



OBSERVATORIO DIGITAL DE LA MÚSICA CHILENA

Informe Caracterización de la Industria musical Chilena 2021

HACIA UN ECOSISTEMA DE LA MÚSICA

Proyecto apoyado por

CORFO



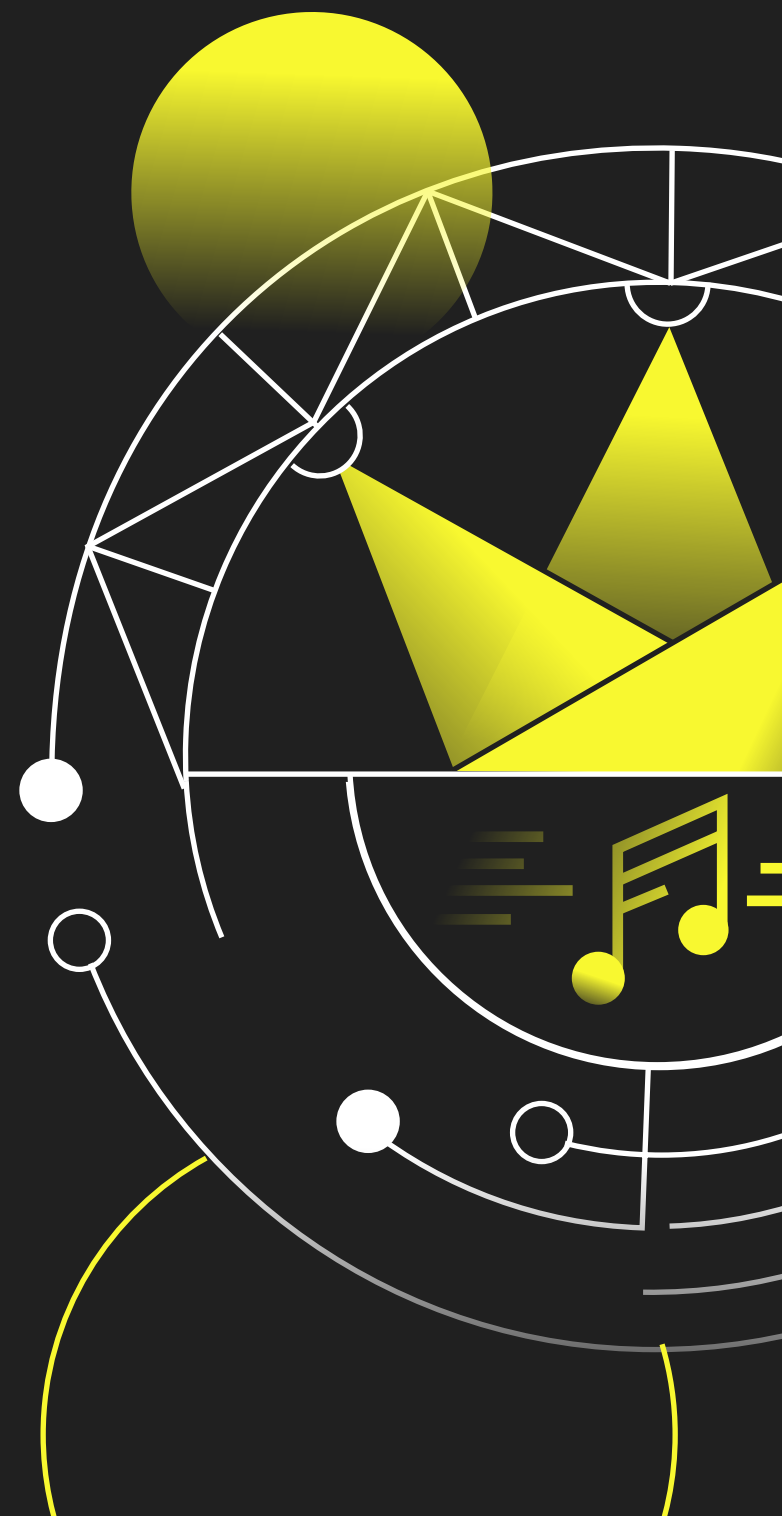


OBSERVATORIO DIGITAL DE LA MÚSICA CHILENA

CAPÍTULO 2:

Música en Vivo

MARZO 2021_ Investigadores ODMC: **Cristóbal Dañobeitia_ Benjamín Coloma_ Andrea Hoces_ Javier Villanueva_** Investigadores Chile Creativo: **Felipe Mujica_ Patricio Le Cerf_** Diseño de diagramación: **Sobrenombre_**

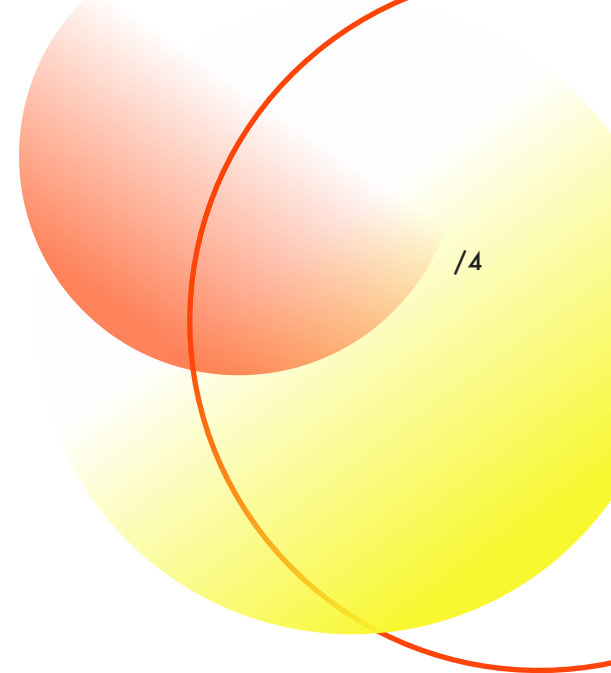




CAPÍTULO 2:

Este capítulo fue realizado de manera colaborativa entre el Observatorio Digital de la Música Chilena (ODMC) y el programa estratégico nacional de Economía Creativa: Chile Creativo. Cuenta con el apoyo de diversos profesionales que permitieron que hoy logremos caracterizar el estado de uno de los sectores más importantes del ecosistema musical y más afectados por la crisis sanitaria; la música en vivo y espectáculos. Queremos agradecer a todas las organizaciones y empresas que aportaron con información para esta caracterización, particularmente productoras de todos los tamaños, expendedores de boletos, recintos y especialmente a la Asociación Gremial de Empresas Productoras de Espectáculos de Entretenimiento y Cultura: AGEPEC por su compromiso.

Esperamos que esta sea una iniciativa que se pueda replicar año tras año con el objetivo de identificar cómo se comportará esta industria tras una potencial reactivación sumando más actores del medio a esta medición.



OBSERVATORIO DIGITAL DE LA MÚSICA CHILENA



Proyecto apoyado por

CORFO





OBSERVATORIO DIGITAL DE LA MÚSICA CHILENA

Socios



CAPÍTULO 2:

El Observatorio Digital de la Música Chilena

El Observatorio Digital de la Música Chilena (ODMC) nace el año 2018 como uno de los proyectos priorizados dentro de la Hoja de Ruta del Programa Estratégico Nacional de Economía Creativa, Chile Creativo. Es financiado hasta el 2021 por el Fondo de Bienes Públicos de InnovaChile (CORFO).

La iniciativa surge a partir del esfuerzo conjunto de distintas entidades pertenecientes al sector público

y privado. Es patrocinada por Mustach, gremio de empresas de tecnología en la música, y desarrollada por Embodied, organización especializada en estudios. Cuenta con la co-ejecución de la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) e IMICHILE el gremio de la industria musical independiente. A su vez este proyecto cobra relevancia al ser mandatado por el Fondo de la Música del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio del Estado de Chile.

INTRODUCCIÓN /6

El nacimiento del ODMC responde a las brechas de inteligencia de mercado para el subsector de la música, y su objetivo principal es poner a libre disposición un sistema de información continua respecto a la industria de la música en Chile, lo que a su vez responde a la necesidad de incentivar y desarrollar una cultura de registro digital que permita orientar la toma de decisiones de los actores que componen el ecosistema.

Es a partir de lo anterior que el ODMC se propone realizar una serie de acciones y elaborar distintos productos, entre los cuales se enmarca este primer informe de caracterización de la industria de la música chilena, que busca repetirse año a año, con el objetivo de fortalecer y visibilizar una economía basada en la creatividad, que a su vez promueve la identidad cultural y el bienestar social a través de bienes materiales e inmateriales.

Contexto Internacional

A decorative graphic consisting of a large yellow circle, a smaller red circle, and a thin black circle that overlaps the yellow one. A thin black diagonal line runs from the top right towards the center, passing through the red circle and the yellow circle.

