



monográfico sectorial

industria
fonográfica



kulturaren
euskal
kontseilua
consejo
vasco
de cultura

ESTUDIO SOBRE LA SITUACIÓN
DEL SECTOR FONOGRAFICO EN
LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE
EUSKADI

(R E S U M E N)

ÍNDICE

	Pág.
Presentación.....	1
Ficha sinóptica.....	2
I. Objetivos.....	4
II. Estructura y metodología.....	5
III. Principales contenidos.....	7
1. Resultados del análisis.....	7
1.1. La música grabada como objeto de consumo cultural.....	7
1.2. Composición y características de los agentes del sector fonográfico vasco.....	8
1.3. Actividad empresarial del sector fonográfico en Euskadi.....	11
1.4. Actividad económica de las empresas discográficas 2003.....	16
2. Diagnóstico de temas críticos: ideas clave.....	17
3. Reflexión estratégica.....	22

PRESENTACIÓN

El documento que se presenta a continuación recoge un resumen sintético del *Estudio sobre la situación del sector fonográfico en la Comunidad Autónoma de Euskadi*, realizado por el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto en el 2005.

Es el primer estudio de estas características que se lleva a cabo en Euskadi, y nace en el marco del Plan Vasco de la Cultura impulsado por el Departamento de Cultura del Gobierno Vasco, y por la inquietud del propio sector fonográfico vasco. Ambos intereses se aúnan en la necesidad de conocer en profundidad la situación en la que se encuentra en Euskadi la actividad fonográfica, las empresas que conforman el sector, su producto y su potencial, fundamentalmente económico.

El documento completo está disponible para su consulta en las oficinas del Observatorio Vasco de la Cultura-Kulturaren Euskal Behatokia en Lakua, y puede ser solicitado en la siguiente dirección:

kulturabehatokia@ej-gv.es

FICHA SINÓPTICA (I)

DESCRIPCIÓN	
Título del estudio	Estudio sobre la situación del sector fonográfico en la Comunidad Autónoma de Euskadi.
Entidad que lo ha llevado a cabo	Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto.
Nº de páginas	235
Año de realización	2005
Sector/res implicado/s	Industria Fonográfica.
Antecedentes	Acción contenida en el Plan Vasco de la Cultura.
Objetivos	El objetivo general es conocer la situación y evolución (2000-2004) del sector fonográfico en Euskadi para realizar, a partir del diagnóstico de temas críticos, una reflexión estratégica que contribuya a mejorar el desarrollo del sector durante los próximos años.
METODOLOGÍA	
Metodología de investigación	<p>Cuantitativa: El grueso de la información descriptiva sobre la situación actual del sector fonográfico en Euskadi ha sido elaborado en base a la encuesta diseñada a tal efecto. El universo lo componen: empresas discográficas, estudios de grabación, editoriales musicales, empresas distribuidoras y puntos de venta.</p> <p>Cualitativa: Se ha utilizado esta técnica para conocer las opiniones y perspectivas individuales de algunos de los agentes implicados acerca de las principales problemáticas del sector, sus necesidades más apremiantes, los retos que se les plantean y las posibles líneas de actuación que consideran necesarias para impulsar el desarrollo de la actividad fonográfica en Euskadi.</p>
Participación	En el estudio han participado el 42% de un total de 132 agentes. Son los más representativos del sector.
Características de la información	<p>Indicadores: 57</p> <p>Categorías de clasificación de la información: El estudio presenta datos que informan acerca de variables –como agentes, servicios, titularidad, personalidad jurídica, personal, actividad-producción, distribución y recursos económicos– clasificadas por territorio y antigüedad entre otras.</p> <p>Tipo de datos: Censales.</p> <p>Fuentes de información principales: IFPI, SGAE y encuesta a agentes.</p>

FICHA SINÓPTICA (II)

PRINCIPALES CONTENIDOS	
Estructura	<p>El estudio se estructura en cuatro capítulos. El primero trata la evolución y la situación actual de la música grabada desde la demanda y la oferta. En el segundo, se incluye una aproximación al sector fonográfico en Euskadi. El tercero se dedica al análisis cuantitativo del estado actual y evolución del sector en Euskadi. En el cuarto capítulo se diagnostican los temas críticos y se realiza una reflexión estratégica.</p> <p>El estudio se cierra con varios apartados dedicados a la metodología, los recursos documentales y los anexos. Incluye un resumen ejecutivo.</p>
Enfoque	<p>Análisis de la información: Se introduce el tema de la música grabada como objeto de consumo cultural y una perspectiva general del sector fonográfico en el ámbito internacional y español. Centran el estudio los resultados del análisis de la composición del sector en Euskadi, los procesos de producción, distribución y venta, así como la coyuntura económica por la que atraviesan las empresas discográficas.</p> <p>Diagnóstico: Pone su foco en aquellos aspectos significativos detectados en el análisis previo y mantiene su misma estructura: agentes, producción, distribución y venta, y actividad económica en 2003.</p> <p>Líneas de actuación: El contenido de la reflexión estratégica está trazado en torno a tres ejes principales, con sus objetivos y líneas de actuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolidar como sector industrial el conjunto de empresas fonográficas vascas. • Dinamizar la actividad empresarial del sector y su cadena de valor. • Consolidar la cultura de diálogo y cooperación iniciada entre el sector fonográfico vasco y la Administración vasca.
Recursos bibliográficos/ Webgráficos	<p>Hay un apartado específico del estudio dedicado a presentar un listado con los recursos documentales consultados (pág. 217).</p>
DIFUSIÓN DE RESULTADOS	
Sistema/proceso de comunicación y publicación de los resultados	<p>El documento completo está disponible para su consulta en las oficinas del Observatorio Vasco de la Cultura-Kulturaren Euskal Behatokia en Lakua, y puede ser solicitado en la siguiente dirección kulturabehatokia@ej-gv.es</p>

I. OBJETIVOS

El **objetivo fundamental** de este estudio es conocer la situación y evolución (2000-2004) del sector fonográfico en Euskadi para realizar, a partir del diagnóstico de temas críticos, una reflexión estratégica que contribuya a mejorar el desarrollo del sector durante los próximos años. Conseguir este propósito general requiere la consecución de unos objetivos intermedios mediante los cuales sea posible configurar una radiografía fiel de las características y actual situación que vive la producción, distribución y venta de la música grabada en Euskadi.

