

Nota de Prensa

Fecha: 17 de junio de 2008
Contacto: Xavier Janer
Teléfono: 91 568 42 75 / 679 195 831
e-mail: xavier.janer.serra@es.pwc.com

Estudio de PwC sobre las tendencias de futuro del sector discográfico

Las descargas de música a través del móvil, principal fuente de nuevos ingresos para la industria discográfica

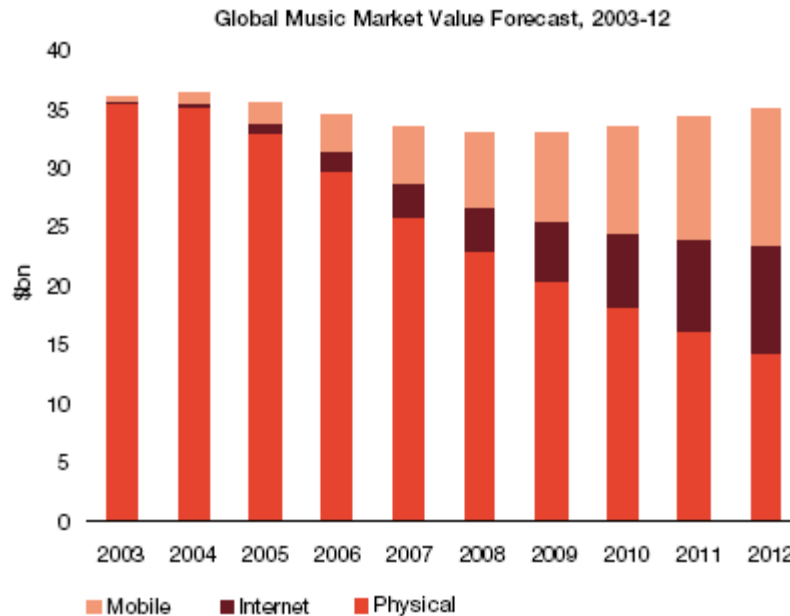
- Las nuevas plataformas digitales de distribución de música, como el móvil o los dispositivos portátiles, la posibilidad de descargarse únicamente algunas de las canciones de un disco, o la redefinición de la relación entre la gira y la música grabada han transformado el sector
- Actualmente, la mitad de los ingresos mundiales del mercado de la música digital ya provienen de las descargas a través del teléfono móvil. El móvil ha provocado la entrada de nuevos actores en el mercado y representa la principal fuente de nuevos ingresos para la industria
- La piratería es uno de los principales problemas del sector porque repercute negativamente sobre los ingresos. Las empresas aúnan sus esfuerzos en dos frentes distintos: luchan contra las copias ilegales de álbumes físicos y contra la piratería online y las descargas gratuitas en Internet

Madrid, 17 de junio de 2008. Las descargas de música a través del móvil, que actualmente ya representan la mitad de los ingresos mundiales del mercado de la música digital, se convertirán en una de las principales fuentes de ingresos para la industria discográfica en los próximos años. Esta es la principal conclusión que se desprende del informe *On Media. Recorded Music – Who benefits from digital?* relativo a la digitalización del mercado de la música elaborado por PricewaterhouseCoopers.

El teléfono móvil ha abierto el mercado a otros actores – como empresas de telecomunicaciones o compañías de reciente creación dedicadas a los contenidos para el móvil-, y representa la principal fuente de nuevos ingresos para la industria en el

futuro (ver gráfico 4). Históricamente las ventas de tonos de móvil han colaborado a impulsar los ingresos, pero en los últimos años esos tonos se han convertido en canciones reales para los terminales. El desarrollo de música para el móvil, junto a la mejora de la conexión a Internet en el móvil, contribuirá a impulsar las ventas en el futuro.