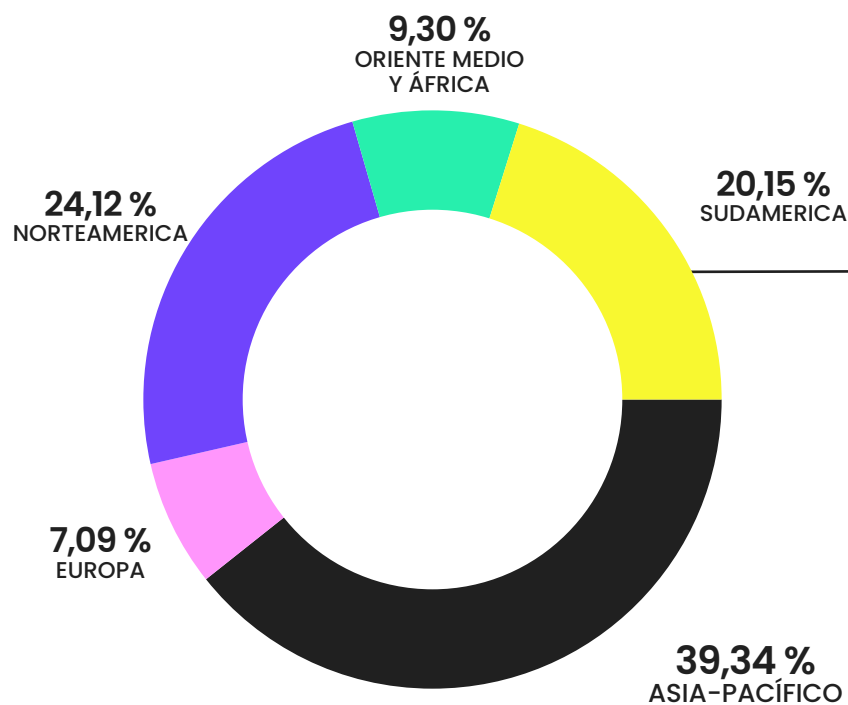
La música en vivo ha tenido un aumento sostenido en los últimos años. En 2019, los ingresos de este sector sumaron cerca de 28.000 millones de dólares a nivel mundial, principalmente gracias al crecimiento de dos regiones: Norteamérica y Asia-Pacífico.

Como se observa en el gráfico 1, en el año 2019 la región del Asia-Pacífico se convirtió en el mercado de mayor peso dentro de esta industria, representando

aproximadamente el 39,3% del total del mercado global.

Por su parte, Norteamérica sigue siendo un actor importante con una cuota de mercado superior al 24% en 2019. En este contexto, Estados Unidos es el país que más vendió música en vivo con 8.500 millones de dólares al cierre del 2019. Esto gracias a grandes festivales como Coachella, Lollapalooza, entre otros grandes eventos desarrollados en este país (TechNavio, 2020).

GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL MERCADO DE LA MÚSICA EN VIVO A NIVEL MUNDIAL EN 2019, POR REGIÓN



MÉXICO
2019



\$ 182
MILLONES
DE DÓLARES
VENTA DE
ENTRADAS

En tercer lugar aparece Sudamérica, que concentra el 20,15% del mercado de la música en vivo. Este mercado está liderado por México que el 2019 acumuló ingresos por venta de entradas de aproximadamente 182 millones de dólares anuales, situándose en el lugar número 20 a nivel mundial (IQ, 2019).

Fuente: TechNavio 2020

Caracterización general de la Industria Nacional



De acuerdo al Informe Anual de Estadísticas Culturales 2019, realizado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP), entre los años 2015 y 2019 se realizaron 23.436 conciertos en Chile con un promedio anual de 4.687 y llegándose a realizar, el año 2018, 5.073 eventos en todo el país. Por su parte, del total de conciertos realizados entre estos años, un 68,2% corresponde a conciertos de música popular y el resto a conciertos de música docta.

En el **gráfico 2** se observa que entre los años 2015 y 2019 se contabilizaron más de 15,5 millones de asistentes a espectáculos de música en vivo, y un aumento de 14,5% entre los años 2015 y 2018 y un promedio anual de 3.1 millones de asistentes, aproximadamente.

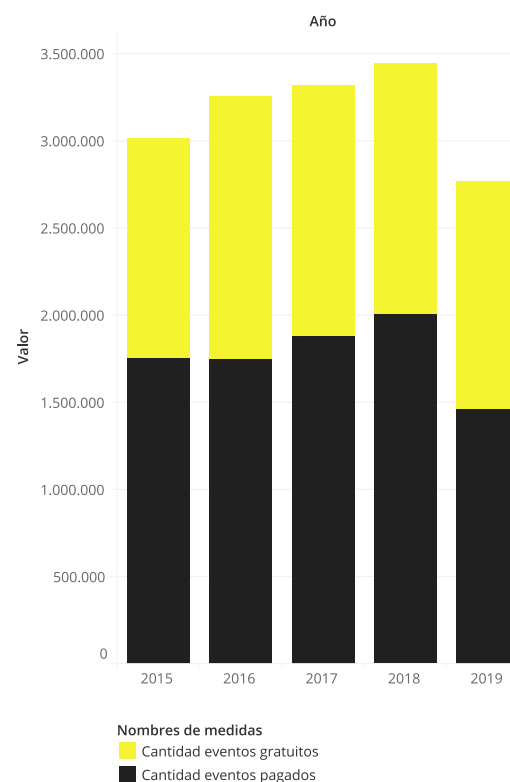
Entre 2014 y 2015, las audiencias se redujeron en casi un 10%, producto de una disminución del 18% en la cantidad de conciertos gratuitos realizados en el país en esos años (INE, 2018). A pesar de la fuerte

caída del año 2015, se observa una recuperación del sector, que en 2018 movilizó a 3,5 millones de personas. Posteriormente, probablemente debido a la crisis social de octubre del año 2019, se observa una caída de casi un 20% entre los años 2018 y 2019.

Al realizar un análisis por sector geográfico, se puede ver en el **gráfico 3** que en el año 2018 la Región Metropolitana acumuló un 54% de los asistentes a conciertos en el país, seguido por la Región del Biobío con y la Región de Valparaíso, ambas con un 11%.

La Región Metropolitana lideró en cantidad de conciertos pagados, concentrando un 77% de los asistentes a nivel nacional. Este porcentaje se explica por la presencia de eventos de gran escala, como Lollapalooza, por ejemplo, evento al que asistieron cerca de 250 mil personas en el año 2019.

GRÁFICO 2: ASISTENTES A EVENTOS DE MÚSICA EN VIVO POR AÑO (2015 - 2019)

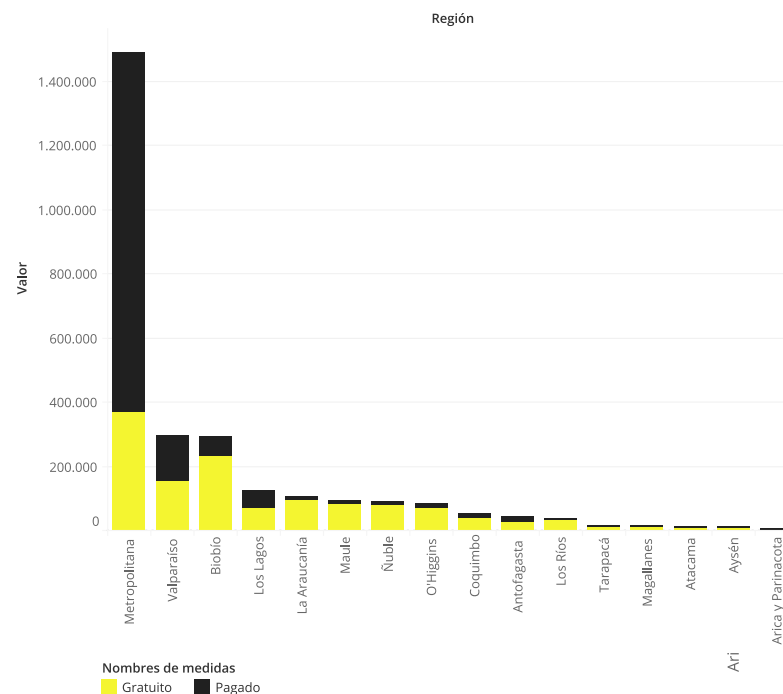


Fuente: Elaboración propia en base a datos del Informe anual de estadísticas culturales 2019

Sin embargo, si se observan únicamente los eventos gratuitos, la Región Metropolitana representa tan solo un 29%, mientras que BioBío y Valparaíso aumentan su participación a 18% y 12%, respectivamente.

