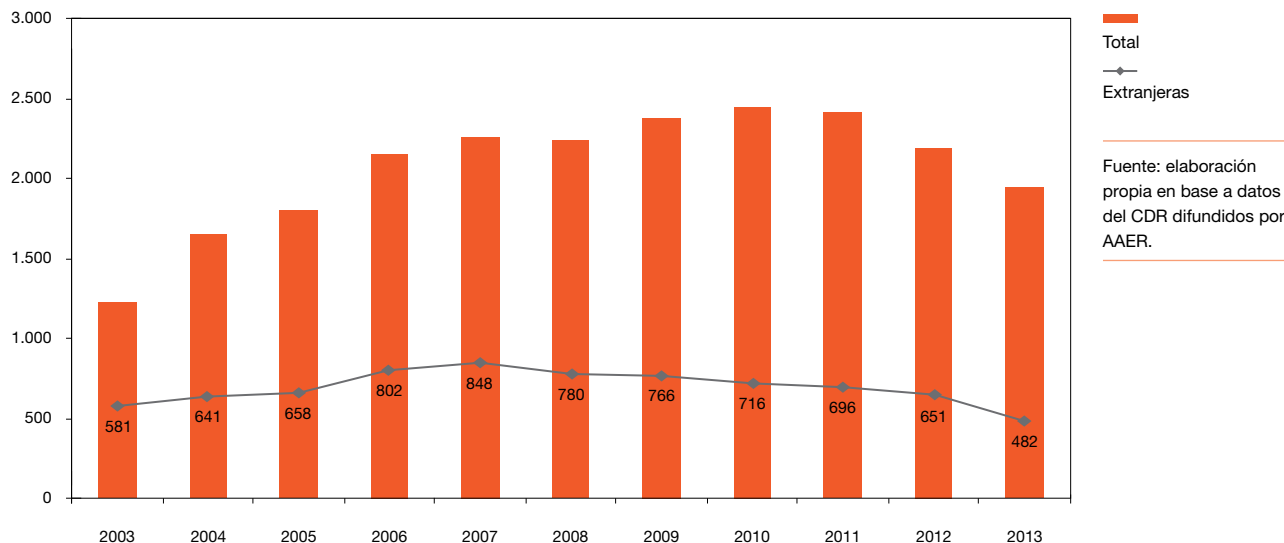
la situación configurada por la producción e importación de ejemplares destinados al mercado local.

En 2013, y luego de tres años de caída consecutivos, se distribuyeron en nuestro país 86,2 millones de ejemplares, de los cuales solo 5,4 millones fueron de revistas editadas en otros países. De modo que aunque en relación al origen la diversidad de títulos extranjeros disponibles en nuestro país es considerable (los títulos extranjeros representan el 25% del total de títulos ofertados), puede decirse que el público que las consume es bastante menos amplio, sobre todo teniendo en cuenta el hecho de que la importación pueda ser más ajustada a la demanda efectiva que la producción local.

En un análisis de evolución, también se observa que en la circulación bruta de ejemplares de revistas hubo en 2013 una baja

## Gráfico 2

Oferta de títulos de revistas no ocasionales. Total y extranjeras. Argentina. Años 2003-2013



respecto a los valores conseguidos el año anterior. En efecto, la contabilidad total de revistas nacionales y extranjeras circulantes en nuestro país evidenció en 2013 una caída del 11% respecto a los valores de 2012. Si la comparación se hace contra los valores de 2010, el mejor año desde la crisis de inicios de la década pasada, la baja fue de 28,5% (Ver gráfico 4).

Considerando la serie más larga 1996-2013, se observa que el récord histórico de circulación bruta de revistas en la Argentina se registró en el año 1998, cuando se distribuyeron 207 millones de revistas. A posteriori, la circulación de revistas entra en una fase de caídas constantes vinculadas a la recesión económica iniciada en 2009 que encuentra su umbral más bajo en 2002 (cuando circularon tan solo 64 millones de revistas). Acompañando el inicio del ciclo económico de crecimiento de la economía argentina, en 2003 comenzó la recuperación de

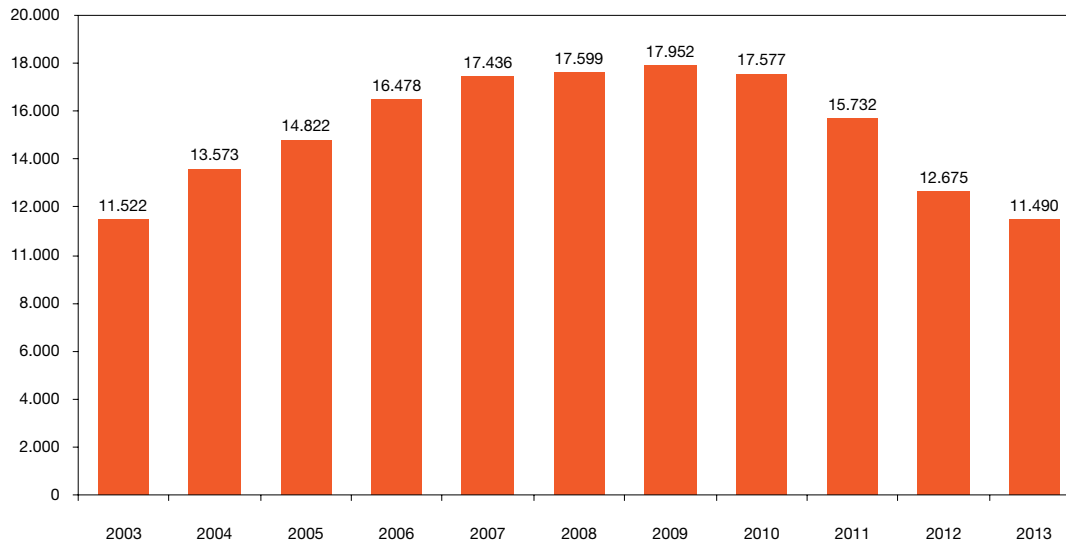
los guarismos de circulación en todo el país, que en esta década alcanzó su punto más alto en 2010 con 120,5 millones de revistas. Como ya vimos, a partir de entonces comienza a declinar la circulación, lo que no parece ya vincularse tanto con el ciclo económico general. Por ejemplo, en 2009, que resultó el peor año desde 2002 en términos de crecimiento para la economía argentina, la circulación creció y, por el contrario, en 2011 cayó sensiblemente, pese a un comportamiento positivo de la economía nacional.

### Concentración geográfica de la circulación de ejemplares

La circulación de revistas se concentra en muy buena medida en el AMBA, ámbito geográfico en el que se distribuyen cerca de la mitad de los ejemplares (45%) que circulan en Argentina.

### Gráfico 3

Cantidad de ediciones de revistas AMBA. Años 2003-2013



Fuente: elaboración propia en base a datos del CDR difundidos por AAER.

En esta zona, la circulación bruta se redujo en 2013 un 9%, porcentaje que se suma a la reducción del 15,3% del 2012. En el interior del país la reducción de la comercialización de revistas fue en este año de mayor magnitud: allí se evidenció una caída del 12% (porcentaje que contribuye a sostener la tendencia negativa registrada en 2012 que fue del orden del 7,7%).

Otro indicador de la concentración geográfica de la circulación de revistas está dado por la cantidad de puestos de diarios y revistas localizados en esta zona geográfica en relación al total de puestos existentes en el resto del país. Conforme información provista al OIC por la Dirección de Regulación Nacional del Sistema Nacional Integrado de Venta y Distribución de Diarios, Revistas y Afines del Ministerio de Trabajo de la Nación, el AMBA retiene el 45,5% de los derechos de parada otorgados por la entidad, hecho que se corresponde con el volumen de circulación que concentra el AMBA. La concentración de los

puestos es todavía mayor en la CABA que, con alrededor de 2.800 kioscos de diarios y revistas, concentraría aproximadamente uno de cada cuatro puestos existentes en el país y poco más de uno de cada dos de los existentes en el AMBA<sup>2</sup>.

