

# ***Engaging with Music***

---

**2021**

**VERSIÓN EN ESPAÑOL**



**ifpi** | representing the  
recording industry  
worldwide

# Contenido

<b>1.</b>	Resumen ejecutivo .....	3
<b>2.</b>	Instantánea global del interés por la música en 2021 .....	5
<b>3.</b>	El <i>streaming</i> de audio es popular en todo el mundo .....	8
<b>4.</b>	El efecto positivo de la música sobre el bienestar .....	10
<b>5.</b>	Un panorama nuevo y apasionante para los oyentes de música .....	12
<b>6.</b>	Los géneros preferidos en el mundo .....	14
<b>7.</b>	Escucha de radio .....	16
<b>8.</b>	Utilización de música ilegítima .....	18
<b>9.</b>	Enfoque por países: China .....	20
<b>10.</b>	Enfoque por países: India .....	22
<b>11.</b>	Enfoque por países: Rusia .....	24



**Insight and analysis**  
Insight@ifpi.org

+44 (0)20 7878 7900  
IFPI.org |  IFPI\_org

## Acerca de IFPI

IFPI es la voz de la industria discográfica mundial, representante de sus más de 8.000 compañías discográficas miembros de todo el planeta. Nuestro trabajo es promocionar el valor de la música grabada, promover los derechos de los productores discográficos y ampliar los usos comerciales de la música grabada alrededor del mundo.

# Metodología

El estudio de la IFPI *Engaging with Music 2021* explora las formas en que el público escucha, descubre y se involucra con la música en todo el mundo. Es el mayor estudio mundial basado en el consumo de música.

La encuesta se realizó entre una muestra demográfica representativa de internautas de edades comprendidas entre los 16 y los 64 años en los siguientes territorios: Alemania, Argentina, Australia, Brasil, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, México, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia, República de Corea, Rusia, Sudáfrica, Suecia y Reino Unido. El estudio también se realizó en China e India, pero los resultados de estos dos países no se incluyen en las cifras "globales" debido al tamaño y naturaleza de estos mercados.

En total, se entrevistó a 43.000 internautas, siendo el mayor número de encuestados el correspondiente a los mayores mercados. Las muestras de entre 1.000 y 4.000 entrevistados se establecieron de acuerdo con la estructura demográfica y el tamaño de la población, sobre la base de los últimos censos disponibles en cada país. Estas garantizan que se alcanza un error típico de +/- 3% en los datos, con un nivel de confianza del 95%. La IFPI ha dirigido el diseño, elaboración y análisis del estudio, con el trabajo de campo de AudienceNet.

Los 21 países incluidos en el estudio representan el 91% de los ingresos mundiales de música grabada en 2020.

El trabajo de campo tuvo lugar en junio y julio de 2021, cuando en todos los países participantes seguían estando en vigor ciertas restricciones fruto de la pandemia.

# Introducción

Los amantes de la música del mundo no se conforman con escuchar... su implicación con la música es cada vez mayor



Los fans de todo el mundo se conectan con los artistas y con la música que aman como nunca antes se imaginó.

El informe IFPI *Engaging with Music 2021* dibuja un panorama diverso y abundante de las distintas formas en que los fans disfrutan su música alrededor del planeta.

Basándose en las opiniones de 43.000 fans de la música de 21 países –la mayor encuesta de este género–, la investigación concluye que no sólo escuchan más música, sino que también aprovechan las oportunidades para participar en nuevas experiencias de inmersión musical.

Alimentados por la inversión de los sellos discográficos, la increíble abundancia y crecimiento de los servicios de *streaming* de música impulsa esta mayor implicación –particularmente mediante el *streaming* de audio por suscripción, que ofrece a los fans el acceso y la autonomía que quieren para elegir a los artistas y la música que adoran.

Además, la música ha proporcionado a sus fans alivio y consuelo en estos tiempos tan difíciles. *Engaging with Music* refleja la poderosa contribución de la música al bienestar emocional. En particular, los más jóvenes han reconocido el importante papel de apoyo que la música desempeña en sus vidas.

También seguimos viendo la afición y el amor por los géneros locales, celebrado en las culturas musicales únicas de cada país.