En algunas regiones, la cantidad de asistentes a eventos gratuitos es considerablemente mayor que la asistencia a eventos pagados. De este modo, se puede ver que en las regiones de Arica y Parinacota (93%), O'Higgins (84%), La Araucanía (89%), Los Ríos (79%), Ñuble (87%) y El Maule (87%), casi la totalidad de la asistencia a eventos en vivo es por modalidad gratuita. Esto último puede atribuirse a la proliferación de festivales de verano que se realizan en la mayoría de las localidades de dichas regiones, lo que marca un llamativo carácter estacional en el comportamiento de la industria de la música en vivo.

FIGURA 3: ASISTENTES A ESPECTÁCULOS DE MÚSICA EN VIVO POR REGIÓN.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Estadísticas Culturales, Informe Anual 2019

Estudio del sector de producción y espectáculos:

Empresas productoras y ticketeras

A continuación, se presentan los resultados de un estudio de caracterización de la industria de producción de espectáculos en Chile. Para esto se realizó una encuesta a 23 principales empresas productoras de eventos en vivo y ticketeras del país.

Para este estudio se consideraron espectáculos escénicos como la música, shows infantiles, magia, comedia, entre otros. Por tal motivo, se incluyeron eventos de las siguientes características:



Se excluyeron del foco de este estudio los eventos deportivos, corporativos, religiosos y actos políticos, así como aquellas empresas que no tienen una presencia permanente en la industria.

Encuesta

Como se mencionó anteriormente, en esta encuesta se logró la respuesta de 23 empresas, entre productoras de eventos y ticketeras. Para llegar a esa cantidad, se comenzó analizando una lista de más de 500 actores del sector. De este grupo se seleccionó, debido a la magnitud de sus eventos e importancia en el mercado, a 42 de ellas para aplicarles la encuesta online. Así, luego de 2 meses, se logró obtener las respuestas de un 54,7% de las empresas encuestadas.

Cabe destacar que con los resultados obtenidos se obtuvo un alto porcentaje del volumen de ventas de la industria de la producción de eventos de música en

vivo. Sin embargo, hay que tener en consideración que esta es sólo una muestra del sector y los resultados deben analizarse teniendo en el entendido que estos no capturan la totalidad de esta industria.

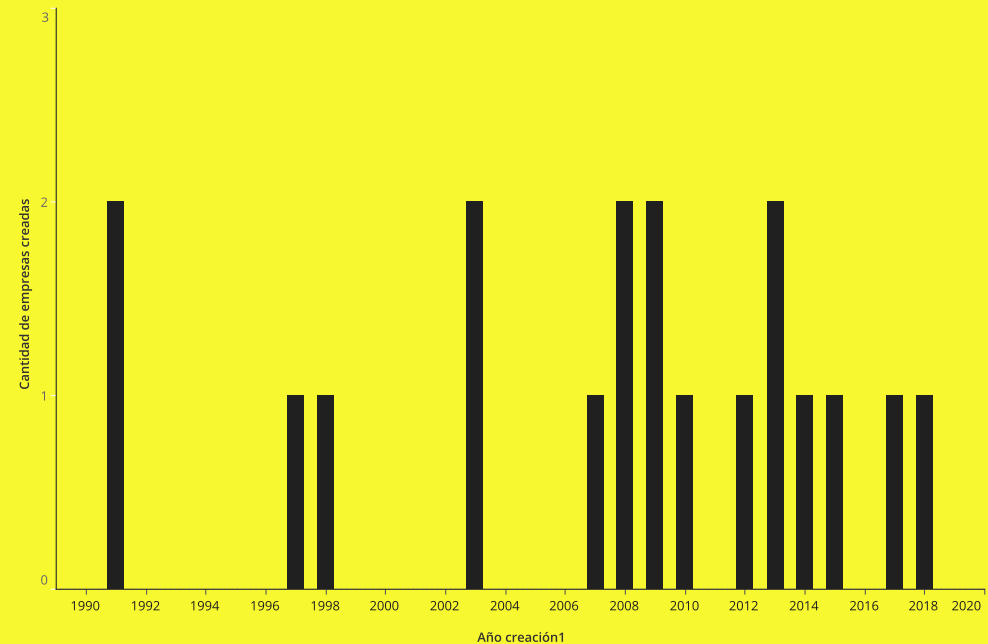
Teniendo esto en consideración, los resultados que mostramos a continuación son un primer avance para caracterizar la industria de espectáculos en vivo, y, por lo tanto, esperamos poder en próximas investigaciones captar a una mayor cantidad de agentes afines, que se acerquen a la totalidad de la industria,

Resultados

En la **figura 4** se observa el año de creación de las empresas productoras de eventos en vivo. Casi un tercio de ellas se creó entre los años 1990 y 2006, habiendo grandes espacios temporales entre unas y otras, mientras que entre 2006 y 2018 se formó la gran mayoría de empresas en un lapso de tiempo muy estrecho entre una empresa y otra.

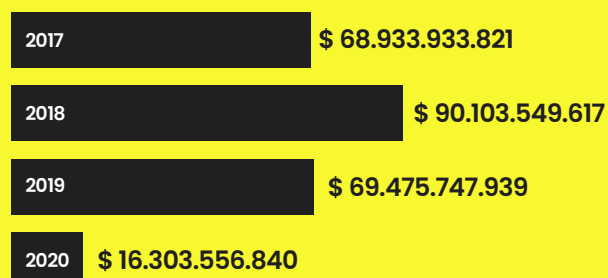
Esto último nos habla de una industria más o menos nueva y emergente que en dos décadas logró posicionarse con mayor fuerza en nuestro país. Esto probablemente ocurre debido a los cambios culturales en nuestra sociedad y gracias al crecimiento económico producido en esos años en Chile, lo que impactó positivamente la capacidad de consumo de las personas; y, por lo tanto, la disposición a consumir espectáculos en vivo.

FIGURA 4: AÑO DE CREACIÓN DE PRODUCTORAS



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo

FIGURA 5: FACTURACIÓN TOTAL ANUAL 2017–2020 EMPRESAS PRODUCTORAS

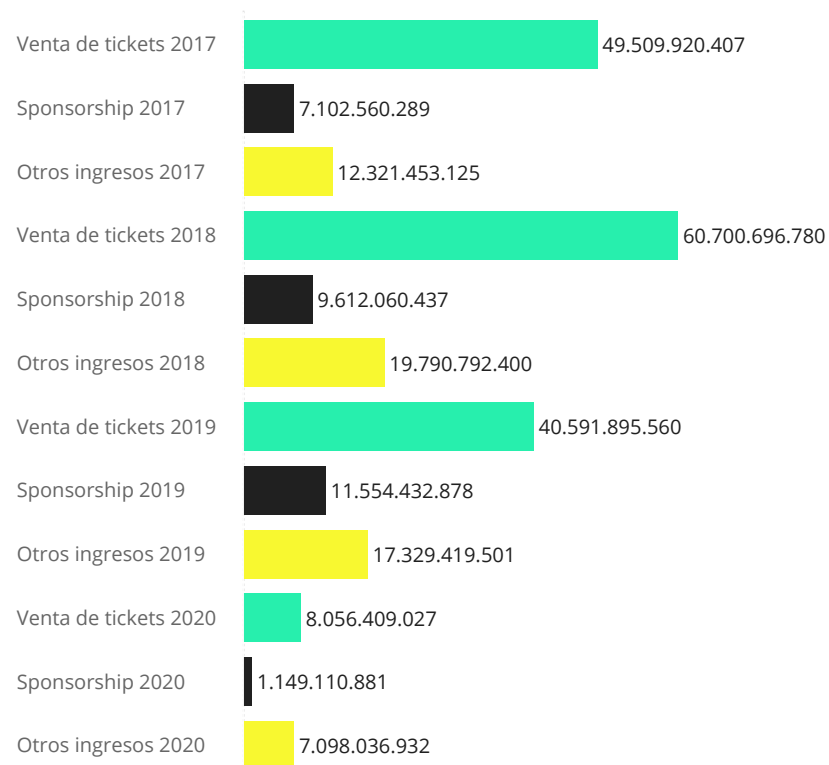


Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo

En la **figura 5** se observa la facturación de las empresas productoras entre los años 2017 y 2020. En el año 2018 se reportan las mayores ventas de los últimos 4 años, con una facturación total de 90 mil millones de pesos, un 30,7% mayor que las ventas del año 2017.

Los ingresos del año 2018, tal como se observa en la **figura 6**, se componen en un 71,8% por venta de tickets, 10,3% por sponsorship y 17,9% por “otros ingresos”.

FIGURA 5.1: FACTURACIÓN ANUAL DESAGREGADA 2017–2020 EMPRESAS PRODUCTORAS



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020

Si nos detenemos aquí para observar el porcentaje de los ingresos provenientes de la venta de boletos en Chile en comparación al resto del mundo, se puede ver que nuestro país tiene una proporción levemente mayor que la observada a nivel mundial.

