



LA MÚSICA INDEPENDIENTE EN LATINOAMÉRICA: Cadena de valor y distribución digital

AUTORES

Cristobal Dañobeitia Benjamín Coloma

COLABORADORES





Tabla de contenidos

I	Introducción	4
	Objetivos del informe	5
II	Resultados	7
	Síntesis de hallazgos clave	8
	Estado de la industria musical independiente a nivel internacional	10
	Estado de la industria musical independiente a nivel regional	11
III	Análisis de la encuesta	13
	Análisis de la afiliación a sellos en la industria musical independiente	14
	Evaluación de hipótesis	25
IV	Análisis de entrevistas	33
V	Conclusiones	39
VI	Apéndice 1: Metodología	44
VII	Apéndice 2: Países	48
VIII	Fuentes y referencias bibliográficas	54

Introducción

Este informe se propone ofrecer una evaluación sobre la industria musical independiente en América Latina, con un enfoque especial en la distribución digital y su impacto en el desarrollo de los artistas y sellos discográficos independientes. La investigación se ha centrado en ocho países. Cuatro medidos mediante encuesta: Chile, Costa Rica, Ecuador y Paraguay y cuatro medidos mediante entrevistas: Argentina, Brasil, Colombia y México. Esta mezcla de métodos cuantitativos y cualitativos nos permitió desentrañar las dinámicas particulares que enfrentan los músicos y sellos independientes en estos mercados.

América Latina ha demostrado ser una región clave en el crecimiento de la industria musical global, con un impresionante 19,4% de aumento en los ingresos durante 2023, según el Global Music Report de la IFPI. Este incremento marca el decimocuarto año consecutivo de expansión en la región, siendo el streaming el principal impulsor. A pesar de este avance, los actores independientes en la región se enfrentan a desafíos específicos relacionados con la gestión de derechos, la profesionalización y la creación de estructuras de apoyo económico más sólidas.

Objetivos del Informe

Este es un estudio exploratorio que tiene como objetivo principal analizar la distribución digital y su impacto en la sostenibilidad económica de los artistas y sellos discográficos independientes en América Latina. A medida que la música grabada y el streaming se consolidan como las principales fuentes de ingresos, se hace necesario comprender las estrategias que los actores independientes están adoptando para gestionar y maximizar sus ingresos en el entorno digital.

El estudio se enmarca en un contexto donde asociaciones como A.S.I.Ar en Argentina, ABMI en Brasil, IMICHILE en Chile y AMI PY en Paraguay han jugado un papel clave en el desarrollo de la

industria musical independiente en la región. Además, están surgiendo nuevas redes en países como México y Colombia, que contribuyen a fortalecer la colaboración entre empresas musicales independientes y a optimizar sus operaciones en el ecosistema digital.

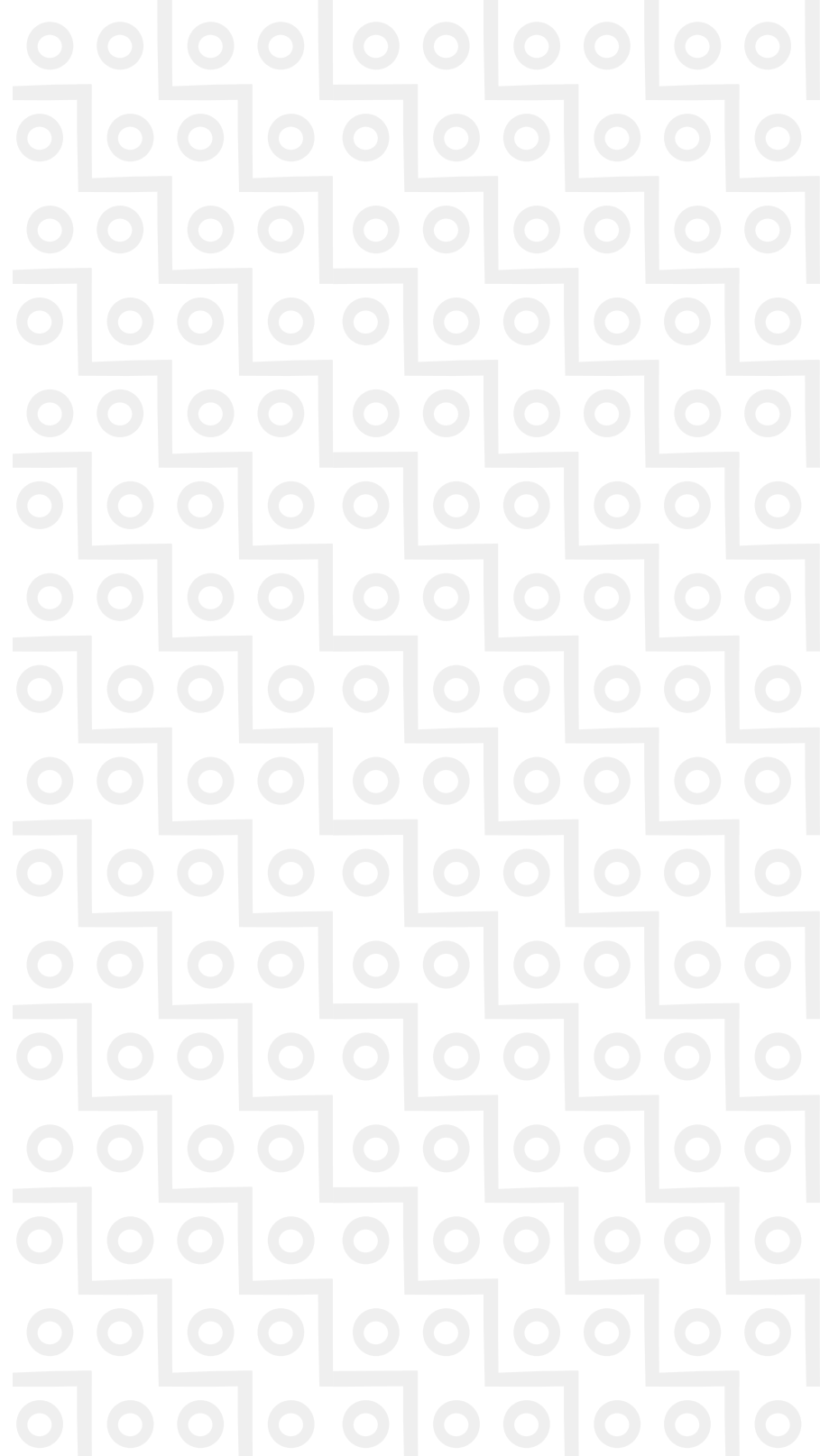
Objetivos específicos:

1. Examinar cómo los artistas y sellos independientes gestionan la distribución digital de su música, desde la presencia en plataformas de streaming hasta la generación de ingresos.
2. Identificar las principales dificultades económicas que enfrentan los sellos y

artistas y cómo afectan su sostenibilidad.

3. Evaluar el nivel de conocimiento sobre la cadena de valor digital por parte de sellos y artistas y su impacto en la eficiencia económica de los proyectos musicales independientes.
4. Proporcionar recomendaciones para mejorar la gestión de la distribución digital y la eficiencia económica de los sellos y artistas, optimizando sus oportunidades en el mercado global.

El informe se basa en encuestas realizadas en cuatro países —Chile, Costa Rica, Ecuador y Paraguay— y entrevistas a directores de sellos independientes en Argentina, México, Colombia y Brasil. La metodología detallada se puede consultar en el apéndice a este informe (p. 44).



RESULTADOS

Síntesis de hallazgos clave

La afiliación a un sello puede tener un impacto significativo en los ingresos generados por los proyectos musicales en plataformas de streaming.

Los hallazgos principales de este estudio descubren que los artistas que trabajan con sellos discográficos independientes generan mayores ingresos. Esto puede deberse a varios factores como el nivel de profesionalismo de los artistas que buscan socios con los que aliarse o a la inversión que hacen los sellos, entre otras variables a estudiar a futuro.

A medida que aumenta el conocimiento sobre la distribución digital, también lo hace el número de oyentes.

Una significativa proporción de artistas no genera ingresos por sus proyectos y, aquellos que sí lo

hacen, demuestran una fuerte dependencia de las actuaciones en vivo, lo cual destaca vulnerabilidades en su sostenibilidad financiera.

La presencia en plataformas de streaming es alta, aunque hay una marcada brecha en la cantidad de oyentes y generación de ingresos entre los artistas que trabajan con sellos y los que no.

Existe un porcentaje de artistas que no saben con quién distribuyen su música o la comisión que se les aplica.

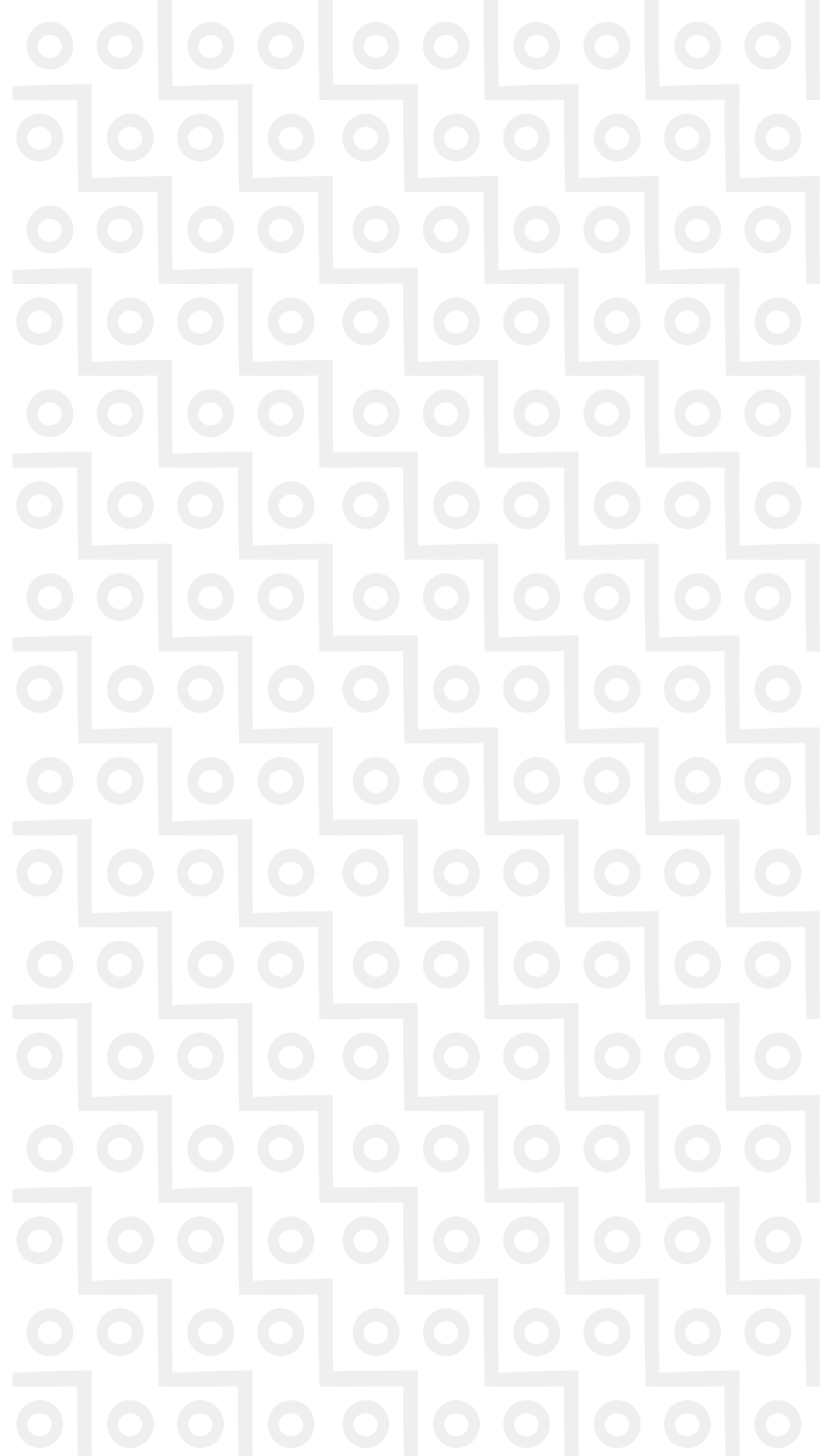
Se evidencia una falta de conocimiento crítica en torno a la distribución digital por parte de artistas.