Este panorama tan apasionante de la música sigue evolucionando y enriqueciendo las experiencias

musicales de los fans, entre ellas el surgimiento y afición por los vídeos cortos –una categoría que ni siquiera aparecía en nuestro anterior informe de hace dos años– así como de otras áreas, como el directo por *streaming* o el *gaming*, por nombrar solo algunas.

Por desgracia, a la vez que la música con licencia evoluciona con la tecnología, del mismo modo lo hace el uso ilegal de los contenidos protegidos. Este hecho desvía ingresos de aquellos que crean música e invierten en ella, perjudicando las posibilidades futuras de los nuevos artistas. Las filtraciones de prelanzamientos socavan las campañas de los artistas, muchas veces planificadas con años de antelación. Colaboramos con gobiernos de todo el mundo para garantizar que disponemos de las herramientas apropiadas para abordar este problema.

La forma cada vez más dinámica y apasionante en que los fans se involucran con la música nace de un entorno en el que aquellos que poseen los derechos sobre la música tienen la libertad de autorizar su uso en formatos nuevos y cada vez más inmersivos. Enriquecen la experiencia de los amantes de la música y potencian las oportunidades para que los artistas compartan su obra y obtengan beneficio a cambio. Seguimos haciendo campaña para conseguir un entorno justo para ello en todo el planeta. Estos son los éxitos que necesitamos para preservar la salud del ecosistema musical.

Esperamos que disfrutéis del informe de este año y os invitamos a visitar nuestra web ([ifpi.org](http://ifpi.org)), fuente reconocida de información siempre actualizada sobre la música grabada.

**FRANCES MOORE**  
CHIEF EXECUTIVE, IFPI

# Instantánea global del interés por la música en 2021

Con datos basados en la investigación desarrollada por IFPI en 21 de los principales mercados mundiales, este informe arroja luz sobre el amor del público por la música y el papel central que ésta juega en nuestras vidas.

## El mix del interés por la música



# 18,4 horas

Tiempo pasado escuchando música por semana  
▲ sube desde las 18 horas de 2019



Es el equivalente a escuchar semanalmente 368 canciones de 3 minutos



# 68%

del tiempo pasado en apps de vídeos cortos fue con vídeos basados en música, como retos de baile o doblaje de canciones.



# 29%

ver conciertos en directo por streaming es popular y casi un tercio se conectó a un evento en los últimos doce meses



# 80%

El poder curativo de la música es evidente. 8 de cada 10 afirmaron que la música contribuyó a su bienestar emocional durante la pandemia



# 30%

Casi un tercio de los encuestados sigue admitiendo utilizar métodos ilegales o sin licencia para escuchar o conseguir música

# El streaming de audio es popular en todo el mundo

El interés por el streaming –en particular el de suscripción– sigue creciendo, impulsado por la posibilidad de los oyentes de encontrar sus canciones y artistas favoritos.

**78%**



Más de las tres cuartas partes del público afirmaron escuchar música en servicios legales de streaming de audio (por suscripción o con publicidad)

**+51%**

Se produjo un claro crecimiento del tiempo de escucha en servicios de streaming de audio por suscripción, lo que refuerza la gran atracción del streaming entre los fans de la música

**35%**

de los que no se suscribieron al streaming de pago dijeron que era porque todo lo que querían escuchar estaba disponible en los servicios gratuitos de streaming de vídeo



Las 3 principales razones dadas para pagar por utilizar un servicio de streaming reflejaban el deseo de escuchar sin molestias y a voluntad la enorme abundancia de música legal disponible

- 01** No hay anuncios que interrumpan la música
- 02** Puedo escuchar lo que quiera cuando quiera
- 03** Accedo a millones de canciones

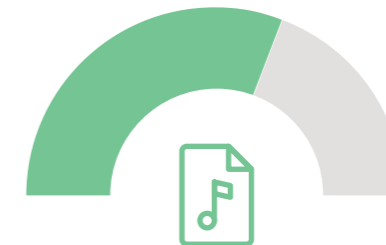
Al ser preguntados sobre cómo seleccionaban la música en los servicios de streaming, las tres principales razones de los usuarios eran la posibilidad de elegir las canciones, a sus artistas favoritos y hacer sus propias playlists



