

---

Las ventas de música subieron por primera vez desde 1999

27/02/2013



El negocio de la música venció en el 2012 una tendencia negativa que comenzó hace 12 años y registró un alza leve, pero simbólica, de 0,3 por ciento en sus ingresos comerciales, según mostraron cifras de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI, por su sigla en inglés).

El leve incremento a 16 500 millones de dólares (unos 12 600 euros) trae alivio a las discográficas, cuyas ventas se venían derrumbando desde alcanzar un máximo de 28 600 millones de dólares (uno 21.850 euros) en 1999, golpeadas por las descargas ilegales y una renuencia a adaptarse a la era digital.

Fue una vez más el sector digital el que mostró el crecimiento más fuerte, y por primera vez compensó con creces las pérdidas en ingresos originados por ventas físicas.

"Al comienzo de la revolución digital decir que lo digital estaba matando a la música era un tema común y corriente", dijo Edgar Berger, presidente del área internacional de Sony Music Entertainment.

"Bueno, la realidad es que lo digital está salvando a la música. Yo creo totalmente que esto marca el comienzo de una tendencia de crecimiento global. La industria tiene todas las razones para ser optimista sobre su futuro", dijo Berger.

Las ventas digitales de las discográficas subieron alrededor del 9 por ciento el año pasado respecto al 2011, a 5600 millones de dólares, y representaron el 34 por ciento del total de los ingresos.

Las ventas por bajadas digitales aumentaron un 12 por ciento a 4300 millones de unidades a nivel global. Las ventas de álbumes digitales crecieron un 17 por ciento, a 207 millones.

Varios ejecutivos dijeron que el creciente número de plataformas digitales -como Spotify y Deezer- facilitó la ampliación de la base de ingresos de las compañías, y que el ingreso de nuevos servicios es una buena noticia para el negocio.

"Hasta hace poco, la gran mayoría de nuestros ingresos provenía de unos pocos países", dijo Stu Bergen, jefe de marketing global en el área discográfica de Warner Music Group.

"Hoy, los canales digitales significan que podemos monetizar los mercados mundiales con mucha más efectividad", dijo Bergen.

Persisten tensiones, sin embargo, entre las discográficas y las compañías de tecnología que distribuyen su música, particularmente por el modo en que se distribuyen los ingresos y quién tiene el poder real en un escenario de fuertes cambios.

De acuerdo a la IFPI, el álbum más exitoso del 2012 fue *21*, de la cantante británica Adele, que vendió 8,3 millones de copias.

La cantante estadounidense Taylor Swift quedó segunda con 5,2 millones de copias vendidas de *Red*. La banda británica One Direction ocupó el tercer y el cuarto lugar con *Up All Night* y *Take Me Home* (4,5 y 4,4 millones de copias vendidas), y la cantante estadounidense Lana Del Rey quedó quinta con *Born to Die*, del que se vendieron 3,4 millones de copias.