



INFORME SOBRE LAS ÚLTIMAS CIFRAS EN PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL MERCADO ASIÁTICO



LORENZO MARTINEZ IBAÑEZ
Instituto de Derecho de Autor

El 14 de marzo de 2018, *Music & Copyright* publicó un informe sobre la industria musical en China, el país con mayor población del mundo y el segundo mercado más potente en la actualidad. En la misma línea positiva que la economía, la industria musical está empezando a dar señales de tener un gran potencial a largo plazo, por lo que el informe analiza la actividad de los diferentes sectores de la industria musical para dar una visión más clarificadora.

En primer lugar, el informe realiza un estudio sobre el sector de la música grabada en China, señalando que en 2016 acabó como el décimo segundo mercado musical con más ingresos a nivel mundial, en virtud de los datos aportados por IFPI¹. Estos ingresos, entre formatos físicos, digitales y sincronizaciones, aumentaron de 135,81 millones de euros en 2015 a 163,35 millones en 2016². A pesar de las bajas cifras en términos de formatos físicos, con 1,05 millones de euros, este avance ha sido gracias al aumento considerable de las ventas digitales, partiendo de 122,31 millones de euros en el año 2015 a 157,21 millones en el año 2016, lo que supone una subida de un 28,5%, siendo el grueso de estos ingresos las reproducciones por *streaming*.

Sin embargo, los ingresos obtenidos son bastante bajos si se realiza un enfoque per capita, debido a la grandísima población de China. De acuerdo al *41º Stadistic Report on Internet Development in China* del *China Internet Network Information Center's* (CNNIC), las aplicaciones de móvil de música son las segundas más populares en el ámbito del entretenimiento, contando con un 71% de usuarios online, pero las cifras del tráfico lícito sugieren que la mayoría de la población accede al contenido de forma no autorizada, lo que genera cantidades ífimas en concepto de remuneración para los titulares de derechos.

China es uno de los pocos países cuya industria musical no está mayoritariamente controlada por las grandes editoras internacionales, contando este país con características especiales en estos aspectos debido a las restricciones del gobierno. La mayor compañía musical nacional es *Huayi Brothers*, que junto con *China Record Corporation*, *EE-Media* y *Modern Sky Records* son las que operan principalmente en China, destacando *Music & Copyright*³ que las compañías locales tienen casi el control total de sus artistas, estimando que estas empresas aglutinan las dos terceras partes de las ventas musicales en dicho país en 2017.

En segundo lugar, en el informe se realiza un análisis del mercado de venta de música, apuntando que a pesar de que los sectores del entretenimiento y comunicación sufren el control del gobierno, la ola mundial de la música se ha extendido a China. Los tres operadores mayoritarios de telefonía móvil ofrecen servicios de música propios, como *Migu music* o *iMusic*, aunque la mayor cuota de servicios en *streaming* la tiene TME, la compañía de

¹ Federación Internacional de la Industria Fonográfica: *Global Music Report 2017 Annual State of the Industry*. <http://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf>.

² Datos convertidos de Dólar a Euro, a fecha 19/03/2018, con tasa de cambio; 1 Euro: 1,2378 USD. Utilizando la herramienta de conversión de moneda del Banco Central Europeo. <https://sdw.ecb.europa.eu/cuConverter.do?sourceAmount=1&sourceCurrency=USD&targetCurrency=EUR&inputDate=13-03-2018&submitConvert.x=0&submitConvert.y=0>.

³ *Music & Copyright, Newsletter 14 March 2018. Pág. 37.*

servicios de música más grande de China, junto con otras compañías de internet, *Chinese Music Corporation*, *NetEase* y *Alibaba*. La única compañía internacional que ha podido integrarse en el mercado chino es Apple Music, ofreciendo a los consumidores chinos el mismo servicio de tres meses de prueba gratuita que al resto de usuarios del mundo.

Por otra parte, la infraestructura de comunicación china apunta a que el teléfono móvil se convertirá en la herramienta principal de consumo de música en un futuro próximo. En la actualidad, el móvil es el canal de comunicación líder en China, y de acuerdo con los datos aportados por *Music & Copyright*⁴, los suscriptores totales a las redes terminaron en 2017 con 1,4 mil millones de usuarios, esperándose 1,6 mil millones para el año 2022.

