



1. EL MERCADO DE LA MÚSICA A ESCALA MUNDIAL

- 1.1. La reconversión de la industria de la música
- 1.2. La emergencia del mercado digital legal
- 1.3. El móvil
- 1.4. Reproductores de archivos MP3
- 1.5. Los claroscuros del nuevo modelo

TABLAS

- Tabla 1. Evolución del mercado mundial de música grabada (mercados legales)
- Tabla 2. Nivel de piratería según países en 2004 (% sobre el total de unidades vendidas)
- Tabla 3. Características de los principales mercados de la música en 2004
- Tabla 4. Datos clave sobre la piratería a través de Internet en el mundo (estimaciones)

GRÁFICOS

- Gráfico 1. Ventas mundiales de música grabada (millones de dólares constantes 2004)
- Gráfico 2. Ventas mundiales de música grabada (millones de unidades/soportes físicos: CD, casetes, LP)
- Gráfico 3. Principales mercados mundiales de música (% del valor mundial de las ventas)
- Gráfico 4. 'Single tracks' descargados legalmente en Estados Unidos en el mercado legal durante 2004 (millones)
- Gráfico 5. Servicios de descarga digital legal en el mundo iniciados en 2004
- Gráfico 6. Ventas mundiales de iTunes music store (miles de 'tracks'/archivos)
- Gráfico 7. Población que dispone de reproductores MP3 en los principales mercados (%)
- Gráfico 8. Distribución de las ventas mundiales de reproductores de MP3 (%)



1. EL MERCADO DE LA MÚSICA A ESCALA MUNDIAL

Bebe. Cortesía de EMI Music LTD

1.1. La reconversión de la industria de la música

La industria musical está viviendo una reconversión a escala mundial. Las formas de distribución tradicionales, que identificaban la música con su soporte físico, fuera éste vinilo o CD, están resquebrajándose frente a las nuevas formas de distribución digital legales o ilegales. En este proceso de sustitución, las formas de distribución ilegales han tenido un papel determinante, ya que han socavado la base económica de las productoras. La industria prácticamente perdió el control sobre buena parte del comercio producido por su propia actividad. España está viviendo de forma particularmente aguda esta reconversión.

Dentro de este proceso iniciado con el siglo, 2004 parece haber aportado algunas novedades que señalan ciertas vías de reestructuración del sector (tabla 1), aunque todavía incipientes.

En lo referente a los mercados vinculados a los soportes físicos, las tendencias son divergentes en las diferentes zonas del mundo. Mientras que en

América del Norte y, dentro de la UE, en el Reino Unido se han registrado evoluciones positivas en las ventas de CD, en Alemania y Japón continúa un descenso lento. En España, Francia y Suecia se registran acusadas caídas.

En América Latina se siguen registrando altibajos, mientras en Europa, excluidos los 15 países de la Unión Europea de 2000, se aprecia una tendencia consistente al incremento. Igualmente, la propensión al alza es muy considerable en China.

Sin embargo, globalmente, las ventas mundiales de música grabada en soportes físicos siguen una tendencia descendente, aunque la magnitud de las caídas de los últimos cinco años va ralentizándose: entre 2003 y 2004 apenas han sido de un 1,5% en valor y de un 1% en unidades (gráficos 1 y 2).

En general, IFPI atribuye un papel determinante en esta reconversión al crecimiento de los mercados ilegales –físicos o digitales–, cuyo dinamismo se

Tabla 1 Evolución del mercado mundial de música grabada (mercados legales)