Los sellos suelen trabajar con artistas que ya tienen cierto conocimiento de cómo funciona el negocio digital, proporcionándoles además información para actualizarse.

El fomento de redes e infraestructuras es clave para el desarrollo sustentable de la industria musical latinoamericana.

La existencia de infraestructura digital local se relaciona con mejores datos de profesionalización, ingresos y conocimiento de la cadena de valor de los artistas de un país.

Se destaca la necesidad de asociarse, de generar espacios de confianza con los equipos de trabajo de todo el ecosistema, así como la importancia de la asistencia a eventos de industria que permitan actualizarse.



Estado de la industria musical independiente a nivel internacional

Este estudio busca profundizar en el estado actual de la industria musical independiente, destacando el papel significativo que juegan los sellos independientes y los artistas en el mercado regional de la música grabada. Los ingresos mundiales por música grabada en 2023 sumaron 35 100 millones de dólares estadounidenses, de los cuales los sellos independientes representan aproximadamente un tercio (MiDIA Research, 2023). Más de dos tercios de los ingresos por música grabada provienen del streaming.

A pesar de estos datos prometedores, surge una pregunta crucial: ¿Cómo se traduce esta relevancia en la realidad económica y laboral de los

actores independientes de la región? La hipótesis principal de este estudio, basado en nuestras investigaciones previas, sugiere que existe una disparidad significativa entre el crecimiento económico global de la música grabada y las condiciones operativas y financieras que sostienen la producción independiente en Latinoamérica. Entre los factores que contribuirían a esta brecha se incluyen: ingresos bajos y concentrados en pocos proyectos, alta dependencia de la música en vivo, limitado conocimiento de la cadena de valor digital y escasa inversión empresarial y estatal.

Veamos un panorama general de la industria musical independiente por país.

Estado de la industria musical independiente a nivel regional

América Latina en su conjunto ha visto un crecimiento significativo en la música digital, impulsado principalmente por la adopción masiva de plataformas de streaming. Sin embargo, existe una disparidad notable entre el crecimiento económico de la industria a nivel global y la capacidad de los artistas en la región para capitalizar plenamente este crecimiento. Factores como la falta de inversión en infraestructura digital, el conocimiento limitado sobre las cadenas de distribución y la dependencia excesiva de ingresos por actuaciones en vivo continúan siendo barreras significativas para la industria.

América Latina se ha convertido en un epicentro creativo para la música independiente, caracterizada por su riqueza y diversidad cultural. Cada país aporta fortalezas y desafíos únicos que, en conjunto, definen el panorama regional.

La influencia de Argentina en la audiencia regional es notable a pesar de que tiene uno de los retornos más bajos monetariamente hablando por parte de las plataformas de streaming. Brasil, por su parte, lidera en diversidad y tamaño de mercado, marcado por un gran consumo interno y una capacidad para innovar en modelos de ingresos complementarios. Chile ha consolidado

una infraestructura sólida gracias al apoyo público y privado, aunque la brecha en la monetización digital sigue siendo un desafío, sobre todo en géneros menos comerciales.

En Colombia, los circuitos descentralizados de conciertos y la fusión de géneros tradicionales con propuestas contemporáneas han permitido un crecimiento notable, aunque persisten limitaciones en el acceso a financiamiento. México combina su tradición de festivales independientes con un crecimiento acelerado en el streaming, aunque enfrenta desafíos relacionados con la infraestructura digital. Costa Rica, Ecuador y Paraguay están en etapas de expansión, con un enfoque

en la profesionalización y alianzas estratégicas que buscan fortalecer sus ecosistemas locales.

A pesar de las diferencias, la región comparte desafíos comunes: la necesidad de profesionalización, mejores estructuras de financiamiento y mayor acceso a recursos tecnológicos. La cooperación entre sellos, artistas, empresas y entidades gubernamentales será esencial para consolidar un ecosistema sostenible que permita a los artistas y sellos independientes alcanzar su máximo potencial. Para revisar en mayor detalle, ver **Apéndice Países** (p. 48).

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Análisis de la afiliación a sellos en la industria musical independiente

El estudio revela que el porcentaje de artistas que trabajan con sellos discográficos independientes se encuentra entre un 20% y un 30% (**Figura 1**). Aunque esta cifra puede parecer modesta en el contexto de una muestra con altos grados de autogestión y bajos ingresos, que un 20% o 30% de los artistas estén en un sello podría indicar un nivel prometedor de profesionalización. Si bien no existen cifras comparativas a nivel internacional o de otras regiones, sería de utilidad analizar estas cifras en el tiempo.

Al explorar las principales razones por las que los artistas eligen no estar en sellos, encontramos que entre el 60% y el 70% de los encuestados indican que "no haber tenido la oportunidad de firmar con

Figura 1: Porcentaje que pertenece a un sello independiente

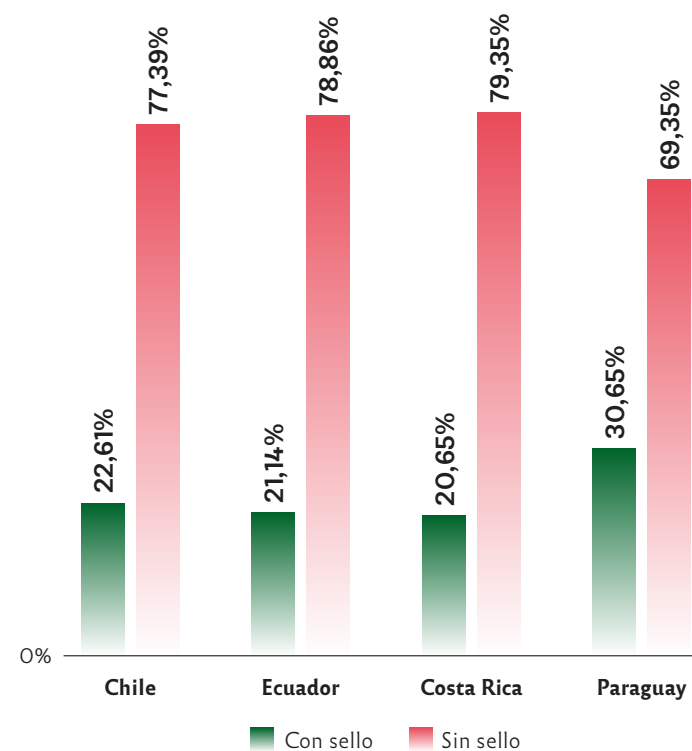
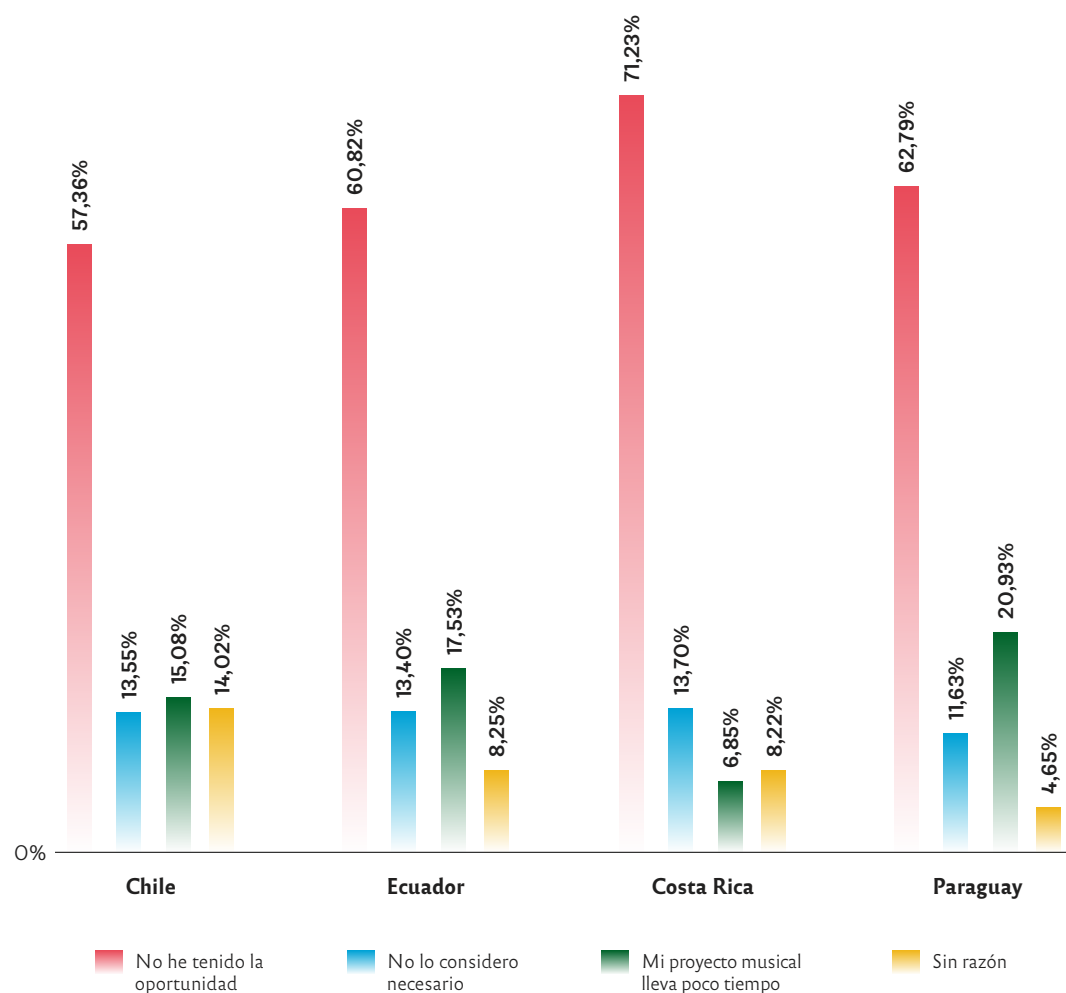


Figura 2: Principales razones para no pertenecer a un sello independiente



un sello" es la principal barrera (**Figura 2**). Este dato es crucial porque destaca una posible desconexión entre los sellos independientes y los artistas emergentes que podrían beneficiarse de tal asociación. Este hallazgo sugiere la necesidad de crear más puentes entre los artistas autogestionados y los sellos para optimizar su potencial de crecimiento y profesionalización dentro de la industria.

Al profundizar en las razones detrás de la no afiliación a sellos, el segundo motivo más citado por los encuestados es la falta de antigüedad en la creación musical. Este aspecto plantea cuestiones importantes sobre la preparación y la capacidad de los proyectos musicales emergentes para atraer y beneficiarse de la asociación con un sello discográfico. Además, surge la interrogante de si la cantidad de sellos existentes es suficiente para apoyar y capitalizar el volumen de producción artística que surge constantemente.

Figura 3: Porcentaje que generó ingresos con su proyecto musical

Sin embargo, un hallazgo significativo de nuestro estudio es que más del 60% de estos artistas ha generado ingresos en todos los países encuestados (**Figura 3**). Este dato sugiere que un gran porcentaje de estos artistas, a pesar de su relativa inexperiencia, está efectivamente preparado para navegar y capitalizar dentro de la economía digital. Esto indica que existe un potencial significativo para que más artistas puedan integrarse de manera efectiva en el mercado digital y beneficiarse de estructuras de apoyo más formalizadas, como las que ofrecen los sellos discográficos.

Aunque un significativo número de artistas en la región está generando ingresos de diversas fuentes, al analizar la procedencia de estos ingresos, encontramos que la distribución digital representa, en el mejor de los casos, sólo el 15%

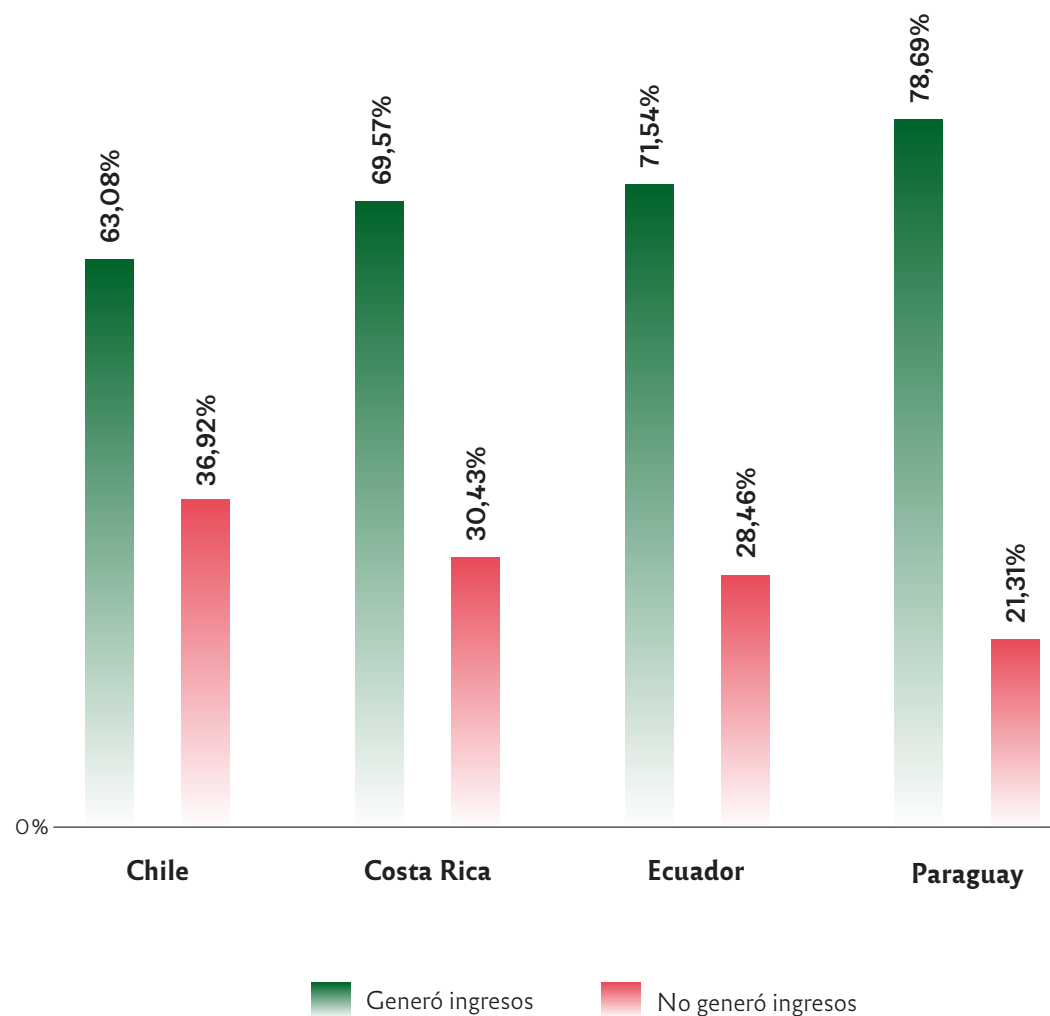
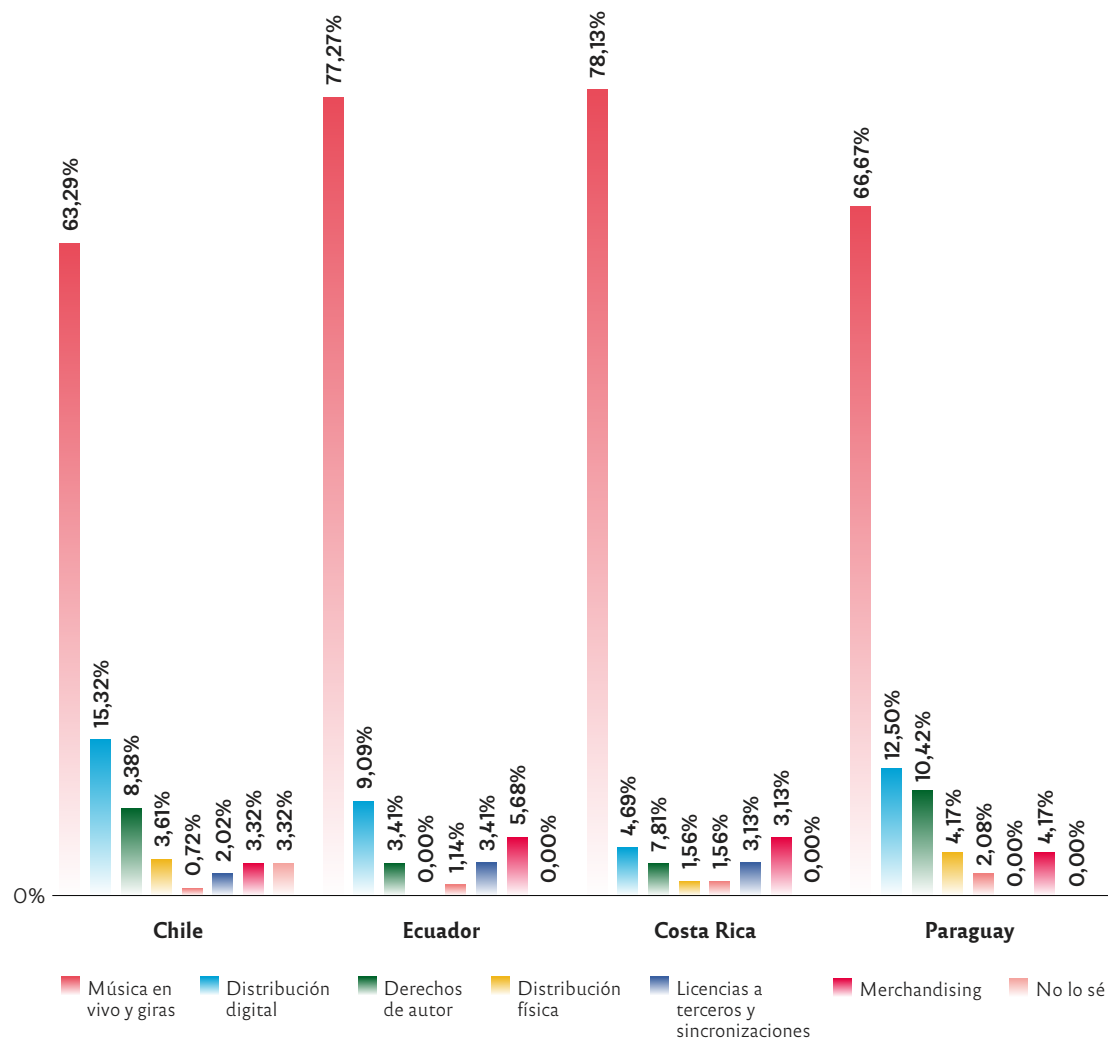


Figura 4: Principal fuentes de ingresos

del total (**Figura 4**). Esta cifra es especialmente reveladora cuando se compara con las dinámicas globales del mercado de la música.

A nivel mundial, los ingresos por música grabada alcanzaron los 35 100 millones de dólares estadounidenses en 2023, superando levemente a los ingresos generados por la música en vivo, que sumaron 33 100 millones en el mismo año (MiDIA Research, 2023). Esta discrepancia entre la relevancia global de la música grabada (cerca del 50%) y la limitada contribución de la música grabada a los ingresos de los artistas en América Latina, plantea interrogantes importantes sobre las barreras que enfrentan en el mercado digital y la necesidad de desarrollar estrategias que fortalezcan su presencia y rentabilidad en este sector.

Esto nos lleva a explorar otras posibles causas que podrían afectar la disparidad entre ingresos del en vivo versus la distribución digital. Variables como la efectividad de las estrategias de monetización, el alcance de la distribución digital, y las características específicas del consumo y del mercado de música en la región que podrían estar afectando estos resultados. El desafío entonces radica en identificar y abordar estos factores para mejorar la posición de los artistas latinoamericanos en el mercado global de música grabada.

Aunque una gran proporción de artistas latinoamericanos está presente en plataformas de streaming, el verdadero impacto de esta presencia en sus carreras musicales y proyectos requiere un análisis más profundo (**Figura 5**).

El siguiente paso en nuestro estudio es evaluar la cantidad de oyentes e ingresos que efectivamente alcanzan estos artistas a través de dichas plataformas.

Figura 5: Presencia en plataformas de streaming

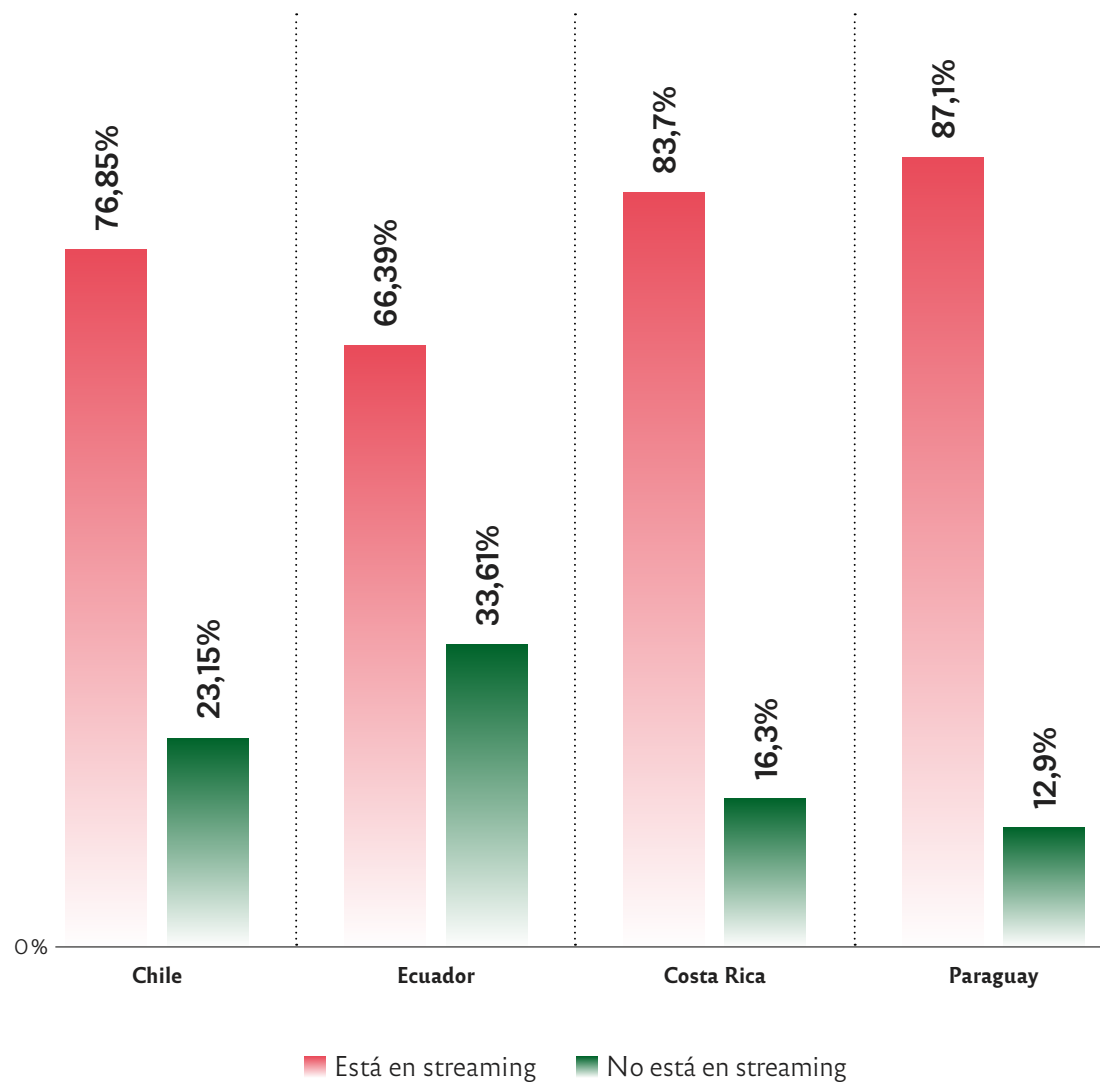
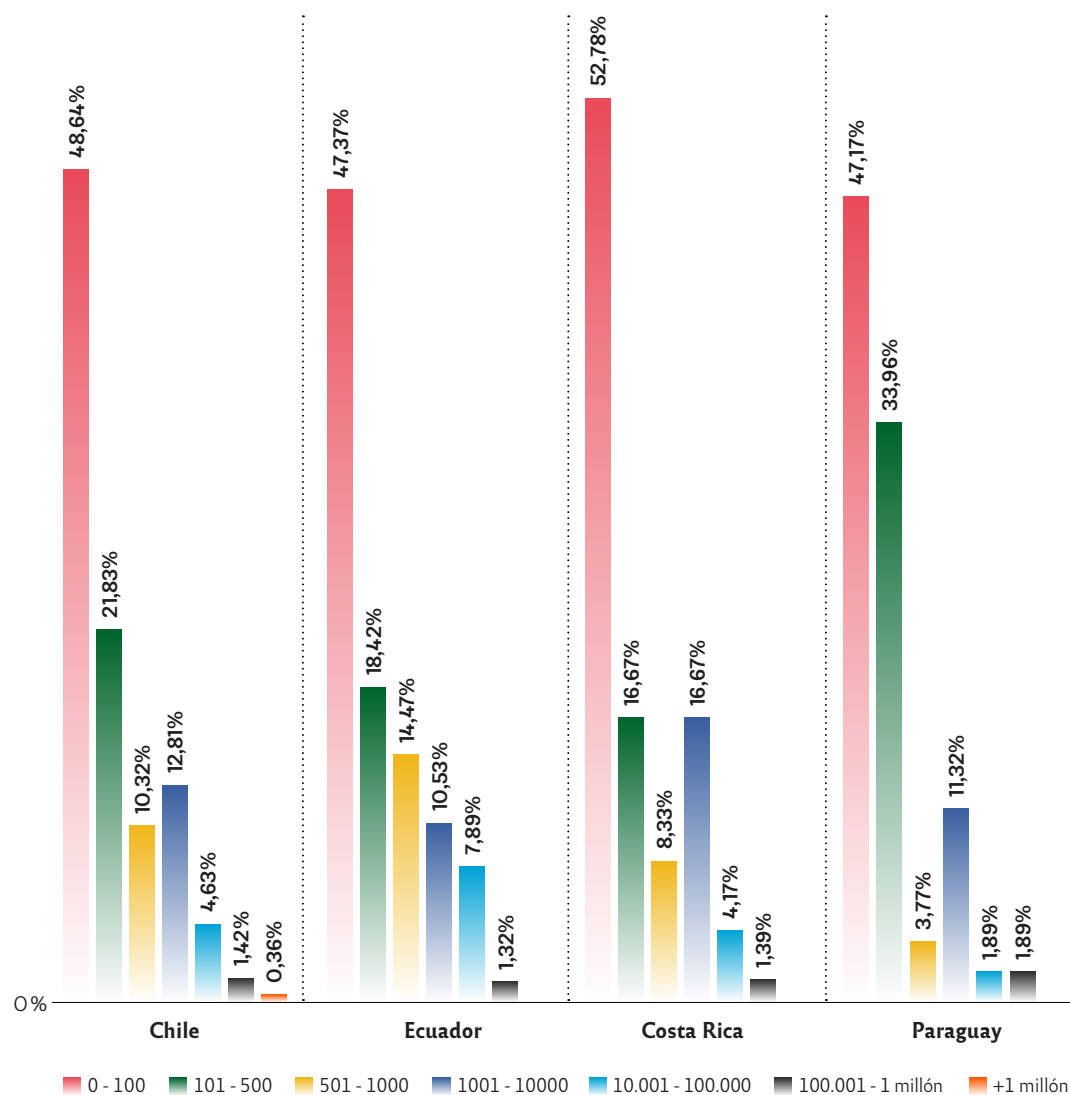


Figura 6: Oyentes mensuales

Este análisis es crucial, ya que estar presente en plataformas de streaming no necesariamente se traduce en una audiencia amplia o en ingresos significativos. Los oyentes y su nivel de compromiso son indicadores clave que pueden revelar no solo la visibilidad de los artistas en el mercado digital, sino también la eficacia de sus estrategias de marketing y la resonancia de su música con el público global.

La distribución de oyentes entre los artistas en Latinoamérica es generalmente baja. En ninguno de los países analizados los proyectos que superan los 10 000 oyentes mensuales constituyen más del 10% del total (**Figura 6**). Este dato es significativo porque revela una correlación directa entre el número de oyentes y los ingresos generados: los tramos más altos de ingresos están concentrados en esos pocos proyectos que también acumulan un mayor número de escuchas.

Este fenómeno sugiere que la eficiencia en la generación de ingresos en el ámbito digital va más allá de subir canciones a plataformas de streaming. Existen múltiples factores y esfuerzos adicionales que influyen en el impacto digital de un artista, como la curaduría de listas de reproducción y las estrategias de comunicación. Este conjunto de actividades complementarias es crucial para maximizar la visibilidad y los ingresos.

Dado este contexto, surge una pregunta relevante: ¿cómo influye el tipo de relación que los artistas mantienen con el ecosistema de servicios en su éxito? El análisis de cómo los artistas gestionan su distribución digital revela varios puntos clave que merecen atención y que serán explorados en detalle a continuación. Para preservar la neutralidad y no enfocarnos en marcas específicas, hemos clasificado las distribuidoras según el tipo de servicios que ofrecen:

1. Distribuidoras DIY (Do It Yourself):

Aquellas que facilitan una interacción digital y autogestionada para los artistas.

2. Distribuidoras de Servicios: Aquellas que proveen un contacto personalizado y soporte específico por proyecto.

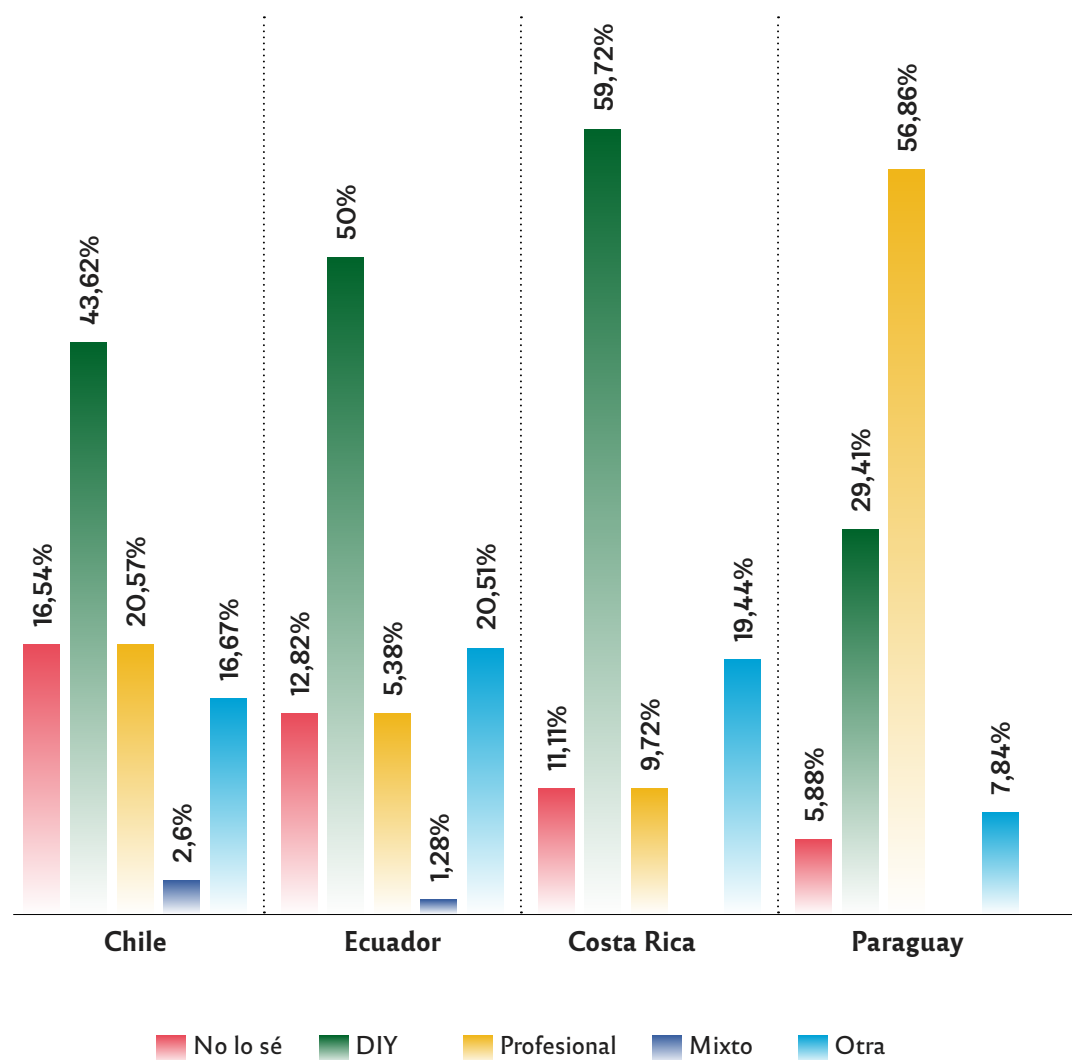
3. Modelos Mixtos: Distribuidoras que combinan elementos de los dos tipos anteriores.

4. Casos donde la agregadora es desconocida o tiene un nombre no registrado en nuestra base: Esto incluye aquellos casos donde no se pudo identificar claramente la naturaleza de la distribuidora.

Cabe mencionar que el 32,2% de los artistas usa distribuidoras integradas recientemente a grandes empresas, reflejando un cambio de modelos independientes a corporativos que plantea preguntas sobre cómo esto podría afectar el acceso y la distribución de la música independiente. Además, preocupa que muchos artistas desconozcan con quién distribuyen su música, lo que evidencia una brecha en su formación y su gestión digital.

En la **Figura 7** observamos que un gran número de proyectos opta por distribuidoras de tipo DIY (Do It Yourself). Este dato refuerza la tendencia hacia la autogestión, lo cual es coherente con el porcentaje de afiliación a sellos. Este modelo de distribución permite a los artistas mantener un control directo sobre sus obras y carreras, aunque también puede implicar una mayor carga de trabajo y, posiblemente, una menor eficacia en alcanzar audiencias más amplias sin el soporte adecuado.

Figura 7: Principales agregadoras digitales donde se distribuye la música



EXISTE UN PORCENTAJE DE ARTISTAS QUE NO SABEN CON QUIÉN DISTRIBUYEN SU MÚSICA

La mayoría de los países tiende a priorizar los modelos de distribución tipo "hazlo tú mismo" (DIY), a excepción de Paraguay. Es esencial examinar a fondo el caso paraguayo, ya que un alto porcentaje de las respuestas proviene de encuestados que pertenecen a una distribuidora profesional local. Esta particularidad podría influir en variables de análisis del estudio; como el tamaño del mercado y el nivel de profesionalización en la industria musical del país.

Por otra parte, este fenómeno en Paraguay podría ser indicativo de desafíos similares en otros mercados emergentes, donde la escasez de infraestructura y profesionalización podría limitar el desarrollo de los artistas, pero a su vez podría potenciar el desarrollo de servicios locales competitivos para cerrar la bre-

cha. Además, proporciona una oportunidad única para estudiar cómo las estrategias de distribución alternativas podrían ser adaptadas y aplicadas en contextos similares para fomentar el crecimiento y la sostenibilidad en la industria musical.

Uno de los aspectos más llamativos de nuestro estudio es el número significativo de artistas que desconocen los porcentajes de comisión que se aplican a sus ingresos por distribución digital. Esto refleja una falta de conocimiento crítica sobre aspectos financieros esenciales que pueden afectar directamente la rentabilidad de sus proyectos.