Estos **objetivos específicos** se resumen en los siguientes puntos:

- Completar y actualizar un mapa de agentes que permita identificar el número de empresas implicadas en la cadena de valor tradicional del producto fonográfico (producción/distribución/venta) así como el número de personas ocupadas en el sector.
- Reconstruir la actividad profesional y económica del sector fonográfico en su conjunto.
- Describir los procesos que actualmente conlleva la producción fonográfica en Euskadi, delimitando el papel que desempeña cada uno de los agentes implicados, en especial, las empresas discográficas o productoras musicales.
- Analizar los procesos de distribución y venta del producto fonográfico en Euskadi y en el exterior.
- Conocer la evolución económica del sector fonográfico en Euskadi durante los últimos cinco años (2000-2004).
- Realizar un diagnóstico de la situación actual del sector en el que se delimiten sus preocupaciones y necesidades prioritarias a corto y medio plazo.
- Sugerir potenciales líneas de acción, orientadas al impulso y mejora de la situación del sector, procedentes tanto de las instituciones públicas como de la dinámica interna del propio sector.

El objetivo es realizar, a partir del diagnóstico de temas críticos, una reflexión estratégica que contribuya a mejorar el desarrollo del sector durante los próximos años

II. ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA

El estudio se estructura en cinco apartados que establecen el hilo conductor a través del cual se ahonda en el conocimiento de la actividad fonográfica en Euskadi y de los agentes que configuran este sector.

En **la introducción** se esclarecen las coordenadas geográficas, temporales y culturales que justifican la importancia y necesidad de llevar a cabo el análisis de la actividad fonográfica vasca, y se plantean los objetivos del estudio que pretenden dar respuesta a las necesidades y demandas realizadas desde buena parte de los agentes de este sector.

El capítulo 1 aborda la evolución y la situación actual de la demanda materializada a través del consumo de música grabada, y ofrece una lectura actualizada de su oferta a nivel internacional y estatal, centrando la atención en la evolución de las ventas de música en soporte físico y digital, la penetración de la música digital en el mercado y los impactos generados por el consumo de música legal e ilegal.

El capítulo 2 presenta brevemente el sistema vasco de la cultura y el Plan Vasco de la Cultura (2004) elaborado por el Gobierno Vasco y que desarrolla e implementa diferentes actuaciones dirigidas al sector fonográfico, e identifica las fases del proceso en las que se centra el estudio: la producción, la distribución y la venta de música grabada en Euskadi, así como los agentes responsables de cada una de estas fases: empresas discográficas, estudios de grabación, empresas de distribución y puntos de venta, fundamentalmente.

El capítulo 3 está dedicado al análisis de los datos proporcionados por los distintos agentes implicados en el sector de la música grabada en Euskadi. La información ha sido recabada a través de un cuestionario elaborado a estos efectos que recoge datos de 2003, principalmente, aunque también incluye una perspectiva evolutiva del período 2000-2004.

El capítulo 4 establece un diagnóstico de los temas críticos del sector fonográfico vasco y de la actividad que desarrolla, a partir del cual se realiza una reflexión estratégica que delimita unos objetivos estratégicos y unas líneas de actuación encaminadas a la óptima adaptación del sector a las cambiantes circunstancias del mercado, inmediatas y futuras.

Cierra el estudio un triple apartado dedicado a **la metodología** utilizada en el estudio, los recursos documentales y una sección de anexos que ofrece un glosario de los términos utilizados.

Se establece un diagnóstico de los temas críticos del sector fonográfico vasco y de la actividad que desarrolla, a partir del cual se realiza una reflexión estratégica que delimita unos objetivos estratégicos y unas líneas de actuación encaminadas a la óptima adaptación del sector a las cambiantes circunstancias del mercado

El ámbito geográfico lo componen los tres territorios históricos de la Comunidad Autónoma de Euskadi, Álava, Gipuzkoa y Bizkaia, así como Navarra e Iparralde.

En cuanto a las técnicas utilizadas para el estudio, se trata de **una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas**. Por otro lado, se han utilizado diversas fuentes secundarias de información (SGAE, Promusicae, CIMEC, *Digital Music Report*, *Comercial Piracy Report* y *Forrester Research* – estos tres últimos realizados por el IFPI¹–, Gobierno Vasco, Plan Vasco de la Cultura, Asociación de Empresas Discográficas Vascas), pero el grueso de los datos sobre la situación actual del sector fonográfico en Euskadi ha sido elaborado en base a la encuesta realizada para tal efecto.

Se han aplicado técnicas cuantitativas y cualitativas y, aunque se han utilizado diversas fuentes secundarias, el grueso de la información sobre la situación actual del sector fonográfico en Euskadi ha sido elaborado en base a la encuesta realizada para tal efecto

1. International Federation of the Phonographic Industry

III. PRINCIPALES CONTENIDOS

1. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

1.1. La música grabada como objeto de consumo cultural

Una aproximación a nivel estatal muestra un escenario ciertamente positivo para la música. Escuchar música se ha consolidado como hábito cultural entre la población del Estado español. Afirmación que se pone de manifiesto observando la elevada dotación de equipamiento musical de los hogares (97,5%), el protagonismo del CD junto a la radio como principales medios mediante los que se escucha música, un significativo porcentaje de población que escucha música habitualmente (86,2%), con una frecuencia diaria o varias veces por semana (54% en el caso del CD/casete).

En términos generales, **el perfil** de quien escucha música en CD/casete con asiduidad responde a las siguientes variables sociodemográficas: preferentemente, hombre joven, entre 15 y 34 años, nivel formativo medio alto (Bachillerato, Formación profesional o estudios universitarios).

Se percibe una cierta contradicción en relación con el interés y centralidad del hábito de escuchar música existente entre la población española. El 90,4% de las personas encuestadas posee en su hogar CD/casete o disco de vinilo. Sin embargo, casi el 50% de los españoles afirma no haber comprado música desde hace más de un año.

Las características sociodemográficas son muy significativas al analizar los hábitos de compra; fundamentalmente, la edad, la situación vital, el nivel formativo y la situación laboral. El perfil tipo del comprador asiduo o frecuente es el de personas de 15 a 24 años, solteras y residentes en el hogar familiar, con niveles formativos altos, y son estudiantes o personas que trabajan.

Por Comunidades Autónomas, las cifras más altas se concentran en la población de Navarra, País Vasco, Baleares y Madrid.

El número medio de CD/casetes comprados por estas personas es de 3,6. Los estilos musicales más demandados se concentran en tres: pop-rock español, pop-rock latino y pop-rock internacional. El 31,4% de la población afirma haber efectuado alguna compra de música durante el último trimestre. De ellos, un 82,9% lo hizo a través de puntos de venta legales, y el 12,9% a través de canales ilegales. El 3,9% restante en otros puntos como quioscos, gasolineras, etc.

El perfil de quien escucha música en CD/casete con asiduidad responde a las siguientes variables sociodemográficas: hombre joven, entre 15 y 34 años, nivel formativo medio-alto

Finalmente, las barreras más habituales para adquirir música son el precio de los discos (49,7%), la falta de interés por la música (19,5%) y la posibilidad de oír la música deseada por radio o TV (14,1%).