Según la información recolectada a nivel internacional, en los años 2017 y 2018, del total de ingresos provenientes de los espectáculos de música en vivo, un 79% provenía de la venta de boletos, un número levemente mayor que el observado en esta encuesta. Sin embargo, cabe destacar que en los datos internacionales sólo se consideran ingresos por venta de boletos e ingresos por sponsorship. Por lo tanto, si en nuestro país sólo consideramos estos dos ingresos, es decir, no consideramos "otros ingresos", el porcentaje

proveniente de la venta de boletos aumenta a un 87% el año 2017 y un 86% en el año 2018.

Si continuamos mirando la **figura 5**, se observa una importante caída en las ventas en los años 2019 y 2020, probablemente producto de la crisis social de octubre de ese año y la posterior crisis sanitaria COVID-19 del año 2020. Específicamente, entre los años 2018 y 2019, se observa una fuerte caída de un 22,9% y posteriormente en el año 2020 una caída adicional de 76,5%.

Como era de esperar, la caída en las ventas producidas en los años 2019 y 2020, se deben principalmente a una baja en la venta de entradas, que entre los años 2018 y 2020 cayeron más de 52 mil millones de pesos, es decir, un 86,7% en sólo dos años (**figura 5.1**).

Por su parte, los ingresos por sponsorship caen un 90% entre los años 2019 y 2020, es decir, una caída de más de 10 mil millones de pesos.

Cabe destacar, como se observa en la **figura 6**, que los ingresos del año 2020 provienen en sólo un 49,4% de la venta de entradas. Es decir, son “otros ingresos”, diferentes a la venta de boletos los que sostienen la industria en el año 2020. Cuando hablamos de “otros ingresos”, estos se componen principalmente por la venta shows de artistas, vale decir, cuando una productora vende el show de un músico a otra y recibe un monto fijo por esto. En este caso, la productora dueña del show no recibe ingresos de la venta de entradas y por lo tanto este ingreso entra en la categoría de “otros ingresos”.

Al observar las ventas reportadas por las ticketeras en la **figura 7**, se ve una caída entre los años 2018 y 2020 de 83,5%, la misma reportada por las empresas productoras. No obstante, hay una serie de datos que llaman la atención. Por un lado, se observa una caída en las ventas entre los años 2017 y 2018 y un aumento de ventas reportado en el año 2019, lo que difiere de los

FIGURA 6: COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS

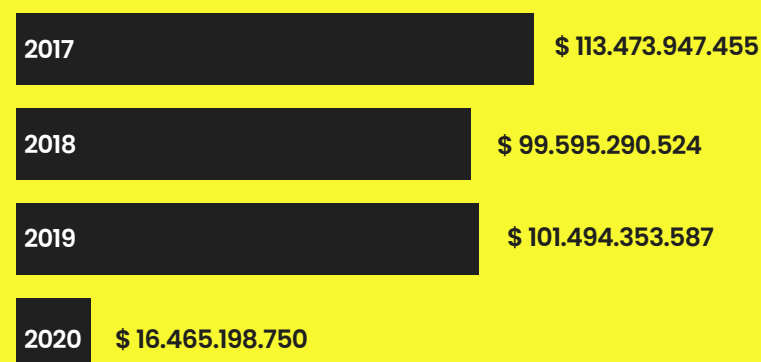
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|
| VENTA TICKETS | 71,8% | 67,4% | 58,4% | 49,4% |
| SPONSORSHIP | 10,3% | 10,7% | 16,6% | 7,0% |
| OTROS | 17,9% | 22,0% | 24,9% | 43,5% |

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020

movimientos observados en la **figura 5**. Por otro lado, a diferencia de lo que se observaba en las empresas productoras, en el 2019 se observa un aumento en las ventas de entradas.

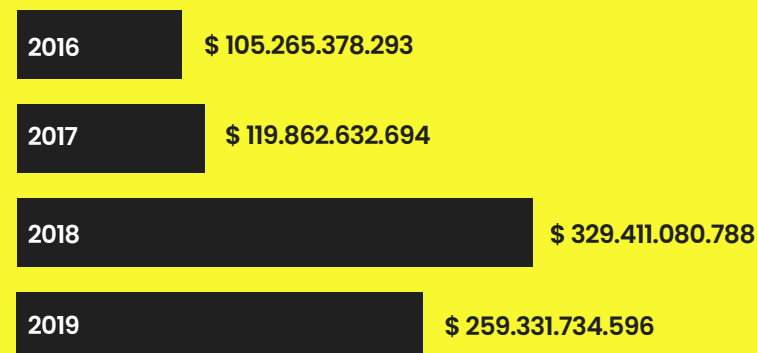
Una explicación para las diferencias reportadas entre la **figura 5 y 7** es que existen eventos en la que participan ticketeras, junto a productoras que no fueron catastradas en esta encuesta.. Otra posible explicación, es que en el año 2019 se vendieron boletos para eventos muy importantes que iban a realizarse durante el año 2020. En dicho caso, las ticketeras reconocerían los ingresos por esta venta, no obstante, las productoras a cargo de la realización de esos eventos no reconocerían dichos ingresos debido a la suspensión o postergación de estos espectáculos.

FIGURA 7: FACTURACIÓN ANUAL 2017-2020 TICKETERAS



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020

FIGURA 8: VENTAS TOTALES CÓDIGO 900001 (SERVICIOS DE PRODUCCIÓN DE OBRAS DE TEATRO, CONCIERTOS, ESPECTÁCULOS DE DANZA, OTRAS PRODUCCIÓN ESCÉNICAS).



Fuente: Elaboración propia en base a datos del SII 2019.

Adicionalmente, hay que destacar que, con estos datos se capturaron las ventas de las principales ticketeras del país y por ello un alto porcentaje de las ventas totales de los espectáculos en vivo en los últimos cuatro años. Sin embargo, hay que tomar en consideración que estos datos toman en cuenta todos los espectáculos y es difícil saber cuánto de estas ventas son producto de la realización de espectáculos de música en vivo. Esto se verá más adelante en este informe.

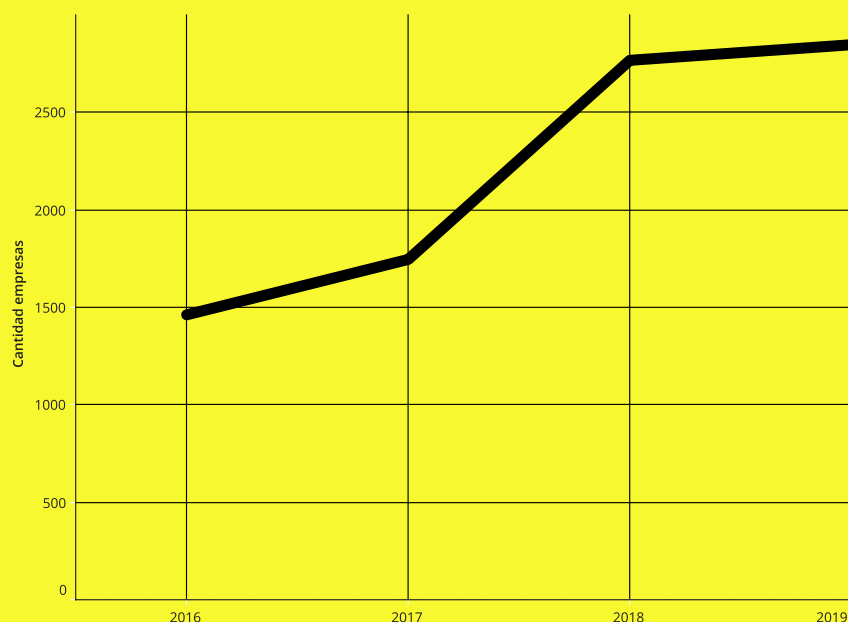
En el estudio, se consultó a las productoras el código de actividad económica utilizado en su declaración de impuestos. A partir de esta información, se corrobora que un 93% de los encuestados utiliza el código 900001 (servicios de producción de obras de teatro, conciertos, espectáculos de danza, otras producción escénicas).

La información del SII actualizada hasta el 2019 para este código se puede apreciar en la **figura 8**.

Claramente los valores totales son significativamente mayores a los obtenidos por esta encuesta dado que corresponde a la información de un total de 2.800 empresas (**figura 9**). Sin embargo, es interesante observar que la caída de 21% entre el 2018 y 2019 es consistente con la encontrada en nuestra encuesta.