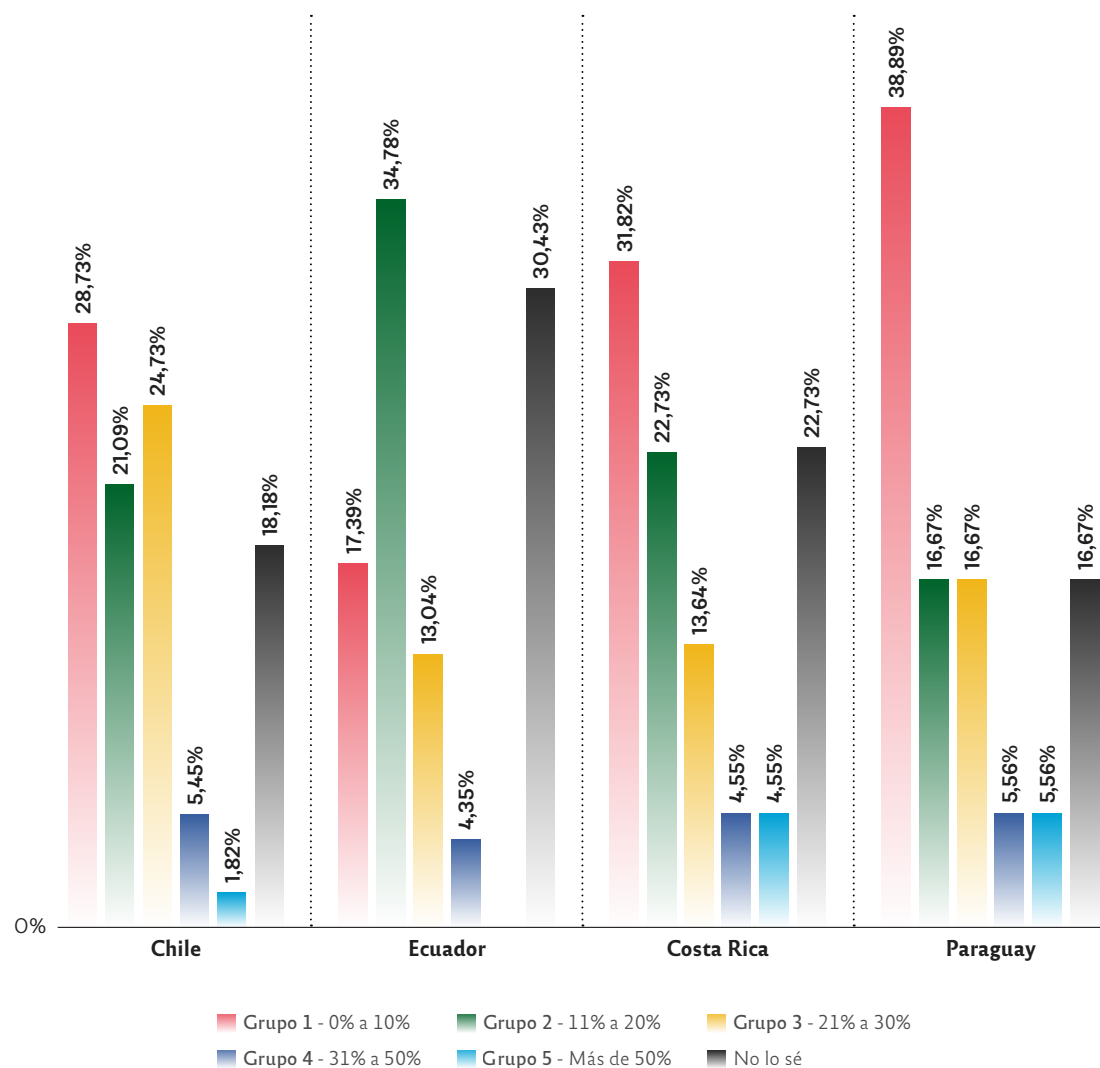
Estos hallazgos subrayan la necesidad de mejorar la comprensión y las capacidades de los artistas en la gestión digital, así como de desarrollar más

recursos y soportes que puedan ayudar a optimizar su presencia en el mercado digital global.

Además, en la **Figura 8** se observa una gran variabilidad en los porcentajes de comisión, que oscilan entre 0% y 50%. Esta variabilidad puede explicarse por las diferencias en los modelos de negocio de las plataformas de distribución. Las distribuidoras DIY tienden a cobrar tarifas fijas o comisiones muy bajas, ya que su modelo se basa en proporcionar herramientas para que los artistas se autogestionen.

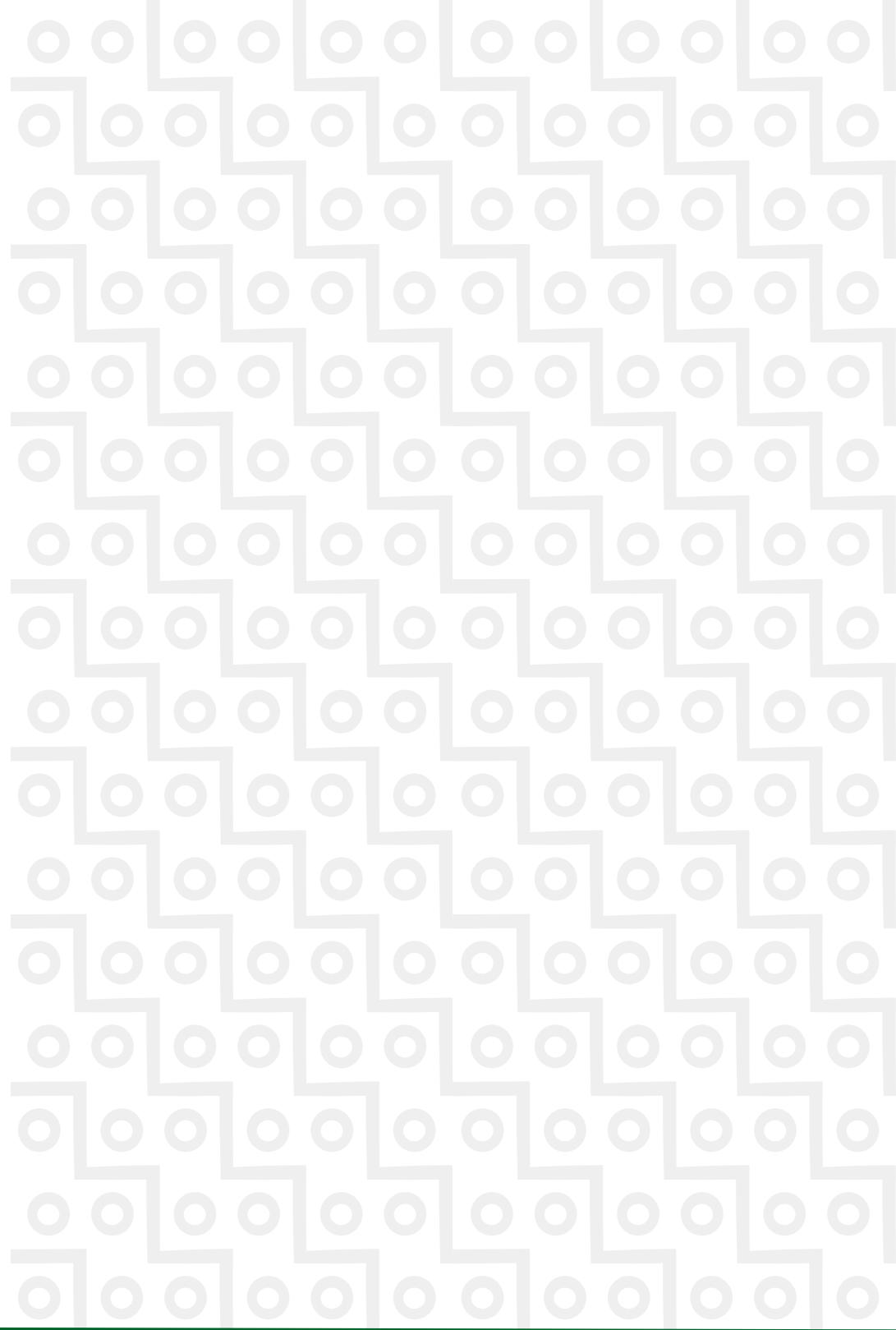
Por otro lado, las distribuidoras profesionales suelen trabajar con comisiones variables, que dependen de los servicios proporcionados y los acuerdos específicos con cada artista. Además los artistas que distribuyen con sellos muchas veces tienen mayores niveles de comisión pero estos se contrapesan con los esfuerzos que puede hacer el sello por que esa distribución digital

Figura 8: Porcentaje de comisión pagado a distribuidora digital



sea más efectiva o por el posicionamiento de comunicaciones. En este sentido y adelantando el análisis de las entrevistas a directores de sellos, el porcentaje de comisión no es equivalente al nivel de rentabilidad, ya que mayores comisiones generalmente incluyen mayores servicios.

Esta situación nos lleva a plantear dos preguntas cruciales: ¿cómo influye la forma de gestión de un artista en su conocimiento y en su economía dentro de la cadena de distribución digital? y ¿será la afiliación a sellos un factor predictivo de una gestión e impacto más eficiente de proyecto? Para abordar esta cuestión, es esencial analizar cómo se correlacionan los ingresos y el nivel de conocimiento entre los artistas que están afiliados a sellos y aquellos que no lo están.



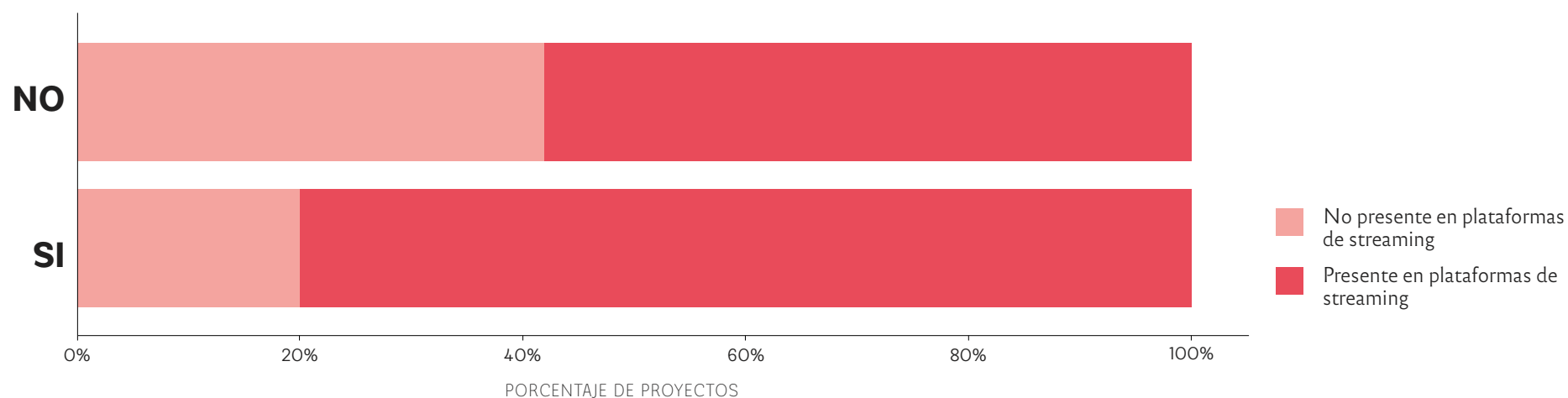
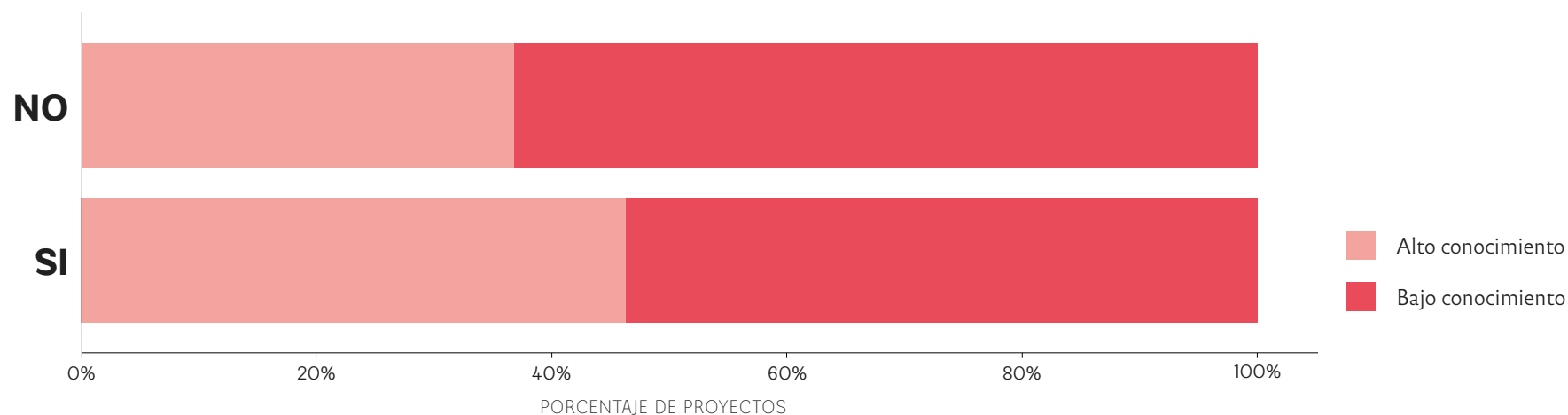
Evaluación de hipótesis

A continuación, presentaremos datos comparativos que examinan las incógnitas de la anterior sección, destacando diferencias clave en presencia en streaming, ingresos y niveles de conocimiento según la afiliación a sellos por parte de los artistas. Este análisis permitirá entender mejor cómo las capacidades de gestión y el conocimiento se podrían asociar al éxito económico y a la sostenibilidad en la industria de la música independiente.

