

RESUMEN EJECUTIVO DEL ESTUDIO:

“EL IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA CREACIÓN MUSICAL Y SUS EFECTOS EN OTROS ÁMBITOS DE LA CULTURA.”



ÍNDICE

🎯	Introducción	3
🔍	Metodología y Muestra	4
🌐	Marco General Social y Tecnológico	5
🎧	Panorama Actual de la IA en la Creación Musical	8
👁️	Actitudes de los Creadores hacia la IA	12
📊	Impacto Económico y Social	15
💬	Conclusiones, propuestas y soluciones: Necesidades de Regulación	19

INTRODUCCIÓN

La irrupción de la inteligencia artificial (IA) en el ámbito de la creación musical representa un punto de inflexión en las prácticas de creación y representación artística contemporáneas. Las tecnologías de IA están modificando de forma sustancial la manera en que los compositores, intérpretes y productores se relacionan con los procesos creativos, interpretativos y productivos. Este fenómeno plantea interrogantes profundos sobre la autoría, la propiedad intelectual, la distribución de valor y la sostenibilidad del ecosistema musical.

En este contexto, **SGAE** ha impulsado un estudio que examine el impacto de la IA en el sector musical español tanto en la faceta económica como en la emocional, recogiendo las percepciones del colectivo de creadores y la opinión de expertos. El estudio ha sido realizado por la consultora **Know Media** a finales de 2024 y principios de 2025 y ha contado con la participación de la Universidad Carlos III. Su propósito es proporcionar una visión estructurada

tanto de las actitudes, usos, percepciones y proyecciones que los creadores musicales tienen respecto a estas tecnologías, como aproximarnos a los grados posibles de sustitución de la actividad creativa musical por la máquina y el impacto económico que este proceso puede producir.

A través de datos cuantitativos y cualitativos, el estudio examina tanto los factores tecnológicos, como los condicionantes económicos, sociales y regulatorios que intervienen en la transformación digital del sector, ofreciendo una estimación del posible efecto económico de la irrupción de la IA en la actividad profesional del creador musical.

El estudio pone especial énfasis en comprender cómo la IA se integra (o no) en las prácticas profesionales de los autores de música, y qué retos y oportunidades genera para el futuro del trabajo cultural del creador de canciones.

Asimismo, a partir de los datos y de las entrevistas con expertos del sector, se formula una reflexión crítica sobre la necesidad de nuevos marcos normativos, educativos y de gobernanza que garanticen una convivencia justa y equilibrada entre tecnología y creación humana.

El presente resumen ejecutivo ofrece una síntesis de los principales temas tratados en el estudio y la valoración de la Entidad de gestión.



METODOLOGÍA Y MUESTRA

El estudio “El impacto económico y social de la inteligencia artificial en la creación musical y sus efectos en otros ámbitos de la cultura”, desarrollado por la empresa **Know Media** en colaboración con la Universidad Carlos III y la Sociedad General de Autores y Editores (**SGAE**), durante el segundo semestre de 2024 y principio de 2025, (en lo sucesivo, “**Estudio KNOWMEDIA/SGAE**”) se ha llevado a cabo a partir de una metodología específica que combina técnicas cuantitativas de captación de información a través de entrevistas con autores que explican su experiencia con la IA y sus percepciones; y cualitativas de análisis de datos contrastados sobre la penetración y afectación de la IA en el sector modulados por analistas especializados con el objetivo de captar una visión plural, rigurosa y representativa del sector.

El trabajo de campo se realizó mediante la técnica CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), utilizando un cuestionario online enviado a una muestra aleatoria y estratificada de socios y socias de la **SGAE**. La muestra final estuvo compuesta por 1.257 encuestados, con perfiles diversos en cuanto a edad, género, área musical (pop, clásica, flamenco, audiovisual, etc.), nivel de ingresos y trayectoria profesional. Este tamaño muestral permite obtener resultados con un nivel de confianza del 95,5% y un margen de error del $\pm 2,82\%$.

Además del cuestionario estructurado, se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con una selección de profesionales y expertos representativos de distintos segmentos del ecosistema musical. Estas entrevistas permitieron recoger percepciones más cualitativas, comprender matices en las actitudes y profundizar en elementos que no siempre emergen en los cuestionarios predeterminados.

Por último, la formulación de conclusiones y redacción final del informe ha contado con académicos y expertos que han analizado el estudio de campo y los resultados de la información suministrada por los expertos del sector y la han contrastado con los estudios existentes sobre la evolución de la IA en el sector musical para ofrecer una visión lo más completa posible de la realidad a la que se enfrenta el mundo de los creadores musicales.



MARCO GENERAL SOCIAL Y TECNOLÓGICO

La irrupción de la IA en el ámbito musical no puede analizarse de forma aislada, sino como parte de un proceso más amplio de transformación digital que afecta al conjunto del ecosistema cultural y general de nuestra sociedad. Desde la digitalización de las grabaciones hasta el auge del streaming, la tecnología ha reformulado una y otra vez los modos de producción, distribución y consumo musical.