Cabe destacar que en este código de actividad económica pueden existir empresas que realizan actividades distintas a la producción de espectáculos de música en vivo, o posiblemente existan empresas productoras que no utilizan este código. Es por ello que esta información debe considerarse sólo como un primer acercamiento a la magnitud del sector, y no como

**FIGURA 9: CANTIDAD EMPRESAS CON EL CÓDIGO 900001
(SERVICIOS DE PRODUCCIÓN DE OBRAS DE TEATRO, CONCIERTOS,
ESPECTÁCULOS DE DANZA, OTRAS PRODUCCIONES ESCÉNICAS)**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del SII 2019.

un valor definitivo de los montos de ventas generados por las empresas productoras de música en vivo.

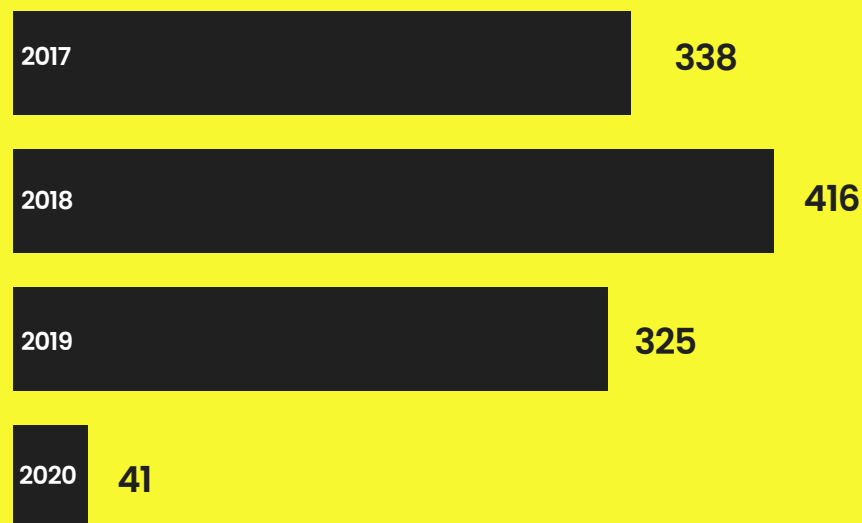
De esta misma información del SII, obtenemos que del total de empresas que se reportaron como productoras de eventos en el año 2018, un 96,4% corresponden a empresas sin actividad, micro o pequeñas empresas y sólo un 0,9% a grandes empresas. Adicionalmente, se reportan 155 empresas productoras que facturan más de 10 mil UF anuales, es decir casi un 10% de las empresas activas. Considerando esto, podemos decir que este estudio captura aproximadamente el 12% de ese universo y un 27% de las ventas totales del sector.

Tal como se mencionó anteriormente, hay que destacar que, dentro del código utilizado para obtener estos datos, pueden existir empresas que

desarrollen una actividad distinta a la realización de eventos en vivo, pero que aún así utilizan este código. Por esta razón, es posible que el porcentaje de participación de las productoras encuestadas sea mayor al reportado en el párrafo anterior.

Si ahora miramos la cantidad de eventos realizados por las empresas productoras, observamos que es consistente con las ventas totales de estas empresas. Específicamente, en la **figura 10**, vemos que 416 eventos fueron realizados en el año 2018, un 23,1% mayor que los eventos reportados en el año 2017. Posteriormente, y como era de esperar, en el año 2019 y 2020 se reporta una caída significativa en la realización de eventos en vivo, aproximadamente una caída de un 90% en solo dos años.

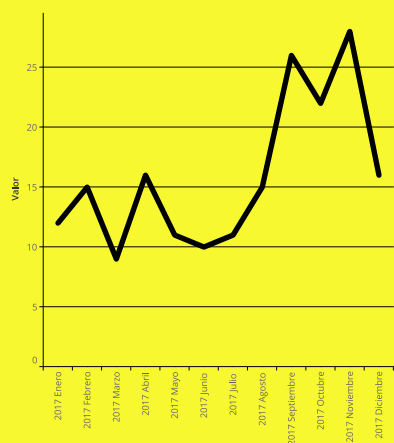
FIGURA 10: EVENTOS REALIZADOS 2017 - 2020 EMPRESAS PRODUCTORAS



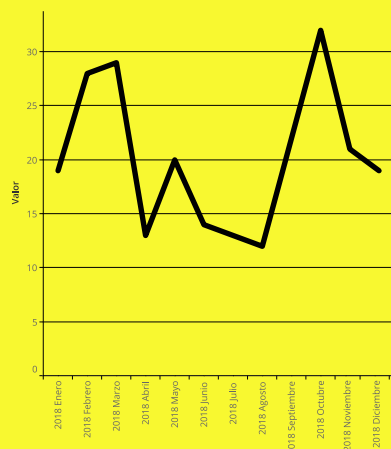
Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020

FIGURA 11: ESTACIONALIDAD: DISTRIBUCIÓN POR MES DE AÑOS 2017 - 2020.

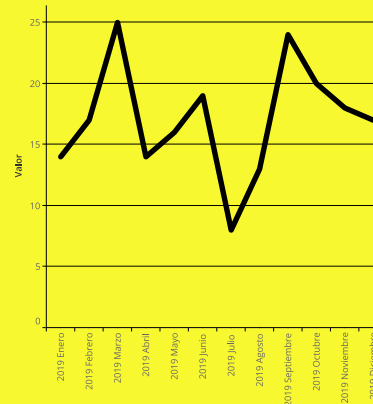
11.1 : AÑO 2017



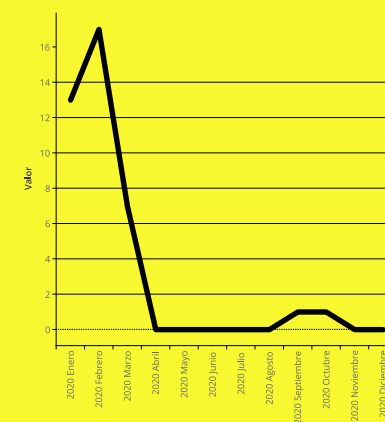
11.2 : AÑO 2018



11.3 : AÑO 2019



11.4 : AÑO 2020



A continuación, en la **figura 11**, se observa en detalle la realización de eventos entre los años 2017 y 2020.

En la **figura 11** observamos una estacionalidad similar para los años 2017 y 2018. En dichos años se aprecia un importante aumento en la realización de espectáculos,

específicamente entre los meses de septiembre y noviembre, llegando a un máximo de 28 eventos en el mes de noviembre año 2017 y de 32 en octubre año 2018.

Al observar el año 2019 observamos dos caídas importantes: la primera de ellas es un descenso

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020

más brusco que años anteriores en el invierno (particularmente en el paso de Junio a Julio); mientras que la segunda se da a fin de año y tiene directa relación con la crisis social vivida en Chile desde el mes de octubre. Este último descenso es significativo porque se enmarca en el período que pareciera ser más importante para el sector de producción de espectáculos en vivo.

Específicamente, en el mes de octubre del año 2019 se produce un 37,5% menos de eventos que los producidos en el mismo mes del año 2018. Esto pareciera explicar la razón de por qué el sector de producción de eventos en vivo se vio especialmente afectado por el estallido social.

Por último, respecto al año 2020, se aprecia un

fuerte impacto de la crisis sanitaria producida por el COVID-19, que afectó -oficialmente- a nuestro país desde el mes de marzo del año 2020. Desde el mes de abril las productoras encuestadas prácticamente no produjeron eventos en vivo. Es decir, los cerca de 40 eventos producidos en el año 2020 que observábamos en la figura 10 fueron únicamente realizados en los primeros 3 meses del año. Finalmente, se observan 2 espectáculos posteriores al mes de abril, específicamente en los meses de septiembre y octubre justamente el período en el cual se flexibilizaron las medidas de confinamiento.

En la **figura 12** podemos observar la territorialidad de los eventos realizados entre los años 2017 y 2020. Predeciblemente, en todos los años se observa un dominio de la Región Metropolitana que, en los

últimos 4 años, albergó un 64,4% de los eventos en vivo realizados en el país. Muy lejos se encuentran las regiones de Valparaíso y Biobío, que recibieron en los últimos años un 7,9% y un 6,9% de eventos, respectivamente.

Un dato que llama la atención es que de los pocos eventos producidos en el año 2020, éstos sólo se realizaron en la Región Metropolitana y en la Región de Valparaíso. Lo anterior probablemente sucede por las mayores facilidades que entregan estas regiones para la producción de eventos masivos, considerando el ya marcado centralismo de la industria musical chilena y la tendencia histórica de estas regiones a tener una mayor asistencia a espectáculos en vivo.