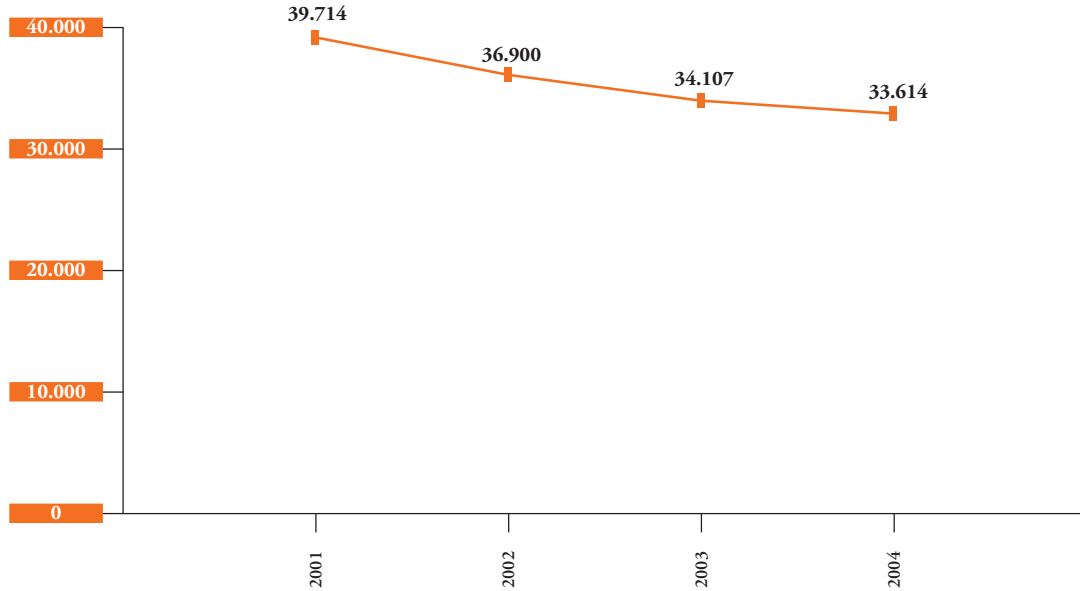
	2002	2003	2004
1. Ventas mercado de soportes físicos según las grandes regiones mundiales			
1.1. Unidades vendidas ('singles', CD, DVD,...) (millones)			
Norteamérica	868,2	848,1	869,9
Union Europea (UE 15, año 2000)	918,9	731,1	704,4
Japón	299,9	260,2	255,6
Asia (sin Japón)	301,2	444,1	422,4
Europa (sin UE 15)	212,2	249,1	240,3
América Latina	154,9	141,9	155,0
Oceanía	67,3	58,5	55,1
Oriente Medio	59,0	31,5	27,3
África	21,0	18,1	25,7
Total	2.902,6	2.782,6	2.755,7
1.2. Valor de las ventas de soportes físicos (dólares constantes 2004) (millones)			
Norteamérica	14.182,3	12.575,9	12.847,2
Union Europea (UE 15, año 2000)	12.492,5	11.702,7	10.884,9
Japón	5.763,1	5.261,0	5.167,8
Europa (sin UE 15)	1.244,5	1.419,9	1.461,0
Asia (sin Japón)	1.058,0	1.094,3	1.073,1
América Latina	1.031,4	848,8	956,0
Oceanía	800,2	889,0	833,5
África	172,6	187,8	253,0
Oriente Medio	155,6	138,1	137,1
Total	36.900,1	34.107,5	33.613,6
2. Ventas mundiales según tipo de soporte físico (millones)			
CD	2.247,1	2.043,2	2.114,2
Singles	265,0	232,5	197,8
DVD	63,6	144,9	179,7
VHS	16,1	9,4	
LP	8,6	7,3	
Casetes	478,9	427,2	
Otros			395,9
Total	2.902,6	2.782,6	2.755,7
3. Mercados digitales			
3.1. Servicios legales de descarga de canciones disponibles	30,0	150,0	230,0
3.2. Archivos digitalizados en catálogos legales (millones)		500,0	1.000,0
3.3. 'Single Tracks' descargados desde servicios de descarga legales (millones)			
Estados Unidos		19,2	142,6
Alemania			7,5
Reino Unido			5,7
Francia			1,5
Total			157,3
3.4. Suscriptores de servicios legales de descarga de música (miles)			
Total (principalmente, Estados Unidos y Reino Unido)		750,0	1.500,0
3.5. Archivos de música descargados ilegalmente (millones)		5.000,0	12.000,0

Nota: IFPI proporciona los valores monetarios en dólares constantes del año correspondiente, su última edición es de 2004. Los datos de 2002 contenidos en este cuadro, sobre los que IFPI no ha proporcionado información, han sido actualizados según la tasa de actualización correspondiente.

Fuente: IFPI, *The Recording Industry 2005*.

Gráfico 1 Ventas mundiales de música grabada (millones de dólares constantes 2004)

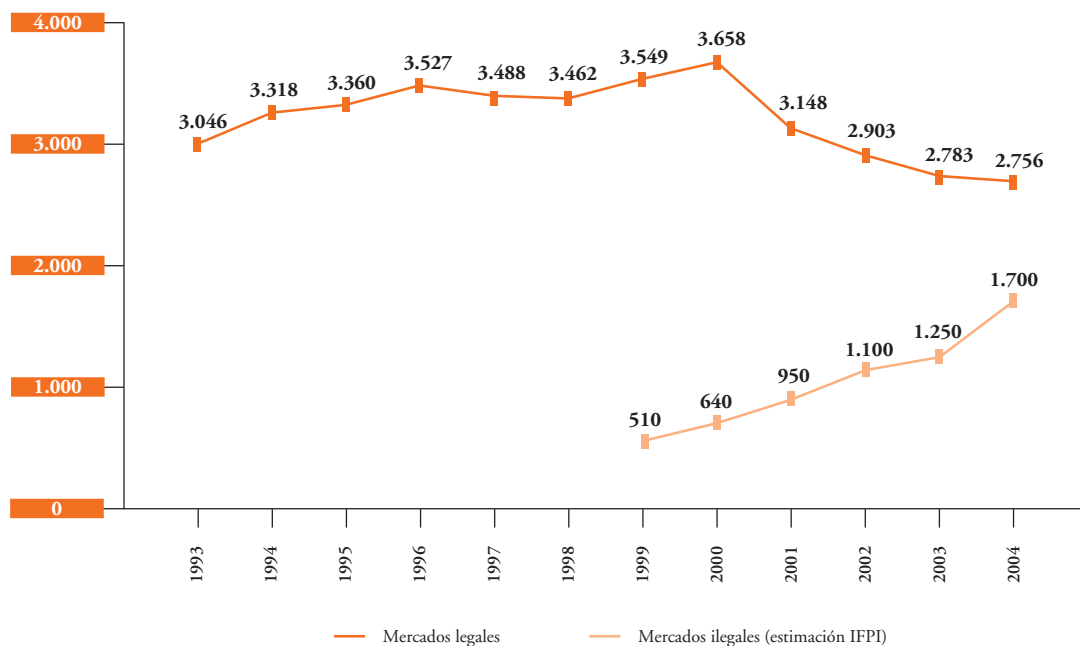
Millones de dólares constantes (2004)



Fuente: IFPI, *The Recording Industry World Sales 2005*.
Ediciones anuales correspondientes.