Pero, en este contexto, la IA representa una nueva frontera que no solo introduce herramientas automatizadas que pueden ayudar a los autores en labores mecánicas que están también presentes en su labor profesional como creadores, sino que, y sin duda es la primera evolución tecnológica en hacerlo, puede alterar la lógica misma de la creatividad.

La IA Generativa está sacudiendo los ámbitos de la creación con su habilidad para crear textos,

música e imagen, incluso en movimiento, y con capacidad para producir réplicas de modelos autorales e interpretativos capaces de confundir al público sobre su origen humano o artificial.

Naturalmente, esta capacidad depende esencialmente de trabajos anteriores de los creadores que la máquina succiona en cantidades gigantescas para confeccionar patrones en un proceso continuo de aprendizaje, que le permite ofrecer outputs que somete a contraste gracias a la digestión simultánea de datos estadísticos de aceptación de posibles resultados y que involucran igualmente ingentes y variados criterios y aproximaciones para adecuarse al resultado más exitoso.

La dependencia de los sistemas de aprendizaje de la IA a las obras protegidas de la comunidad de creadores genera intensos debates legales, pero también éticos, sobre las fuentes futuras de la cultura de nuestra sociedad.

Por un lado, el éxito de los algoritmos está supeditado a la copia y descomposición de las obras, actos que están sujetos a la autorización de sus autores. Sin embargo, las inversiones billonarias involucradas en el desarrollo de nuevos algoritmos, que auguran una nueva panacea de servicios y soluciones, obligan a soslayar las reglas tradicionales que afectan a los derechos de autor. El avance “indispensable” de la IA para lograr ese futuro lleno de esperanzas, y de rentabilidades aún más prodigiosas, reclama la postergación de los derechos de los creadores que son presentados en ocasiones como inconvenientes para alcanzar este futuro de ensueño.

Para despejar frenos, en el plano legal, la industria tecnológica apela a la aplicación de la doctrina del “fair use” en los países anglosajones, y en la Europa continental, al artículo 4.1 de la Directiva (UE) 2019/790, de 17 de abril de 2019, sobre los derechos de autor



MARCO GENERAL SOCIAL Y TECNOLÓGICO

y derechos afines en el mercado único digital, que permite algunos usos de obras protegidas para labores de minería de textos y datos, aunque resulta evidente que, en la aprobación de esta norma en 2019, ni tan siquiera se consideró la posibilidad de aplicación de esta excepción para procesos de IA.

El citado artículo de la Directiva establece una excepción general para la minería de textos y datos; un proceso que, cuando se aprobó la Directiva, se definía como análisis computacional automatizado de información en formato digital de textos, sonidos, imágenes o datos con el que adquirir nuevos conocimientos y descubrir nuevas tendencias y con la que se quería beneficiar la investigación científica. Pero que su redacción no excluye tampoco de su beneficio los procesos organizados por AI generativa.

Y aunque los titulares de derechos de las obras pueden oponerse a que sus obras sean objeto de operaciones de minería de textos y datos ejerciendo su derecho de reserva para quedar fuera de estas prácticas (lo que en inglés se denomina “opt out”), las primeras resoluciones judiciales están limitando la eficacia de estas oposiciones y aceptando (por ejemplo, caso LAION en Alemania) la aplicación de esta excepción en procesos de minería de datos vinculados a operaciones de aprendizaje con IA. Una interpretación que conduce a que el debate se cierna ya sobre los límites de la excepción, los potenciales beneficiarios y las acciones de los titulares para evitar que sus obras sean sometidas a estos procesos o para obtener una adecuada compensación.

Naturalmente, la presión de las compañías tecnológicas por ampliar el contenido de la excepción es universal. Y su trabajo de lobby

se produce en terreno abonado. Los Estados contemplan embelesados la promesa de inversiones en tecnología, centros de datos, incrementos de producción en industrias y servicios, y ágiles procesos burocráticos que resuelven los problemas sin necesidad de descanso. En un entorno tecnófilo se torna difícil encontrar sensibilidad para los argumentos humanistas que advierten contra la tentación de desproteger nuestra cultura y subrayan los riesgos de la carrera sin fondo que emprenden los países por ofrecer una regulación que atraiga las pretendidas ofertas de los gigantes tecnológicos.

Pero si la disrupción de procesos que conllevará la nueva revolución tecnológica, por importante que pueda resultar, puede ser similar a los cambios ya experimentados en el entorno productivo de bienes y servicios en las pasadas revoluciones industriales, en el



MARCO GENERAL SOCIAL Y TECNOLÓGICO

ámbito de la cultura, la IA generativa nos enfrenta por primera vez a la posibilidad de desposeer a la sociedad de la autenticidad de una cultura viva nacida de la comunidad, fruto de los valores, sentimientos y talento de las personas que la componen, que recogen y expresan la comunidad creativa.