**68%**

dijo buscar canciones concretas más de una vez a la semana

un 82% de 16 a 24 años



**62%**

afirmó que escuchaba más de una vez a la semana las playlists que había creado

un 78% de 16 a 24 años

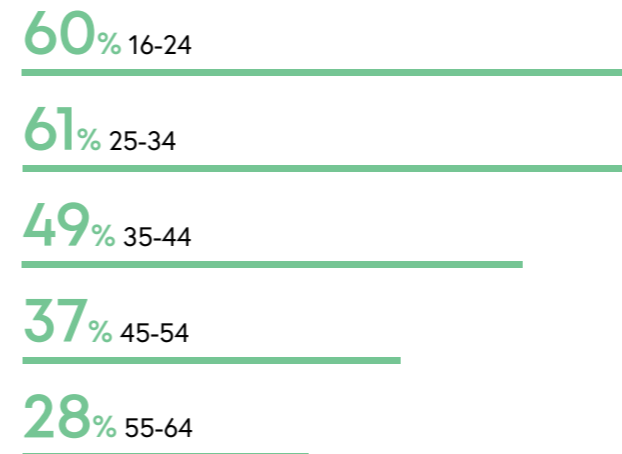


**62%**

dijo buscar un artista concreto más de una vez a la semana

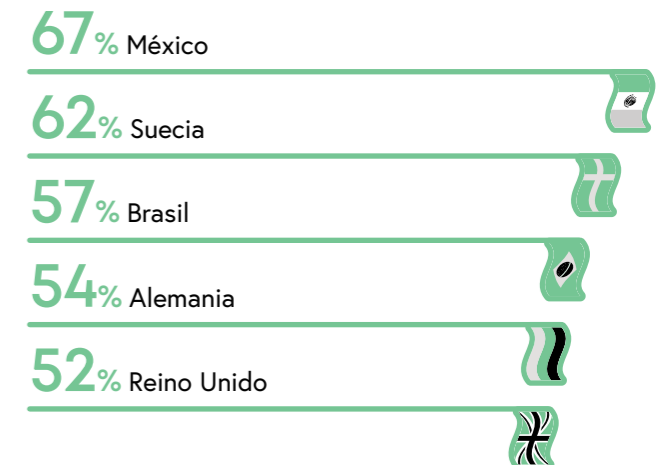
un 73% de 16 a 24 años

El uso del streaming de audio por suscripción fue mayor en los grupos demográficos más jóvenes.\*



\* En el último mes

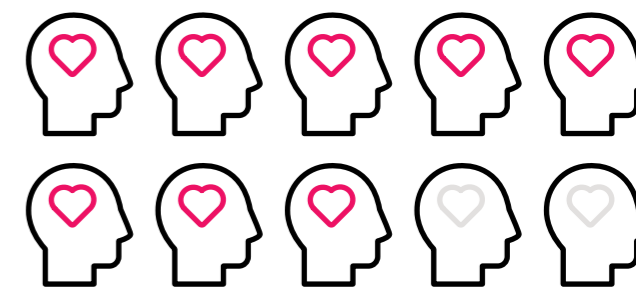
Top 5 de países que dedicaron más tiempo a escuchar música en servicios de streaming de pago por suscripción.\*



\* En el último mes

# El efecto positivo de la música en el bienestar

En todo el mundo, la gente busca la música para sentirse bien, disfrutar y evadirse. Esto no cambió durante la pandemia, cuando los lanzamientos de los artistas favoritos, el descubrimiento de novedades musicales y la presencia constante de la música en las actividades cotidianas fueron de ayuda para la salud mental.