En cuanto a la protección del derecho de autor y la gestión de derechos, a pesar del optimismo que rodea el desarrollo del sector de la música digital, China cuenta con antecedentes de una gran cantidad de infracciones y violaciones de derechos de autor que afectan gravemente al mercado. La realidad es que aunque el consumo de la clase media china está aumentando, gran parte de la población se ha acostumbrado a pagar un pequeño precio, o incluso no pagar por la música, teniendo la *National Copyright Administration* 22,568 casos de piratería y 3,908 páginas web cerradas, siendo este un gran hándicap a enfrentar.

La gestión colectiva de derechos es administrada en China por la *Music Copyright Society of China* (en adelante, MCSC⁵), y según los datos de la misma, la recaudación de derechos de autor en el año 2016 aumentó un 8,3%, además de una mejora en la distribución y la afiliación. Las remuneraciones por derechos de autor en el ámbito digital fueron la mayor parte de la recaudación para los autores chinos, siendo un 37,1% del total, destacando dentro de la recaudación en ámbitos no digitales, la televisión con un 20,3% y el Karaoke un 16%. El presidente de MCSC señaló que a pesar de los aumentos reseñados, el entorno de los derechos de autor no ha mejorado, ya que se encuentran con tremendas dificultades para la recaudación de derechos, especialmente en música online y radiodifusión, por lo que se requieren consultas y negociaciones con las industrias relevantes y asociaciones de consumidores de música para remediar este asunto, ya que la recaudación actual es una fracción de la que debería ser.

Por otro lado, los sectores de radiodifusión son los más grandes del mundo en términos de espectadores y oyentes. En la actualidad, el 30% de las escuchas por radio son referidas a servicios de radio tradicionales, pero la tendencia es la digitalización de estos canales de radio, que están lanzando aplicaciones y plataformas online. China acabó el año 2017 con 387,1 millones de televisiones en hogares, con una expectativa de alcanzar los 405,8 millones para el final del año 2022, destacando que la modalidad de televisión por cable es la más popular, con un 36,1% del total.

⁴ Music & Copyright, *Newsletter 14 March 2018*, Pág. 42.

⁵ *Music Copyright Society of China: MCSC Annual Report* <http://www.mcsc.com.cn/pdf/phpabqzM.pdf>.

Finalmente, la música en directo en China es difícil de analizar, debido al gran número de pequeños eventos locales que operan sin llegar a las estadísticas oficiales. PWC⁶ estimó que el número de venta de tickets para eventos musicales subiría desde 127,65 millones en 2016 a 137,34 en 2017. Además, es destacable el hecho de que los festivales de música en China están creciendo en tamaño e importancia, por ejemplo, el *IMS Asia-Pacific The Digital Storm*, un festival de danza y música electrónica, ha aumentado su asistencia de 24.000 personas en 2013 a 180.000 en 2017.

El 28 de febrero, *Music & Copyright* publicó un informe sobre la industria musical en India, un país con un gran potencial económico del cual se espera que en el futuro se convierta en uno de los principales mercados a nivel mundial. Según los datos de IMF⁷, India es la séptima economía mundial, estimando que su economía crecerá en 2018 un 7,4%, apareciendo la industria de la música grabada como una de las prioridades a implementar.

En primer lugar, India ocupó el decimonoveno puesto dentro de los mayores mercados de música grabada a nivel mundial en virtud de los datos aportados por IMF⁸, que igualmente apuntan a un crecimiento de los ingresos en 2016 tras tres años de bajadas importantes. India sigue la tónica generalizada en torno a la música grabada, las cifras de IMF proporcionan una visión de clara de las pérdidas en las ventas en formato físico, desde el año 2012 con 34,25 millones de euros⁹, al año 2016 con 13,49 millones de euros, una bajada de más de la mitad. En cambio, las ventas en el ámbito digital han visto aumentos importantes de un 31,3%, desde 44,35 millones de euros en 2015 a 58,25 millones en el año 2016, contando con la mayor cuota de estos ingresos las reproducciones por *streaming*, con un 73,5% del total.

