



Nueva mirada sobre la industria de la música – Una aproximación a su volumen de negocios

Por Martín Raposo*

Acostumbrados a dimensionar a la industria de la música por lo que ocurre con uno de sus principales jugadores, muchas veces olvidamos que este sector representa mucho más que la facturación de los grandes sellos discográficos por la venta de CD's.

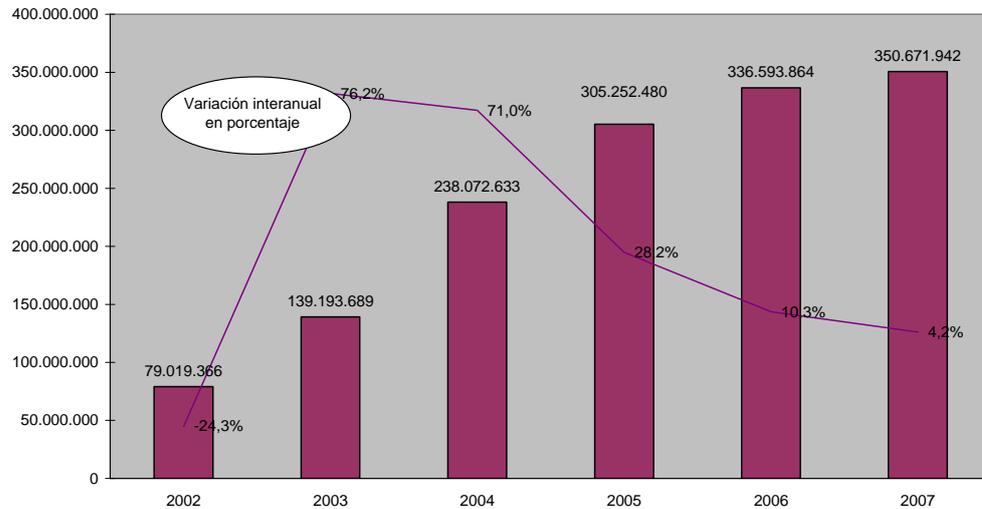
Si nos permitimos una mirada desde la óptica de las sociedades de gestión de derechos, veremos un cuadro totalmente distinto sobre la evolución de este sector y su participación en la Industria del Entretenimiento y los Medios.

Para realizar este análisis hemos recurrido a información suministrada por una de las principales sociedades gestoras de los derechos de autor de nuestro país, SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música), quien administra el repertorio de autores y compositores nacionales e internacionales en Argentina.

Tomando como punto de partida las ventas locales de fonogramas, observamos que estas han crecido de manera sostenida desde el piso que supieron tocar en el año 2002, cuando tan sólo se facturaron el equivalente a 26 millones de dólares, con una venta inferior a los 6 millones de discos.

A pesar de este crecimiento sostenido no ha logrado aún alcanzar el record que tuvieron en el año 1998 cuando se vendieron 24 millones de discos y se logró una facturación del orden de los 280 millones de dólares.

Gráfico Nº 1 - Evolución de las ventas de fonogramas en Argentina
Monto en pesos corrientes
Variación interanual



Fuente: Centro de Investigación en Entretenimiento y Medios - Universidad de Palermo.
 Elaboración propia sobre la base de datos de CAPIF

A nivel mundial la evolución de este eslabón de la cadena de valor de la música ha sido totalmente diferente, mostrando una caída prácticamente ininterrumpida desde el año 1999, no alcanzando a compensar la misma con el aumento de los ingresos por ventas de música digital.

Evolución de las ventas de fonogramas en el mundo									
(Monto en millones de dólares)									
Año	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ingresos por Ventas	38.671	36.937	34.649	32.228	34.108	33.614	33.456	31.813	29.922

Fuente: CIEM-UP, elaboración propia sobre la base de reportes anual del IFPI

Algunas consideraciones con respecto a la evolución de la piratería y a las distintas medidas que se han implementado para combatirla a nivel mundial, nos hacen reflexionar sobre las verdaderas posibilidades de la industria fonográfica nacional para superar aquel pico de ventas que alcanzara en el año 1998, y podemos concluir que éste valor podría más bien representar el techo de la industria local que un nivel a alcanzar y superar, debiendo la misma reorientar sus esfuerzos hacia el desarrollo de nuevos modelos de negocios.

A pesar de la evolución positiva que se observa desde el año 2002 en la venta de discos en nuestro país, un dato insoslayable es el retroceso que ha experimentado la participación de los ingresos recaudados por concepto de derechos fonomecánicos, en la recaudación total de SADAIC.

A partir del análisis de los balances contables de SADAIC, desde julio del año 1996 hasta junio del 2007, vemos que la participación de los ingresos generados por la venta de discos ha disminuido desde un máximo que alcanzó en el período 97-98 cuando fue equivalente al 19% de la recaudación total de la institución hasta nuestros días donde dicho guarismo se encuentra por debajo del 8%.