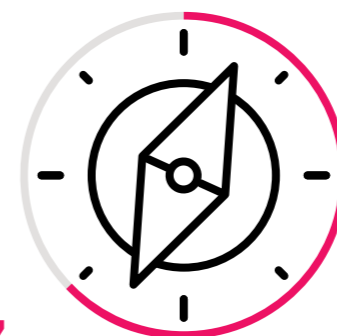


**80%** confirmó que la música contribuyó a su bienestar emocional

El impacto positivo de la música sobre el bienestar fue incluso mayor en el grupo de 16-19 años **85%**

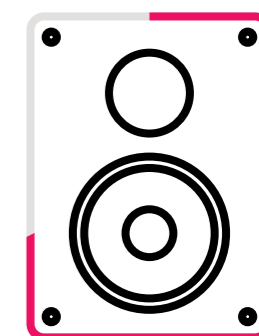
**75%** para una tercera parte del público la música aportaba una sensación de normalidad

**73%** Casi tres cuartas partes afirmaron que, a pesar del cambio de rutinas, siempre pudieron escuchar música cuando lo necesitaban



**63%**

dedicó tiempo durante la pandemia a explorar música nueva y buscar nuevas preferencias



**68%**

del grupo de 16-19 años afirmó que los nuevos lanzamientos de sus artistas favoritos le ayudó a sobrellevar la pandemia

# Un panorama nuevo y apasionante para el interés por la música

El estudio de este año dibuja un panorama rico y diverso del interés por la música, con la rápida emergencia de los videos cortos y experiencias durante el juego, todo impulsado por el amor que el público siente por la música.

La música está en el corazón de la interacción con los videos cortos



del tiempo que la gente pasa en las apps de videos cortos fue con videos relacionados con música, como los retos de baile o doblajes de canciones



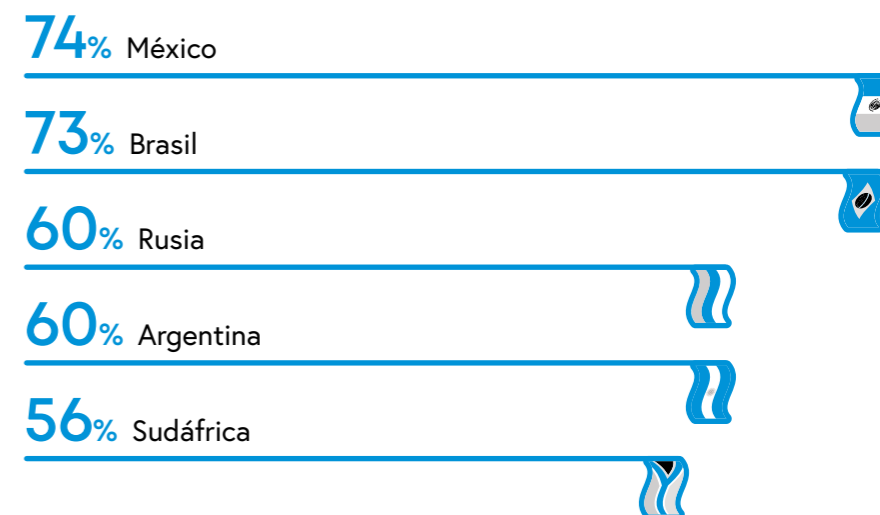
están de acuerdo o muy de acuerdo en que la música es esencial a la hora de disfrutar en TikTok



de los usuarios de videos cortos se descargaron la app durante la pandemia



Top 5 de países con más usuarios de apps de videos cortos



Los conciertos en directo por streaming muestran su popularidad... y han venido para quedarse

**29%**

Casi un tercio del público dijo que había visto música en directo por streaming, por ejemplo un concierto, en los últimos 12 meses

Este interés fue mayor en:

Brasil **61%**

México **44%**

Sudáfrica **44%**



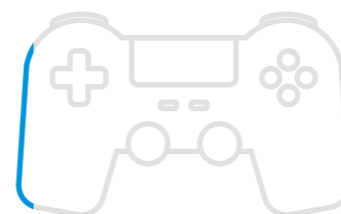
**65%**

admitió que continuará viendo emisiones de música en directo incluso cuando vuelvan los conciertos presenciales

**55%**

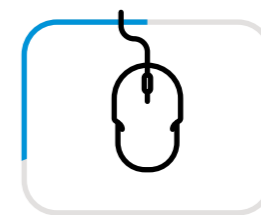
dijo que las emisiones en streaming son una opción estupenda cuando no pueden ir a conciertos en persona