La situación de las compañías musicales tiene una estructura similar a la de los países más desarrollados, apareciendo un pequeño número de empresas que lideran el mercado, a las que se les atribuyen la mayor parte de las ventas y distribución de la música. No obstante, la diferencia estriba en que las grandes editoras internacionales representan una minoría, teniendo únicamente UMG un 11% de cuota del mercado, siendo las líderes compañías nacionales como *T-Series* (32%), *Saregama* (25%) y *SME* (20%).

Seguidamente, el estudio analiza el panorama del mercado de venta de música en India, y al igual que ocurre en China, el gran problema del sector es la tremenda cantidad de infracciones de derechos de autor y la costumbre de los usuarios a pagar precios muy bajos por los servicios de música. A pesar de estos problemas, los servicios de streaming están ganando

⁶ Price Waterhouse Coopers: *China Entertainment and media Outlook*. <https://www.pwccn.com/en/entertainment-media/em-china-outlook-nov2016.pdf>

⁷ International Monetary Fund: *World Economic Outlook Update*, January 2018. <http://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2018/01/11/world-economic-outlook-update-january-2018>.

⁸ Federación Internacional de la Industria Fonográfica: *India* <http://www.ifpi.org/india.php>.

⁹ Datos convertidos de Rupia india a Euro, a fecha 20/03/2018, con tasa de cambio; 1 Euro: 80.284 INR. Utilizando la herramienta de conversión de moneda del Banco Central Europeo.

<https://sdw.ecb.europa.eu/curConverter.do?sourceAmount=1&sourceCurrency=INR&targetCurrency=EUR&inputDate=13-03-2018&submitConvert.x=0&submitConvert.y=0>



mucho terreno, *Gaana* es el servicio de *streaming* más grande en India en términos de usuarios, teniendo más de 50 millones de usuarios activos en India, así como 92 millones de descargas, habiendo aumentado estas más de un 350% en los últimos dos años.

Gaana tiene como competidor directo a *Saavn*, que es el servicio que ofrece principalmente nuevas obras musicales, así como clásicos de películas de *Bollywood* a las compañías norteamericanas de televisión. Además, también aparece *Hungama*, el más pequeño de los servicios de streaming, pero el encargado de concentrar toda la música de carácter local, siendo una compañía que cuenta con 50 millones de usuarios a nivel mundial. Las compañías internacionales con este tipo de servicios, como *Apple Music* y *Amazon Prime Music*, han llegado recientemente al mercado de India, sin embargo lo han hecho enfocándose más en contenidos internacionales que en música local, por lo que no han conseguido obtener un gran peso en el sector.

Los servicios de telefonía móvil, al igual que ocurre en China, encabezan el sector de la música grabada, contando con un número de suscriptores de aplicaciones móvil que sobrepasa los 1,2 mil millones de personas, teniendo en cuenta que el 90% de los servicios de streaming se realizan a través de aplicaciones para móvil. Las aplicaciones líderes sobre música son *Wynk Music App* y *JioMusic*, las cuales tienen 75 y 170 millones de usuarios respectivamente, aunque si bien las aplicaciones en streaming tienen un importante éxito, la banda ancha tiene muy poca repercusión nacional, disponiendo únicamente de 19 millones de suscripciones, lo que tiene una equivalencia de un 7% del total de los hogares en India.

Por otro lado, en cuanto a la protección del derecho de autor en India, tal y como se plasma en el informe de la IIPA¹⁰, a pesar de que la *Copyright Act* de India pone a disposición de los titulares de derechos de propiedad intelectual la posibilidad de solicitar medidas cautelares para bloquear el acceso a las páginas web infractoras, siendo un enfoque bastante avanzado, realmente no cuentan con medidas de aplicación efectivas para estos mandatos judiciales. Se destaca en este informe, que debería considerarse como prioritario un paquete de medidas orientadas a fomentar la cooperación entre los intermediarios prestadores de servicios y el poder judicial. *The Department of Industrial Policy and Promotion* (DIPP) está realizando grandes esfuerzos para coordinar y mejorar la aplicación a nivel estatal de las medidas antipiratería, junto a ciertos estados, como *Telegu* y *Maharashtra*, que han liderado la lucha contra las infracciones contra los derechos de autor.

