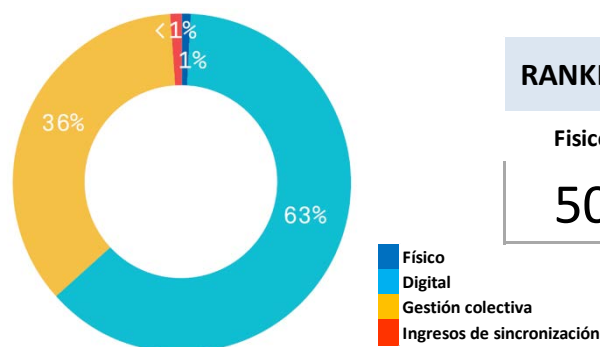


Ventas de la música grabada por fuente de ingreso (2016)


RANKING MUNDIAL 2016

Físico	Digital	Gestión Colectiva	Sincronización	Mercado total
50	41	39	48	46

MÚSICA GRABADA INGRESOS (US\$ MILLONES, VALOR COMERCIAL)

Año	Físico	Digital	Gestión colectiva	Ingresos de sincronización	Total (US\$)	Total (PEN)	Total % cambio
2016	0.1	8.5	4.9	-0.1	13.4	46.4	+19.8%
2015	0.2	6.7	4.4	0.0	11.3	38.7	+0.1%
2014	0.8	5.9	4.5	0.1	11.3	38.6	+37.8%
2013	1.1	2.5	4.4	0.1	8.1	28.0	+28.0%
2012	1.1	1	4.4	0.0	6.5	21.9	+25.0%

LOS INGRESOS DE MÚSICA DIGITAL POR FORMATO (US\$ MILLONES, COMERCIO VALOR)

	Descargas			Streaming			Other	Total	
	Descarga sencilla	Descarga álbum completo	Otras descargas	Suscripciones de audio stream (solo 2016)	Suscripciones de audio por publicidad (solo 2016)	Streams de video (solo 2016)			
2016	0.311	0.228	0.023	2.887	3.605	-	6.492	1.426	8.5
2015	0.590	0.369	0.036	1.763	2.609		4.372	1.350	6.7
2014	0.441	0.386	0.011	0.697	2.224		2.921	2.111	5.9
2013	0.303	0.339	0.046	0.212	0.904		1.116	0.720	2.5
2012	0.199	0.202	0.014	0.219	0.173		0.393	0.162	1.0

- Descarga sencilla
- Descarga álbum completo
- Otras descargas
- Suscripciones de audio stream (solo 2016)
- Suscripciones de audio por publicidad (solo 2016)
- Streams de video (solo 2016)
- Suscripciones pagadas y streams gratis premium (hasta el 2015)
- Anuncios de stream (hasta el 2015)
- Total Streaming
- Personalización de móviles y otros digitales
- Total Digital

MERCADO

El mercado de la música en Perú creció en un 19.8% durante 2016, hasta alcanzar un valor de 46.4 millones de soles. Durante los seis primeros meses de 2017, el crecimiento estimado del mercado fue del 11.53%.

Las principales fuentes de ingresos son los servicios de streaming, seguidos de los derechos de comunicación al público. En tercer lugar, aparecen las descargas digitales. Las ventas de soportes físicos y los ingresos recibidos por el licenciamiento de música en películas, video juegos y publicidad (llamados ingresos de sincronización) cierran esta clasificación.

El principal dinamizador del mercado ha sido el formato del streaming, con un crecimiento del 51% respecto a 2016, seguido por los derechos de comunicación al público, con un aumento del 11%.

Los servicios de streaming disponibles en el país son Amazon, Apple Music, Claro Musica, Deezer, Entel, Google Play Music, Napster, Spotify, Tidal y Youtube.

El gasto per cápita en música fue de US\$ 0.4, que el mismo gasto de los consumidores en Ecuador, pero inferior a Colombia, que es de US\$ 0.7 per cápita, o Chile, de US\$ 1.9.

En lo que se refiere a los derechos de comunicación pública, segunda fuente de ingresos en el mercado de la música en el Perú, el crecimiento fue del 13.8% en el 2016 y del 15.6% en el 2017.

Todos estos datos sitúan a Perú como el país número 46 en el ranking mundial de países por consumo de música.

PANORAMA GENERAL

El mercado de música en Perú presenta un perfil marcadamente dinámico, doblando su valor en los últimos cinco años (2012-2016), y con expectativas de mantener un sólido crecimiento en los próximos años, de la mano de un amplio mercado de teléfonos inteligentes (11.4 millones) y otros dispositivos digitales, que permitirá impulsar el crecimiento del formato del streaming, como viene ocurriendo en los últimos años.

