

---

Las ventas mundiales de música digital alcanzan a las físicas por primera vez

14/04/2015



A pesar de ese progreso en la venta de música digital, los ingresos de la industria discográfica alcanzaron el año pasado un total de 14.970 millones de dólares (14.161 millones de euros), lo que supone un 0,4 % menos frente al periodo anterior.

En Europa, las ventas totales de música siguieron la misma tendencia y cayeron en un 0,2 %, aunque España fue uno de los mercados que más creció con un aumento del 15,2 %.

Este crecimiento en el mercado en España, después de varios años de pérdidas, no influyó en la venta de formatos digitales que todavía sigue por detrás de las ventas de música física.

A nivel mundial, las ventas de música en formato digital aumentaron un 6,9 %, hasta situarse en 6.850 millones de dólares (6.480 millones de euros).

En el caso de las ventas físicas, como el CD o el vinilo, fueron de 6.820 millones de dólares (6.452 millones de euros), ligeramente por debajo de los ingresos de la música en formato digital.

Según la IFPI, Latinoamérica registró un fuerte crecimiento en los últimos cuatro años, lo que representó en 2014 el 4 % del mercado mundial de la industria.

El informe señala que el mercado musical todavía continúa en transición y destaca que, cada vez más, los consumidores utilizan servicios de suscripción y de "streaming" para escuchar música.

De hecho, los servicios de suscripción para escuchar música representan en la actualidad un 23 % del total de los ingresos de la música digital y generan 1.600 millones de dólares (1.513 millones de euros).

La consejera delegada del IFPI, Frances Moore, señaló hoy en Londres, al presentar el documento, que la revolución de la música en formato digital avanza hacia nuevas fases "guiada por los deseos del consumidor de acceder a la música".

"El hecho de que las ventas en formato digital iguallen a las ventas en formato físico es un reflejo de cómo la industria musical ha sabido adaptarse a los tiempos", agregó Moore.

Además, el informe también señala algunos desafíos que la industria musical debe afrontar en el futuro y alerta de que determinadas plataformas de contenidos como Youtube o Daily Motion aportan escasas retribuciones a la industria musical.

Como ejemplo, el informe señala que Youtube, uno de los medios más populares para acceder a la música, y otras plataformas de contenidos aportaron en 2014 "solo" 641 millones de dólares (606 millones de euros).

Una cifra que consideran escasa en comparación con los 1.600 millones de dólares (1.513 millones de euros) que aportaron las plataformas de "streaming" como Spotify o Deezer.

En este sentido, Moore subrayó que estas plataformas de contenidos en vídeo "están aprovechándose de las leyes de derechos de autor" y están retribuyendo cantidades inferiores a las que deberían a la industria musical.

Además, añadió que desde el IFPI están trabajando para regular esa normativa "anómala" en el futuro.

Otra de las medidas que anunciaron para reactivar la industria musical en 2015 es, a partir del mes de julio, fijar el viernes como fecha única mundial para el lanzamiento de novedades musicales, ya que en la actualidad cada país elige el día por su cuenta.

El informe también revela que el disco más vendido de 2014 fue la banda sonora de la película "Frozen", producida por varios artistas, que vendió 10 millones de copias.

El tema "Happy", del cantante estadounidense Pharrell Williams, fue el más vendido con 13,9 millones de copias en la categoría de canciones.

El cantante español Enrique Iglesias con su tema "Bailando" ocupa la décima posición en ventas con 8 millones de canciones vendidas en todo el mundo.

Por su parte, la cantante estadounidense Taylor Swift, de 25 años, fue nombrada como la artista más popular de 2014 por liderar el mercado en descargas, en "streaming" y en ventas en formato físico en todo el mundo.

---