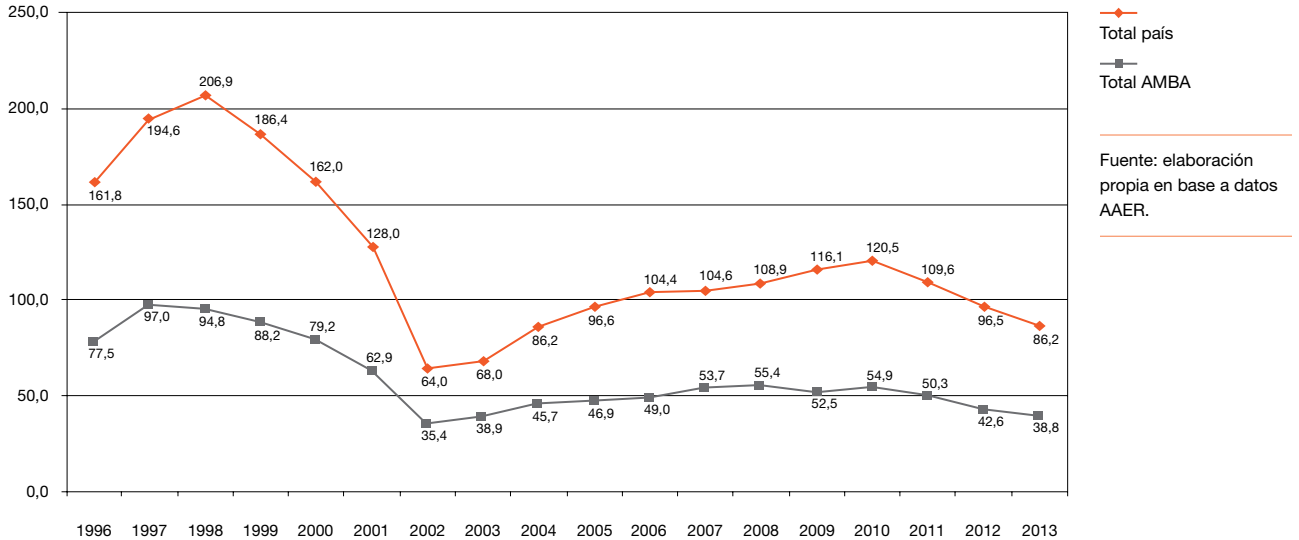
#### Diversidad de géneros de las revistas nacionales

Como viene sucediendo por lo menos desde 1996 (primer año para el que tenemos datos), entre las revistas nacionales son las

<sup>2</sup> Dado que el Registro Nacional Integrado de Vendedores y Distribuidores de Diarios y Revistas se encuentra en proceso de regularización de los derechos de parada y reparto de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución 935/10 del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, los datos que presentamos son de carácter estimativo.

### Gráfico 4

Circulación bruta de revistas (en millones de ejemplares) AMBA y total del país. Años 2008-2013



de “actualidad” las que más circulación consiguen: en 2013 circularon en nuestro país 33 millones de ejemplares de estas revistas, cifra que representa el 40,8% del total de ejemplares de revistas argentinas de ese año. El segundo lugar correspondió a las revistas “didácticas” que, con 15,5 millones de ejemplares, representaron el 19,2% del total. A continuación se ubican las revistas de “mujer y hogar”, con 13,4 millones de ejemplares, y “deporte y tiempo libre”, con 10,6 millones de ejemplares.

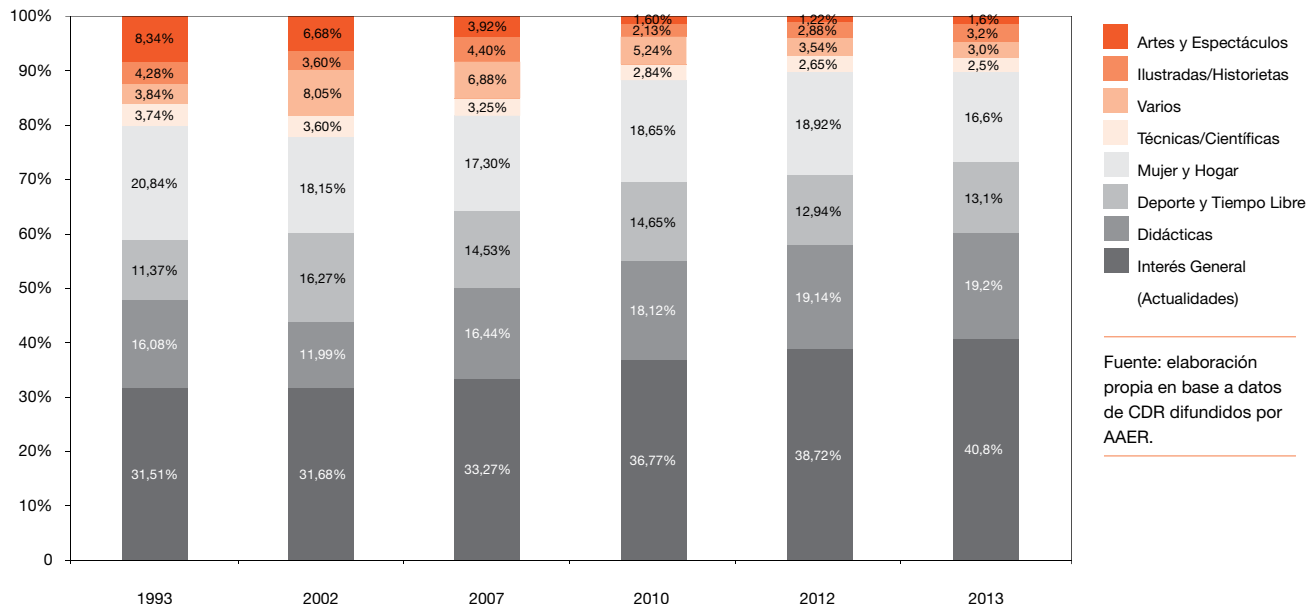
Con distintas fluctuaciones, estos cuatro primeros géneros, que concentraron casi el 85% del total de ejemplares de revistas nacionales que circularon en 2013, demuestran predominio por lo menos desde el inicio de la serie estudiada. Entre 1996 y 2004, este grupo conseguía participaciones que fueron del 76% al 80%. De modo que es en los últimos años en los que se reduce aún más la diversidad de revistas, de acuerdo a las cantidades de ejemplares en circulación (ver gráfico 5).

Los géneros de revistas de menor circulación son “ilustradas e historietas” (2,6 millones de ejemplares en 2013), “técnicas y científicas” (2 millones), “artes y espectáculos” (1,3 millones) y los del conjunto sin especificar “varios” (2,4 millones). Por cierto, es el género “artes y espectáculos” el que menor participación consigue en el total de la circulación bruta de las revistas nacionales, siendo este rubro el que más cayó en relación a los valores de inicio de la serie. Mientras que en 1997, año en que consigue su mayor participación, retenía el 10,7%, en 2013 se quedaba solo con el 1,6% del total, volviendo a su nivel del 2010 y aumentando sutilmente su participación de 1,2% del 2012.

Con menor proporción de “revistas de actualidad”, en el AMBA la participación de los géneros en el total de circulación bruta se encuentra un poco más distribuida que en el conjunto del país, siendo entonces este mercado un poco más diverso en beneficio de las propuestas menos masivas (ver gráfico 6).