Chart 4: Industry Revenues Driven by Digital

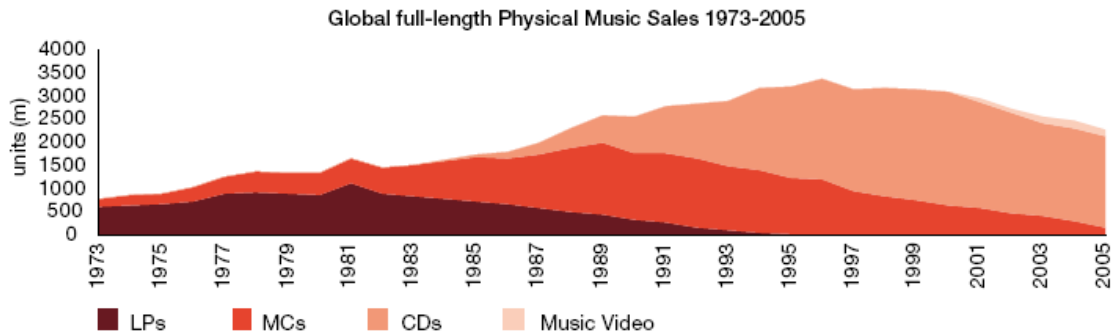


Algunas empresas de telefonía móvil ya ofrecen servicios en los que, por una cantidad anual, el usuario tiene un acceso ilimitado a la música de una compañía discográfica. En iniciativas como estas, tanto las compañías de la industria discográfica como el usuario salen beneficiados. Las primeras consiguen nuevos ingresos y los consumidores, por un precio razonable, disponen de millones de canciones de artistas de todo el mundo.

La llegada de la tecnología digital en la última década ha provocado el mayor aumento en el consumo de la música. Nunca en la historia han existido tantas posibilidades para escuchar un gran número de canciones en cualquier sitio del planeta: canales temáticos de música 24 horas, la radio por Internet ofrece posibilidades casi ilimitadas y la promoción de música en películas o video juegos proporciona oportunidades de oro a algunos artistas. El principal problema para la industria es que este incremento no se ha visto acompañado por un ascenso en los ingresos. El paso al sistema digital no ha estimulado un incremento en las compras físicas, tal y como había sucedido en cambios de ciclos anteriores. Por ejemplo, en los años 80 la sustitución de los LPs por los cassetes provocaron un ascenso en las ventas de estos últimos; lo mismo ocurrió en la década de los 90 con la llegada del CD. Ahora, la facilidad de los usuarios para descargarse en su ordenador o MP3 las canciones de los CD –con la

misma o incluso mayor calidad- frena la tendencia alcista en las ventas que siempre se repetía al cambiar de ciclo (ver gráfico 1).

Chart 1: Global Trends in Physical Music Sales



Source: International Federation of Phonographic Industries

El estudio señala que las nuevas plataformas de distribución de música, como el móvil o los dispositivos portátiles; la posibilidad de descargarse únicamente algunas de las canciones de un disco; o la redefinición de la relación entre la gira y la música grabada han cambiado por completo la industria y, al mismo tiempo, han abierto nuevos retos para sus empresas.

Las grandes compañías del sector deben redefinir sus competencias para poder dominar actividades que, en la actualidad, son una importante fuente de ingresos como los conciertos o eventos promocionales. Las empresas también tendrán que apostar por los potenciales clientes que éstas pueden captar a través de Internet y el móvil y que les aseguran el éxito en futuro. El cambio en la estrategia de precios –más basada en la popularidad/ calidad del artista o canción que en una política uniforme por géneros - es otro reto para las discográficas.

El informe destaca la piratería como uno de los principales problemas del sector. Según las compañías de la industria discográfica, esta repercute negativamente sobre sus ingresos. Actualmente, las empresas aúnan sus esfuerzos en dos frentes distintos: luchan contra las copias ilegales de álbumes físicos y contra la piratería online y las descargas gratuitas en Internet.

Jesús Toribio, socio del Grupo de Entretenimiento y Ocio de PricewaterhouseCoopers, afirma que, “tras años de desaceleración e incertidumbres respecto a modelos de negocio, la industria discográfica ha encontrado y evolucionado un nuevo canal de distribución alternativo: la distribución móvil. Las futuras evoluciones tecnológicas y la menor vulnerabilidad de este canal a la piratería son factores indudablemente prometedores para el sector”.

Nota:



PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) ofrece a las empresas y a la Administración servicios de auditoría, asesoramiento legal y fiscal (Landwell) y consultoría de negocio y financiera, especializados en cada sector. Más de 146.000 personas en 150 países aúnan sus conocimientos, experiencia y soluciones para dar confianza y aportar valor a sus clientes y stakeholders.

("PricewaterhouseCoopers" se refiere a la red de firmas miembros de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente).