



Trabajo de Investigación monográfico presentado ante la
Facultad de Ciencias Económicas y de Administración

Impactos de las nuevas tecnologías en la Industria Musical

RESUMEN

El surgimiento y la expansión de las nuevas tecnologías digitales han afectado el paradigma de negocios predominante en la Industria Musical durante los últimos sesenta años. La caída acumulada en las ventas de discos compactos (23% desde 1999) reafirma la idea, que la industria está avanzando hacia un ecosistema que no se basa en la música como producto, sino en la música como servicio.

Los ingresos de las actividades conexas a la industria discográfica vienen en aumento; las compañías tecnológicas y las compañías de telefonía móvil comienzan a lanzar sus estrategias para competir en la venta de contenidos musicales a través de sus servicios y ampliar sus unidades de negocios. Este escenario refuerza la idea de que la industria musical está más viva que nunca; la que está en crisis, es la industria discográfica.

Las compañías discográficas intentan cambiar sus estrategias para adaptarlas a las leyes de la nueva economía digital y a las nuevas tendencias de consumo de contenidos culturales. Al parecer las batallas legales contra los sistemas peer topeer (P2P) y los Digital Rights Management (DRM) no han tenido los resultados esperados.

Los modelos de negocios emergentes deberán buscar la forma de generar valor para los consumidores, acostumbrados a descargar música a través de los sistemas P2P. A tales efectos deberán permitirles a los usuarios el acceso a catálogos amplios, búsquedas eficientes, redes sociales de recomendaciones y segmentación de la audiencia.

En el trabajo estudiamos con profundidad los impactos de las nuevas tecnologías y sus consecuencias para la Industria Musical.