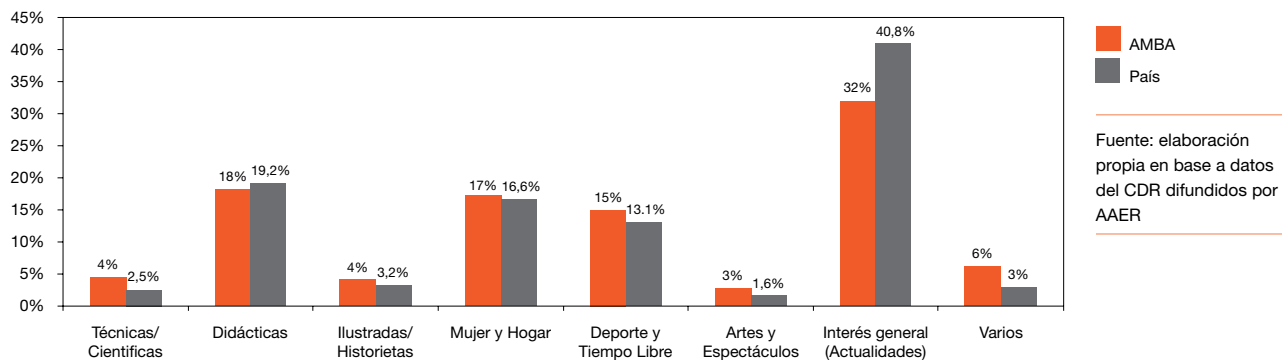
### Gráfico 5

Participación de los géneros en la circulación bruta de ejemplares Argentina. Años 1998, 2002, 2007, 2010, 2012 y 2013



### Gráfico 6

Composición por género de la circulación bruta de revistas nacionales Argentina y AMBA. Año 2013



## VENTA DE REVISTAS

Si bien no todas las revistas tienen un tipo de circulación paga, lo común para las revistas comerciales es que se hagan disponibles a cambio del pago de un precio.

Algunas entidades optan por certificar sus ventas (y distribución gratuitas de ejemplares) en el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), una entidad creada en 1946 por los editores de los principales medios gráficos del país, agencias de publicidad y empresas anunciantes con el objetivo de contar con una fuente fidedigna de información sobre el alcance de la publicidad que pudiera pautarse en estos medios. Del total de 85 revistas argentinas de pago que audita el IVC, 80 pertenecen a editores de la Ciudad de Buenos Aires.

En lo que sigue la información que se suministra responde a datos aportados al OIC por el IVC sobre revistas pagas porteñas, salvo en el caso de precio de tapa donde también se aportan datos de un universo más amplio.

### Precios de tapa

De acuerdo a datos del CDR difundidos por AAER, el precio de tapa promedio de las publicaciones nacionales distribuidas por su intermedio en kioscos de diarios y revistas del AMBA fue en 2013 de 21,62 pesos, mientras que las extranjeras promediaron los 28,92. Estimaciones propias sobre la base de los datos aportados indican que el precio de tapa promedio para las revistas nacionales se incrementó un 10,87% entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013, mientras que con las revistas extranjeras el aumento fue del 11,88%.

A la hora de evaluar la evolución de estos incrementos hay que tener en cuenta que pueden existir grandes variaciones entre los precios promedio de las revistas de acuerdo a los géneros y subgéneros a los que están dedicadas y los públicos a los cuales van dirigidas. Si nos atenemos a los datos que provee

al OIC el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) para cada uno de los títulos de la Ciudad de Buenos Aires auditados (que, hay que aclarar, conforman un universo más acotado que el que analiza el CDR), es posible encontrar algunas divergencias significativas en los precios. (Ver gráfico 7).

### Concentración geográfica de las ventas

De acuerdo a datos del IVC, entre enero y noviembre de 2013, las revistas porteñas auditadas por la entidad vendieron un total de 37.350.237 ejemplares. La Ciudad de Buenos Aires retuvo en el período el 38,5% de la venta de sus ejemplares de revistas, mientras que el interior del país explica el 57,5% y el exterior, el 3,9%. Las ventas digitales (que se computan al total país) obtienen una participación despreciable.

### Títulos y géneros más vendidos

Sin discriminar lugar y forma de venta<sup>3</sup>, del conjunto de revistas pagas editadas por la CABA las que más ejemplares han vendido entre enero y diciembre de 2013 son, en primer lugar *Miradas Cablevisión* de la operadora Cablevisión S.A. (con 5.745.393 ejemplares), *Convivimos* de Editorial Acción S.A. (4.759.855)<sup>4</sup>, *Selecciones* de Reader's Digest Argentina S.A. (1.690.677), *Paparazzi* de Ediciones Paparazzi S.A. (1.111.760) en el cuarto puesto y finalmente *Access DirecTV* del operador satelital DirecTV S.A. (1.068.092), que ocupa el quinto puesto. De estas cinco revistas, las dos con mayor venta se caracterizan por realizar la mayor parte de sus ventas mediante sistemas de suscripción, mientras que en el caso del tercer y cuarto lugar lo hacen a través de Kioscos. (Ver cuadro 1)

<sup>3</sup> En este análisis se incluyen tanto revistas vendidas por suscripción como así las que se adquieren por venta directa (kioscos, librerías, supermercados, etc.)