Por otro lado, la convergencia entre IA, big data y plataformas ha configurado un escenario en el que los algoritmos no afectan sólo al creador. La máquina interviene tanto en la creación de contenidos, como en su recomendación, visibilidad y rentabilidad. Las plataformas tienen la capacidad de dirigir al público y ofrecerle sistemáticamente, y de forma individualizada, una oferta alineada con sus preferencias personales previas, orientando su consumo y decidiendo finalmente su actividad. Ha desaparecido la “long tail”, que se presentaba al comienzo de la era de internet como una suerte de gramola universal que eliminaba las limitaciones de una oferta delimitada por las propias dimensiones físicas restringidas de los contenedores de esa oferta en el mundo tradicional (sean los medios de difusión o las tiendas físicas). Ya no se habla de la democratización de la cultura, y la libertad de elección del consumidor se transforma en el riesgo de un gran hermano que controla sutilmente nuestro consumo, parametriza nuestros gustos y crea

y nos ofrece lo más parecido a nuestro perfil automatizado. Todo ello con el control económico que supone “orientar” la creación y el consumo de música de manera universal.

Esta doble dimensión tecnológica y económica plantea una reconfiguración de los equilibrios tradicionales entre autores e industria musical en la que se sitúan los medios de explotación y, dentro de ese grupo, las plataformas de distribución de contenidos, generando como nunca antes tensiones en torno al control creativo, la equidad y la sostenibilidad profesional.

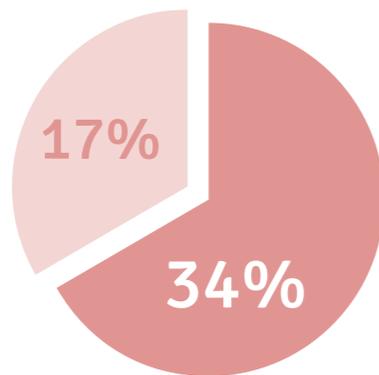
El **Estudio KNOW MEDIA/SGAE**, a partir de la percepción de los propios creadores, plantea la imprescindible necesidad de reforzar los derechos de autor como derechos que defienden a los creadores, pero también a su comunidad, y reclama que la revolución técnica y sus derivadas disruptivas sean controladas gracias a una regulación nueva que refuerce la protección de la creatividad humana y la libertad del consumidor, sin frenar la innovación técnica en los ámbitos científicos y tecnológicos.



PANORAMA ACTUAL DE LA IA EN LA CREACIÓN MUSICAL

Según el **Estudio KNOW MEDIA/SGAE** realizado con la colaboración de la Universidad Carlos III, el grado de penetración de las herramientas de IA en la actividad de los creadores musicales empieza a alcanzar cotas crecientes de uso, que anuncian una rápida y próxima normalización generalizada de su uso entre el colectivo autorial.

Los datos revelan que un **34%** de los creadores musicales en España **ya ha utilizado herramientas de IA** en algún momento de su proceso creativo, y un **17% adicional expresa su intención de hacerlo próximamente**. Un número cada vez más reducido rechaza la incorporación de esta tecnología en su actividad de composición.



Esta información apunta a que, en la actualidad, nos encontramos aún en una fase incipiente, pero con una progresión exponencial, de adopción tecnológica en la que la disposición del creador se balancea entre el entusiasmo por el potencial creativo de la IA y el temor que conduce a actitudes de resistencia, escepticismo o incluso rechazo ante la falta de preparación tecnológica. La edad y la adaptabilidad tecnológica son factores determinantes de la percepción, así como el sector de actividad y la vulnerabilidad a ser reemplazados. La música de fondo y la música publicitaria están en el primer frente de esta colonización, aunque son los autores más establecidos los que observan con mayor preocupación la penetración de la IA.

Este patrón no es exclusivo del ámbito español. Un informe de 2025 del International Music Summit (IMS) señaló que 60 millones de personas, entre los que se encuentran creadores in-

dependientes a nivel global, usaron herramientas basadas en IA en tareas de composición o edición (<https://www.internationalmusicsummit.com>). Del mismo modo, un estudio de IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) reconoce que las compañías y los artistas llevan años usando las herramientas de inteligencia artificial también en su proceso creativo. (“Creating an Environment in Which Music and Creators can thrive”).

Entre las herramientas más utilizadas por la comunidad española de autores destacan los sistemas de generación de texto y letras, como ChatGPT, iZotope Ozone; software de composición musical, como Suno o Bandlab; editores de imagen creativa como DALL·E o Spotify AI (empleados para diseñar carátulas y contenido promocional), y soluciones de mezcla, mastering y automatización de sonido, como LANDR, Neutron.



PANORAMA ACTUAL DE LA IA EN LA CREACIÓN MUSICAL

En cuanto a los ámbitos de aplicación, la IA se utiliza principalmente en tres áreas clave: composición, producción y promoción musical. Los creadores suelen recurrir a estas herramientas especialmente durante las fases iniciales del proceso creativo, como la experimentación sonora, la generación de bocetos o la creación de acompañamientos armónicos y rítmicos. En este momento, sin embargo, el autor todavía no percibe una sustitución del trabajo autoral, sino más bien una extensión o apoyo a la labor del compositor o productor. Como señalaba un informe de MIDiA Research (2023), la IA actúa como catalizador del flujo creativo, más que como reemplazo del talento humano.