También es posible afirmar que ante el contexto de agitación social que se dio con posterioridad

FIGURA 12: DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL EVENTOS EN VIVO 2017- 2020

| Región \ Año | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Total |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| Arica y Parinacota | 0,0% | 1,0% | 0,7% | 0,0% | 0,6% |
| Tarapacá | 0,8% | 0,7% | 2,6% | 0,0% | 1,1% |
| Antofagasta | 2,0% | 3,1% | 2,6% | 0,0% | 2,6% |
| Región de Atacama | 1,2% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,9% |
| Región de Coquimbo | 2,0% | 3,8% | 3,9% | 0,0% | 3,2% |
| Región de Valparaíso | 7,7% | 8,4% | 7,2% | 11,1% | 7,9% |
| Metropolitana de Santiago | 64,8% | 60,6% | 69,3% | 88,9% | 64,4% |
| Libertador Gral. Bernardo O'Higgins | 7,3% | 2,4% | 1,3% | 0,0% | 3,9% |
| Región del Maule | 2,8% | 2,1% | 2,0% | 0,0% | 2,3% |
| Región de Ñuble | 0,8% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% |
| Región del Biobío | 6,9% | 7,7% | 5,9% | 0,0% | 6,9% |
| Región de La Araucanía | 1,6% | 2,4% | 2,0% | 0,0% | 2,0% |
| Región de Los Ríos | 0,4% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 1,0% |
| Región de Los Lagos | 0,8% | 2,1% | 2,0% | 0,0% | 1,6% |
| Aysén del Gral. Carlos Ibáñez del Campo | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,3% |
| Magallanes y de la Antártica Chilena | 0,8% | 0,7% | 0,7% | 0,0% | 0,7% |

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020

a Octubre de 2019, se haya tornado riesgoso para las productoras convocar eventos masivos ante el riesgo de desmanes, y por lo tanto, estas empresas hayan tomado la decisión de no realizar eventos fuera de la Región Metropolitana por el costo que ello conllevaba. Adicionalmente, algunas municipalidades, debido al contexto de agitación social, debieron suspender eventos de alta convocatoria que se iban a realizar durante el verano. Todo esto explicaría el descenso de espectáculos en regiones durante el verano del año 2020.

De todos modos, no podemos asegurar a ciencia cierta que en ninguna otra región se realizaron eventos en vivo durante el año 2020, pues siempre

está la posibilidad de que estos no hayan sido registrados por los participantes de nuestra encuesta. Por consiguiente, es altamente probable que se hayan realizado eventos en vivo autogestionados o de convocatoria muy local sin la participación de las productoras que participaron de esta encuesta.

Ahora, en la **figura 13**, observamos la composición de los eventos en vivo realizados en el país según las características de éstos. Aquí se puede ver el alto porcentaje de espectáculos realizados por las empresas encuestadas que corresponden a eventos de música (un 83% entre los años 2017 y 2020). Adicionalmente, se observa que este porcentaje ha ido en aumento en los últimos 4 años.

FIGURA 13: DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL EVENTOS EN VIVO 2017- 2020

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Total 17 - 20 |
|---------------------------------|------|------|------|------|------------------|
| % música | 79% | 80% | 85% | 97% | 83% |
| % gratuitos | 9% | 13% | 12% | 33% | 13% |
| % techado | 74% | 72% | 73% | 69% | 73% |
| % headliner chileno | 35% | 33% | 37% | 45% | 36% |
| % televisados | 3% | 4% | 3% | 13% | 4% |
| % streaming | 0% | 0% | 1% | 49% | 3% |
| % con inversión publicitaria | 53% | 56% | 64% | 85% | 60% |

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020

Si utilizamos el porcentaje de eventos de música realizados el año 2018 (79,9%) para calcular aproximadamente el monto de las ventas que se relacionan a eventos exclusivamente de música en vivo, llegamos a un valor de casi 72 mil millones de pesos. Si a modo de aproximación, asumimos este mismo porcentaje para las ticketeras, obtenemos un monto cercano a los 80 mil millones de pesos en ventas de música en vivo el año 2018.

Por su parte, los eventos de música donde el artista principal es chileno fueron un 36% entre los años 2017 y 2020, con un máximo de 45% en el año 2020. Probablemente el aumento producido entre los años 2017 y 2019 es producto de un auge de la industria musical chilena; sin embargo el incremento del año 2020 posiblemente se generó por la dificultad de traer artistas extranjeros como consecuencia de la pandemia.

Otro valor que llama la atención es el alto porcentaje de eventos vía streaming durante el año 2020 (48,7%). Esto probablemente se generó como consecuencia de las medidas de confinamiento, que obligaron a los artistas y productoras a reemplazar sus eventos con público presencial por eventos transmitidos vía web.

Aquí cabe destacar que, como vimos anteriormente, no se realizaron eventos desde abril en adelante, por lo que posiblemente en las **figuras 11 y 12** sólo se reportaron los eventos presenciales (ejemplo: empresa reporta 10 eventos streaming, pero ninguno cuando se le pregunta por eventos mensuales).

Ante este escenario, se abre el desafío respecto a la contabilización de eventos transmitidos por streaming. Si bien el streaming no es algo que

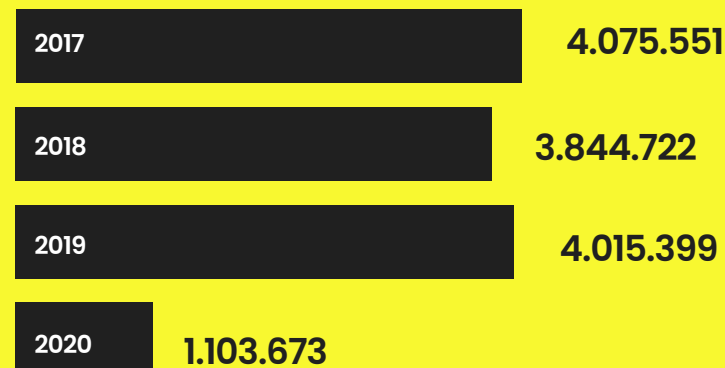
se haya originado en contexto de pandemia, si es cierto que su masificación obedece al confinamiento y la imposibilidad de asistir a eventos presenciales. En vista de ello, cabe preguntarse si es posible considerar al evento en streaming como música en vivo o si en su particularidad es más preciso generar una categoría exclusiva para contabilizar eventos de dicha modalidad.

De la mano con lo anterior, en el 2020 aumenta significativamente el porcentaje de eventos financiados con inversión publicitaria. Esto probablemente se explica por la incapacidad de los artistas de cobrar altos montos en sus espectáculos vía streaming, lo que hace fundamental la búsqueda de otras fuentes de financiamiento como son la presencia de marcas en los eventos en vivo.

En la **figura 14** se ven los datos reportados por las principales ticketeras del país. Entre los años 2017 y 2020 se vendieron aproximadamente 13 millones de boletos para eventos en vivo en todo Chile, con un promedio de 3,9 millones entre los años 2017 y 2019. Es interesante destacar que entre los años 2017 y 2019 no existe una importante variación en la cantidad de tickets vendidos por las ticketeras. No obstante, en la **figura 14.1** observamos que el número de eventos donde participaron estas empresas, aumentó considerablemente en estos años. Esto quiere decir que el número de tickets por evento ha ido disminuyendo en los últimos años, tal como muestra la **figura 14.2**.

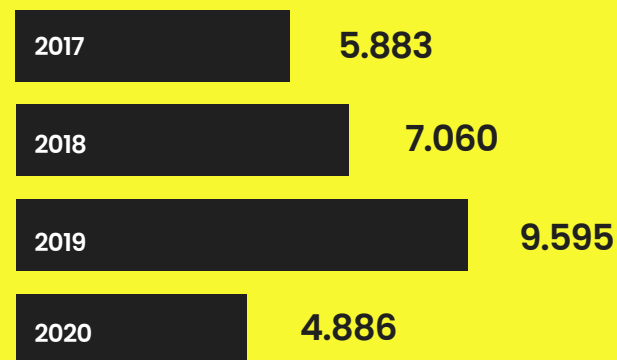
Naturalmente, cabe preguntarse la razón de esta caída. Una hipótesis es que a nivel nacional, cada año se

FIGURA 14: TICKETS VENDIDOS 2017 – 2020 TICKETERAS



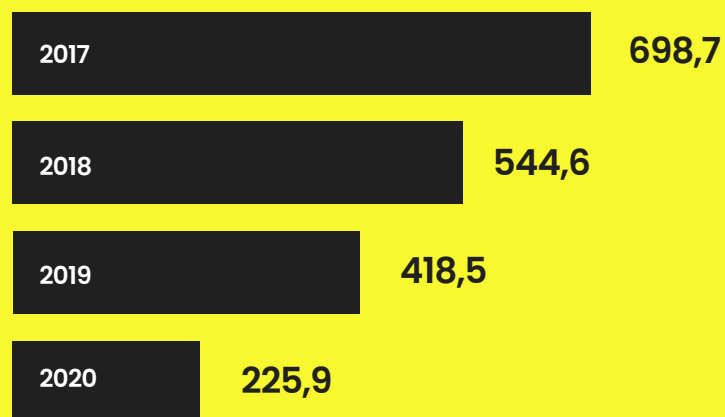
Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020

FIGURA 14.1: EVENTOS REALIZADOS 2017 – 2020 TICKETERAS



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020

FIGURA 14.2: VENTA DE BOLETOS POR EVENTO 2017 - 2020



Fuente: Elaboración propia en base a datos de estadísticas culturales informe anual 2018.