<sup>4</sup> Se vende de forma exclusiva a clientes de la Tarjeta Naranja.



### Cuadro 1

Ranking de venta de revistas de distribución paga editadas en C.A.B.A

Revista	Ejemplares vendidos	Punto de distribución
Miradas Cablevisión	5.745.393	Cablevisión
Convivimos	4.759.855	Tarjeta Naranja
Selecciones Reader's Digest	1.690.677	Kioscos
Paparazzi	1.111.760	Kioscos
Access DirecTV	1.068.092	Directa
Pronto Semanal	1.061.647	Kioscos
Acción en defensa del cooperativismo y del país	1.055.037	IMFC <sup>5</sup>
Cosmopolitan Argentina	993.208	Kioscos
Jardín de Genios	905.958	Kioscos
Ohlalá	807.909	Kioscos
Genios	717.008	Kioscos

En páginas anteriores, se analizó la participación por género en la circulación bruta de ejemplares (ventas y devoluciones) de revistas nacionales, mientras en el presente análisis se observa la participación por género en la circulación neta (ventas) de revistas pagas editadas en la CABA. En el período analizado (enero a noviembre de 2013), la mayor cantidad de ejemplares vendidos correspondió a revistas de “actualidad” (63,5%), a las que les siguen los géneros “mujer y hogar” (15,5%), “didácticas para chicos” (7,4%), “didácticas para adultos” (5,7%), “deportes y tiempo libre” (3,5%), “adolescentes” y “técnicas, científicas y profesionales” (ambas con 2,2%).

### Concentración del mercado por editorial

Entre las 80 revistas auditadas de la Ciudad de Buenos Aires, se pueden identificar a un total de 36 empresas editoras. De éstas, solo siete publican más de dos títulos (propios o bajo licencia): se trata de S.A. La Nación (diez títulos), Editorial Perfil S.A. (ocho títulos), Editorial Atlántida S.A. (siete títulos), Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. (seis títulos), Producciones Publiexpress S.A. (cinco títulos), Editorial Televisa Argentina S.A. y XyZ Editora Argentina S.A. (ambas con cuatro títulos).

Veintidós editoriales retienen porcentajes de ventas de ejemplares iguales o menores al 1% cada una. Mayores participaciones obtienen Cablevisión S.A. (que retiene un 15,4% del mercado auditado), Editorial Acción S.A. (12,7%), S.A. La Nación (12,1%), Editorial Atlántida S.A. (9%), Ediciones Publiexpress (7,3%), Arte Gráfico Editorial (7,1%), Editorial Perfil S.A. (6,7%), Editorial Televisa Argentina S.A. (5%), Reader's Digest Argentina S.A. (4,5%), Ediciones Papparazzi (3%), DirectTv Argentina (2,9%), Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos (2,8%) y XYZ Editora S.A. (1,8%).