El temor ante el desembarco de la IA que expresan los autores en sus opiniones se centra en el uso futuro de esta tecnología. Sus comentarios reflejan una preocupación creciente ante la progresiva habilidad de la IA gene-

rativa para “inventar” canciones. Una parte elevada de los autores, superior al 30%, vislumbra que la IA puede dar lugar a una transformación estructural gradual en la industria musical, en la que las fronteras entre lo humano y lo algorítmico tiendan a difuminarse, y donde el autor deje de apoyarse en la IA para que la máquina actúe de forma autónoma, desplazando al autor, y abriendo así nuevas posibilidades industriales que permitan la sustitución de la creación humana.

Estos temores vienen acompañados por experiencias conocidas en el entorno de la distribución de música. En plataformas de streaming como Spotify y Deezer, se suben decenas de miles de temas creados por IA cada día: Deezer reporta hasta 20.000 nuevos temas de IA diarios, lo que representa alrededor del 18 % de sus catálogos. En Spotify, varios de esos llamados “artistas falsos” han acumulado streams masi-

vos a través de algoritmos de recomendaciones, llegando a cientos de miles de reproducciones mensuales. Un estudio de la CISAC (la Confederación internacional de sociedades de autores) señala que para el 2028, la música generada por IA podría representar una quinta parte de los ingresos de estas plataformas tradicionales.

Altafonte, distribuidora española, se posicionó como garante de la autenticidad tras retirar del catálogo la música del proyecto “Las Nenas”, un grupo supuestamente femenino que ocultaba su producción musical asistida por IA (app Udio). La distribuidora insistió en que “la IA supone un riesgo para la integridad de los artistas” y mostró su compromiso con la defensa de la autoría humana.

La tendencia es, por otra parte, global. Países como Corea del Sur lideran la innovación al fusionar tecnología avanzada y entretenimiento



PANORAMA ACTUAL DE LA IA EN LA CREACIÓN MUSICAL

musical, y de sus mercados nos han llegado grupos virtuales como Eternity (IITERNITI), de 11 integrantes lanzado en 2021 por Pulse9, en la que se utiliza IA para voz y las creaciones son producto de la IA; o también MAVE, que en 2023 se presentó como el primer grupo de K-Pop completamente “metaversal”, cuyos componentes son avatares diseñados con tecnología CGI (Computer-Generated Imagery), con una estética extremadamente realista, capaces de comunicarse en varios idiomas gracias a IA generativa. Del mismo año es PLAVE, una banda virtual de cinco integrantes lanzada en 2023, que alcanzó más de 470 millones de visitas en YouTube y ha entrado en la lista Billboard Global 200. Aunque sus actuaciones se basan en la tecnología “motion capture” —una técnica que capta los movimientos de intérpretes humanos reales para aplicarlos a personajes digitales—, su impacto ha sido tan fuerte que han vendido más de un millón de copias en su primer álbum.

Estas prácticas no son sino los primeros resultados de la inversión impresionante que se está produciendo en IA a nivel global. Según datos del Stanford AI Index, un informe anual elaborado por el Instituto para la IA Centrada en el Ser Humano (HAI, por sus siglas en inglés) de la Universidad de Stanford, en 2022 se superaron los 90.000 millones de dólares en inversión privada en proyectos de IA, abarcando desde aplicaciones médicas, hasta sistemas de defensa, pasando por herramientas creativas. Según datos del Stanford AI Index, en 2022 la inversión privada global en inteligencia artificial superó los 90.000 millones de dólares. Estos fondos se destinaron a una amplia gama de aplicaciones, desde herramientas médicas hasta sistemas de defensa y soluciones creativas impulsadas por IA.

Dentro de ese panorama general, la IA aplicada a la música representa un segmento en pleno auge y, aunque todavía es relativamente pequeño en proporción, no deja de crecer. Según el estudio realizado por Goldmedia para las entidades de gestión de derechos alemana, GEMA y francesa, Sacem, en 2023, el mercado de la IA musical - es decir, las aplicaciones de IA específicas para música - estaba valorado en alrededor de 300 millones de dólares. Las proyecciones de este estudio indican que este mercado podría multiplicarse por más de diez veces para 2028, superando los 3 000 millones, con una tasa de crecimiento anual media de aproximadamente el 60 %. Esta aceleración está impulsada por la expansión de software de composición automática, plataformas de mastering inteligente, generación vocal sintética y herramientas de marketing musical automatizado.



PANORAMA ACTUAL DE LA IA EN LA CREACIÓN MUSICAL

En este contexto, Market.us estima que los ingresos por música generada con IA superarán los 6.000 millones de dólares en 2025, lo que equivale aproximadamente al 6-7 % del total invertido en IA a escala global. Aunque ese porcentaje pueda parecer modesto, es muy relevante si se considera que el sector musical representa una fracción muy pequeña del PIB global, y que tradicionalmente no ha sido un foco prioritario de inversión tecnológica.

Según Market.us, se espera que el mercado más amplio de IA musical crezca desde unos 3,9 mil millones en 2023 hasta alrededor de 38,7 mil millones para 2033, con una tasa de crecimiento anual del 25,8 %.

Por otro lado, España también está incrementando su apuesta por la IA. El Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), dependiente del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, ha anunciado que contará con una dotación total de 1.942 millones de euros en 2025, de los cuales cerca de 800 millones se destinarán específicamente a apoyar proyectos de I+D con fuerte componente tecnológico, incluyendo desarrollos en IA.