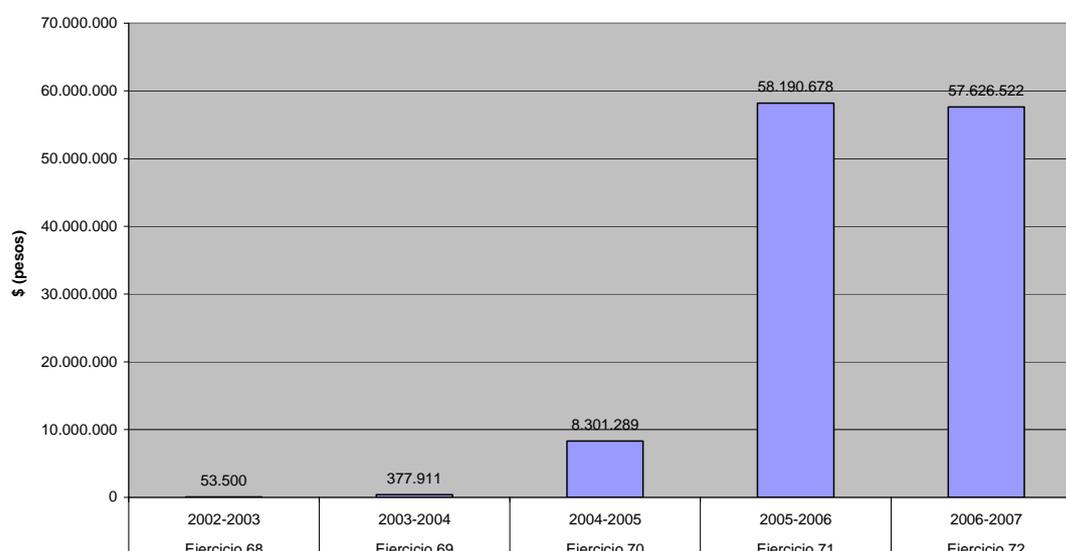
Si bien esta noticia podría no ser alentadora para los sellos, si lo es para la industria de la música como un todo, la cual ha crecido de manera sostenida desde el período 2001-02, a una tasa promedio superior al 20%, triplicando su nivel de recaudación.

Es decir que tanto la recaudación por derechos fonomecánicos como la recaudación por todos los otros conceptos aumentaron en valores absolutos, pasando de 103 millones de pesos en el ejercicio (97-98) a 201 millones en el último ejercicio analizado (06-07).

Esta variación positiva se explica por un lado por la mejora de la actividad económica, la cual influye positivamente en el consumo de bienes con alta elasticidad ingreso entre los que se destaca el consumo de música, y por otro lado por la aparición de nuevos nichos de negocios, tales como la venta de ringtones¹.

El siguiente gráfico da cuenta de la magnitud del aporte de este nuevo nicho al total de ingresos de la industria.

Gráfico Nº 2 - Negocio de los Ringtones en Argentina



Fuente: Centro de Investigación en Entretenimiento y Medios - Universidad de Palermo. Elaboración propia sobre la base de la Recaudación Nacional que surge de los Balances de SADAIC, 2002-2007

La estimación del volumen de negocio de los ringtones, se ha realizado sobre la base de la información que surge de los Balances de SADAIC usando como insumos para el cálculo la recaudación proveniente de esta fuente y las alícuotas que se cobran en concepto de uso del repertorio.

Tal como surge del gráfico Nº 2, los ingresos estimados generados por la venta de ringtones han experimentado un aumento fabuloso, no sólo en términos de tasa de crecimiento sino también en valores absolutos.

Si bien es cierto que sólo una parte de este monto llega a los sellos discográficos, por el uso del fonograma o de parte de él, quedando un porcentaje importante en manos del socio tecnológico (telefónicas, integrador), no es menos importante destacar que el