En lo referido a recaudación de derechos de autor, las últimas reformas del *Copyright Act*¹¹ de India para compatibilizarla con las normas y convenios internacionales, reforzaron el funcionamiento de las entidades de gestión, con medidas como la inclusión de un órgano de

¹⁰ International Intellectual Property Alliance, 2018 Special 301 Report on Copyright Protection and Enforcement. https://ipa.org/files/uploads/2018/02/2018_SPECIAL_301.pdf.

¹¹ The Copyright Act, 1957 (14 of 1957), An Act to amend and consolidate the law relating to copyright.

BE it enacted by Parliament in the Eighth Year of the Republic of India as follows.
<http://www.copyright.gov.in/Documents/Copyrightrules1957.pdf>

gobierno formado por miembros de la sociedad. Además, se exigió a todas las entidades que se volvieran a inscribir en la *India Copyright Office*¹²después de incorporar ciertos cambios en sus estatutos para adecuarlos a los cambios previstos en la ley. A pesar de estos cambios positivos, la entidad de gestión india IPRS publicó un informe¹³ que mostraba una caída de la recaudación total por tercer año consecutivo, con una bajada de un 5,4%, pasando de 4,35 millones de euros a 4,12 millones, y como consecuencia de estas pérdidas la entidad señaló que las remuneraciones a sus miembros disminuyeron, así como los gastos legales y administrativos. El único sector que mostró un aumento en las remuneraciones fue la transmisión por radio, haciéndolo un 5,6% en 2017.

Especial mención merece el sector publicitario de India, que en los últimos años está siendo un mercado prometedor. Datos de *GroupM*¹⁴ estiman que para el año 2018 se podrían llegar a unos ingresos de 8,64 millones de euros, partiendo de ingresos de 6,93 millones en el año 2016. La industria de la radio en India es la que está creciendo más rápido en el mercado global, debido a la construcción de numerosas estaciones nuevas de radio, así como por la subida de los ingresos publicitarios debido el aumento de usuarios y la mejora de la calidad publicitaria.

La sector de las entidades de radiodifusión televisivas ha hecho grandes avances igualmente, superando a la radio en el plano de la digitalización. De acuerdo con los datos de *Music & Copyright*¹⁵, el número de televisiones en los hogares con servicios digitales fue de 120,6 millones, lo que supone que en un 69,5% de los hogares en los que hay un televisor, han suscrito un servicio digital, esperándose una previsión para el año 2022 de una digitalización de un 89,5% de las televisiones. La opción elegida por la mayoría de nacionales es la televisión satélite digital de pago, con un 34,3% del total del mercado, seguido por la televisión por cable, que supone un 28,6%, y por último la televisión por cable digital, con un 26,4%.

Finalmente, el sector de la música en directo en India es pequeño en comparación con otros países asiáticos, y de acuerdo con pronósticos de ventas de PWC¹⁶, la venta de entradas aumentó un 13,6% en 2017, alcanzando los 58,81 millones de euros, desde los 51,79 millones en 2016, esperándose aumentos similares para el año 2018. A pesar de la cultura musical que existe en India, el país no atrae grandes eventos internacionales, así como a grandes artistas, al contrario que otros países en la región. El sector de los festivales de música nacionales es

¹² Copyright Office, *Section 9 of the Copyright Act requires for establishment of an office to be called the Copyright Office for the purpose of the Act. The Copyright Office is to be under the immediate control of a Registrar of Copyrights to be appointed by the Central Government, who would act under the superintendence and directions of the Central Government.* <http://copyright.gov.in/>

¹³ The Indian Performing Right Society Limited, Annual Report 2016-17. <http://www.iprs.org/cms/IPRS/IPRSAnnualReport201617.aspx>

¹⁴ GroupM, GroupM estimates India's 2018 Advertising Expenditure to grow by 13%. <https://www.groupm.com/news/groupm-estimates-indias-2018-advertising-expenditure-grow-13>

¹⁵ Music & Copyright, *Newsletter 28 February 2018*, Pág. 50.

¹⁶ Price Waterhouse Coopers: *India's entertainment and media industry to clock over US\$40,000mn by 2020: PwC Report.* <https://www.pwc.in/press-releases/2016/india-s-entertainment-and-media-industry-to-clock-over-us-dollar-40000mn-by-2020.html>.



relativamente pequeño en comparación con el tamaño de India, pero cuenta con festivales como *Sunburn*, *VH1 Supersonic* y el *Electric Daisy Carnival*.