1.2. Composición y características de los agentes del sector fonográfico vasco

Empresas discográficas

Se han identificado 26 agentes en Euskadi, de los cuales toma parte en este estudio el 58%. El 86% de quienes colaboran se concentra en Gipuzkoa y Bizkaia. Este colectivo reúne a los agentes con más antigüedad en el sector (67% de las empresas nace antes de 1998). Existen en Euskadi alrededor de 30 sellos, 24 de los cuales pertenecen a estas empresas discográficas. El 33% de los productores de música vascos posee estudio de grabación propio, y 8 de las 9 editoriales musicales identificadas ofrecen sus servicios dentro de las estructuras de estas empresas discográficas. El 38,5% de los agentes que posee página web es productor de música. Más de la mitad de estos agentes (60%) se define bajo la fórmula jurídica de sociedad mercantil (S.A., S.L.). Durante los últimos cinco años han aportado el mayor número de contrataciones al sector. El 83% de estos contratos es fijo.

Entre las **nuevas actividades** que han ido incorporando a las habituales funciones de producción, destacan la gestión de derechos (47%), la distribución (40%) y el management y la venta (33% en cada caso). Su incursión en estas nuevas líneas de negocio les permite explorar nuevas fórmulas de ingresos económicos y expansión profesional, al tiempo que son empleadas para añadir valor a los servicios que ofrecen a sus clientes. El 33% incluye la venta entre sus actividades, fundamentalmente a través de la fórmula de contrareembolso. El 67% tiene página web, aunque la venta de música digital constituye una práctica aún incipiente entre los productores de música en Euskadi. Únicamente el 13% de estos agentes afirma utilizar esta vía para la comercialización de sus productos.

Existe en Euskadi una asociación de empresas discográficas vascas (Euskal Herriko Disketxeen Elkarte - EHDE) que aúna a los productores de música de este país.

Estudios de grabación

Se han identificado 29 estudios. El mayor número de agentes se concentra en Bizkaia (45%) y en Gipuzkoa (34%), mientras que corresponde a Álava, Navarra e Iparralde un 7%, respectivamente. Además, existen otros 5 estudios que pertenecen a empresas discográficas. Los datos obtenidos proceden del 41% de los estudios independientes identificados. El 42% de estas empresas nace antes de 1998, el 25% entre 1999 y 2000; y con el nuevo

El 33% de los productores de música vascos posee estudio de grabación propio, y 8 de las 9 editoriales musicales identificadas ofrecen sus servicios dentro de las estructuras de estas empresas discográficas

milenio sigue creciendo el número de estudios de grabación (33% corresponde a este período). Seis de los 30 sellos identificados pertenecen a cinco estudios de grabación así como uno de los nueve servicios editoriales existentes. El 38,5% posee página web. La **titularidad jurídica** más extendida entre estos agentes es la de empresario físico o trabajador en régimen de autónomo, con una masa laboral mínima de uno o dos trabajadores. Prevalecen, por tanto, en este colectivo las denominadas microempresas. A pesar de ello, la masa laboral vinculada a los estudios ha aumentado 7 puntos desde el año 2000 hasta el 2004 (de 22 a 38 personas). En el año 2003, el 42% de los estudios participantes asume la contratación del 17% de las personas. El 74% de estos contratos es indefinido. El 58% de los estudios no cuenta con ninguna persona contratada.

Se constata una progresiva migración de la actividad de los estudios de grabación hacia el sector de la comunicación y de la cultura audiovisual (televisión, cine, publicidad...). Además, entre las nuevas actividades que los estudios están incorporando a sus funciones destaca la producción de eventos en el 42% de los casos.

No existe en Euskadi ninguna asociación que aglutine a los agentes que conforman este sector. Algunos de los estudios de grabación analizados han pertenecido a la asociación española que reúne a los estudios de este ámbito.

Empresas de distribución

Se han localizado siete en Euskadi, cinco de las cuales participan en este estudio. En términos estadísticos, se analizan cuatro empresas porque dos de ellas se consideran como una misma entidad. El 75% se ubica en Gipuzkoa, el 25% restante en Bizkaia. Todas ellas se dedican a la importación/exportación y el 50% realiza acciones de distribución tanto exclusivista como generalista. Además de estas empresas se ha tenido en cuenta en el análisis de los datos la labor de distribución de seis de las empresas discográficas participantes que integran este tipo de labores entre sus funciones.

Estas empresas reúnen algunas de las entidades con mayor antigüedad en el sector fonográfico en Euskadi (50%). Desde el punto de vista de la gestación de nuevas empresas, no es un colectivo tan dinámico como el de las empresas discográficas y los estudios de grabación. En los últimos dos años ha desaparecido del escenario empresarial alguno de estos agentes y también ha nacido una nueva empresa en 2005. Aproximadamente el 45% posee página web. A diferencia de otros agentes, una de las fórmulas jurídicas más extendidas entre estas empresas es la sociedad civil o comunidad de bienes (50%).

Se constata una progresiva migración de la actividad de los estudios de grabación hacia el sector de la comunicación y de la cultura audiovisual (televisión, cine, publicidad...)

En cuanto al **volumen de trabajadores**, se encuentra en este colectivo alguna de las empresas más consistentes en lo que a plantilla laboral se refiere, con un número de empleados variable que oscila entre las 6 y las 20 personas. Sin embargo, se confirma como el grupo que, de manera más regular y progresiva, ha experimentado un descenso de su masa laboral en el último lustro. El porcentaje de trabajadores vinculado a estas empresas ha pasado de ser el 22% en 2000 a ser el 16% en 2004. El 90% de estas empresas asume el 20% del total de las personas contratadas en el sector en 2003. El 93% de estos contratos es indefinido.

Este colectivo no parece haber incorporado nuevas actividades a sus funciones tradicionales, sino que más bien se halla en un momento de reestructuración y adaptación de su función tradicional como intermediario a un nuevo escenario en el que el soporte físico de la música convive en precario equilibrio con nuevos formatos musicales, estrategias de difusión de la música grabada y, por ende, nuevas formas y preferencias de los usuarios a la hora de consumirla.

No existe en Euskadi ninguna asociación que vele por los intereses de este colectivo. alguna de las empresas de este grupo forma parte de la Asociación Nacional de Empresas Distribuidoras de Soportes Discográficos, ANEDI. Por otra parte, y a diferencia de lo que sucede entre otros agentes, no existe una conciencia conjunta que los aúne como colectivo ante la situación actual y los escenarios que depara el futuro más inmediato.

Editoriales musicales

Se han contabilizado nueve en total, y ocho de ellas ofrecen sus servicios dentro de estructuras más grandes, como son las empresas discográficas. Una de las editoriales pertenece a un estudio de grabación. El 66% se reparte de manera equitativa entre Gipuzkoa y Bizkaia, el 22% en Navarra y el 12% restante tiene su sede en Iparralde. Recientemente, 2 de las 9 editoriales se han establecido como empresas con personalidad jurídica propia y, por tanto, con una estructura empresarial independiente de las empresas discográficas a las que han pertenecido, aunque su actividad primordial continúe estrechamente vinculada a las primeras.