Gráfico 2 Ventas mundiales de música grabada (millones de unidades/soportes físicos: CD, casetes, LP)

Millones de unidades



Fuente: IFPI, *The Recording Industry World Sales 2005*.
Ediciones anuales correspondientes.

mantiene: estima que se han vendido alrededor de 1.700 millones de soportes físicos de música grabada en los mercados ilegales en el mundo en 2004 (gráfico 2), con países como Taiwán, China, Hong Kong, India, Malasia y, en menor medida, Singapur, Brasil, Tailandia, Polonia y Rusia como mercados productivos

de soportes vírgenes, con una sobrecapacidad sobre sus mercados interiores de tal magnitud –sobre todo en el caso de los países asiáticos citados en primer lugar– que hace pensar que buena parte de sus respectivas producciones se destina a alimentar este mercado ilegal¹. Los mercados ilegales suponen más

Tabla 2 Nivel de piratería según países en 2004 (% sobre el total de unidades vendidas)

País	Por encima del 50%	Entre el 25-50%	Entre el 10-25%	Por debajo del 10%
Norteamérica				Canadá EE UU
Unión Europea		Chipre Grecia Hungría Polonia Portugal Rep. Checa	Bélgica Eslovenia España Finlandia Holanda Italia	Alemania Austria Dinamarca Francia Irlanda Islandia Noruega Reino Unido Suecia
Resto de Europa	Bulgaria Estonia Letonia Lituania Rumanía Rusia Ucrania	Croacia Eslovaquia	Turquía	Suiza
Asia	China Indonesia Malasia Pakistán	Filipinas India Tailandia Taiwán	Corea del Sur Hong Kong Singapur	Japón
América Latina	Argentina Bolivia Brasil Colombia Ecuador México Paraguay Perú Uruguay Venezuela	Chile Costa Rica		
Oriente Medio	Egipto Kuwait Líbano	Arabia Saudí Israel	Bahrayn Emiratos Unidos Omán Qatar	
Oceanía			Nueva Zelanda	Australia
África		Sudáfrica	Zimbabue	

Fuente: IFPI, *Commercial Piracy Report 2004*.



de la mitad de las ventas totales en buena parte de Europa Oriental, sureste asiático, América Latina y algunos países de Oriente Medio (tabla 2).

El factor más determinante en la caída de las ventas de soportes físicos se ha desplazado de la venta ilegal de soportes físicos a la descarga de archivos en redes P2P y similares. Los datos disponibles de diversas fuentes estiman 5.000 millones de archivos musicales descargados durante 2003 y 12.000 millones durante 2004 (tabla 1 citada).

El DVD tiene un peso cada vez más importante en las ventas de soportes físicos, además de una repercusión positiva. Entre 2002 y 2004 ha triplicado su volumen de ventas y alcanza niveles significativos precisamente en los países con mayor demanda habitual de música grabada: Japón, Estados Unidos, Alemania, Francia, Reino Unido, Holanda. En Norteamérica y

Europa, el DVD ha registrado aumentos en sus ventas del 45% y del 21%, respectivamente² (tabla 3).

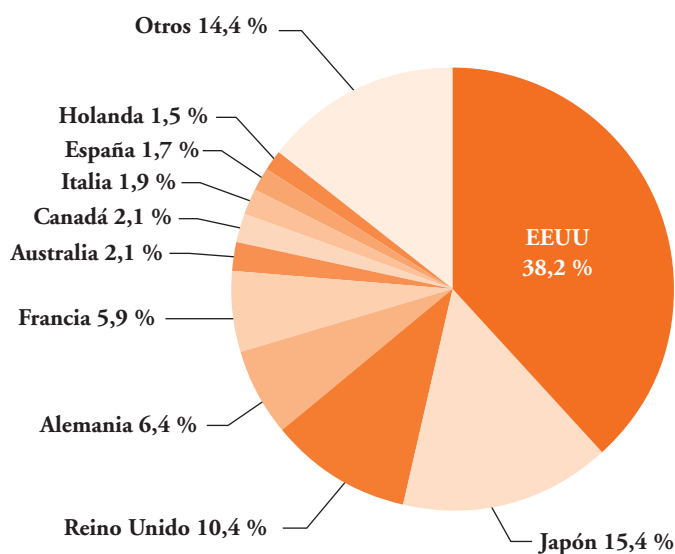
²Fuente: IFPI.

Estopa. Cortesía de Sony BMG



¹IFPI, *The Recording Industry, Commercial Piracy Report 2004*.

Gráfico 3 Principales mercados mundiales de música (% del valor mundial de las ventas)



Fuente: IFPI, *The Recording Industry 2005*.

Tabla 3 Características de los principales mercados de la música en 2004

	Unidades vendidas (millones)				Total	Mercado ilegal	Ventas		Valor Acumulado mercado	
	Singles	CD	DVD	Otros ⁽¹⁾		(% unidades vendidas)	(millones de dólares)	(millones de euros)	%	%
EE UU	6,6	767,0	28,0	4,4	801,6	<10	12.847,2	10.360,6	38,2	38,2
Japón	81,3	201,3	20,3	6,9	255,6	<10	5.167,8	4.167,6	15,4	53,6
Reino Unido	31,4	174,6	7,7	1,3	194,1	<10	3.508,7	2.829,6	10,4	64,0
Alemania	23,5	146,6	11,5	15,4	181,3	<10	2.149,0	1.733,1	6,4	70,4
Francia	24,3	106,4	9,0	3,1	126,6	<10	1.979,3	1.596,2	5,9	76,3
Australia	9,6	39,5	4,5	0,4	47,6	<10	716,7	578,0	2,1	78,4
Canadá	0,5	54,8	4,8	0,4	60,2	<10	693,8	559,5	2,1	80,5
Italia	1,4	33,1	2,0	2,2	37,8	10-25	652,5	526,2	1,9	82,5
España	1,9	44,6	3,5	0,4	49,1	10-25	572,8	461,9	1,7	84,2
Holanda	2,7	23,2	5,3	0,5	29,9	10-25	507,7	409,4	1,5	85,7
Rusia	0,1	58,0	0,2	-0,2	58,0	>50	490,8	395,8	1,5	87,1
Brasil	0,0	51,5	7,6	6,9	66,0	>50	374,2	301,8	1,1	88,2
México	0,3	53,2	1,6	1,4	56,3	>50	360,0	290,3	1,1	89,3
Austria	1,6	9,7	0,6	0,2	11,0	<10	288,6	232,7	0,9	90,2
Bélgica	3,5	15,6	1,6	0,1	18,5	10-25	275,1	221,9	0,8	91,0
Noruega	0,9	12,4	0,3	0,1	13,1	<10	273,8	220,8	0,8	91,8
Suecia	1,4	16,6	0,8	0,2	18,1	<10	267,9	216,0	0,8	92,6
Suiza	1,8	18,2	0,7	0,9	20,4	<10	258,8	208,7	0,8	93,4
Sudáfrica	0,0	15,5	0,9	5,7	22,1	>50	236,5	190,7	0,7	94,1
Dinamarca	0,2	9,7	0,4	0,0	10,2	<10	187,4	151,1	0,6	94,6
Resto del mundo	4,8	262,7	68,4	345,5	678,2	-	1805,0	1.455,6	5,4	100,0
Total	197,8	2.114,2	179,7	395,9	2.755,7	1.700,0	33.613,6	27.107,7	100,0	100,0