FIGURA 14.3: ASISTENTES PROMEDIO POR EVENTO ENTRE LOS AÑOS 2014 - 2018



Fuente: Elaboración propia en base a datos de estadísticas culturales informe anual 2018.

realizan espectáculos de menor tamaño. Esta hipótesis probablemente se descarta con la **figura 14.3**, donde se observa que los asistentes o el tamaño de los eventos no ha variado significativamente desde el año 2014.

Otra posible explicación más plausible a este fenómeno es la digitalización o formalización de los eventos en vivo en Chile. En otras palabras, posiblemente los eventos que anteriormente vendían tickets en las puertas de los espectáculos, ahora, con los avances de la tecnología y gracias a la digitalización de los procesos de venta de tickets, han logrado poner sus eventos en las grandes ticketeras

En la figura 15 vemos como gracias al aumento de las ventas de las productoras encuestadas, también aumentó la cantidad de empleados

de las productoras entre los años 2017 y 2018. Sin embargo, producto de la crisis social que comienza en el año 2019, el número de trabajadores cayó un 82,4% entre los años 2018 y 2020.

Se debe considerar que esta información se refiere a trabajadores contratados por las productoras en sus nóminas, es decir, que funcionan a tiempo completo. En otras palabras, no se están considerando todos aquellos trabajadores que se contratan, ya sea directamente por la productora o por los proveedores para cada evento. Por ejemplo, en un evento realizado en el Movistar Arena llegan a trabajar más de 800 personas y en un estadio pueden trabajar casi 2.500. Sin embargo, esta cantidad no se refleja en la figura 15, debido a que no son empleados contratados a tiempo completo por las productoras.

FIGURA 15: GRÁFICO TIPO DE CONTRATO

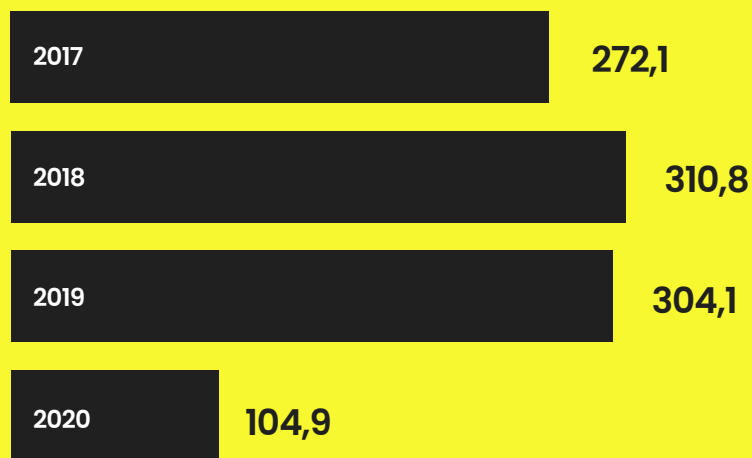
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|-------------|-------------|-------------|------------|
| Total con contrato de trabajo plazo fijo o indefinido | 133 | 160 | 158 | 89 |
| Total con contrato honorario | 1575 | 1717 | 1031 | 242 |
| Total trabajadores | 1708 | 1877 | 1189 | 331 |
| Trabajadores extranjero | 19 | 24 | 30 | 10 |

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020.

Adicionalmente, observamos un aumento progresivo en el porcentaje de trabajadores con contrato a plazo fijo, pasando de un 7,8% en el año 2017, a un 26,6% en el año 2020. Si nos centramos en los dos primeros años, el aumento en el porcentaje de trabajadores con contrato se debe probablemente a una formalización del sector. Sin embargo, los valores observados en el 2019 y 2020 se podría pensar que son producto de una fuerte caída en los trabajadores a honorarios (trabajo más flexible), que entre el 2018 y 2020 cayeron un 85%, casi el doble de la caída sufrida por los trabajadores con contrato. Con respecto a los trabajadores extranjeros, vemos que su porcentaje aumenta hasta llegar a un 3% en el año 2020.

A continuación, en la **figura 16**, vemos la cantidad de proveedores promedio por empresa productora. Lo

FIGURA 16: PROVEEDORES PROMEDIO POR EMPRESA PRODUCTORA (2017-2020)



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020.

primero que resalta es que la cantidad de proveedores anuales, depende directamente del número de espectáculos realizados en cada uno de los años. Así, el año 2018, las productoras encuestadas llegaron a tener **310,8** proveedores promedio por empresa. Sin embargo, debido a la caída en la cantidad de espectáculos en el año 2020, se aprecia una importante disminución en la cantidad de proveedores contratados por cada productora. Específicamente, entre los años 2019 y 2020 donde la cantidad de proveedores promedio por empresa cae un 66,2%.

Esta información evidencia que al no realizarse espectáculos de música en vivo, no sólo se ven perjudicadas las empresas productoras, sino que existe un amplio número de empresas y personas. De hecho entre los años 2017 y 2020 en promedio un 43% de

los proveedores de cada empresa corresponden a personas naturales), que dependen directamente de la realización de estos shows, y que debido a su no realización vieron considerablemente mermadas sus posibilidades de generar ingresos. Asimismo, cabe destacar que los números observados para el año 2020 de la **figura 16**, probablemente corresponden a proveedores que trabajaron en los eventos realizados en los primeros tres meses del año 2020, motivo por el cual muchas de esas empresas vieron reducidos considerablemente sus ingresos por más de 9 meses.

En línea con lo anterior, en la figura 17, observamos otro de los grupos que depende de la realización de espectáculos de música en vivo. Se trata de los autores y compositores que, en el año 2018, recibieron más de 2.500 mil millones de pesos por derechos de autor

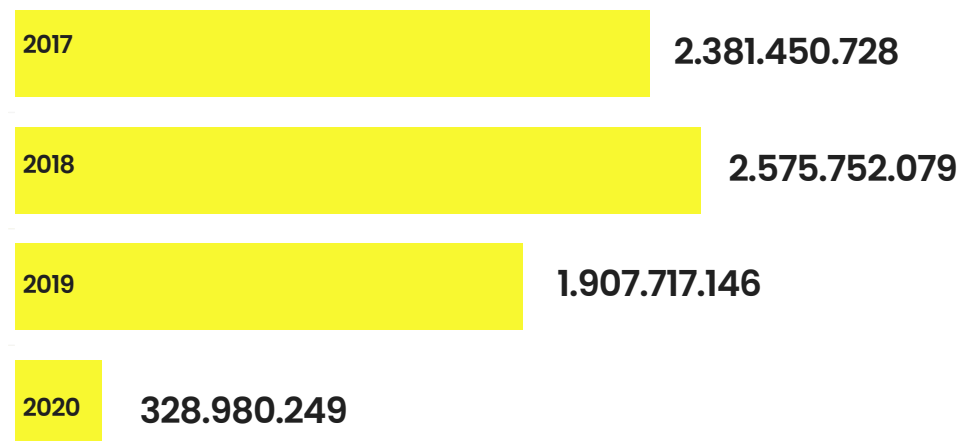
provenientes de espectáculos en vivo. Este valor es consistente con el hecho de que las productoras deben pagar un 5% de sus ingresos por venta de tickets a la sociedad de derechos de autor, que posteriormente reparte estos ingresos a su autores y compositores.

Así como los músicos se ven beneficiados cuando la industria del espectáculo genera grandes ganancias, también se vieron fuertemente afectados con la caída producida en el año 2020. En este año se observa que los pagos de derechos de autor, cayeron un 87,2% entre los años 2018 y 2020, lo que evidencia otro de los efectos que trae la paralización de la industria de música en vivo.

Cabe destacar que estos ingresos son sólo una pequeña parte de los que reciben los músicos al

realizar espectáculos en vivo. Por lo tanto, sus mermas económicas serían considerablemente mayores que las evidenciadas en la figura 17.

FIGURA 17: DERECHOS DE AUTOR GENERADOS POR ESPECTÁCULOS EN VIVO 2017-2020



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020.

Efectos de la crisis

A continuación, observamos algunos efectos específicos de la crisis social producto del estallido social del año 2019 y posterior pandemia del 2020.