Se priorizó hacer un análisis del total de respuestas para poder hacer comparativas que permitan hacer análisis estadístico sobre las diferencias.

En la **Figura 9**, se observa una diferencia en la presencia en plataformas de streaming entre proyectos con sello y sin sello. Esto sugiere que pertenecer a un sello podría influir en la visibilidad digital o, al menos, estar vinculado a una mayor presencia en streaming, aunque no necesariamente implique una relación causal directa.

En la **Figura 10**, los resultados muestran una asociación significativa entre pertenecer a un sello independiente y el nivel de conocimiento en distribución digital. Esto indica que los sellos pueden fomentar dicho conocimiento y/o atraer a artistas con mayor experiencia en distribución.

Figura 9: Distribución de la presencia en plataformas de streaming por afiliación a sello**Figura 10:** Distribución del nivel de conocimiento agrupado sobre distribución digital por afiliación a sello

A MEDIDA QUE AUMENTA EL CONOCIMIENTO SOBRE LA DISTRIBUCIÓN DIGITAL, TAMBIÉN LO HACE EL NÚMERO DE OYENTES

La **Figura 11** muestra una asociación positiva, entre el nivel de conocimiento sobre distribución digital y las categorías de oyentes de proyectos musicales.

Esta relación se ilustra a través de una línea de tendencia ascendente que indica que, en general, a medida que aumenta el conocimiento sobre la distribución digital, también lo hace el número de oyentes que un proyecto musical puede atraer.

La **Figura 12** muestra la asociación entre el nivel de conocimiento sobre distribución digital y las categorías de ingresos de proyectos musicales. Se observa una tendencia positiva, que sugiere que un mayor conocimiento sobre distribución digital

puede estar asociado con categorías de ingresos más altas.

Si bien esta relación implica que, mientras un entendimiento más profundo de la distribución digital podría contribuir a mejorar los ingresos, habría que considerar en este análisis junto a otros factores críticos.

Los resultados destacan la importancia de fomentar una mejor comprensión de las herramientas y estrategias digitales entre los profesionales de la música para potencialmente mejorar sus beneficios económicos.

Figura 11: Correlación entre el conocimiento de la distribución digital y las categorías de oyente

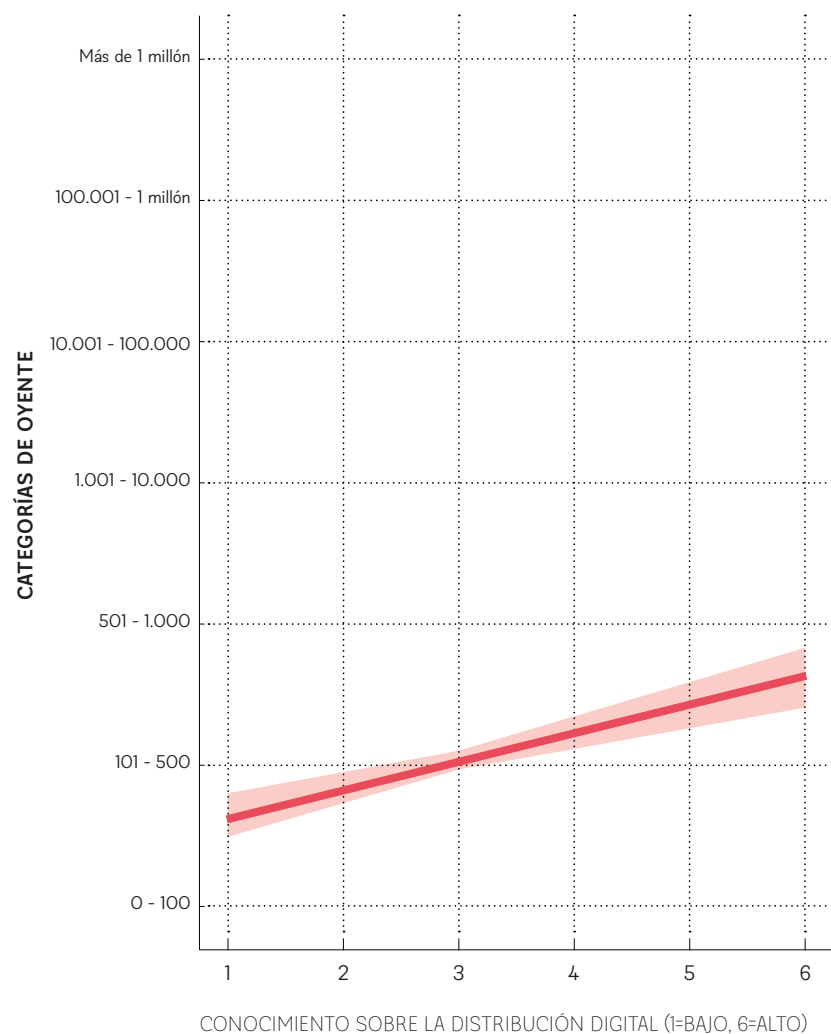
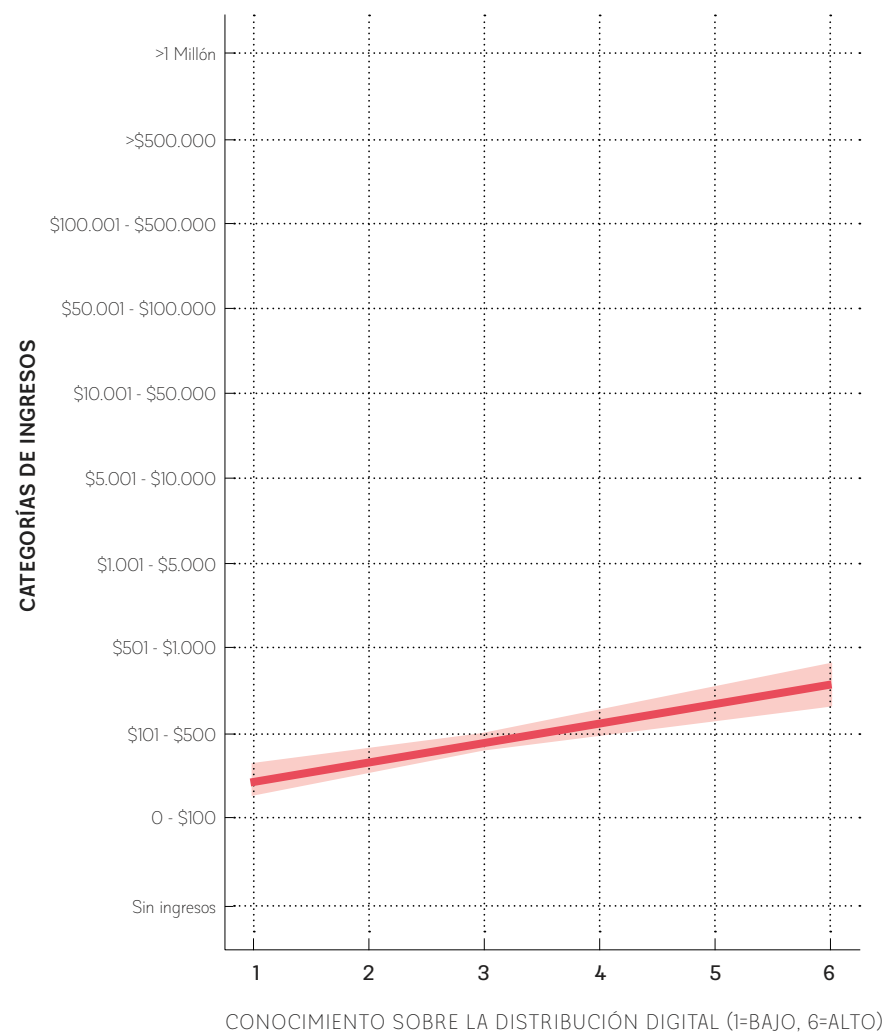


Figura 12: Correlación entre el conocimiento de la distribución digital y las categorías de ingresos



LA AFILIACIÓN A UN SELLO PUEDE TENER UN IMPACTO SIGNIFICATIVO EN LOS INGRESOS GENERADOS POR LOS PROYECTOS MUSICALES EN PLATAFORMAS DE STREAMING

En la **Figura 13**, se observa que hay una diferencia significativa en la distribución de los rangos de oyentes mensuales entre los proyectos que pertenecen a un sello y los que no. Esto sugiere que la afiliación a un sello puede estar asociada positivamente con la cantidad de oyentes mensuales que un proyecto musical puede alcanzar en plataformas de streaming.

La **Figura 14**, indica que hay una diferencia importante en la distribución global de todos los rangos de ingresos entre los proyectos que pertenecen a un sello y los que no. Esto sugiere que la afiliación a un sello puede asociarse con mayores ingresos generados por los proyectos musicales en plataformas de streaming, considerando todos los niveles de ingresos. Esta evidencia refuerza la idea

de que los sellos pueden jugar un papel positivo en la mejora de los resultados económicos de los proyectos musicales.

En resumen, hemos observado que, en la mayoría de los casos, poseer un mayor conocimiento sobre distribución digital y estar afiliado a un sello discográfico potencialmente actúa como un predictor de beneficios tanto en términos de aumento de oyentes como de ingresos. Estos resultados apoyan la hipótesis de nuestro estudio.

Es importante destacar la necesidad de realizar estudios futuros que profundicen estas variables para comprender esta asociación entre éxito económico y profesionalización de la carrera musical.

Figura 13: Distribución porcentual de oyentes mensuales por afiliación a sello (ordenada)