Una de las editoriales musicales identificadas nace recientemente con la vocación de aglutinar y prestar servicios de valor añadido a los autores e intérpretes vascos. La principal diferencia entre ésta y otras editoriales reside en la búsqueda de un público destinatario que supera al vinculado a una determinada empresa discográfica, tal y como parece ser el caso del resto de las editoriales musicales consideradas.

El colectivo formado por las empresas de distribución no parece haber incorporado nuevas actividades a sus funciones tradicionales sino que más bien se halla en un momento de reestructuración y adaptación de su función tradicional como intermediario a un nuevo escenario en el que el soporte físico de la música convive en precario equilibrio con nuevos formatos musicales

Puntos de venta

Para terminar, se analizan alrededor de 58 puntos de venta musical de diferente naturaleza: tiendas especializadas, de ocio y cultura, grandes almacenes y superficies, así como tiendas dedicadas a otros productos que venden discos en pequeñas secciones. Un ejemplo de esta última categoría son las tiendas de electrodomésticos que, aunque de manera progresiva están abandonando la venta de discos, tienen aún su representación en nuestra geografía. El 41% de estos agentes está ubicado en Gipuzkoa, el 27% en Bizkaia, el 26% en Navarra y el 6% en Álava. Participa en este estudio el 28% del total de comercios existentes. De ellos, el 62% son tiendas especializadas, el 25% tiendas de ocio y cultura, y el 13% tiendas de electrodomésticos. No ha habido participación por parte de grandes almacenes y superficies.

El 63% de los comercios participantes se encuentra entre las empresas con mayor ciclo de vida (nacidas antes de 1998). No han incorporado en este último lustro ninguna actividad paralela a la venta de discos. Todas las empresas comercializan discos mediante la venta tradicional. De ellas, el 12% lo hace contra reembolso y el 19% afirma vender música a través de la red. El 31% dispone de página web.

Las dos **fórmulas jurídicas** más significativas son la sociedad mercantil (S.A., S.L.), puesto que el 50% se identifica jurídicamente con esta modalidad, y los trabajadores autónomos (19%). El perfil de los comercios participantes respecto a su masa laboral responde más bien al concepto de microempresa, con un número de trabajadores que varía entre 2 y 6 personas. El porcentaje de trabajadores de estas empresas se ha mantenido e incluso ha aumentado ligeramente entre 2000 y 2004. El 62% de los puntos de venta asume el 28% de las relaciones contractuales existentes en el sector. El 92% de dichos contratos es de carácter indefinido.

Los discos son distribuidos entre estos minoristas, fundamentalmente a través de empresas de distribución y, de forma minoritaria, a través de las propias empresas discográficas vascas.

1.3. Actividad empresarial del sector fonográfico en Euskadi

Empresas discográficas

La edición de nuevos discos en Euskadi alcanza en 2003 una cifra aproximada de 179 referencias, y desciende ligeramente un año más tarde a los 169 títulos. Sin embargo, el porcentaje de nuevos títulos en euskera crece de año en año. En 2002, un 58% del total, se editó en euskera; en 2003, este porcentaje aumenta 3 puntos (61%) y alcanza en 2004 el 64%.

Todas las empresas comercializan discos mediante la venta tradicional. De ellas, el 12% lo hace contra reembolso y el 19% afirma vender música a través de la red

Respecto a los **estilos musicales** más habituales entre los nuevos títulos editados en 2003, corresponden al pop el 39%, el 33% a música clásica y el 28% a jazz.

El número total de referencias (novedades y fondo de catálogo) editadas en Euskadi en 2003 supera la barrera del millar (1195 referencias). En 2004, el incremento de los títulos editados a partir del fondo de catálogo compensa el descenso sufrido en el número de novedades (10 títulos menos) y permite alcanzar un volumen total de referencias superior al año anterior en 30 unidades.

El número total de **copias fabricadas** superó en 2003 las 600.000 unidades. En 2004, este volumen descendió ligeramente situándose en las 553.977 copias. El 66% de las copias corresponde a las novedades, mientras que el 34% restante se refiere a las copias de las producciones editadas desde catálogo.

En cuanto a **los soportes**, el 89% de los discos editados en 2003 se presentó en CD. El protagonismo de este soporte creció en 2004 hasta representar el 94%. El casete y VHS continúan su irremediable descenso como soportes físicos de la música grabada. El DVD, por su parte, continúa su lenta incursión en el mercado vasco. Su presencia aumenta cada año aunque aún en 2004 no alcanza cifras significativas. La combinación CD-DVD tampoco ha conseguido una presencia relevante en el mercado vasco, sin embargo, parece generar buenas expectativas entre algunos productores de música por la calidad y los servicios de valor añadido que ofrece al consumidor.

El **Precio Medio de Venta al Mayorista (PMVM)**, es decir, el precio que las empresas discográficas establecen para sus productos previa distribución por parte de empresas de distribución, varía en función de si se trata de una novedad o de una producción procedente del fondo de catálogo. En el caso de las novedades, el precio medio es de 7,74 euros en 2003 y 8,17 en 2004. Para las referencias de fondo de catálogo el precio es de 6,80 euros en 2003 y 2004. De lo cual, se deduce, obtiene un promedio para el precio de venta al mayorista del producto vasco de 7,28 euros en 2003 y 7,48 en 2004.

Estudios de grabación

Cabe resaltar que su evolución en Euskadi discurre por una doble dimensión, vinculada, por una parte, al sector fonográfico a través de la grabación de discos y, por otra, a las nuevas líneas de negocio (mundo de la publicidad, medios de comunicación, industrias audiovisuales...) que abren otras fuentes alternativas de ingresos para parte de este colectivo.

El número total de copias fabricadas superó en 2003 las 600.000 unidades. En 2004, este volumen descendió ligeramente situándose en las 553.977 copias. El 66% de las copias corresponde a las novedades, mientras que el 34% restante se refiere a las copias de las producciones editadas desde catálogo

El seguimiento de los datos referidos a la evolución del **número de horas de grabación** dedicadas por estas empresas entre 2000 y 2004 revela la existencia de una involución en 2002, seguida de una recuperación a partir de 2003, con un número anual de horas de grabación entre 1.300 y 1.400 horas en 2003 y 2004.

El **precio medio de la hora de grabación** presenta importantes oscilaciones en cada caso. El promedio se sitúa en 41,21 euros en el año 2000 y llega a 45,51 euros en 2004, lo que supone una variación de 4,30 euros en 4 años. En el año 2003, el 75% de las solicitudes de grabación procede del ámbito vasco aunque, en 2004, se registra un descenso de estas solicitudes y un incremento de las procedentes del ámbito estatal. Más de un 60% de las grabaciones realizadas se reparte entre las demandadas por entidades de naturaleza diversa (ayuntamientos, diputaciones, fundaciones, asociaciones...), y los trabajos ajenos al sector fonográfico vinculados con nuevas áreas de negocio. El 10% de las demandas procede de las empresas discográficas y un porcentaje, que varía entre el 24% y el 27%, se corresponde con un número creciente de autoproducciones.