Aunque no existe un desglose específico sobre cuánto se dirige a la música, es evidente que este fondo podría beneficiar a startups y compañías españolas que desarrollan soluciones para el ámbito sonoro o audiovisual.

Finalmente, cabe destacar que España ocupa ya el cuarto lugar en Europa en cuanto a inversión pública en IA, sólo por detrás de Reino Unido, Alemania y Francia. Este posicionamiento la convierte en un entorno fértil para iniciativas que combinen innovación tecnológica y creatividad cultural, como la IA aplicada a la música.



ACTITUDES DE LOS CREADORES HACIA LA IA

Una de las áreas de trabajo del Estudio **KNOWMEDIA/SGAE** con un especial enfoque es la identificación y definición de los perfiles actitudinales de los autores frente a la IA. Esta segmentación no responde únicamente a variables sociodemográficas, como edad, género o trayectoria profesional, sino a cómo cada autor concibe su vínculo con la tecnología, su ética creativa y su relación con el mercado cultural. El estudio ha agrupado a los autores en cuatro grupos o arquetipos:

1 / Simbióticos (36 %): la IA como aliada creativa

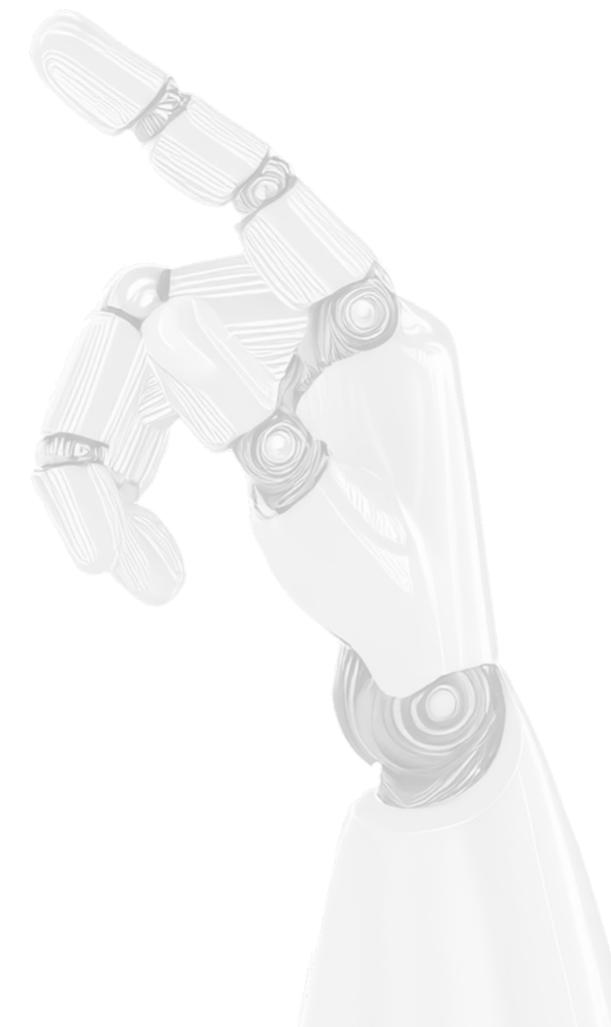
Son los creadores que integran activamente herramientas de IA en su flujo de trabajo, no como un sustituto, sino como un complemento que potencia sus capacidades. Este grupo destaca por una actitud abierta y colaborativa ha-

cia la tecnología, valorando especialmente el aporte de la IA en la exploración de nuevas sonoridades, la generación de ideas o la mejora técnica de sus producciones. Ven en la IA una extensión del propio proceso creativo y creen que puede enriquecer la música, dar lugar a nuevas corrientes y mejorar la productividad sin renunciar a la autoría humana. Para ellos, la creatividad sigue siendo esencialmente humana, pero puede dialogar con lo artificial.

2 / Inspirados (22 %): curiosidad sin práctica

Este grupo aún no ha incorporado la IA a su trabajo, pero mantiene una actitud positiva o al menos, receptiva. Consideran que la IA puede ser una fuente futura de inspiración o una herramienta válida, aunque todavía no han dado el paso por desconocimiento, cautela o falta de

necesidad inmediata. En muchos casos, estos autores valoran el potencial de la IA como un catalizador de ideas o como un soporte experimental, aunque perciben la IA con cierta idealización o distancia. Son potenciales adoptantes si las barreras de acceso, comprensión o formación se reducen.



ACTITUDES DE LOS CREADORES HACIA LA IA

3 / Reactivos (26 %): adaptación sin convicción

Los creadores clasificados como reactivos reconocen la creciente presencia de la IA en el sector y sienten que deben adaptarse por presión externa: exigencias del mercado, cambios en la industria o competencia creciente. Sin embargo, lo hacen sin convicción ni entusiasmo personal. Este grupo expresa preocupaciones sobre la pérdida de encargos, la reducción del trabajo autoral o incluso su expulsión del sector. Ven la IA más como una amenaza que como una oportunidad, y su integración tecnológica responde a la necesidad de no quedarse atrás, más que a una voluntad de exploración creativa.