En la **figura 18** observamos la cantidad de espectáculos suspendidos en los últimos cuatro años. Como era de esperar, en el año 2019 se observa un importante aumento de suspensiones entre los meses de octubre y diciembre. Específicamente,

FIGURA 18: EVENTOS CANCELADOS (2017 - 2020)

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Enero | 2 | 2 | 3 | 0 |
| Febrero | 8 | 3 | 3 | 1 |
| Marzo | 0 | 0 | 0 | 10 |
| Abril | 2 | 1 | 0 | 9 |
| Mayo | 0 | 1 | 2 | 9 |
| Junio | 0 | 1 | 1 | 6 |
| Julio | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Agosto | 0 | 0 | 0 | 2 |
| Septiembre | 0 | 0 | 0 | 4 |
| Octubre | 0 | 5 | 15 | 4 |
| Noviembre | 0 | 1 | 14 | 3 |
| Diciembre | 0 | 1 | 10 | 2 |
| Total | 12 | 15 | 49 | 51 |

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020.

sólo en estos tres meses se suspendieron 39 espectáculos, una cantidad mayor que todos los espectáculos suspendidos entre los años 2017 y 2018.

Por otra parte, se observa que durante el año 2020 se suspendieron 51 espectáculos, con una concentración en los meses de marzo, abril y mayo, período en el que comenzaron las medidas restrictivas a consecuencia de la llegada del Covid 19 a Chile

En las **figuras 19 y 20** se ve que la suspensión de espectáculos en vivo produjo la cancelación de más de 130 mil tickets en el año 2020 y una pérdida de ingresos para la productoras de más de 6.500 millones de pesos. Esto sólo por la cancelación de boletos porque, si observamos ahora la **figura 21**, los ingresos comprometidos

FIGURA 19: NÚMERO DE TICKETS SHOWS CANCELADOS (2017-2020)

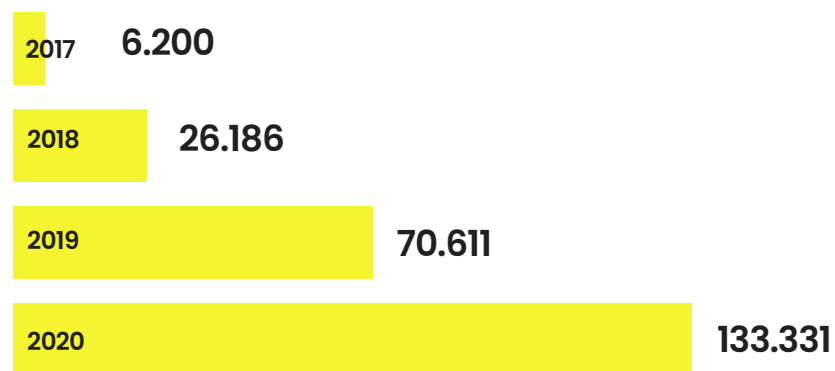
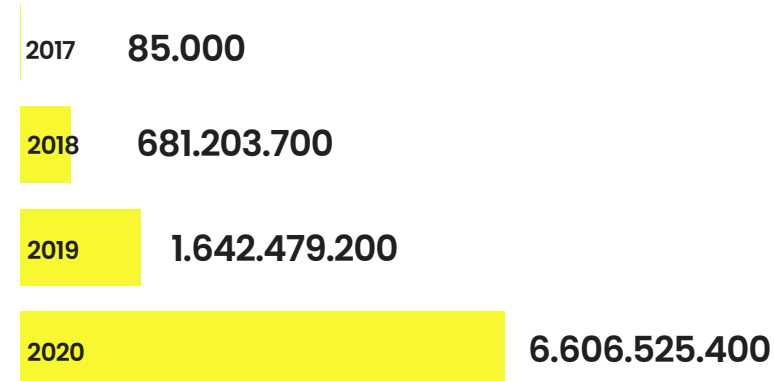


FIGURA 20: FACTURACIÓN AFECTADA (2017-2020)



Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020.

FIGURA 21: TICKETS DE SHOW POSTERGADOS DESDE JULIO 2019 A DICIEMBRE DEL 2020

| | Número | Facturación correspondiente |
|---|---------|-----------------------------|
| Tickets todavía vigentes de shows postergados | 163.896 | \$13.122.378.800 |
| Tickets devueltos | 148.572 | \$5.166.730.129 |

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020.

por la postergación de shows desde julio del año 2019 llegan a más de 13.000 millones. Es decir, si sumamos los ingresos comprometidos por cancelación y postergación de espectáculos, estos alcanzan la suma de más de 18.000 millones de pesos, algo así como un 25% de los ingresos totales de un año promedio¹.

Cabe destacar que este último valor sólo considera aquellos eventos que se llegaron a poner en venta y que por la crisis social debieron suspenderse o posponerse. Es decir, aquí no se consideran los

¹ Cuando hablamos de año promedio nos referimos a un promedio simple entre los años 2017 y 2018

FIGURA 22: DESPIDOS Y SUSPENSIÓN DE CONTRATOS

| | Número | % |
|---|--------|------|
| Total empleados (julio 2019) | 154 | 100% |
| Despidos (desde julio 2019) | 68 | 44% |
| Pactos de suspensión de contrato (Ley 21.227) | 41 | 27% |
| Pactos de reducción de jornada (Ley 21.227) | 22 | 14% |

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta de Caracterización de la Música en Vivo 2020.

eventos que se hubiesen organizado en ausencia de la pandemia, pero que, por el contexto, no alcanzaron a poner en venta boletos. Con esto se quiere poner énfasis en que los 18.000 millones de pesos no es la cifra de pérdidas total sino que sólo una parte de ella.

Por último, en la **figura 22** observamos el efecto de la crisis en el empleo del sector. Se puede ver que producto de la crisis social y posterior pandemia(desde julio del año 2019), las empresas encuestadas despidieron un 44% de su dotación total. Adicionalmente, se suspendió el contrato de un 27% y se redujo la jornada de un 14% de los trabajadores de las empresas productoras.

Conclusión



La información mostrada en este capítulo pretende ser un primer avance para caracterizar el sector de la música en vivo. En este se puede observar una industria que venía creciendo en términos de cantidad de espectáculos entre los años 2017 y 2018, pero que, producto de la crisis social y posterior crisis sanitaria que azotó a nuestro país durante los años 2019 y 2020, vieron comprometidos sus ingresos y su capacidad de generar empleos.

Adicionalmente, este informe logra reflejar la importancia de la música en vivo, no sólo para las mismas productoras y trabajadores del espectáculo, sino que para todo un ecosistema que depende de esta actividad. Aquí entran técnicos ticketeras, proveedores de sonido, músicos, autores, compositores y una serie de otros actores cuya actividad gira en torno a la realización de música en vivo y que, debido a la paralización de esta

actividad, vieron directamente mermada su capacidad de generar ingresos. Adicionalmente debemos considerar aquellos sectores productivos que, si bien no dependen directamente de la realización de espectáculos en vivo, sí se ven beneficiados por esta actividad, tales como; Hotelería, Transporte, Gastronomía, Retail, Merchandising, etc. Con esto podemos decir que, en la medida que se realizan eventos, tenemos asistentes que llegan de otras ciudades o países que terminan generando un efecto multiplicativo sobre la economía local de la ciudad.

Queda mucho por avanzar para lograr una caracterización del sector de producción de música en vivo que involucre a la totalidad de las productoras que participan de esta actividad. Sin embargo, este primer acercamiento pretende ser el punto de partida de una serie de esfuerzos que permitan medir con claridad este sector, y con esto, orientar decisiones en lo público y privado que entreguen mayor seguridad a todos los actores que giran en torno a esta actividad.

Bibliografía

IQ (2019) "The global Live Entertainment Ticketing Guide". Recuperado de:
https://www.iq-mag.net/publications/the-international-ticketing-yearbook/#.YC_bgC3SGqB

INE (2018) "Estadísticas Culturales: Informe Anual 2018". Recuperado de:
https://www.ine.cl/docs/default-source/cultura/publicaciones-y-anuarios/publicaciones/estad%C3%ADsticas-culturales-informe-anual-2018.pdf?sfvrsn=1b7b274a_4

INE (2019) "Estadísticas Culturales: Informe Anual 2019". Recuperado de:
<http://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2020/11/23/estadisticas-culturales-informe-anual-2019>

PwC (2020) "Global Entertainment and Media Outlook". Recuperado de:
<https://www.pwccn.com/en/tmt/china-entertainment-and-media-outlook-2020-2024.pdf>

TechNavio (2020) "Global Live Music Market". Recuperado de:
https://www.technavio.com/talk-to-us?report=IRTNTR41087&type=sample&rfs=epd&src=report_banner





OBSERVATORIO DIGITAL DE LA MÚSICA CHILENA