El seguimiento evolutivo de la actividad de estos estudios de grabación sugiere tres ideas:

- Persiste un incremento anual del número de autoproducciones frente a las solicitudes procedentes de empresas discográficas.
- Aumenta el número de trabajos vinculados a sectores distintos al fonográfico relacionados con los mass media, el mundo de la publicidad y las industrias audiovisuales.
- Se está produciendo un movimiento de un número creciente de estudios de grabación hacia nuevos nichos de mercado.

Empresas de distribución

En el año 2003, las empresas responsables de la distribución en Euskadi, con una responsabilidad compartida entre empresas especializadas y el 33% de los productores de música vascos, contaban con una cartera de más de 700 clientes, de los cuales el 42% procedía del mercado vasco, el 24% del estatal y el 34% de ámbito internacional. En 2004 se registra un descenso del número de clientes (alrededor de 100) que afecta principalmente a las demandas procedentes del ámbito vasco.

El **número total de copias distribuidas por agentes vascos** en 2003 supera el millón de unidades, de las cuales, el 52% corresponde a producto foráneo y el 48% a producto vasco. El 80% de las copias es distribuido por empresas de distribución; el 20% restante por parte de las propias empresas discográficas. En 2004 se experimenta

- **Persiste un incremento anual del número de autoproducciones frente a las solicitudes procedentes de empresas discográficas.**
- **Aumenta el número de trabajos vinculados a sectores distintos al fonográfico relacionados con los mass media, el mundo de la publicidad y las industrias audiovisuales.**
- **Se está produciendo un movimiento de un número creciente de estudios de grabación hacia nuevos nichos de mercado.**

un descenso de casi 150.000 copias distribuidas por estos agentes, especialmente notorio en el caso de las empresas discográficas.

El **precio medio** que el distribuidor fija para sus productos varía en función del origen del producto: 7,84 euros el producto local, y 9,91 euros el producto foráneo. En 2004 el precio medio del producto vasco desciende casi 0,50 euros mientras que el del producto foráneo aumenta casi un euro.

En cuanto a los mercados de destino a los que se dirigen los discos distribuidos por agentes vascos, resulta significativo observar que:

- El 85% tiene como objetivo el mercado vasco; el producto vasco, que supone el 65%, se distribuye principalmente en Gipuzkoa y Bizkaia, mientras que el producto foráneo, que representa el 32% de las copias dirigidas a este mercado, se concentra en Gipuzkoa y Navarra.
- El 13% se dirige al mercado estatal (sobre todo, Madrid, Barcelona y algunas zonas de la cornisa cantábrica), y el 2% restante se distribuye en varios países del ámbito internacional.

En cuanto a los **tipos de puntos de venta** entre los que se distribuye el volumen de copias que depende de los agentes vascos responsables de la distribución, alrededor del 60% se dirige a las grandes superficies, el 28% a tiendas dedicadas exclusivamente a la venta de discos, el 11% a comercios de ocio y cultura, dedicados también a la venta de otros productos culturales (libros, productos audiovisuales, etc.), y el 2% restante a comercios dedicados a la venta de electrodomésticos cuya presencia cada vez es menos frecuente en el sector fonográfico vasco.

Producción, distribución y venta del producto generado por las empresas discográficas vascas

Estas empresas editaron en 2003 un total aproximado de 614.179 copias que incluyen tanto las novedades como las referencias generadas a partir del fondo de catálogo. De este total de referencias, el 63% es distribuido por empresas vascas especializadas en la distribución, y el 37% restante por parte de las propias empresas discográficas.

El producto vasco representa alrededor del 48% del volumen total de copias distribuidas por agentes vascos. Según los datos de venta procedentes de las empresas discográficas vascas, este año 2003, el porcentaje de copias vendidas es del 72%. El resto de las copias producidas vuelve al punto de partida, es decir, a los productores musicales.

El número total de copias distribuidas por agentes vascos en 2003 supera el millón de unidades, de las cuales, el 52% corresponde a producto foráneo y el 48% a producto vasco

El valor de **las ventas de las empresas discográficas vascas** en 2003 asciende a 2,7 millones de euros, cifra que supone un 7% del valor de las ventas alcanzadas en Euskadi ese mismo año y un 0,5% del valor de las ventas del mercado español. El mayor porcentaje de las copias vendidas corresponde a productos en euskera (83%).

En cuanto a **los estilos musicales**, el mayor número de copias vendidas pertenece a estilos musicales asociados al pop (63%) y al jazz (34%). El CD consolida su protagonismo en el mercado vasco como soporte más vendido. El Precio Medio de Venta al Público (PMVP) que establecen las empresas discográficas para la venta directa de sus productos es de 11,85 euros en 2003 en el caso del CD. La venta de música a través de internet es una práctica presente en el 13% de las empresas discográficas aunque todavía no resulta significativa para los productores de música en Euskadi.

Cifras de ventas de música grabada en Euskadi

Se viene experimentando durante los últimos años un descenso en las cifras de ventas que se ha establecido como tendencia en el sector fonográfico y que es una de las consecuencias más graves de la piratería en sus diferentes manifestaciones. Entre 2002 y 2004, el volumen de ventas ha descendido en valor casi 10 millones de euros (22%), y en un millón de unidades (23%, aproximadamente).

El producto foráneo se revela en 2003 y 2004 como principal protagonista de las ventas en Euskadi (supone alrededor del 90%, frente al 10% correspondiente al producto vasco). El inglés es el idioma más habitual en los productos foráneos (89% frente al 11% correspondiente al castellano); en los productos vascos, hay que resaltar el protagonismo de las ventas musicales en euskera (73%). En 2004 se observa un ligero incremento de las ventas de música en euskera. En 2003, el 93% de las copias vendidas corresponde al CD, mientras que el DVD musical se incorpora con precaución al mercado musical vasco (4%). Se observa una fuerte concentración de las preferencias de los consumidores de música vascos en torno a estilos categorizados como el pop (61%) y el jazz (23%). La venta de música clásica representa el 16%.

El PMVP del disco varía en función de tres factores: el origen del producto, es decir, si se trata de producto vasco o producto foráneo. El precio de éste último es ligeramente superior al producto local. Esta diferencia se incrementa en 1,63 euros en 2004. En segundo lugar, el tipo de producto (si son novedades, grandes éxitos, fondo de catálogo o serie media). Comparando los precios de estos productos en Euskadi con los existentes en el Estado español, se observa que los precios medios en el ámbito vasco son superiores a los correspondientes al contexto es-

Se viene experimentando durante los últimos años un descenso en las cifras de ventas que se ha establecido como tendencia en el sector fonográfico y que es una de las consecuencias más graves de la piratería en sus diferentes manifestaciones. Entre 2002 y 2004, el volumen de ventas ha descendido en valor casi 10 millones de euros (22%) y en millón de unidades

pañol. Y en tercero, el agente que realice la venta (comercio o la propia empresa discográfica). Los precios se abaratan un promedio de 3,6 euros si es el productor de música quien efectúa la venta.

