

No sólo las descargas ilegales tienen la culpa de que la música caiga

publicidad

08 de mayo de 2014 • 17:59 • actualizado a las 18:01

No sólo las descargas ilegales hacen que la música caiga

Investigadores de la Universidad de Granada, en colaboración con las universidades de Birmingham y West of England, han revelado que las descargas ilegales de música no son la única causa del descenso de beneficios que ha experimentado la industria musical, como apuntan muchos expertos.

•
La falta de nuevos modelos de negocio adaptados a las innovaciones que han sufrido las **industrias creativas** en los últimos tiempos es otra de las razones fundamentales de este descenso, según los autores de esta investigación, de la que ha informado hoy la institución académica.

El artículo científico ha analizado las actitudes y el comportamiento de compra de los **consumidores de música**, mediante el estudio de datos obtenidos por diferentes fuentes, incluyendo una encuesta a más de 44.000 consumidores de 10 países diferentes.

Descargas ilegales no son la única causa de caída de beneficios en la música

El trabajo ha determinado que **existen diferencias en los niveles de piratería** en función de que se trate de países con un sistema jurídico u otro, en términos generales, dependiendo si se rigen por un sistema jurídico anglosajón, germano o francés, como en este caso España, Francia, Italia y Holanda. Estos últimos países, con menos flexibilidad legislativa y judicial, tienen mayores tasas de piratería y menores ventas "per cápita".



En esta línea, la prevención de la piratería mediante legislaciones más efectivas con la **protección de la propiedad intelectual** constituye uno de las soluciones sugeridas partir de los resultados obtenidos, ha explicado el profesor Óscar Bustinza.

Del mismo modo, el estudio demuestra la necesidad de crear nuevos modelos de negocio, principalmente asociados a la gestión conjunta de ofertas producto-servicio.

Según el investigador, los consumidores no están participando en la provisión de servicios que complementan a la fabricación de productos y que **incrementan sustancialmente los beneficios empresariales** debido a la falta de modelos de negocio que incorporen servicios de valor añadido y que recojan procesos de aprendizaje y adaptación continua al consumidor.

publicidad

Este trabajo ha recibido el premio "**Outstanding Paper Award for Excellence 2014**" de la revista Industrial Management & Data Systems.

EFE - Agencia EFE - Todos los derechos reservados. Está prohibido todo tipo de reproducción sin autorización escrita de la Agencia EFE S/A.



•

Foto: Getty Images