

Estudio sobre el papel de los autores y compositores en el mercado europeo de la música en *streaming*

Preparado por:



Encargado por:



Septiembre 2022

Puntos clave

1. El mercado actual de la música en *streaming*



La música en *streaming* es la manera predominante de disfrutar de la música

Hoy en día, la música en *streaming* es la forma más popular de consumir música y su crecimiento es una excelente oportunidad para compositores y letristas.

Desde su lanzamiento en 2006, la música en *streaming* ha ampliado progresivamente sus ofertas. Hay un sinnúmero de nuevas funciones diseñadas para atraer a nuevos consumidores. Además, todos los

servicios proporcionan un extenso catálogo musical accesible en cualquier momento y en cualquier lugar, y desde cualquier dispositivo.

Este acceso a un catálogo masivo de es posible **gracias a las sociedades de autores**. Son socios naturales de los servicios de *streaming* y han desempeñado un papel importante en la expansión de estos negocios.



... pero todavía genera ingresos inaceptablemente bajos para los creadores

A pesar de esas mejoras de los servicios de *streaming* y del continuo crecimiento de sus usuarios, **la remuneración de los autores continúa siendo inaceptablemente baja**; y el valor que los autores y compositores aportan no está suficientemente reconocido.

Todo esto suscita gran preocupación entre los compositores, letristas y editores musicales en todo el mundo; y está amenazando la sostenibilidad y la diversidad cultural del mercado.

Todos los que forman parte de la música en *streaming* tienen un papel que desempeñar para hacer que este negocio tenga futuro.

Hay medidas políticas específicas a nivel de la UE que servirán para desatascar el modelo actual de *streaming* musical.

¿Por qué un estudio GESAC?

GESAC solicitó que este estudio incluyera un análisis actual completo del mercado del *streaming* musical, teniendo en cuenta cómo incrementar el total de los ingresos para todas las partes implicadas (autores, compositores y las sociedades que les representan).





La música en *streaming* en cifras

Es la manera predominante de disfrutar de la música:

68%

Del total [1]

78%

de los consumidores afirman que utilizan servicios de música en *streaming* [2]

524 millones

de suscriptores de servicios de música [3]

Oferta en expansión



Crecimiento exponencial de la oferta - hoy en día hay más de 70 millones de canciones en los servicios de música en *streaming* [4]

8 million

Hay aproximadamente 8 millones de artistas en Spotify [5]. El mercado también percibe un número creciente de letristas involucrados en la mayoría de los números uno que orientan el éxito financiero de los servicios de *streaming* [6]



Aumento de la calidad de la oferta, con mejor sonido, más fácil de usar, mejor conexión, interoperabilidad y nuevas funciones.

Pero un valor decreciente del contenido:

9,99

Nunca se ha incrementado la tarifa inicial de 9,99 euros establecida en 2006.



Los ingresos medios por usuario (ARPU, por sus siglas en inglés) han descendido en los últimos 15 años.



Los servicios de *streaming* ofrecen versiones gratuitas (financiadas por anuncios) que siguen siendo la primera opción para la mayoría de los consumidores. Éstas generan ingresos mucho menores que las suscripciones de pago (unas 10 veces menos).

[1] Informe IFPI Engaging with Music 2021

[2] Informe IFPI Engaging with Music 2021

[3] Números Q2 2021 publicados por MIDIA

[4] Artículo de Will Page "Malbeconomics"

[5] De acuerdo con los números de 2022 de Spotify

[6] Revista Music Week

Problemas estructurales del *streaming* musical:



El 93% de los artistas de Spotify tienen menos de 1.000 oyentes mensuales [7]



Problemas estructurales:

- artistas falsos
- fraude de *streaming*
- *payolas* y otras prácticas coercitivas

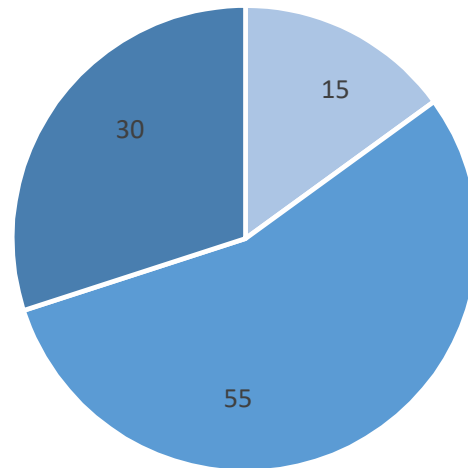


La falta de transparencia de los algoritmos utilizados por los servicios de *streaming* limita el descubrimiento de nuevos artistas y merma la diversidad cultural.

Situación actual del mercado digital:

El 30/34% del precio abonado por los suscriptores se mantiene por el servicio de *streaming*.