⁽¹⁾ Minidisc, DVD audio, etcétera.

Fuente: IFPI, The Recording Industry World Sales 2005/Commercial Piracy Report 2005.

El mercado de la música continúa concentrado en un reducido número de países (gráfico 3 y tabla 3). Estados Unidos acumula el 38,2% del valor de las

ventas; Japón, el 15,4% y Reino Unido, el 10,4%. Estos tres países concentran casi dos tercios del mercado global (el 64% para ser exactos). Alemania y

Bebo & Cigala. Cortesía de Sony BMG



Francia, con alrededor de un 6% en cada caso, se sitúan en un segundo plano. Y a más distancia, con porcentajes entre el 1% y el 2%: Australia, Canadá, Italia, España, Holanda, Rusia, Brasil y Méjico. Se da la circunstancia de que España ha ido perdiendo peso en los últimos años.

1.2. La emergencia del mercado digital legal

El despegue de las ventas legales a través de Internet ha sido lo más relevante en el mercado de la música en 2004.

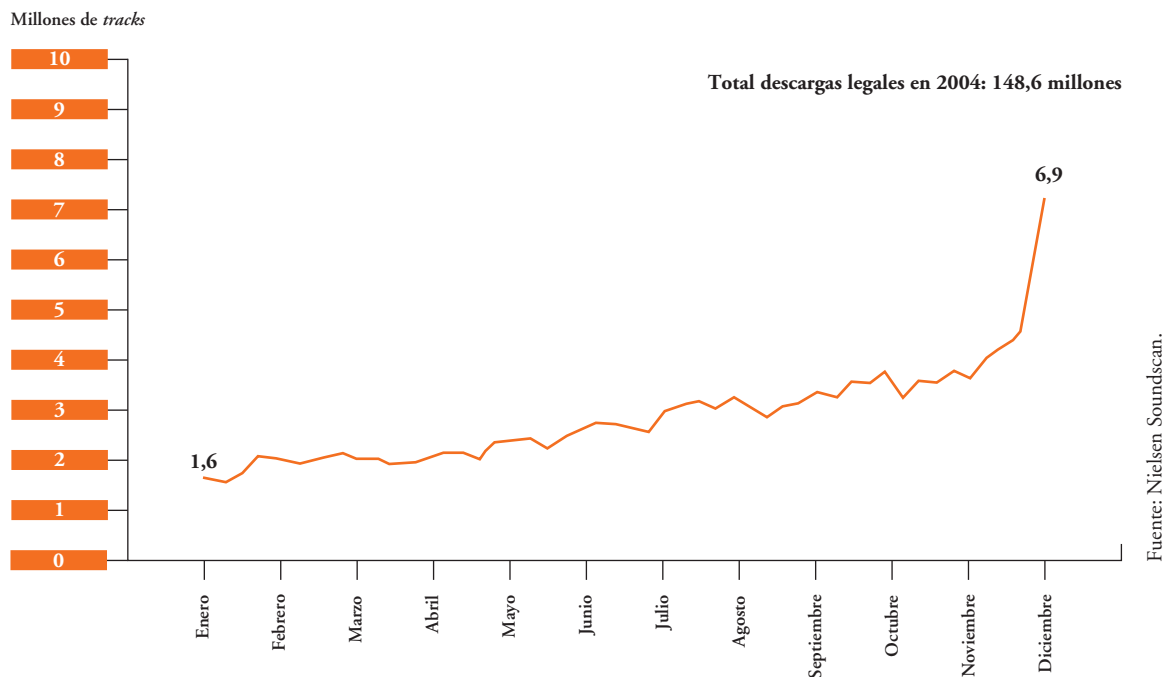
En términos de consumo, los datos más positivos proceden de Estados Unidos. Donde se ha producido una tendencia sostenida al incremento de las ventas de archivos musicales legales a través de Internet (gráfico 4), alcanzando 142,6 millones en 2004, mientras en la segunda mitad de 2003 se vendieron

19,2 millones. Igualmente, el número de suscriptores a estos servicios ascendió en el mismo periodo de 750 mil a 1,5 millones (tabla 1). En Europa las cifras son más modestas, aunque en Alemania y Reino Unido, y en menor escala en Francia, se han producido evoluciones muy positivas.

Bajo esta evolución, prácticamente impensable hace un año, operan varios elementos:

- Las discográficas están digitalizando sus catálogos. Hay ya un millón de archivos (*tracks*) disponibles legalmente.
- El número de servicios que ofrecen música legal se ha multiplicado, alcanzando los 230.
- Las actitudes de los consumidores, al menos de parte de ellos, parecen estar cambiando, enfatizando aspectos de seguridad y de reconocimiento del valor de la música.
- Las actitudes de las discográficas también parecen estar cambiando, asumiendo como inevitable la transformación del mercado de la música a corto

Gráfico 4 ‘Single tracks’ descargados legalmente en Estados Unidos en el mercado legal durante 2004 (millones)



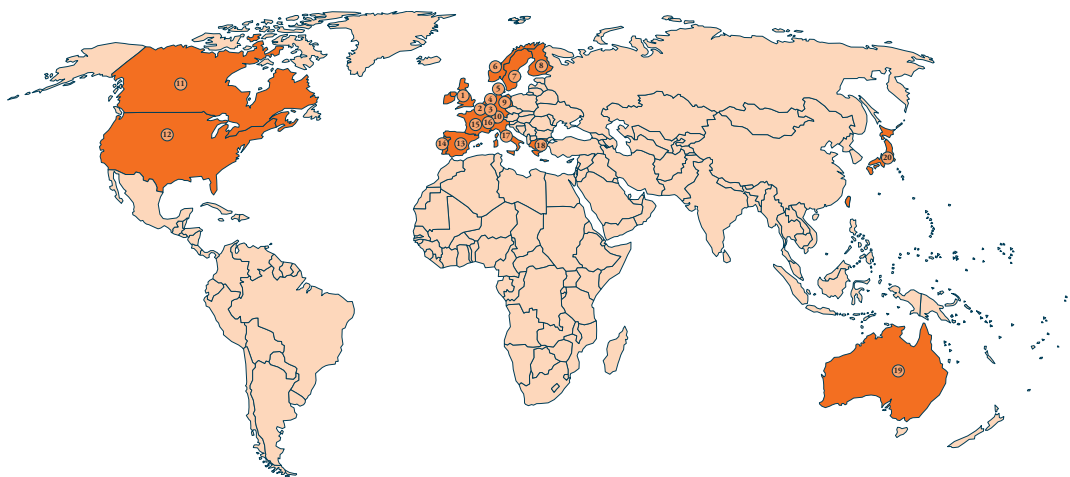
plazo. La alianza entre las discográficas y los proveedores de tecnología segura que permita explotar esta vía de distribución de la música con beneficio para todas las partes, incluyendo los consumidores, es uno de los aspectos más relevantes del comienzo de 2005, seguramente el que presagia un cambio determinante en el mercado de la música a corto plazo.

Como hemos mencionado, han aparecido hasta 230 servicios que ofrecen música legal *online*, cuadruplicando así la oferta existente hace apenas dos años. Definitivamente, éste es el hecho más relevante de 2004. Los modelos de negocio puestos en práctica parecen viables y están respaldados por empresas

de electrónica, informática, distribución, telecomunicaciones o medios de comunicación, firmas solventes desde el punto de vista tecnológico y de la confianza que inspiran a los consumidores.

Estos servicios se han convertido en apenas unos meses en marcas globales, ventaja decisiva frente a las redes P2P, y van a ser inevitablemente referentes en la distribución de música a escala global: Apple's iTunes, MSN Music (Microsoft), Napster (Roxio), Sony Connect, Wall Mart, Virgin Digital, Music Match (Yahoo), Rhapsody (RealNetworks), T-Online (Deutch Telecom.), MusicNet, etcétera. En general, disponen de catálogos con más de 500.000 canciones, llegando algunos de ellos a más de un millón de

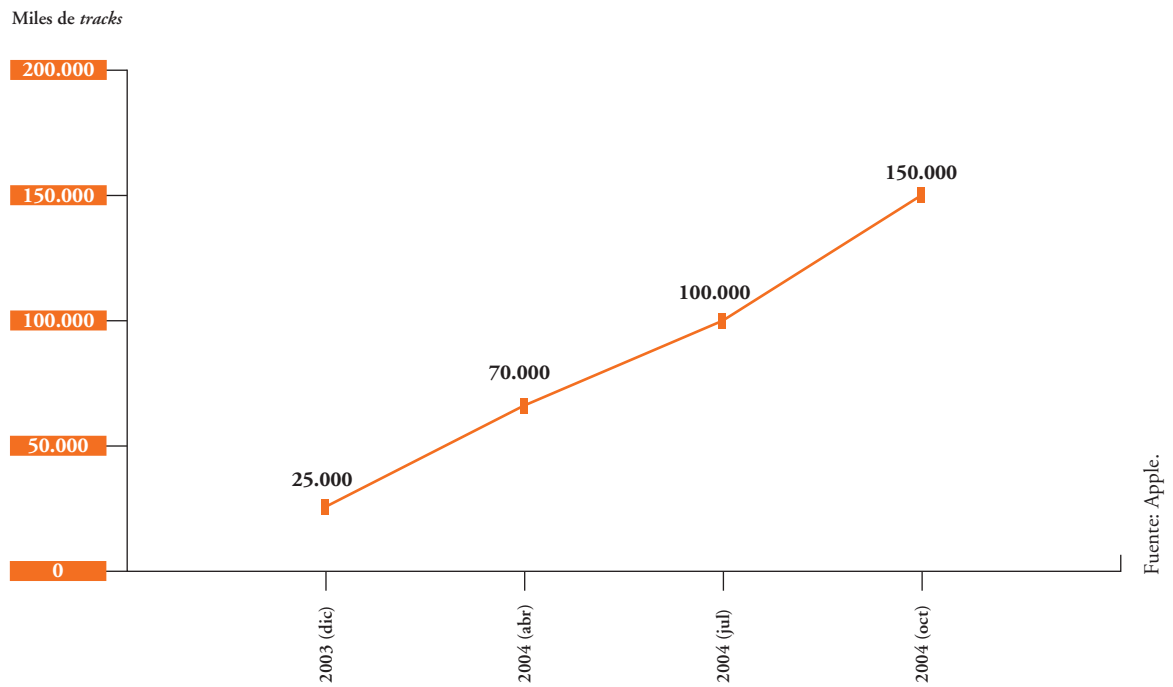
Gráfico 5 Servicios de descarga digital legal en el mundo iniciados en 2004



1. **Gran Bretaña:** My CokeMusic (Enero); SonyConnect (Julio); MSN Music (Octubre); iTunes (Junio); Tesco (Noviembre)
2. **Bélgica:** MSN Music (Noviembre); iTunes (Octubre)
3. **Luxemburgo:** iTunes (Octubre)
4. **Holanda:** MSN Music (Noviembre); iTunes (Octubre)
5. **Dinamarca:** MSN Music (Noviembre)
6. **Noruega:** MSN Music (Noviembre)
7. **Suecia:** MSN Music (Noviembre)
8. **Finlandia:** MSN Music (Noviembre); iTunes (Octubre)
9. **Alemania:** SonyConnect (Julio); MSN Music (Octubre)
10. **Austria:** My CokeMusic (Enero); MSN Music (Octubre); iTunes (Junio)
11. **Canadá:** Napster 2.0 (Mayo); iTunes (Diciembre)
12. **Estados Unidos:** Wal-Mart (Marzo); SonyConnect (Abril); MSN Music (Octubre); Napster 2.0 (Mayo); Virgin Digital (Septiembre)
13. **Portugal:** iTunes (Octubre)
14. **España:** MSN Music (Noviembre); iTunes (Octubre)
15. **Francia:** SonyConnect (Julio); MSN Music (Octubre); iTunes (Junio)
16. **Suiza:** My CokeMusic (Enero); MSN Music (Octubre)
17. **Italia:** MSN Music (Octubre); iTunes (Octubre)
18. **Grecia:** iTunes (Octubre)
19. **Australia:** MSN Music (Abril)
20. **Japón:** MSN Music (Octubre)

Fuente: IFPI, *Digital Music Report 2005*.

Gráfico 6 Ventas mundiales de iTunes music store (miles de 'tracks'/archivos)



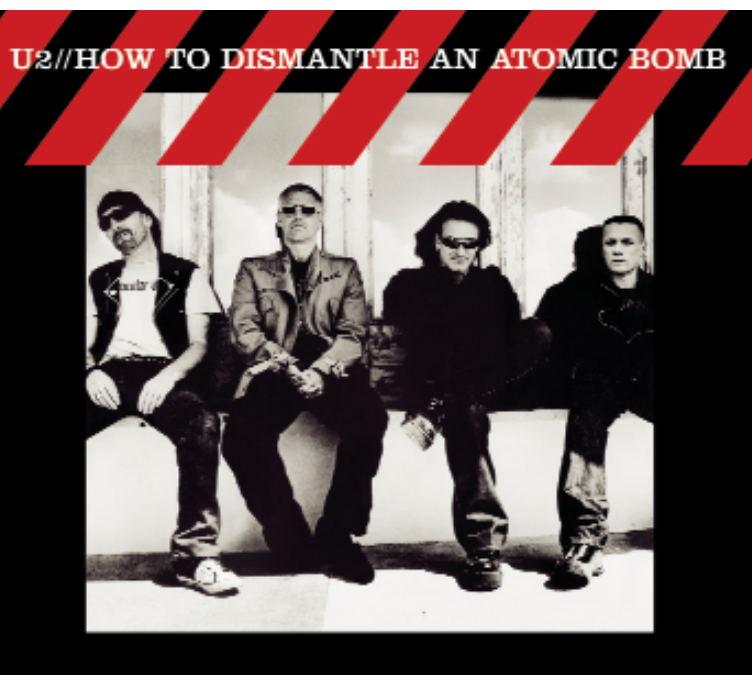
referencias. En España están operando, además de varios de los mencionados, algunos servicios de descarga con amplios catálogos de música en castellano: Los 40 (SER), Terra Música (Telefónica), etcétera. Como se observa en el gráfico 5, estos servicios han

experimentado un importante desarrollo en 2004, cubriendo ya los principales mercados del mundo.

Todavía no hay fuentes estadísticas que permitan calibrar el impacto real de estos servicios en términos cuantitativos. Los datos hechos públicos por Apple

Miguel Bosé. Cortesía de Warner Music





El otro modelo se basa en una suscripción mensual por los servicios y ofrece una variable combinación de opciones para el consumidor. Se permite el acceso del cliente a todo el catálogo y a escuchar los temas que de-see a través de *streaming* de audio (una tecnología que permite la recepción instantánea, sin esperas, de información que fluye desde un servidor). Si éste desea descargar algún tema, deberá pagar una cantidad extra por cada uno. Las tarifas suelen estar alrededor de los 10 euros por suscripción y 0,7 euros por tema descargado.

El reverso negativo es la persistencia del mercado digital ilegal. Las estimaciones disponibles hablan de unas 150.000 webs no autorizadas desde las que se ofrecen una suma total de alrededor de 870 millones de archivos, repartidos entre webs y redes P2P (tabla 4).

sobre iTunes, líder del mercado, hablan de más de 300 millones de archivos vendidos entre diciembre de 2003 y octubre de 2004 (gráfico 6).