A pesar del aumento del mercado, conviene tener en perspectiva que las cifras de 2016 están aún por debajo del máximo histórico del mercado peruano, alcanzado en 1998, con un valor de 56 millones de soles. Hay que tener además en consideración que en aquellos años el azote de la piratería marcaba cuotas superiores al 50% del valor del mercado legal, lo que quiere decir que esa cuota histórica no es sinónimo de un mercado exuberante. Si además consideramos la inflación acumulada en estos casi veinte años, tenemos una mejor valoración de donde está actualmente el mercado peruano en su devenir histórico.

Los principales retos que afronta el mercado para consolidar su avance y contribuir con más intensidad a la riqueza nacional son tres. En primer lugar, la brecha de valor, que consiste en la pérdida de ingresos de los titulares de derechos por el consumo masivo de música a través de servicios digitales que se benefician del concepto de “puerto seguro” para evitar negociar una licencia con los titulares de derechos en condiciones de mercado. En segundo lugar, el fallido desarrollo de la remuneración por copia privada, ya que la enorme mayoría de los dispositivos que permiten hacer copias privadas están exentos de tarifas y, por tanto, de pago a los titulares. Actualmente la legislación sobre copia privada no permite sancionar a los que incumplen con dicho pago por lo que resulta imposible incluso el cobro del derecho para los soportes grabados. Por lo tanto, a fin de revertir esa situación se impone un cambio normativo que permita relanzar y dinamizar esa gestión, creando a la vez un mecanismo expeditivo para la recaudación de dicha remuneración compensatoria. En tercer lugar, en Perú hay una proliferación de sitios en Internet que ofrecen el acceso a la música sin licencia de los titulares, es decir, de piratería digital.

EL CONSUMO DE MÚSICA EN PERÚ

Atendiendo al ranking radial presentado por UNIMPRO, la sociedad de gestión colectiva autorizada por el gobierno peruano y afiliada a IFPI, Las canciones de artistas peruanos con más “tocadas” fueron cuerpo de sirena, de la Orquesta Papillon, “la Revancha, de la Orquesta Zaperoko, y “vuelve conmigo” de la agrupación Lérica la canción más escuchada en Perú en 2016 fue “una cerveza”, del grupo argentino Ráfaga, seguido de “hasta el amanecer” de Nicky Jam y de “Andas en mi cabeza” de Chino & Nacho.

Las principales compañías disqueras del Perú son: Distribuidora y Ventas S.A, Fast Disc S.A.C., Industria Fonográfica Peruana S. A., Mega Entertainment E.I.R.L., O G Representaciones Discográficas S. A.C., Producciones Iempsa S.A.C., Sony Music Entertainment Perú S.A., Universal Music Perú S.A., Wika Discos S.A.C., Xendra Music S.R.L. Es importante anotar que en el Perú existen más de 700 productores de fonogramas nacionales, lo cual es un claro indicativo de la importancia del sector.

Según datos de la campaña de protección del contenido musical realizada conjuntamente entre UNIMPRO e IFPI, las 20 páginas de internet más populares que ofrecen acceso a música no autorizada de Perú recibieron un estimado de más de 500 millones de visitas durante todo el año 2017, números significativos en comparación con otros países de la región y que perjudican el desarrollo del mercado peruano. Los artistas más pirateados en 2017 fueron: 6 Voltios, Jean Paul Strauss y Corazón Serrano. Es de destacar el compromiso del INDECOPI en la lucha contra la piratería y las resoluciones emitidas para combatir la piratería digital en el Perú.

Sobre IFPI

La Federación Internacional de Productores de Fonogramas y Videos Musicales (IFPI) es una organización no gubernamental de carácter internacional que representa a unos mil trescientos productores de fonogramas en más de cincuenta países alrededor del mundo. IFPI cuenta con oficinas regionales y nacionales que defienden los derechos de propiedades intelectual de sus miembros y promueven un ambiente legal y económico favorable para la industria de las grabaciones musicales (www.ifpi.org) (www.ifpilatina.org).

Sobre UNIMPRO

La UNIÓN PERUANA DE PRODUCTORES FONOGRAFICOS – UNIMPRO es una sociedad de gestión colectiva que representa a la industria cultural de la música en el Perú, y es una organización miembro de IFPI. UNIMPRO está constituida como una asociación sin fines de lucro, sus miembros son personas naturales o jurídicas y representan los derechos de propiedad intelectual de los más importantes sellos de las compañías discográficas nacionales, internacionales y de los productores fonográficos independientes (www.unimpro.org).