Del 70% restante: el 55% vuelve a las discográficas y a los cantantes o músicos intérpretes mientras que el 15% es para los autores y editores musicales [8]



■ Autores/editores

■ Discográficas/artistas

intérpretes o ejecutantes

■ Servicios de *streaming*

[7] De acuerdo con los números de 2022 de Spotify

[8] Informe del Comité del Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes (DCMS, por sus siglas en inglés) – Parlamento del Reino Unido 2021

2. Las principales conclusiones del estudio

Tal como se señala en el informe, hay varios motivos por los cuales el mercado de la música en *streaming* está, en la actualidad, dejando de generar un crecimiento significativo para los autores. Se resumen en **tres cuestiones fundamentales**, que necesitan ser abordadas para conseguir un ecosistema musical más apto para los creadores:



Asimetría entre los objetivos de los servicios de *streaming* y las aspiraciones de los autores y compositores

El objetivo principal de la mayoría de los servicios de *streaming* es incrementar su base de usuarios, y en determinados casos, vender otros servicios o dispositivos que guarden relación con su oferta musical (por ejemplo, el equipo de audio de Apple, la cuenta Prime de Amazon o los dispositivos de asistencia domiciliaria). Esto se consigue habitualmente a través de estrategias empresariales de los servicios que hacen que el mercado del *streaming* sea incapaz de garantizar el valor de creación y de generar ingresos suficientes para autores y compositores, a pesar de su creciente base de usuarios.

En primer lugar, la mayoría de los servicios de *streaming* ofrecen **suscripciones gratuitas financiadas por anuncios (la opción preferida de la mayoría de los usuarios)**, a pesar de que los ingresos generados por estas versiones son aproximadamente 10 veces menores que la suscripción de pago. Dado que esos servicios no motivan lo suficiente a los clientes para cambiar con el tiempo a las suscripciones de pago, las ofertas gratuitas basadas en ingresos muy bajos se convierten en la principal explotación.

Cuando se trata de suscripciones de pago: la tarifa inicial de suscripción individual (9,99 euros) establecida en 2006 no se ha incrementado nunca, a pesar del crecimiento exponencial en la calidad, cantidad de canciones y facilidad de uso de los servicios de música en *streaming*. A ello hay que añadir que, además de la reducción de los ARPU (promedio de dinero abonado por cada usuario) a través de varios planes promocionales y familiares, y la inflación con el tiempo, **el valor de una suscripción por usuario se ha reducido considerablemente en los últimos 15 años.**

La consecuencia es una disminución general en el valor de la música, lo que hace más difícil aumentar los ingresos (una de las principales peticiones de los autores y compositores).





Problemas estructurales del mercado del *streaming*

El actual mercado de música en *streaming* es un sistema piramidal: un pequeño número de canciones acapara una gran parte de los oyentes. Por ejemplo, **57.000 artistas representan el 90% de las emisiones mensuales de Spotify** (marzo de 2021). **De acuerdo con las cifras de 2022, el 93% de los artistas de Spotify tienen menos de 1.000 oyentes mensuales.** El uso de algoritmos, así como el **cuello de botella representado por las listas de reproducción más populares, potencia esta situación.**

Además, los defectos de larga duración en las operaciones de las plataformas de la música en *streaming*, tales como el “fraude de *streaming*”, “artistas falsos”, “sistemas de *payolas*”, “contenido libre de regalías” y otras prácticas coercitivas agravan el impacto en muchos creadores profesionales. La disponibilidad masiva de contenido queda eclipsada por el hecho de que estos servicios no tienen obligación alguna de garantizar la visibilidad y el descubrimiento de repertorios más diversos, en concreto obras europeas.

El estudio recomienda aumentar la transparencia en el uso de algoritmos, así como promocionar y supervisar la diversidad cultural en sus diversas formas – en concreto, los géneros musicales, los idiomas y los orígenes de los artistas intérpretes (cantantes) o ejecutantes (músicos) y letristas – a través de posibles medidas políticas a nivel de la UE.



Desequilibrio sistémico en la asignación de ingresos

El crecimiento de los servicios de música en *streaming* ha dado impulso a la industria musical, pero ha beneficiado principalmente al sector discográfico, en lugar de a los autores y compositores de canciones. De acuerdo con un informe reciente del comité parlamentario del Reino Unido, debido a diversos motivos económicos y estructurales, el reparto de los ingresos procedentes del *streaming* se curva actualmente a favor de los propietarios de los derechos de grabación de sonido. El estudio aboga por un mejor reparto del valor generado por la economía del *streaming* entre todas las partes interesadas y considera que **tras abordar la necesidad de incrementar el gráfico de pastel de los ingresos totales y los desequilibrios y disfunciones sistémicos en el funcionamiento de las plataformas en línea, los autores y compositores deberían beneficiarse de forma más favorable del éxito resultante** de este mercado en crecimiento.



3. El camino a seguir: Hacia un ecosistema del *streaming* más sostenible y centrado en el autor

Tras analizar cuidadosamente el mercado, el informe se centra en **tres pilares que resumen las aspiraciones de autores y compositores** (cada uno de los cuales necesita una serie de políticas específicas para crear un ecosistema musical más sostenible y que funcione correctamente):



Mejor reconocimiento

En primer lugar, los servicios de *streaming* pueden desarrollar funciones más favorables para el autor y una mejor exposición de los letristas y compositores a través de herramientas especializadas.

