

¿De verdad las discográficas dejan de ganar lo que dicen por culpa de Napster o la piratería?

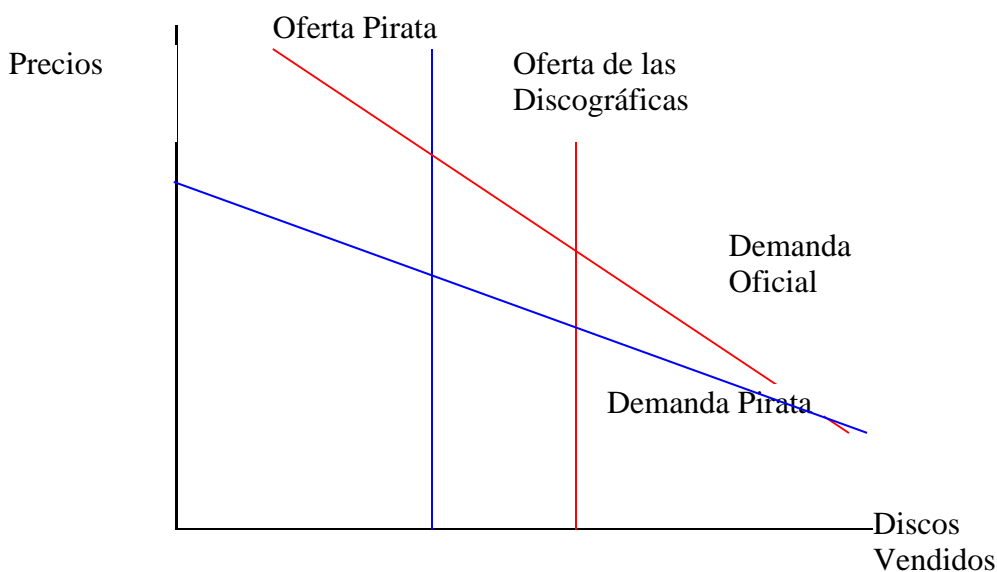
Por David de Ugarte

Economista, profesor de Economía de las Organizaciones en la **Universidad Carlos III de Madrid**, ex director del **Plan Integral de la Creación** de la SGAE

Para responder a esta pregunta hemos de partir de una serie de constataciones empíricas:

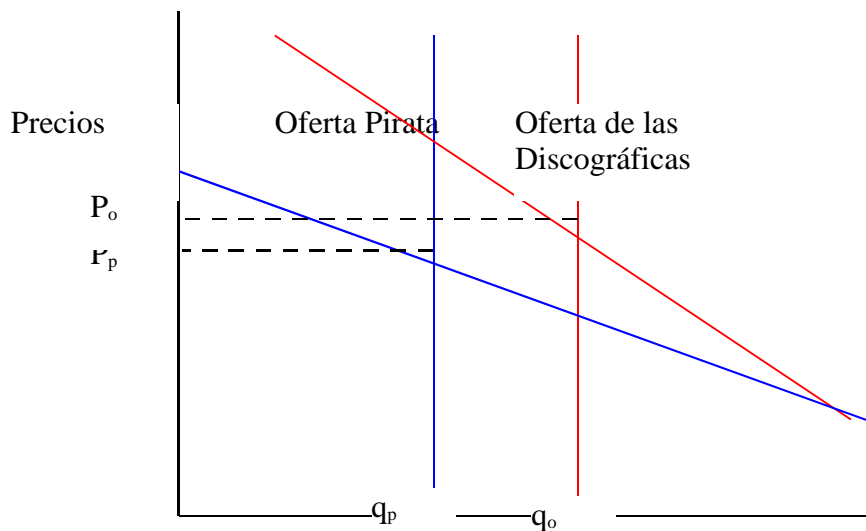
1. Los precios de los discos piratas son inferiores a los de los “oficiales” y sin embargo las cantidades vendidas de estos últimos son superiores
2. La compra de discos piratas la realizan personas que por lo general son más sensibles a los precios que los compradores oficiales
3. Existen personas que compran tanto discos piratas como oficiales, conducta que resulta inexplicable hasta que se les pregunta, entonces descubrimos que compran la versión oficial de aquellos discos que encabezan sus preferencias y sólo compran la versión pirata de aquellos que menos interés les generan. Conductas como la compra de discos previamente “bajados” de Napster avalan la coherencia de este comportamiento

El patrón descrito anteriormente no puede explicarse sino con la existencia de un mercado conexo de dos bienes sustitutivos, no de un único bien. La gráfica que lo representaría sería algo como lo siguiente:



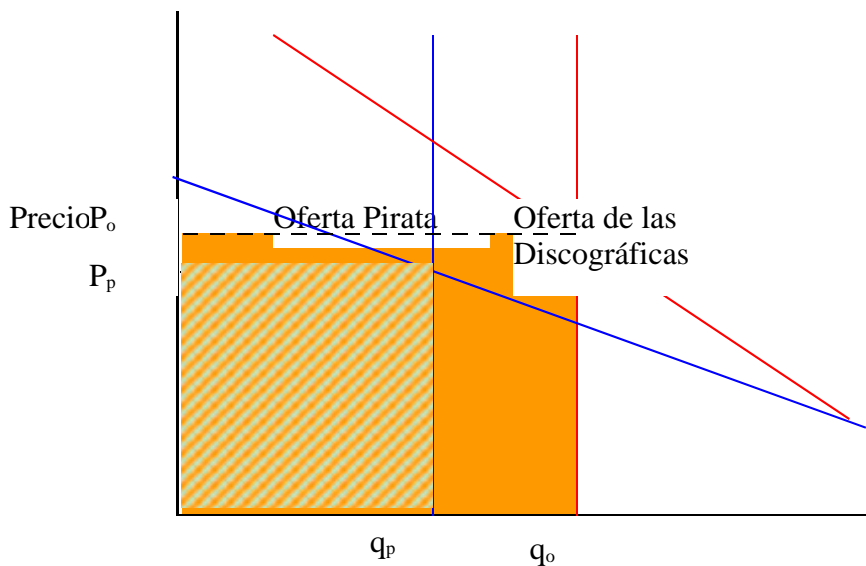
Hemos trazado en azul las curvas correspondientes al mercado pirata y en rojo las correspondientes al mercado “oficial”. Las curvas de oferta son rígidas, es decir verticales porque analizamos el mercado a corto plazo. Por otro lado, la curva de demanda pirata es más elástica que la de discos “oficiales”, ya que suponemos a esos compradores más sensibles a cambios en el precio.

Analícemos ahora que es lo que nos muestra la gráfica:



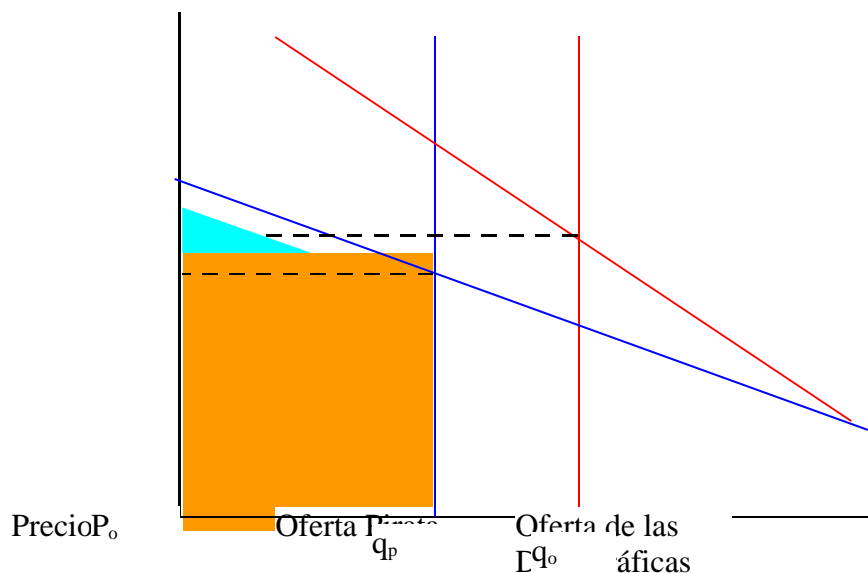
Los piratas venden a un precio P_p inferior al precio P_o oficial y aún así venden menos discos ($q_p < q_o$)

Los ingresos de cada uno se obtienen fácilmente: basta con multiplicar la cantidad que vende cada uno por el precio al cual lo vende. Gráficamente se representaría con áreas. Los ingresos de los piratas vendrían representados por el área azul mientras que los de las discográficas oficiales serían la suma del área azul y de la roja



De momento tenemos un buen motivo para la tranquilidad: las discográficas ingresan más que los piratas.

Para calcular el dinero que dejan de perder, las discográficas multiplican en cambio el número de unidades vendidas por el precio al que ellos venden el disco oficial. Gráficamente hablaríamos del cuadrado naranja.



Sin embargo, esto no parece muy exacto, dado que a ese precio no lo comprarían la mayor parte de los compradores de discos piratas. Por el contrario deberíamos pensar que **lo que dejan de ganar es aquello que venderían a los compradores de discos piratas si no existiera una oferta pirata**. Es de suponer que venderían al mismo precio que ahora, el precio oficial.

Como se ve claramente en el gráfico sólo aquellos que hoy compran discos piratas y que estarían dispuestos a comprar a precios iguales o superiores al precio oficial comprarían discos “legales” en ese caso, por lo tanto lo que dejan de ingresar vendría delimitado por el triángulo azul, una cantidad notablemente inferior.

¿Y cuánto dejan de ganar los autores? Pues aproximadamente un 4% de ese triángulo, que es lo que representa el derecho de autor sobre el precio final.

Madrid, 23 de agosto de 2000