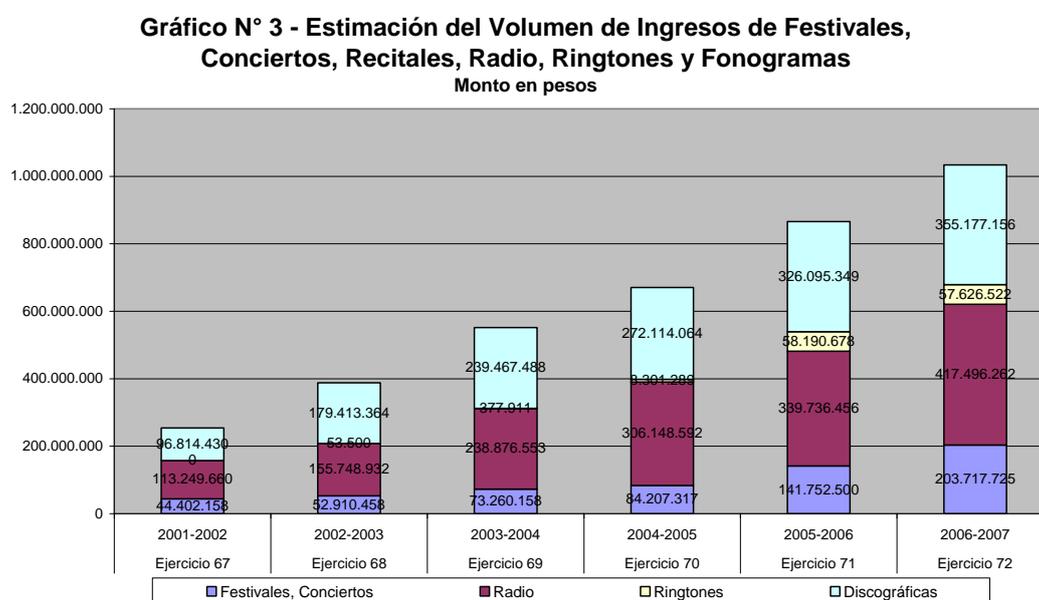
¹ Ringtones, truetones (partes de un tema musical)

volumen de facturación proveniente de este nicho de mercado es equivalente al 16.4% del valor que genera el sector a través de las ventas anuales de discos².

El amesetamiento que se observa en la estimación de ingresos por este concepto, para los dos últimos periodos considerados, se debe en parte a la piratería y en parte a un desacuerdo que existe entre SADAIC y los integradores sobre la base imponible sobre la cual debe calcularse el derecho. Esto nos permite suponer que la facturación del sector es aún superior a la estimación realizada en este trabajo.

Usando la información de SADAIC para estimar el resto de rubros que participan del negocio de la música, recitales, conciertos, festivales y radios³ alcanzamos un volumen de negocios para el periodo 2006-07 que supera los 1.000 millones de pesos, lo cual prácticamente triplica el valor de las ventas de discos.

El gráfico N° 3 nos muestra la evolución de estos otros conceptos, los cuales sumados a la estimación de ingresos por la venta de ringtones nos permite alcanzar estos valores.



Fuente: Centro de Investigación en Entretenimiento y Medios - Universidad de Palermo. Elaboración propia sobre la base de la Recaudación Nacional que surge de los Balances de SADAIC, 2002-2007

La estimación de los montos antes mencionados fue lograda analizando tan sólo el 20% de la recaudación de SADAIC.

Si bien no sería correcto extrapolar los valores hasta aquí obtenidos para llegar a la estimación del volumen global del negocio de la música, no es menos cierto que existen algunos conceptos que escapan el alcance de esta fuente de información, por caso los

² Si bien hemos considerado períodos homogéneos, los datos anuales de SADAIC son al 30 de junio de cada año, mientras que los de CAPIF son año calendario. Dado que las variaciones para el periodo considerado son menores, hemos mantenido la diferencia de períodos.

³ En el caso de las radios hemos estimado que el valor del negocio de la música es equivalente a la facturación de este sector. Si bien se trata de un supuesto que sobrevalúa la participación de la música, la misma no debería ser inferior al 70% de dicho monto.

ingresos provenientes de negocios conexos que se generan en torno a los festivales, conciertos y a los mega-recitales provenientes de los patrocinadores.

En tal sentido podemos estimar un volumen total de negocios para el sector superior a los 1.500 millones de pesos para el año 2007, sin temor a estar sobredimensionándolo.

Vemos de este modo como un sector aparentemente marginal, nos muestra una relevancia y un potencial de crecimiento muy importante, motivo por el cual todos los actores que participan de su cadena de valor, incluido el Estado, deben propiciar el desarrollo del sector estimulando la creación de empleos, las oportunidades de negocios y asociándose al combate de la piratería para proteger los derechos de autor y también la calidad de los productos y servicios que reciben los consumidores.

Bibliografía

La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet. Algunas transformaciones y salto en la concentración, Juan C. Calvi, Zer – Revista de estudios de comunicación N° 21, noviembre 2006. Universidad del País Vasco

Balances Contables, 1996-2007 Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música (SADAIC)

Entrevista con el Lic. Eduardo Falcone, Jefe de Área de Recaudación Nacional, SADAIC

IFPI Digital Music Report 2008 – Revolution, Innovation, Responsibility

Mercado de la música en Argentina, Informe anual de CAPIF – 2007

Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas (CAPIF)

<p>*Coordinador del Centro de Investigación en Entretenimiento y Medios de la Universidad de Palermo</p>
--