Dos modelos de negocio se están definiendo en estos nuevos almacenes de música. El primero es el pago por descarga (*pay per download*), en el que el consumidor paga una cantidad (entre 0,8 euros y 1 euro por tema, varía en función del tipo de tema) por cada canción descargada. Este es el modelo de iTunes, MSN Music, Wal Mart (Estados Unidos), Tesco (Reino Unido) y los principales servicios en España (Terra Música, Vitaminic, Los 40).

1.3. El móvil

La descarga de tonos y canciones directamente a los móviles de tercera generación se ha convertido en una parte significativa de la actividad comercial de la música. Aunque no hay cifras concretas, en países como España el consumo de música a través del móvil representa, en términos de facturación de los operadores telefónicos, cifras significativas sobre el conjunto de la facturación de la música.

Asia se ha convertido en la zona del mundo más avanzada en este punto, especialmente, Japón y Corea del Sur, con China en un segundo plano.

Tabla 4 Datos clave sobre la piratería a través de Internet en el mundo (estimaciones)

	Abril 2002	Abril 2003	Enero 2004	Julio 2004	Enero 2005
Archivos no autorizados en Internet, según tipo de soporte (millones)					
Web & FTP sites	100	100	100	100	110
Redes P2P/P2P networks	500	1000	800	700	760
Total	600	1100	900	800	870
Webs no autorizados que ofrecen música (miles)	N.D.	N.D.	200	N.D.	150
Usuarios de redes P2P que ofrecen archivos (millones)	3	5	6,2	N.D.	8,6

Fuente: IFPI, Digital Music Report 2005.

Se trata de un mercado todavía incipiente sobre el que no existen aún estadísticas, sólo datos más o menos aislados que reflejan su potencial de crecimiento³:

- En Japón, el mercado de tonos se evalúa en 100 millones de dólares US, en 2004. El principal operador, Label Mobile, dispone de un catálogo de más de 80.000 *tracks* con derechos procedentes de 19 discográficas. Mensualmente vende 12 millones de tonos. El operador KDDI comenzó en diciembre a ofrecer la descarga de canciones completas a través de móvil.
- En Corea del Sur, el volumen de facturación de los operadores telefónicos vinculado a la descarga de música se estima en 158 millones de dólares US, en 2003.
- En Europa y América del Norte, el desarrollo de estos servicios es muy inferior a los mercados asiá-

ticos. Varios operadores de telecomunicaciones ofrecen diferentes servicios de descarga de música y *ringtones*. En España nos encontramos con Telefónica, Vodafone y Amena. Este mercado en nuestro país supuso para los operadores una facturación de 78 millones de euros en 2003.

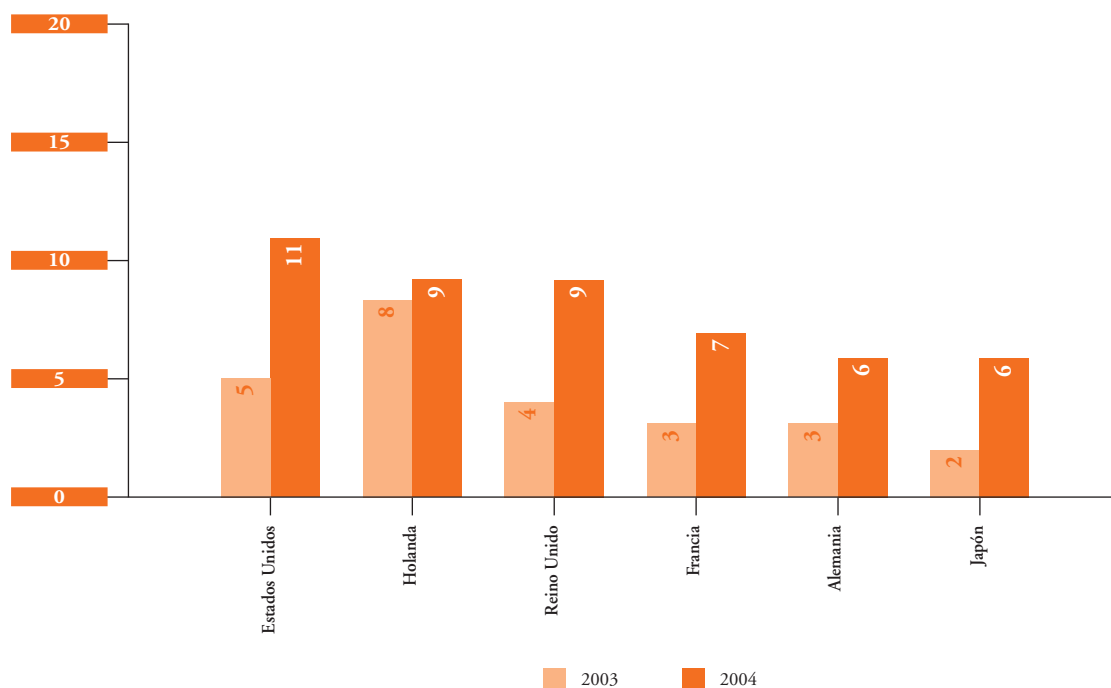
1.4. Reproductores de archivos MP3

La aparición del iPod popularizó y lanzó este mercado, que ha alcanzado los 6,95 millones de unidades vendidas en 2003 y superado los 12 millones⁴ en 2004. La proporción de población que dispone de estos aparatos en los países desarrollados es relevante y, sobre todo, tiene un ritmo de crecimiento muy intenso (grá-

³IFPI, Digital Music Report.

⁴Fuente: In-Stat/MDR.