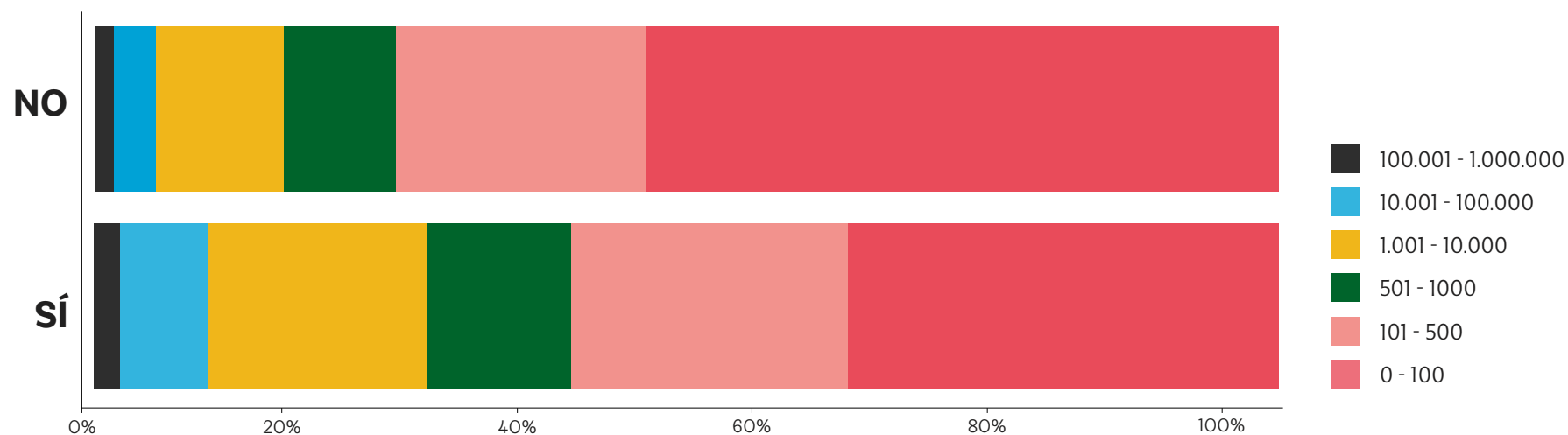
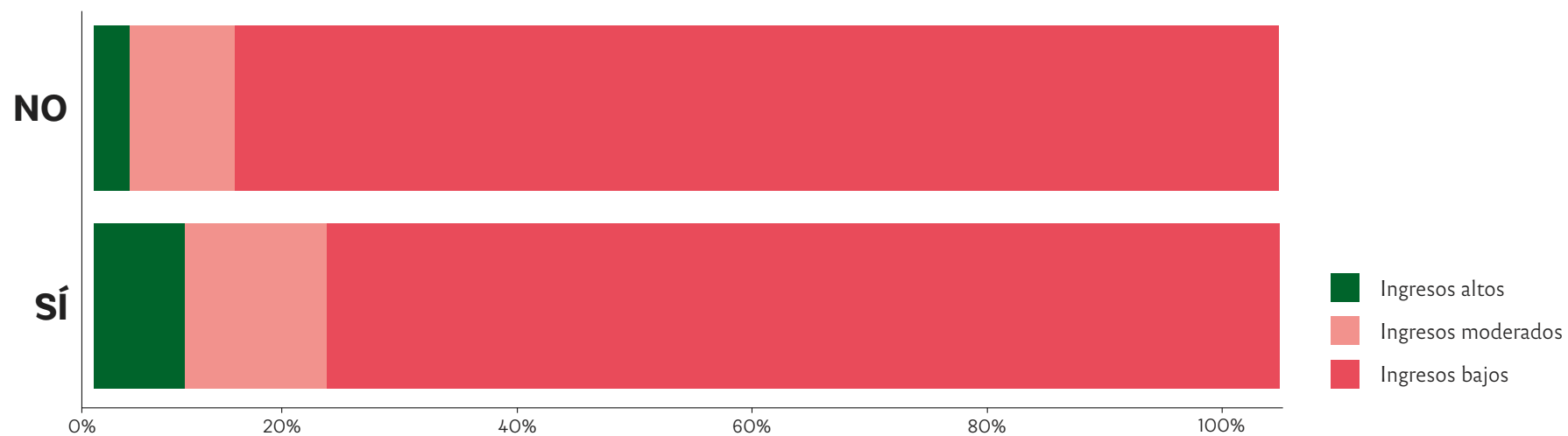


Figura 14: Distribución global de todos los rangos de ingresos por afiliación a sello (ordenada)



ES IMPORTANTE DESTACAR LA NECESIDAD DE REALIZAR ESTUDIOS FUTUROS QUE REEXAMINEN ESTAS VARIABLES

Este enfoque permitirá sustentar estas observaciones y podría orientar estrategias efectivas para potenciar la industria musical en Latinoamérica.

Este informe clarifica y fortalece la interpretación de los resultados del estudio, y sugiere pasos futuros para investigaciones adicionales que pueden ayudar a confirmar y expandir los hallazgos actuales. Estos datos corroboran la hipótesis de nuestro estudio desde donde surge otra pregunta esencial: ¿Cuáles son las estrategias que los sellos discográficos están empleando para adaptarse al entorno digital y cómo se están vinculando con los artistas para mejorar su desempeño en esta área? A fin de profundizar, examinaremos las entrevistas

realizadas a directivos de sellos independientes en Latinoamérica, particularmente en aquellos países donde no se llevaron a cabo encuestas.

Este enfoque nos permitirá explorar cómo estos fenómenos se manifiestan en otros mercados y ofrecerá una perspectiva más amplia sobre la adaptación a la era digital en la industria musical latinoamericana.

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

Análisis de entrevistas

El análisis que sigue profundiza en las estrategias y desafíos enfrentados por los sellos en América Latina en el contexto de la distribución digital, basándose en las entrevistas realizadas a representantes de sellos en varios países de la región.

Buscamos entender mejor las dinámicas entre la digitalización, la viabilidad económica y la gestión artística dentro de este sector.

Este análisis incluye entrevistas detalladas con cinco sellos independientes de Argentina, Brasil, Colombia y México, que proporcionan ideas valiosas sobre las operaciones y estrategias individuales frente a los retos del mercado digital. Cada entrevista ha sido citada según el país de procedencia, reflejando la fuente de los datos analizados. Para más detalles ir al **Apéndice 1** (p.53)



Modelos de distribución y contratos

1. Los sellos manejan una gama de modelos contractuales con artistas y distribuidores digitales. La mayoría adopta el reparto de ingresos, variando en términos y condiciones según la naturaleza del proyecto y el tipo de distribución (Argentina).
2. Los contratos revelan una tendencia hacia la flexibilidad y adaptación a las necesidades específicas de los artistas; algunos sellos optando por licencias cuando los proyectos ya están completados (Brasil).



Efectividad de la distribución digital

1. Aunque la distribución digital amplía el alcance geográfico de la música, los ingresos que genera con frecuencia son insuficientes para sostener las operaciones de los sellos o proveer una vida digna a los artistas. Especialmente donde el valor de los streams es bajo (Argentina).
2. Existe una gran disparidad en la percepción del valor digital entre los artistas, muchos de los cuales no están plenamente conscientes de cómo se monetiza su trabajo en plataformas digitales (Colombia).



Desafíos en educación y tecnología

1. Los sellos independientes a menudo asumen roles educativos, no sólo como distribuidores sino también como formadores en el negocio de la música. Este aspecto es crucial para asegurar que los artistas comprendan y naveguen eficazmente el entorno digital (Brasil, México).
2. La inversión en tecnología propia se menciona como una estrategia para mejorar el control sobre la distribución y los ingresos. Sin embargo, esta opción requiere recursos significativos y no es viable para todos los sellos (Brasil).



Innovación y adaptación

1. Algunos sellos destacan por su adaptación innovadora a las nuevas realidades del mercado, explorando plataformas como Twitch y Patreon para monetizar el contenido de manera más directa y significativa (Brasil, Argentina).
2. La adaptación también implica diversificar las fuentes de ingresos, integrando los derechos de actuaciones en vivo, mercancías y otros elementos al modelo de negocio tradicional del sello (Colombia).



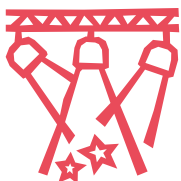
El rol de la asociatividad

1. La asociatividad entre sellos independientes y su conexión con organizaciones influyentes en la industria musical digital es crucial. Estas alianzas permiten a los sellos independientes mantenerse actualizados sobre cambios normativos y tendencias del mercado, lo cual es esencial para navegar el complejo ecosistema digital. La colaboración con entidades como asociaciones, que representan digitalmente a muchos sellos independientes, proporciona a estos una voz más fuerte y representativa frente a plataformas y legisladores (Brasil).



Importancia de las relaciones

1. Las relaciones de confianza son fundamentales para la distribución digital eficaz. Los sellos deben elegir socios que no solo ofrezcan soluciones tecnológicas avanzadas, sino que también compartan un compromiso con la transparencia y el apoyo mutuo. Esto influye significativamente en la decisión de con quién trabajar, ya que una buena relación puede facilitar una cooperación más fluida y efectiva, reduciendo los riesgos asociados con la distribución digital (Colombia).



Eventos y recursos de la industria

1. La participación en conferencias, seminarios y otros eventos de la industria es una práctica valorada por los sellos, ya que proporciona oportunidades para el aprendizaje, la red de contactos y la actualización sobre las últimas tendencias y tecnologías (México).
2. Los estudios de mercado y newsletters especializados son herramientas clave para mantenerse informados sobre los desarrollos en la industria musical. Estas fuentes de información son vitales para la adaptación y el ajuste de estrategias en tiempo real, permitiendo a los sellos responder de manera proactiva a los cambios del mercado (México).

CONCLUSIONES

Conclusiones

El informe sugiere que mientras mayor es el grado de profesionalización de los artistas y sellos independientes en Latinoamérica, mayor es su probabilidad de éxito económico. A pesar de que esta conclusión pareciera obvia, un análisis en detalle ayuda a entender en qué forma elementos sencillos como mejorar el conocimiento sobre la distribución digital pueden ser pasos clave para la sustentabilidad. A su vez se comprende que el papel del financiamiento público y privado es fundamental, demostrando la relevancia de la inversión para escalar resultados y promover un ecosistema sólido para garantizar el crecimiento de la industria.

El mundo digital presenta importantes desafíos a los que los artistas y sellos independientes se tienen que adaptar. A pesar de la alta presencia en las plataformas de streaming, muchos no generan ganancias significativas, lo que se ve agravado por la falta de diversidad en las fuentes de ingresos. Un ecosistema donde más de la mitad de los ingresos depende de actuaciones en vivo revela una vulnerabilidad financiera cuando dichas actuaciones no pueden llevarse a cabo. Como sucedió durante la pandemia del Covid-19. Esto sugiere mejorar las capacidades digitales y desarrollar estrategias más sólidas que eviten una dependencia excesiva de una única fuente de ingresos.

EL IMPACTO DE LA AFILIACIÓN A UNA SELLO EN EL ÉXITO ECONÓMICO

Los datos muestran que la afiliación a sellos discográficos independientes tiene una relación positiva con un mejor desempeño económico y más visibilidad en las plataformas de streaming. Además, los sellos juegan un papel importante a la hora de apoyar al artista con recursos, conocimientos y conexiones que son elementos esenciales para mejorar su carrera. Esto enfatiza la necesidad de que los artistas desarrollen relaciones con sellos discográficos, permitiéndoles encontrar un acceso equitativo a oportunidades de crecimiento y profesionalización.

BRECHAS DE CONOCIMIENTO Y NECESIDAD DE EDUCACIÓN

Uno de los aspectos preocupantes es la falta de conocimiento sobre distribución digital y gestión financiera de proyectos por parte de los artistas. Esto pone de relieve la necesidad de realizar esfuerzos educativos que fomenten una mejor comprensión sobre cómo prosperar en la esfera digital. Específicamente, los programas centrados en mejorar sus habilidades en áreas como la monetización digital, los derechos de autor o incluso el marketing digital podrían ayudarlos a tomar control de sus decisiones con más conocimiento e impacto.

INNOVAR

Tanto los sellos independientes que están incurriendo en nuevas plataformas como Twitch y Patreon, como aquellos que adoptan modelos de negocio que entrelazan la música grabada con el merchandising y los derechos de actuaciones en directo se adaptan mejor a la industria. Estas innovaciones no sólo aportan canales de ingresos adicionales, sino que también refuerzan la relación directa con las audiencias.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Asociarse es una buena manera que tienen los sellos independientes de mantenerse actualizados sobre la dinámica del mercado y las regulaciones. A su vez, trabajar junto con organizaciones influyentes dentro de la industria de la música les brinda una representación más fuerte para las discusiones con plataformas digitales y legisladores. Esto mejora su competitividad lo que ayuda a adaptar mejor las condiciones de mercado a sus necesidades locales.

RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS FUTURAS

El crecimiento y el apoyo del sector de la música independiente se basa en la voluntad de los actores clave para crear estrategias basadas en datos, adoptar tecnología y promover una cultura de innovación y asociaciones. Esto es importante para poder sostener y mantener una generación de ingresos creciente y equitativa. En particular, debería haber algún avance en las políticas destinadas a promover la equidad y la sostenibilidad en la distribución del ingreso dentro de la música digital. Tomar tales medidas no solo beneficia a los artistas y sellos, sino que crea una industria más robusta para todas las partes involucradas.

Vemos que la región ya no está en una etapa de digitalización, sino que se encuentra en la búsqueda de una gestión más eficiente de los recursos

digitales. Este nuevo desafío no sólo depende de la creación de contenido de calidad, sino también de la manera en la que abordamos culturalmente la distribución y el peso de la audiencia. Los algoritmos van cambiando y las estrategias deben ser adaptables. Ser proactivo más que reactivo a los cambios es una estrategia más eficiente.

Después de este estudio podemos sugerir que desarrollar una carrera de forma colaborativa, apoyada en una infraestructura social y económica profesional sustenta mejores resultados. Sabemos que talento y digitalización ya nos son los desafíos principales, sino la búsqueda de estrategias que promuevan equidad y eficiencia. Para ello, consolidar un ecosistema más informado y unido es un importante primer paso.