1.4. Actividad económica de las empresas discográficas en 2003

El **volumen de ingresos** obtenidos en 2003 por las empresas analizadas (50% del total) asciende a casi 3 millones de euros. Según esta cifra, la aportación estas empresas al volumen total de facturación estatal sería de un 0,5%.

El 99% de los ingresos procede de la actividad empresarial que desarrollan, es decir, la venta de discos. De lo cual se deduce que el apoyo económico obtenido a través de subvenciones o ayudas de diferente naturaleza es prácticamente nulo (1%). No se contemplan otras fuentes de ingresos externas relacionadas con acciones de patrocinio.

El **volumen de gastos** en el que incurren estas empresas asciende a casi 3 millones de euros. El 78% de los gastos procede de la actividad empresarial que desarrollan, el 4% se debe a dotaciones destinadas a amortizaciones de inmovilizado y el 18% restante a otros gastos de explotación.

El análisis de los gastos, considerando el carácter fijo o variable de los mismos, revela que el 80% es de carácter variable (costes de fabricación, promoción, pago de los correspondientes royalties a artistas o intérpretes, o pago de impuestos a la SGAE). El promedio de gasto variable de las empresas discográficas más sólidas supera los 260.000 euros. El 20% restante corresponde a gastos fijos (costes de diseño, grabación, alquiler de material y/o espacios). El promedio de gasto fijo se aproxima a los 80.000 euros en el caso de las empresas más sólidas. Las acciones de promoción y marketing que acompañan a los nuevos discos supone un 5% de los gastos variables.

Analizando la diferencia entre ingresos y gastos, **los resultados de explotación** son los siguientes: Las empresas discográficas vascas obtienen en el ejercicio 2003 unos resultados de explotación que ascienden a 833.821 euros. Esta cantidad representa el 30% del total de insumos alcanzados. Sin embargo, el 91% de estos resultados se concentra en las tres empresas que poseen una situación contable más estable. Concretamente, el 68% de los resultados corresponde a una empresa, el 23% restante se reparte entre las otras dos. Tal concentración de los resultados de explotación revela que más de la mitad de las empresas discográficas vascas analizadas (9 de 14 en total) afronta

Más de la mitad de las empresas discográficas vascas analizadas (9 de 14 en total) afronta dificultades económicas que ponen en peligro su continuidad en el sector. En tres de estos nueve casos, los resultados de explotación fueron, durante el ejercicio 2003, negativos

dificultades económicas que ponen en peligro su continuidad en el sector. En tres de estos nueve casos, los resultados de explotación fueron, durante el ejercicio 2003, negativos.

Las principales inversiones realizadas se producen en concepto de equipamientos e infraestructura. Superan los 600.000 euros y representan el 92% del total. El 8% restante corresponde a inversiones de diversa naturaleza, habitualmente de carácter inmaterial.

2. DIAGNÓSTICO DE TEMAS CRÍTICOS: IDEAS CLAVE

En términos más generales, la radiografía que se desprende de este estudio presenta un sector fonográfico conformado por un total de 132 agentes implicados en él directamente. En concreto, 26 son empresas discográficas (20%); 29, estudios de grabación (22%); 12 servicios de editorial musical (9%); 7 empresas de distribución (5%) y 58 puntos de venta (44%).

La mayor concentración de agentes tiene lugar en Gipuzkoa (40%) y en Bizkaia (34%). Los datos manejados en el estudio corresponden al 42% de la totalidad de los agentes, aunque la participación es bastante desigual entre ellos. No obstante, han participado las empresas más representativas del sector fonográfico vasco.

La microsegmentación del sector

Se trata de un sector constituido por empresas de pequeño tamaño cuya masa laboral oscila entre 1 y 5 personas en el 87% de los casos. Entre el año 2000 y el 2004, el número de microempresas se ha triplicado, pasando de representar de un 11% a un 34%. Son, además, empresas de amplia trayectoria profesional, fundadas hace más de una década en el 57% de los casos. Entre las más antiguas se encuentran las empresas discográficas, las especializadas en distribución y algunos puntos de venta. Sin embargo, estas dos características, antigüedad y pequeño tamaño, no han ayudado a la gestación de un planteamiento del sector como colectivo empresarial con intereses y preocupaciones comunes.

Una percepción que se ha comenzado a gestar durante los últimos años como consecuencia de determinadas amenazas (como máximo exponente, la piratería en sus distintas manifestaciones) que ponen en peligro la viabilidad de estas empresas.

Se trata de un sector constituido por empresas de pequeño tamaño cuya masa laboral oscila entre 1 y 5 personas en el 87% de los casos. Entre el año 2000 y el 2004, el número de microempresas se ha triplicado, pasando de representar de un 11% a un 34%

Los trabajadores del sector

Se estima que el número total de trabajadores directamente vinculados a las fases de producción, distribución y venta del sector fonográfico en Euskadi asciende a 450 trabajadores en 2003². Una cifra que proporciona una idea de las dimensiones, actividad y mercado actual. La evolución de la masa laboral, positiva en términos generales, indica, sin embargo, que la mayor disminución de la plantilla ha tenido lugar entre 2000 y 2004 en las empresas de distribución, mientras que los estudios de grabación incrementan su masa laboral en este periodo, entre otras razones, por la apertura de nuevas líneas de negocio.

La presencia de las tecnologías de la información y de la comunicación

La penetración y uso de las TIC resulta ciertamente escasa, aunque se constatan diferentes grados de permeabilidad según el tipo de agente. Las empresas discográficas y estudios de grabación son los agentes más receptivos a este tipo de recursos. Pero, incluso entre ellos, se produce un uso aún no significativo. El 55% de los agentes dispone de página web. Las iniciativas de venta virtual de música se concentran en el colectivo de empresas discográficas, y suponen únicamente el 13%. No obstante, durante el año 2004 se detectan movimientos del sector en este sentido. Existen experiencias pioneras en la venta virtual entre las grandes superficies ubicadas en Euskadi y algunas empresas discográficas vascas encaran como proyectos inmediatos la digitalización de sus catálogos.

Los cambios en la cadena de valor tradicional de la actividad fonográfica en Euskadi

Los principales cambios constatados hacen referencia a la incorporación de nuevas funciones que, especialmente, las empresas discográficas y los estudios de grabación, suman a sus actividades tradicionales. La gestión de derechos, la distribución, el management y la venta directa son las nuevas fuentes de ingresos detectadas por las empresas discográficas. Los estudios de grabación han incorporado a sus actividades tradicionales la producción de eventos, así como nuevas líneas de negocio ajenas a la actividad fonográfica, y más relacionadas con las industrias audiovisuales y los medios de comunicación.