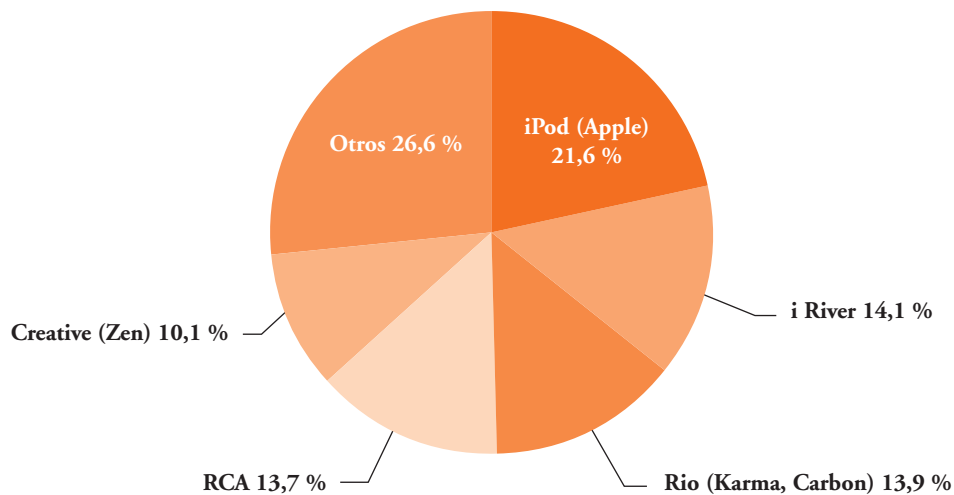
Gráfico 7 Población que dispone de reproductores MP3 en los principales mercados (%)



Fuente: IFPI, Digital Music Report 2005.

Nota: Los datos disponibles para España no pueden compararse ya que tienen referencias temporales distintas. Sin embargo, debe mencionarse que en el último trimestre de 2004, los MP3 presentaban una penetración del 9,6% y, tras las navidades, en el primer trimestre de 2005, el dato ascendió al 15,66%.

Gráfico 8 Distribución de las ventas mundiales de reproductores de MP3 (%)



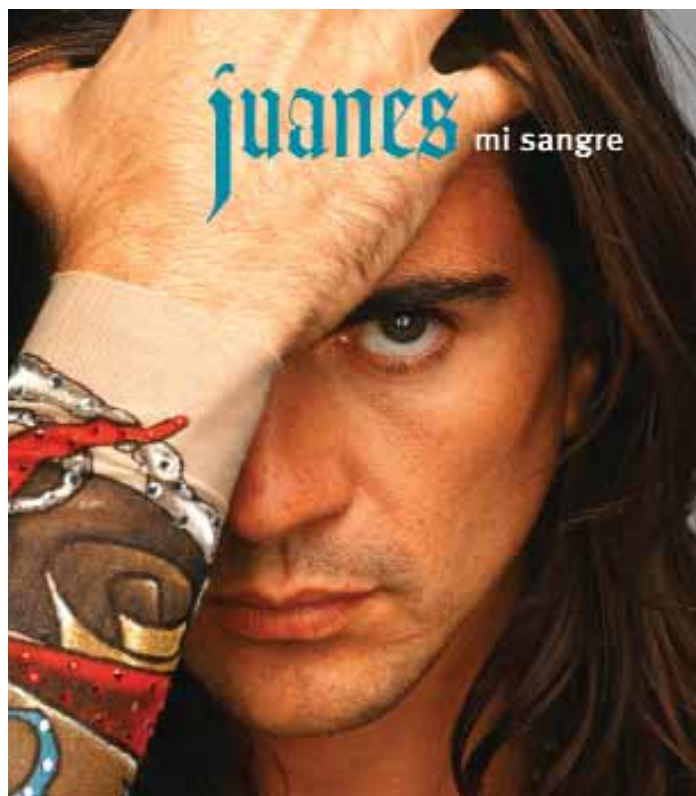
Fuente: IN-STAT/MDR.



fico 7). Sus propietarios son consumidores intensivos de música: el 16% de los consumidores de descargas legales de música *online* son propietarios de iPods, así mismo, cerca del 50% de los clientes de Rhapsody (servicio de música legal *online*) tienen iPods⁵. El gráfico 7 muestra la distribución del mercado mundial de reproductores de música digital portátil.

1.5. Los claroscuros del nuevo modelo

Pese a que algunos de los datos anteriores parecen representar vías de salida a la reconversión de la industria de la música, todavía persisten muchas contradicciones.



Juanes. Cortesía de Universal Music Spain

⁵ Fuente: IFPI, Digital Music Report.



Por un lado, la efervescencia de los mercados ilegales todavía es grande. El mayor número de ventas de soportes físicos ilegales y de descargas ilegales por Internet se ha registrado en 2004. Esto se produce paralelamente a la estabilización o recuperación de los mercados legales y al lanzamiento de nuevas formas de consumo de música, lo que revela la potencialidad de ésta, pero a su vez indica que es todavía una industria amenazada.

Las descargas legales en Internet están abriendo un camino, pero, si se las compara con el retroceso de los mercados tradicionales, su crecimiento es modesto. Todavía pasará mucho tiempo antes de que puedan compensarlos. Las previsiones más optimistas apuntan que el mercado *online* podría llegar a representar 1.650 millones de dólares US en Estados Unidos y 1.300 millones de dólares US en Europa en 2007 (Forrester), cifras limitada en comparación con el volumen actual de la industria. Y Estiman además que este mercado moverá alrededor del 8% del mercado de la música global (Jupiter Research).

Por otro lado, en los nacientes mercados de descargas de música para móviles o banda ancha, son los

proveedores de tecnologías y telecomunicaciones los que están obteniendo los mayores beneficios, lo que indica una modificación muy considerable del mercado de la música.