4 / Industriales (16 %): eficiencia sin afecto

Por último, los industriales hacen un uso instrumental de la IA orientado a la eficiencia, la productividad y la reducción de tiempos o costes. Aunque reconocen que puede ayudarles en ciertas tareas —como arreglos, mezclas, generación de bocetos o mastering— no establecen ningún vínculo estético ni creativo con estas herramientas. Para ellos, la IA es un recurso técnico más, comparable a un plugin o un automatismo, y su relación con la tecnología es funcional, no simbólica. Este grupo tiende a desestimar tanto el potencial creativo como los riesgos emocionales o éticos del uso de IA en la música.

Esta clasificación refleja la diversidad de percepciones en el colectivo autoral, donde coexisten la fascinación y la inquietud, la experimentación y la resistencia. El estudio también muestra que la experiencia práctica con herramientas de IA correlaciona sorprendentemente con una mayor valoración positiva.

A pesar de las diferencias y temores, existe un consenso amplio en que la creatividad humana sigue siendo aún insustituible, especialmente cuando se trata de transmitir emoción y conectar con el público, y todos constatan a la música en vivo como una trinchera inconquistable por las herramientas tecnológicas.



ACTITUDES DE LOS CREADORES HACIA LA IA

Y al mismo tiempo que se reconoce que la IA puede aportar ventajas significativas, como la democratización de la creación, el descubrimiento de nuevas formas musicales o la ampliación de recursos expresivos, es común la preocupación de que su uso extensivo puede conducir a una homogeneización de la música y a una pérdida de autenticidad emocional, configurando así un terreno de tensión entre eficiencia tecnológica y profundidad artística.

La gran mayoría de los autores reclama una regulación clara que reduzca la incertidumbre sobre la utilización eventual e in consentida de sus obras por las herramientas de aprendizaje de la IA, que se informe al consumidor de la intervención de la IA en la creación o distribución de la oferta musical, que se establezcan mecanismos de compensación económica y que se asegure que el uso de la máquina en la creación cultural no sustituya la creación humana.

El colectivo deposita una parte grande de su esperanza en que **SGAE** desarrolle una actividad educativa y divulgativa que propicie un nuevo entorno legal en que se garanticen el equilibrio entre los derechos de autor y la inteligencia artificial.



IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL

En el contexto de la creciente penetración de sistemas de IA generativa en el ámbito musical y audiovisual, y con anterioridad a la iniciativa de **SGAE**, diversas entidades internacionales han comenzado a analizar sus implicaciones económicas para los titulares de derechos. Entre ellas, y ya citados anteriormente, destacan el estudio promovido por la CISAC, “Study on the economic impact of Generative AI in the Music and Audiovisual industries”, (noviembre 2024, elaborado por la consultora PMP Strategy) y la investigación conjunta desarrollada por la consultora Goldmedia, de las entidades de gestión GEMA y SACEM, “Market development of AI in the music sector and impact on music authors and creators in Germany and France”. Ambos trabajos ofrecen una evaluación rigurosa del impacto de la IA sobre los ingresos por derechos de autor, mediante metodologías complementarias que combinan análisis económico y enfoque empírico.

El estudio de CISAC emplea un enfoque de modelización macroeconómica proyectiva. A partir de datos de mercado y proyecciones de crecimiento de la IA generativa, estima la evolución del mercado de obras creadas por IA frente al contenido protegido por derechos de autor. Esta modelización se focaliza en dos sectores principales: música y audiovisual. A través de este enfoque, se calcula que el crecimiento

exponencial de la IA podría desplazar una parte significativa del valor de mercado actualmente vinculado a la creación humana, provocando una pérdida potencial acumulada de 22.000 millones de euros en ingresos para los creadores entre 2023 y 2028 (10.000 M€ en música y 12.000 M€ en audiovisual). Esta cifra representa una reducción estimada del 24 % en los ingresos de autores musicales y del 21 % en los audiovisuales.

Por su parte, el informe de GEMA y SACEM, elaborado por Goldmedia, adopta un enfoque mixto que integra metodología cuantitativa y cualitativa. Incluye una encuesta a más de 15.000 miembros de ambas entidades, así como entrevistas en profundidad a 16 expertos del sector, incluyendo creadores, académicos, desarrolladores de IA y representantes de plataformas digitales. Además de evaluar el uso actual de la IA, el estudio proyecta el impacto económico en términos de licencias y regalías. La investigación concluye que, en ausencia de mecanismos regulatorios adecuados, podría producirse una pérdida de hasta 950 millones de euros en ingresos por derechos de autor en Alemania y Francia para 2028.



IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL

APRA AMCOS, entidad de gestión de obras musicales de Australia, publicó más recientemente el resultado de su encuesta online a sus socios compositores, autores y editores, también elaborado por Goldmedia “AI and Music, Market development of AI in the music sector and impact on music creators in Australia and New Zealand”.

Sus proyecciones económicas, basadas en datos de mercado y modelización financiera, predicen que para 2028 podría estar “en riesgo” hasta el 23 % de los ingresos por derechos de autor, equivalente a 519 millones de dólares australianos, sin que existan mecanismos compensatorios actuales.