2. Como referente, en Cataluña en el año 2001, 1.128 trabajadores formaban parte del sector fonográfico. Nótese, sin embargo, que los datos de este estudio no hacen referencia a la totalidad de los agentes del sector (no se contemplan productores artísticos, fabricantes, etc.)

La penetración y uso de las TIC resulta ciertamente escasa, aunque se constatan diferentes grados de permeabilidad según el tipo de agente. Las empresas discográficas y estudios de grabación son los agentes más receptivos a este tipo de recursos

El volumen de actividad del sector

A pesar de las limitaciones que imponen al sector un territorio natural y un mercado reducido, la producción musical en Euskadi es notable, constatándose, desde el año 2000 hasta 2003, un incremento progresivo del volumen anual de producción de novedades (179 nuevos títulos en 2003). Una tendencia que se rompe en 2004 con un descenso que representa el 6%. El euskera posee una presencia mayoritaria y creciente en la producción de novedades. Su relevancia ha crecido 5 unidades porcentuales desde el año 2002, fecha en la que suponía un 58% del total de nuevos títulos. La producción de novedades en Euskadi se concentra además en tres categorías de estilos musicales: pop³ (39%), música clásica⁴ (33%) y jazz⁵ (28%). No obstante, la atención que se otorga a la música clásica en la fase de producción no tiene su reflejo correspondiente en la venta de discos en Euskadi, que se concentra en el pop y el jazz como estilos preferidos entre los consumidores. El CD mantiene su protagonismo como soporte más habitual en la producción, mientras el DVD y la combinación de ambos (CD + DVD) se introducen tímidamente en el mercado.

El fondo de catálogo

Constituye un recurso esencial para las empresas discográficas. En el caso vasco, cuenta con este recurso el 33% de los productores de música. Considerando tanto las novedades como las referencias de fondo de catálogo, la producción en 2003 asciende prácticamente a 1.200 referencias. En 2004, aumenta un 2% el volumen de la producción gracias al fondo de catálogo, que compensa el 6% de descenso que experimenta el volumen de novedades. El número de copias fabricadas supera en el año 2003 las 600.000 referencias. Según los datos económicos disponibles de ese año, el valor de la producción correspondiente a las empresas discográficas vascas participantes en el estudio alcanza la cifra de dos millones de euros. En 2004, desciende un 10% el número de copias fabricadas, reflejo del retraimiento en las ventas previstas por los productores de música vascos.

3. La categoría "pop" incluye el pop, pop-rock, indie-pop, britpop, rock, garaje rock, rockabilly, stoner rock, post rock, rock'n roll, glam rock, emo pop, power pop, ska, reggae, dub, dance-hall, ska-core, ska-punk, rocksteady, hip hop, rap, ragga, urban; hardcore, punk, punk-rock, hardcore-punk, hardcore metal, post hardcore, grindcore, emocore, crust, powerviolence, garaje punk, oll, street punk, rock metálico, heavy metal, hard rock, trash-metal, death-metal, gothic metal; electrónica, tecno, dance, electro clash, drum'n bass, avant-garde, keyboard music, funk disco, música de baile.

4. Se engloban dentro de esta categoría "clásica" la música llamada genéricamente clásica, la contemporánea, la experimental, lírica, ópera, coral, zarzuela, y determinadas bandas sonoras/musicales.

5. Se asocia a la categoría "jazz", además del jazz propiamente dicho, el blues, rythm and blues, soul, gospel, folk, tradicional, country, cajún, músicas con raíces, fusión, latinas, flamenco, española, vasca, celta...

A pesar de las limitaciones que imponen al sector un territorio natural y un mercado reducido, la producción musical en Euskadi es notable, constatándose, desde el año 2000 hasta 2003, un incremento progresivo del volumen anual de producción de novedades

La vinculación profesional de las empresas discográficas con el sector

El volumen de la producción constituye uno de los indicadores empleados para delimitar la vinculación más o menos profesional que las empresas discográficas establecen con el sector. La actividad productiva permite diferenciar dos grupos entre las empresas discográficas. Un primer grupo, que representa el 47%, con una producción anual que supera las 20 referencias, acercándose en algún caso a la centena y que se dedica profesionalmente a la actividad. El segundo grupo (53%), alcanza una producción anual de 1 a 4 referencias, todas ellas novedades, pues no dispone de catálogo. El volumen de producción de este segundo grupo denota una vinculación menos profesional con el sector.

La distribución discográfica según mercados

La fase dedicada a la distribución implica tanto a empresas especializadas en la distribución como al 33% de las empresas discográficas vascas, que se encargan, principalmente, de la distribución de sus propios productos. En 2003 se distribuyeron en Euskadi de la mano de agentes vascos más de un millón de copias. El 48% correspondiente a producto vasco, es decir, a discos producidos por empresas discográficas vascas⁶ y el 52% restante a producto foráneo. Se observa una fuerte concentración geográfica de la distribución en el mercado vasco en el que permanece para su venta el 85% del total de las copias distribuidas. El 13% se dirige al mercado estatal y, únicamente el 2%, se distribuye en otros países, principalmente europeos y de América Latina. El precio medio del producto distribuido varía en función de su origen. Hay que resaltar la diferencia de precio aplicado por los distribuidores al producto foráneo, que en el año 2003 era dos euros más caro que el producto vasco.

El volumen de ventas de las empresas discográficas vascas

Tomando como referente la tendencia negativa en el volumen de ventas habida en el mercado español, el descenso de las ventas en Euskadi entre 2002 y 2004, fue de casi 10 millones de euros y de 1 millón de unidades. Concretamente, se estima que el valor de las ventas en Euskadi en 2003 fue de 39,7 millones de euros y de 4,18 millones de unidades, cifras que suponen con respecto al 2002, un descenso de 10% en valor y del 11% en unidades.

Existe un claro riesgo de transnacionalización y homogeneización de las ventas de música en Euskadi debido a la fuerte presencia del producto foráneo en las ventas de música, 90% frente al 10% de producto vasco. Los

6. Se incluyen los tres territorios históricos de la CAPV, Álava, Gipuzkoa y Bizkaia así como Navarra e Iparralde por la importancia de su producción en la actividad fonográfica vasca.

Existe un claro riesgo de transnacionalización y homogeneización de las ventas de música en Euskadi debido a la fuerte presencia del producto foráneo en las ventas de música, 90% frente al 10% de producto vasco

PMVP de los discos en Euskadi son más elevados que los existentes en el ámbito estatal, atendiendo al tipo de producto (grandes éxitos, novedad, serie media). Esta tendencia se invierte en los productos procedentes del catálogo. En 2003, el PMVP del producto foráneo (15,93 euros) es superior al del producto vasco (15,56 euros). Diferencia que se incrementa en 1,63 euros en 2004, debido al descenso del precio del producto vasco y al incremento del producto foráneo.