Al mismo tiempo, las autoridades de la UE podrían ayudar al sector de la música **promocionando y exigiendo indicadores de diversidad y herramientas para supervisar la importancia, el descubrimiento y el uso**

Unas directrices de prácticas óptimas podrían **real de repertorios específicos y autores europeos sobre servicios digitales**; lo cual requeriría, en primer lugar, una mayor transparencia en el uso de algoritmos.



Mejor remuneración

El mercado de la música en *streaming* está lo suficientemente desarrollado para dar los siguientes pasos **destinados a un crecimiento significativo para los creadores y titulares de derechos, haciendo crecer los ingresos** a través de modelos de precios más realistas orientados al mercado y servicios de valor añadido. Los servicios de *streaming* podrían fijar modelos de precios variables basados en sus funciones recientemente ofrecidas y tomar medidas para motivar a su amplia base de usuarios para cambiar a modelos de suscripción de pago.

Los creadores deben estar en condiciones de protegerse a sí mismos de las prácticas coercitivas y los sistemas de *payolas*.

ayudar a garantizar que no se pueda presionar a los creadores a aceptar una menor remuneración o ninguna, y que no se puedan eludir las reglas y normas europeas. Además, podrían iniciarse estudios en profundidad a nivel de la UE con el fin de evaluar el impacto de los diferentes modelos de distribución en la remuneración de los creadores.

Una vez que aumenta el gráfico de pastel de los ingresos del *streaming*, el reparto de los ingresos asignados a los autores, compositores y editores musicales dentro de este pote adicional debería evolucionar de forma diferente y más equitativa.

Una mejor remuneración de los creadores seguirá siendo la máxima prioridad de cualquier medida con el fin de equilibrar la situación actual del mercado digital.



Mejor identificación e informes de uso

Campañas de sensibilización dirigidas a letristas permitirían comprender mejor el **valor de los datos sobre sus creaciones** y la mejora en la inclusión de normas sobre los datos, tales como el ISWC, en el sistema de los servicios de *streaming*. **Informes precisos y más transparentes procedentes de los servicios de streaming y de los proveedores de**

los servicios de intercambio de contenido en línea constituyen un requisito absolutamente legal en virtud de la legislación de la UE, para ser aplicado por los Estados Miembros y gestionado por la Comisión Europea. **La UE también puede desempeñar un papel** en la mejora y en el uso más amplio de las tecnologías de gestión de datos, mediante la asignación de recursos a proyectos de Organizaciones de Gestión Colectiva (CMO, por sus siglas en inglés).

Por un ecosistema de la música en *streaming* que resulte más atractivo para los creadores

Cuestiones a abordar:

- 1) Asimetría entre los objetivos de los servicios y las expectativas de los autores
- 2) Cuestiones estructurales de equidad en el mercado del *streaming* y la diversidad cultural
- 3) Desequilibrio sistémico en la asignación de ingresos

por:

Reconocimiento

- Herramientas para la visibilidad y el descubrimiento de autores
- Funciones de búsqueda dirigidas y seleccionables para autores y sus obras
- Acceso igualitario al mercado
- Transparencia en cuanto al funcionamiento de algoritmos
- Supervisar y garantizar la diversidad cultural
- Promocionar obras europeas

Remuneración

- Aumentar el gráfico de los ingresos a través de modelos de precios variables
- Asegurar que los autores se benefician de forma más favorable de ese gráfico creciente
- Abordar la denominada “Transferencia de valor” (*Transfer of value*)
- Fijar mejores prácticas contra:
 - Sistemas de *payolas*
 - Prácticas coercitivas y modelos libres de regalías
 - Escritores fantasma / Artistas falsos
 - Fraude de *streaming*

Identificación

- Incluir datos desde el punto de vista de la creación
- Crear conciencia entre los creadores y titulares de derechos sobre la importancia de los datos
- Hacer coincidir el Código Internacional Normalizado para Obras Musicales (ISWC, por sus siglas en inglés) con el Código Internacional Normalizado de Grabaciones (ISRC, por sus siglas en inglés)
- Obligación estricta de informar correctamente, especialmente en el caso de plataformas CGU (contenido generado por el usuario)
- Garantizar los créditos de los creadores, los derechos de atribución y los derechos morales



GESAC agrupa a 32 sociedades de autores en Europa (Unión Europea, Islandia, Noruega y Suiza); entre otras, la **Sociedad General de Autores y Editores (SGAE)**.

Su misión es la defensa y promoción de los derechos de más de 1 millón de creadores y titulares de derechos de música, obras audiovisuales, artes visuales, obras literarias y dramáticas.

www.authorsocieties.eu
[@authorsocieties](https://twitter.com/authorsocieties)
secretariatgeneral@gesac.org

Rue Montoyer 23
1000 Bruselas
Bélgica
+32 2 511 44 54