Los tres estudios citados coinciden en señalar que el crecimiento del contenido generado por IA sin licencia representa una amenaza directa para la sostenibilidad del ecosistema creativo. Además, sus conclusiones refuerzan la necesidad urgente de establecer marcos normativos

claros, incluyendo la remuneración obligatoria por el uso de obras en el entrenamiento de sistemas de IA, la transparencia en los datos utilizados y el etiquetado explícito de contenidos generados artificialmente.

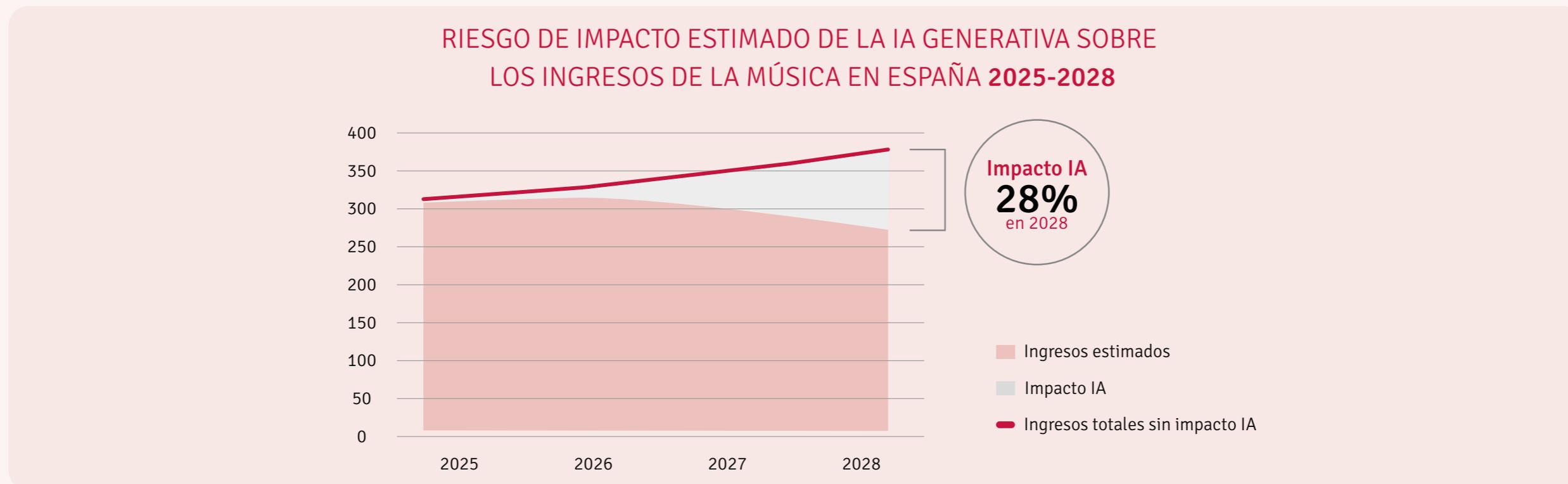
El Estudio de **KNOWMEDIA/SGAE** ha seguido los modelos de cálculo del daño de estos estudios previos, pero ha modelizado su estudio, corrigiendo los datos resultantes de las encuestas a partir de los coeficientes reales de sustitución ya observados por estudios publicados. En todo caso, son datos todavía tempranos que deberán ser objeto de seguimiento ante el carácter incipiente de uso de esta tecnología en la industria de los contenidos.



IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL

Según la estimación del Estudio, en 2028 alrededor del 28% de los ingresos en derechos de autor estará en riesgo en el mercado español debido a la IA generativa. Tomando las estimaciones de evolución de ingresos de la propia **SGAE** y los ingresos directos que reciben los autores por explotaciones contratadas directamente a los profesionales de la composición, esto podría suponer sobre 100 millones de euros en riesgo en 2028, con un total entre 160 y 180 millones de euros en riesgo para el período de 2025 a 2028.

Las estimaciones de afectación a los autores españoles se sitúan en línea con los estudios previos citados, aunque en el punto más elevado en razón a la aceleración que ha percibido el estudio del desarrollo de la IA en los modelos de negocio que utilizan la música como un input de su actividad.



IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL

La industria del entretenimiento en España ha demostrado históricamente una elevada permeabilidad a la adopción de tecnologías que optimicen procesos y reduzcan costes, como evidencia su rápida incorporación de herramientas de edición digital, plataformas de distribución automatizada y más recientemente, soluciones basadas en IA.

Según el informe “Análisis del sector audiovisual en España” de AuroraJobs (2025), un 33 % de las tareas en el sector audiovisual ya se encuentran automatizadas, y se espera que este porcentaje aumente al 43 % en 2027. Por su parte, la encuesta “AI Business Pulse” de PwC (2024) señala que los equipos que ya aplican soluciones de IA están logrando mejoras de productividad de entre el 20 % y el 30 %, lo que se traduce en ahorros de costes, mejora de márgenes y mayor capacidad para ganar cuota de mercado. Estos datos confirman que el sector audiovisual y cultural español se encuentra en plena transformación digital, con la automatización y la IA como palancas clave de eficiencia operativa.