APÉNDICE 1:

.....

METODOLOGÍA

Metodología y descripción de la muestra

Para comenzar con una exploración inicial se llevó a cabo una encuesta en cuatro países: Chile, Costa Rica, Ecuador y Paraguay. Este sondeo se realizó utilizando un método de muestreo no probabilístico y se administró exclusivamente en línea. El cuestionario a los países estudiados analizó cómo los artistas y sellos independientes gestionan y distribuyen música digitalmente, evaluando desde la operativa en plataformas de streaming hasta la generación de ingresos, además de examinar las motivaciones para firmar con un sello discográfico y el conocimiento general sobre la cadena de valor digital.

La **Tabla 1** ilustra la distribución de las respuestas obtenidas por país en la encuesta, notándose una variación significativa en el volumen de participa-

ción. Esta variabilidad se atribuye a las tácticas de difusión específicas de cada región.

Sin embargo, a pesar de la diferencia del tamaño de la muestra los datos distribuyen de una forma similar por país, lo que facilita un análisis local y regional.

Tabla 1: Cantidad de respuestas por país

País	Cantidad de respuestas
Chile	1097
Costa Rica	92
Ecuador	123
Paraguay	61

Descripción de la muestra

La muestra se compone principalmente de músicos y representantes de sellos vinculados a la industria independiente en América Latina, representando una diversidad en términos de género, educación y fuente de ingresos. El **65%** de los participantes se identifica como hombre, el **30%** como mujer, y un **5%** se clasifica en otras categorías de género (no binario, prefiero no responder u otras).

En cuanto a su formación musical, el **54%** de los encuestados se considera autodidacta, mientras que el **24%** ha recibido formación en academias, conservatorios o centros especializados. Además, un **12%** posee estudios universitarios en el área musical. Un **40%** de los participantes reporta que la música es su principal fuente de ingresos, en contraste con un **60%** que no lo considera su fuente primaria de sustento.

Tabla 2: Cantidad de respuestas por país

Categoría	%
Género	
Hombre	65%
Mujer	30%
Otro (No binario, prefiero no responder)	5%
Formación Musical	
Formación autodidacta	54%
Academias, conservatorios, centros especiales	24%
Estudios universitarios	12%
Música como ingreso principal	
Sí	40%
No	60%

Entrevistas

Una vez identificados los temas más relevantes de la encuesta, se ejecutaron entrevistas a directivos de sellos discográficos en Latinoamérica, con una metodología de muestreo en cadena. Las preguntas abarcaron su rol en la distribución digital, la identificación y comparación de modelos, los desafíos estratégicos, la adaptación a los cambios en la industria, y la comprensión de la distribución digital por parte de los artistas.

Se dio prioridad a países donde no se realizaron encuestas. Se realizaron a: Onimusic de Brasil, con Nelson Tristão Neto; Sommos de Brasil, con Alexandre Agra; Tambora Records, de Colombia, con Juan Sebastián Bastos; Seitrack de México, con Fabrizio Onetto; Twitin Records de Argentina, con Tweety Gonzalez.

APÉNDICE 2:

.....

PAÍSES

 Argentina

Argentina es uno de los mercados más consolidados de música independiente en América Latina. Su influencia en la audiencia regional es notable, logrando un gran éxito en países de habla hispana. El país ha visto una adopción creciente de plataformas digitales que han permitido a los músicos argentinos alcanzar audiencias internacionales. Según el Informe de la música argentina 2024 elaborado por CAPIF, las ventas digitales dominan el mercado con un 75% de los ingresos. Sin embargo, el reto principal sigue siendo la monetización efectiva de esta presencia digital, ya que el país tiene uno de los retornos más bajos en términos monetarios, por parte de las plataformas de streaming en toda la región. Además, la inestabilidad económica nacional ha afectado las inversiones en la industria, lo que plantea desafíos adicionales para los sellos independientes que intentan crecer en un entorno competitivo y cambiante.

 Brasil

Brasil es un gigante de la industria musical en América Latina, tanto en términos de tamaño de mercado como de diversidad musical. Los artistas y sellos independientes brasileños han sido pioneros en la adopción de tecnologías digitales para distribuir su música y llegar a audiencias internacionales, a pesar de que el consumo nacional sigue siendo su fuerte. Sin embargo, la concentración de los ingresos del streaming en manos de pocos actores sigue siendo un desafío. A pesar de que Brasil es uno de los países con mayor cantidad de usuarios de plataformas de streaming, los artistas a menudo luchan para monetizar esta presencia de manera efectiva. Los sellos independientes brasileños han comenzado a explorar alternativas como Twitch y Patreon para diversificar sus fuentes de ingresos, pero sigue existiendo una fuerte dependencia de las actuaciones en vivo y las ventas de merchandising para generar ingresos sustanciales. La profesionalización de la gestión digital es vista como un camino clave para asegurar un futuro sostenible para la industria independiente en Brasil. Por otro lado su capacidad de autoorganización y asociación entre diversos actores le ha permitido identificar las claves de crecimiento fomentando una gran innovación para el desarrollo de nuevos negocios en la música.



Chile

En Chile, la industria musical independiente se encuentra en un estado de efervescencia creativa. El país ha sido un pionero en la región en cuanto a la adopción de plataformas de distribución digital, permitiendo que los artistas autogestionados y sellos independientes puedan alcanzar audiencias globales. Una de las razones de este éxito se debe al incentivo por parte del mundo público y privado para el desarrollo de la infraestructura productiva y de exportación de la industria. Reflejo de esto es la consolidación de más de 10 años de la asociación de sellos independientes y un apoyo de fondos concursables que permite innovar y desarrollar oferta exportable. Sin embargo, las brechas sobre monetización digital siguen siendo un obstáculo importante. A pesar de que la mayoría de los músicos chilenos han logrado generar ingresos a través de la distribución digital, los márgenes de ganancia siguen siendo modestos, con muchos artistas dependiendo en gran medida de las actuaciones en vivo y otros ingresos fuera de la distribución digital para sostener sus carreras. Este informe destaca la necesidad de consolidar los beneficios de la consolidación del ecosistema en un aumento de los ingresos y por ende de inversión para escalar resultados.



Colombia

Colombia se consolida como un laboratorio musical en América Latina, donde la independencia artística se combina con una rica herencia cultural y el uso creciente de tecnologías digitales. Destaca por exportar artistas que fusionan géneros tradicionales con propuestas contemporáneas, ganando atención global. Este dinamismo impulsa festivales independientes, circuitos de música en vivo y un ecosistema que fomenta la innovación artística. Su diversidad cultural, presente en cada región, favorece la descentralización del circuito musical, ampliando audiencias y fortaleciendo oportunidades. Sin embargo, enfrenta retos como la falta de apoyo estructural para artistas emergentes, y concentración en géneros comerciales. Aun así, alianzas entre sellos, colectivos, universidades y el sector privado han promovido la profesionalización, posicionando a Colombia como un referente en identidad cultural y crecimiento sostenible de la música independiente.

 Costa Rica

Costa Rica presenta un escenario mixto en cuanto a su industria musical independiente. Con un mercado en desarrollo, los artistas costarricenses han encontrado en la distribución digital una herramienta esencial para superar las barreras geográficas y culturales que históricamente los han limitado. No obstante, al igual que en otras partes de Latinoamérica, el conocimiento sobre la gestión y monetización de la música digital sigue siendo limitado. Los sellos discográficos independientes juegan un rol clave en educar a los artistas sobre las mejores prácticas de distribución y en proporcionarles acceso a plataformas que les permitan mejorar su visibilidad. El número de artistas que generan ingresos mediante la música grabada es relativamente bajo, lo que pone en evidencia la necesidad de fortalecer la infraestructura local para apoyar a los artistas emergentes en su transición hacia la economía digital. A pesar de estas dificultades, la estabilidad económica del país y el apoyo público y privado para el desarrollo del ecosistema y una gran calidad artística evidencian un escenario positivo para los próximos años.

 Ecuador

En Ecuador, el ecosistema musical independiente está en plena expansión, impulsado en gran medida por un creciente interés en las plataformas de streaming y una expansión internacional en el mercado latino. La consolidación de bandas emergentes en el mercado internacional permite vislumbrar un desarrollo acelerado de su industria. Sin embargo, la falta de conocimiento en torno a la cadena de valor digital junto a una mejora en los apoyos público y privados para el desarrollo del ecosistema es uno de los principales retos que enfrentan los músicos y sellos ecuatorianos. A pesar de que más del 80% de los artistas en el país tienen presencia en plataformas digitales, solo un pequeño porcentaje logra monetizar esta presencia de manera efectiva. En muchos casos, los ingresos generados a través de la música digital representan apenas un 15% del total, lo que refleja la urgencia de mejorar las estrategias de marketing y monetización digital. Por otro lado, existe una gran oportunidad en la generación de derechos en la música en vivo y de la circulación nacional que depende que los gobiernos centrales y locales concentren sus esfuerzos en contratar músicos ecuatorianos emergentes, lo cual podría impulsar económicamente la inversión de músicos y sellos en su estrategia de internacionalización.

 México

México es el mercado musical más grande de América Latina, y esto incluye un robusto sector independiente que ha logrado posicionarse tanto a nivel nacional como internacional. El país cuenta con una rica tradición de festivales de música independiente, lo que ha permitido a muchos artistas desarrollar carreras exitosas sin depender de sellos tradicionales. El streaming ha jugado un papel fundamental en el crecimiento de la industria mexicana, y las plataformas han ayudado a conectar a los artistas con audiencias globales. Ejemplo de ello es lo que ha sucedido con géneros de origen tradicional mezclados con géneros urbanos como el regional mexicano. Sin embargo, persisten retos en términos de infraestructura digital y acceso a recursos para monetizar la música de manera sostenible. Los sellos independientes, aunque cada vez más sofisticados, siguen enfrentando desafíos relacionados con la competencia de los grandes sellos y la gestión de derechos en el entorno digital.

 Paraguay

Paraguay, a diferencia de sus vecinos, cuenta con un ecosistema musical más reducido pero desarrollando una estructura estable gracias a la alianza entre diferentes actores públicos y privados. Un número significativo de los artistas paraguayos que participaron en este estudio demuestran una profesionalización acelerada en el uso de distribuidoras digitales locales. A pesar de esto, los ingresos generados a través de la música digital siguen siendo bajos, con la mayoría de los artistas dependiendo de las actuaciones en vivo como su principal fuente de ingresos. Paraguay muestra el potencial de desarrollo, pero este está vinculado directamente a la capacidad de los sellos y artistas de adaptarse a las realidades del mercado digital global. La colaboración con las distribuidoras locales, el Estado y la creación de estrategias conjuntas con actores internacionales se perfilan como elementos esenciales para el crecimiento de la industria en este país, y se vislumbra un crecimiento acelerado para los próximos años de la mano de esta estrategia.

Fuentes y referencias bibliográficas

1. Encuestas de campo:

Datos recopilados a través de encuestas en línea administradas en Chile, Costa Rica, Ecuador y Paraguay, 2023 y 2024.

2. Entrevistas a sellos independientes:

Entrevistas detalladas con sellos en Argentina, Brasil, Colombia y México realizadas durante el primer semestre de 2024.

3. Literatura y estudios previos:

📖 **IFPI (International Federation of the Phonographic Industry).** *Global Music Report 2023: State of the Industry*. IFPI, 2023. Disponible en: <https://www.ifpi.or>

📖 **Midia Research.** *Recorded music market 2023 - Back to life*. Midia Research 2024. Disponible en: <https://www.midiaresearch.com/reports/recorded-music-market-2023-back-to-life>

📖 **Goldman Sachs.** *Music in the Air: Focus on monetisation, emerging markets and AI; updating global music industry forecasts*. Goldman Sachs, 2024. Disponible en: <https://www.goldmansachs.com/pdfs/insights/pages/music-in-the-air--focus-on-monetisation,-emerging-markets-and-ai--updating-global-music-industry-forecasts-f/music-redaction.pdf>

📖 **CAPIF (Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas).** *Informe de la música argentina 2024*. CAPIF, 2024. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1HEWisJqHfr_8Y4KOFwC3f665TeDtcBQX/view