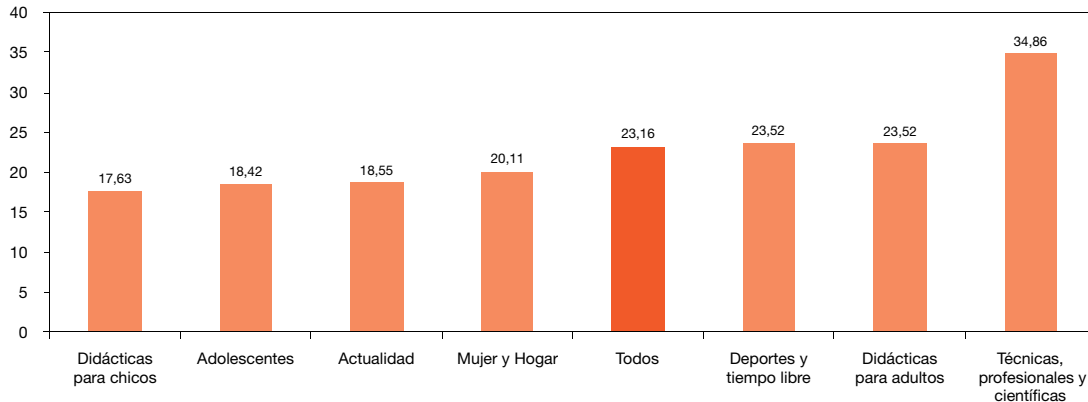
Otros son los niveles de concentración de las ventas por editorial si la atención se pone en exclusivo sobre el canal kioscos, con cinco empresas que concentran el 65% del mercado. En la construcción de este universo se contabilizan únicamente las ventas consignadas como “puntos de venta”<sup>6</sup> según IVC, con exclusión de las que, de acuerdo a sus *media kit*, no distribuyen a través de kioscos. De acuerdo a estimaciones propias, las mayores ventas por esta forma de distribución de revistas las retienen Editorial Atlántida (13,3%), Ediciones Publiexpress (13,4%), Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. (13,3%), S.A. La Nación (12,6%) y Editorial Perfil S.A. (11%). Les siguen Editorial Televisa S.A. (8,6%), Ediba S.R.L (6,8%), Ediciones Papparazzi S.A. (4,8%) y XYZ Editora (2,4%)<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos

<sup>6</sup> Se asume que la categoría “Puntos de venta” refiere mayoritariamente a Kioscos, siendo despreciable la participación de otros como librerías y supermercados.

## Gráfico 7

Precio promedio de las revistas de distribución paga editadas en CABA, según género y sub-género. Enero a noviembre de 2013



Fuente: elaboración propia sobre la base de datos de IVC.

Nota: Los precios promedio corresponden en todos los casos a revistas pagas auditadas por el IVC y no al total de títulos ofertados. El conjunto incluye revistas que no se venden en kioscos. Se sigue el criterio del IVC de incluir a la revista *Hombre* dentro del género "actualidad" por no existir otra revista con la que pudiese integrar una categoría nueva.

Si bien no es de extrañar que varias de las principales empresas del sector revistas sean en sí mismas o estén integradas a grupos info-comunicacionales más amplio (lo que colabora con mejores performances en cuanto a ecuación de costos de producción y distribución como en la difusión de las propuestas editoriales), conviene también notar que se trata éste de un mercado con niveles de concentración media (en comparación con otras industrias culturales). Esto último queda evidenciado sobre todo en los porcentajes de mercado que consiguen los principales editores, con participaciones que en casi todos los casos no llegan al 15%.

## LEGISLACIÓN PARA EL SECTOR

Por Expte. 3000-D-13 tramita un proyecto de ley nacional de "promoción de la producción independiente y autogestiva de comunicación cultural por medios gráficos de Internet"

destinada prioritariamente a cooperativas, asociaciones civiles y pequeñas y medianas unidades productivas no integradas a empresas o grupos nacionales o extranjeros que no reúnan los requisitos que a tal efecto debería establecer el ente que funcione como autoridad de aplicación. Entre los beneficios impositivos previstos por el proyecto de ley se cuentan la exención al Impuesto a las Ganancias; al Impuesto al Valor Agregado; a los derechos a la importación de maquinaria, equipos y piezas destinadas a la producción de insumos; y al derecho a la exportación de publicaciones elaboradas. Aparte de éstos, también prevé beneficios de acceso al financiamiento; de adquisición de lotes sustanciales por parte de la Secretaría de Cultura y el Ministerio Educación de la Nación destinados a bibliotecas públicas y escolares; de promoción en medios de comunicación estatales de las publicaciones producidas bajo este régimen; y de acceso a tarifas postales preferenciales.

**FUENTES**

AAER, Boletín Estadístico Anual. Años 2011, 2012 y 2013.  
Disponibles en [http://www.editores-revistas.com.ar/aaer/  
estadisticas.php](http://www.editores-revistas.com.ar/aaer/estadisticas.php)

IVC, Instituto Verificador de Circulaciones. Disponible en  
<http://www.ivc.org.ar/>