Esta orientación a la eficiencia está especialmente presente en empresas medianas y en sectores como la música funcional, la producción publicitaria o el contenido para plataformas, donde los márgenes son estrechos y la competitividad depende en gran parte de la rapidez y el coste por minuto generado. Así, el ecosistema de la producción en España, muy sensible al coste debido a su apuesta por precios competitivos en el panorama internacional para competir en la adquisición de producciones, aparece como uno de los más proclives a integrar IA como estrategia de contención de costes y diferenciación competitiva frente a mercados más consolidados.

La convergencia que se manifiesta entre estudios cualitativos y cuantitativos de las diversas entidades y que citamos para contextualizar nuestro informe demuestra de forma evidente que la IA generativa plantea una amenaza estructural a los ingresos de los creadores musicales. Mientras las sociedades de gestión y organismos internacionales coinciden en cifras alarmantes, las demandas del sector se centran en la implementación rápida de políticas públicas, reformas legislativas y mecanismos de compensación justa, para garantizar que la innovación tecnológica no erosione los derechos y la sostenibilidad de los autores.

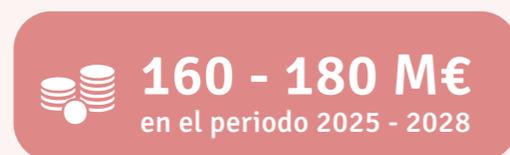


CONCLUSIONES, PROPUESTAS Y SOLUCIONES: NECESIDADES DE REGULACIÓN

El avance de la inteligencia artificial (IA) en el ámbito musical plantea transformaciones profundas tanto en los modelos de creación, como en los sistemas de ingresos de los autores y autoras. Según las estimaciones del **Estudio KNOWMEDIA/SGAE**, el riesgo de impacto económico de la IA en el mercado español sobre los ingresos por derechos de autor podría alcanzar un **28 %** para el año 2028 en el escenario más probable, lo que equivaldría a una **pérdida de alrededor de 100 millones de euros en ese solo año**, y un acumulado de entre **160 y 180 millones en el periodo 2025 - 2028**. Estas cifras reflejan una amenaza estructural creciente que requiere una respuesta sectorial y regulatoria urgente.

El sentimiento general del colectivo autoral ante esta situación se caracteriza por una mezcla de incertidumbre y preocupación. La IA es percibida mayoritariamente como un factor de riesgo que podría reducir tanto la carga de trabajo como los ingresos de los creadores. Esta percepción es especialmente marcada entre quienes aún no han utilizado herramientas de IA. Los autores que ya han experimentado con herramientas de IA mantienen una actitud más matizada, identifican desafíos significativos vinculados al coste de adaptación tecnológica y al posible uso irresponsable o abusivo de la IA. El grupo que se siente más amenazado es el de autores con mayores ingresos por derechos (superiores a 7.000 € anuales), de los cuales casi el 50 % prevé un descenso medio del 40 % en sus ingresos futuros.

Frente a este escenario, la demanda de una regulación específica y eficaz adquiere carácter unánime. El colectivo autoral reclama que tanto las entidades de gestión como las autoridades públicas articulen mecanismos que protejan la creación humana frente a los efectos disruptivos de la IA. Estas exigencias se centran especialmente en las aplicaciones de IA orientadas a la composición y creación musical, más que en aquellas tareas técnicas o auxiliares. Asimismo, se propone diferenciar entre la música generada con apoyo puntual de IA y aquella completamente sintetizada sin intervención humana.



CONCLUSIONES, PROPUESTAS Y SOLUCIONES: NECESIDADES DE REGULACIÓN

Pese a la magnitud del debate, la penetración efectiva de la IA en la práctica autoral sigue siendo limitada: sólo un tercio de los creadores ha experimentado con estas herramientas, y la mayoría lo ha hecho de forma esporádica. Esta escasa familiaridad explica en parte la elevada proporción de respuestas ambiguas o indefinidas (“no sabe”) recogidas en indicadores clave. No obstante, la experiencia de uso incide de manera clara en la actitud de los creadores: quienes se han aproximado a la IA reconocen con mayor claridad tanto sus potenciales aportaciones como los riesgos sistémicos que implica.

En la actualidad, los usos más intensivos de la IA se dan en actividades periféricas a la composición, como la promoción, el marketing o la masterización. Por ello, el impacto inmediato se percibe con mayor nitidez en sectores como la música de librería, la música para televisión y la producción audiovisual, mientras que la música en directo aparece como el ámbito menos vulnerable. También se considera que ciertos géneros minoritarios o profundamente ligados a la tradición, como el flamenco o la música folk, presentan mayor resistencia a la automatización y a la homogeneización tecnológica.

Ante este panorama, el estudio identifica tres recomendaciones clave:

- 1 /** Mantener una vigilancia continua sobre la expansión de la IA en las áreas creativas del sector musical.
- 2 /** Establecer mecanismos normativos que permitan distinguir entre música generada con asistencia tecnológica y música artificial autónoma.
- 3 /** Avanzar en la definición de un marco legislativo protector, que garantice la pervivencia de un espacio inviolable para la creación humana frente a la automatización.