En cuanto al volumen de las ventas obtenidas por las empresas discográficas vascas (producto vasco), hay que remarcar que en 2001 se inicia una tendencia negativa que permanece hasta el momento actual. En 2003, el volumen de facturación de estas empresas asciende a casi 3 millones de euros (2,7 millones, exactamente). Una cifra que supone el 7% del volumen de venta del mercado fonográfico vasco ese mismo año, y un 0,5% del valor de las ventas del mercado español. La media de venta en Euskadi es relativamente baja como reflejo de un mercado natural reducido y de un público consumidor también reducido. Según datos de los productores de música vascos, el porcentaje de copias de producto vasco vendido en 2003 se aproxima a las 450.000 copias, lo cual supone aproximadamente un 72% del total de copias de producto vasco fabricadas (614.179 copias). El porcentaje restante (28%) es devuelto a los productores de música.

La música en euskera

Su venta supone el 83% de las ventas de producto vasco. La venta directa, llevada a cabo por el 33% de las empresas discográficas, coloca a estos agentes en una posición competitiva respecto a los puntos de venta puesto que el PMVP del producto vasco (CD) vendido a través de las propias empresas discográficas se abarata un promedio de 3,6 euros frente al mismo producto comercializado por los puntos de venta. A pesar de que existe alguna iniciativa por parte del 13% de las empresas discográficas, la venta de música a través de internet (tanto en soporte físico como digital) no resulta aún una forma de venta significativa para los productores de música.

La situación económica de las empresas discográficas vascas

Se plantea un escenario delicado. A pesar de que la diferencia entre ingresos y gastos obtenida en el ejercicio 2003 arroja, en términos generales, un saldo positivo que asciende a 833.821 euros (30% del total de insumos obtenidos), más de la mitad de las empresas discográficas vascas analizadas (9 de 14 en total) afronta dificultades económicas que ponen en peligro su continuidad en el sector. Esta situación se confirma dado que el 91% del saldo total obtenido este año se concentra en las tres empresas discográficas que poseen una situación contable más estable.

La venta de música en euskera supone el 83% de las ventas de producto vasco

Esta descripción detallada del sector y de la actividad que realiza permite vislumbrar algunos aspectos con incidencia negativa en el desarrollo de la música grabada en Euskadi, lagunas o carencias que sería deseable subsanar e incluso mecanismos de adaptación que resultan insuficientes en el cambiante escenario de la música digital.

3. REFLEXIÓN ESTRATÉGICA

Los denominados temas críticos del sector constituyen el punto de partida para la posterior reflexión estratégica que se efectúa a tres niveles de propuesta. Se han formulado tres ejes estratégicos, objetivos asociados a cada eje y unas líneas de acción correspondientes a cada objetivo de los que se ofrece un breve resumen.

La consolidación de las empresas fonográficas vascas como sector industrial

La atomización de este sector en Euskadi, constituido por microempresas habituadas a trabajar de manera independiente y entre las que no se ha consolidado un sentimiento de colectivo profesional, sugiere la necesidad de comenzar a trabajar como un sector corporativo, lo cual requiere la adopción de fórmulas de organización y gestión basadas en la defensa de intereses comunes, la salvaguarda del negocio y la búsqueda de soluciones conjuntas que mejoren su posición como colectivo ante las grandes compañías musicales. La creación de asociaciones profesionales, la formación de "grupos de gestión", así como la gestación de estructuras más globales, como plataformas profesionales capaces de representar al sector y adoptar una postura negociadora más fuerte, son parte de un proceso de adaptación y reestructuración del modelo de negocio tradicional que las empresas fonográficas vascas han de replantearse.

Del mismo modo, parece necesaria una redefinición de funciones entre los diferentes agentes implicados en la actividad fonográfica. Los tradicionales modelos de producción, distribución y venta se han visto trastocados por la penetración de las tecnologías de la comunicación y su creciente protagonismo a través de la música digital así como sus nuevos canales y fórmulas de comercialización.

Dinamización de la actividad empresarial del sector y su cadena de valor

La adaptación y supervivencia en este nuevo escenario requiere la transición desde un modelo basado en la producción, distribución y venta de la música en soporte físico con el vinculado a la música online y los nuevos procesos de producción y comercialización a ella asociados. En ambos casos, ha de prevalecer una fuerte dosis de creatividad e innovación, una orientación personalizada al cliente, una garantía de calidad ajustada a la diversidad

La atomización de este sector en Euskadi, constituido por microempresas habituadas a trabajar de manera independiente y entre las que no se ha consolidado un sentimiento de colectivo profesional, sugiere la necesidad de comenzar a trabajar como un sector corporativo

de las demandas y una incorporación de elementos de valor añadido a la oferta de música grabada accesible a través de los canales legales frente a los ilegales.

Consolidación de la cultura de cooperación y diálogo entre la Administración vasca y el sector fonográfico vasco

La obligada apuesta que el sector fonográfico vasco en su conjunto ha de hacer por incorporarse con éxito a este nuevo modelo de negocio y garantizar la presencia de la música vasca en el mercado de la música online plantea a sus profesionales retos formativos, económicos y de gestión que deben afrontar en un futuro inmediato. El papel de la Administración resulta clave en este proceso. En primer lugar, para generar nuevas estrategias de apoyo y promoción que diversifiquen las ya existentes; en segundo lugar, para avanzar medidas legales, administrativas y sociales que preserven el derecho a la protección de la propiedad intelectual y el trabajo profesional; y, en tercer lugar, para promover y mantener cauces permanentes de diálogo y comunicación entre los representantes del sector y los diferentes niveles administrativos.

La industria musical está cambiando a escala mundial, del mismo modo que han de cambiar las actividades y los procesos empresariales que las respaldan así como los perfiles profesionales de aquéllos que las desempeñan. Toda crisis, entendida como cambio o transformación estructural, exige un proceso de ajuste, conlleva amenazas, oportunidades y una buena gestión de ambas. La actual urgencia de adaptación a estos cambios se revela como algo evidente debido a una transformación global de los hábitos de consumo de música grabada que pone en peligro la viabilidad económica de las empresas independientes del sector y daña en sus cimientos a las compañías más sólidas.

Se dice entre los profesionales del sector que los últimos años constituyen la época en la que más música se consume y menos se compra. El consumo de música grabada no está en crisis y, mientras haya demanda..., hay futuro para este sector.

La actual urgencia de adaptación a estos cambios se revela como algo evidente debido a una transformación global de los hábitos de consumo de música grabada que pone en peligro la viabilidad económica de las empresas independientes del sector y daña en sus cimientos a las compañías más sólidas



kulturabehatokia@ej-gv.es