Continúa la duradera relación entre la música y los videojuegos



**1 de 20**

afirmó que había visto música en directo por streaming a través de una plataforma de videojuegos



**31%**

de los gamers han asistido a un concierto virtual en plataformas como Fortnite, Roblox o Minecraft



**52%**

de los gamers se interesa por ver conciertos virtuales de música en plataformas de videojuegos

# Los géneros preferidos en el mundo

Entre los 43.000 entrevistados, más de 300 géneros diferentes fueron mencionados por al menos una persona al ser preguntados por la música que suelen escuchar, entre ellos música gqom, axé y hokkien, reflejando el escenario tan rico y diverso del que disfrutan los fans de la música de todo el mundo.



## Top 10 de géneros preferidos en el mundo



- |    |                |    |                            |
|----|----------------|----|----------------------------|
| 01 | Pop            | 06 | Hip-Hop / Rap / Trap       |
| 02 | Rock           | 07 | R&B                        |
| 03 | 90s            | 08 | Dance / Electronic / House |
| 04 | 80s            | 09 | 70s                        |
| 05 | Bandas sonoras | 10 | Soul / Blues               |

Estos son sólo algunos de los más de 300 géneros mencionados como los más disfrutados por los fans de la música de todo el planeta





# Escucha de radio

La radio sigue siendo una parte importante del conjunto de la escucha de música. Y la música es la primera razón para sintonizarla.



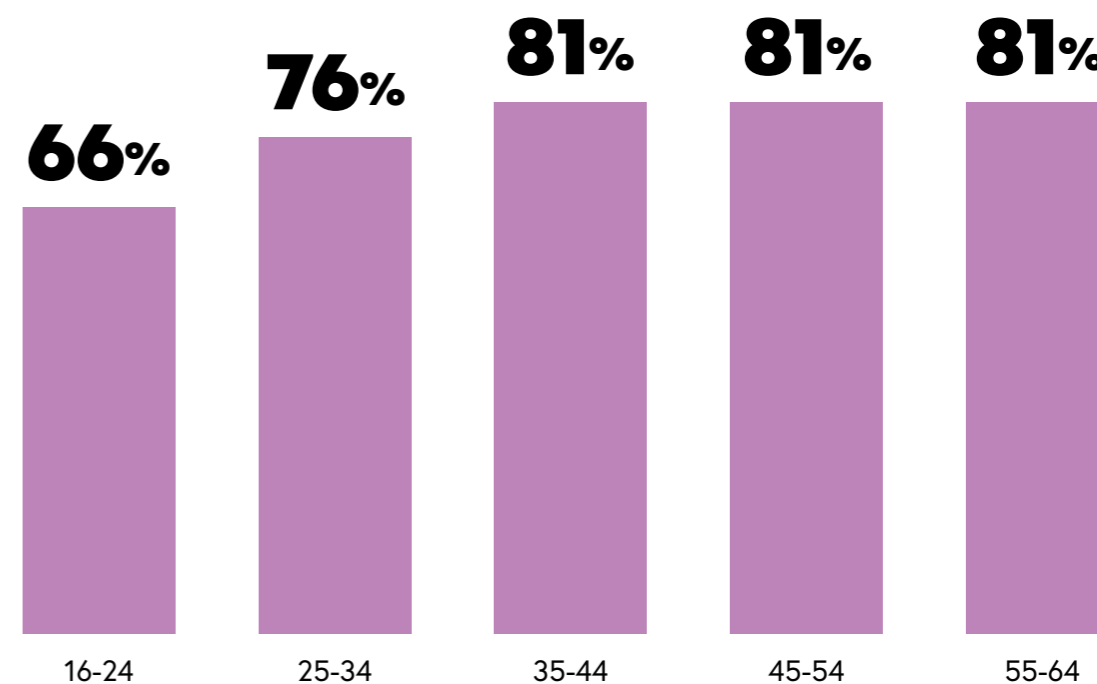
La música alimenta el interés del público por la radio



**66%**  
Sin música, no escucharía la radio



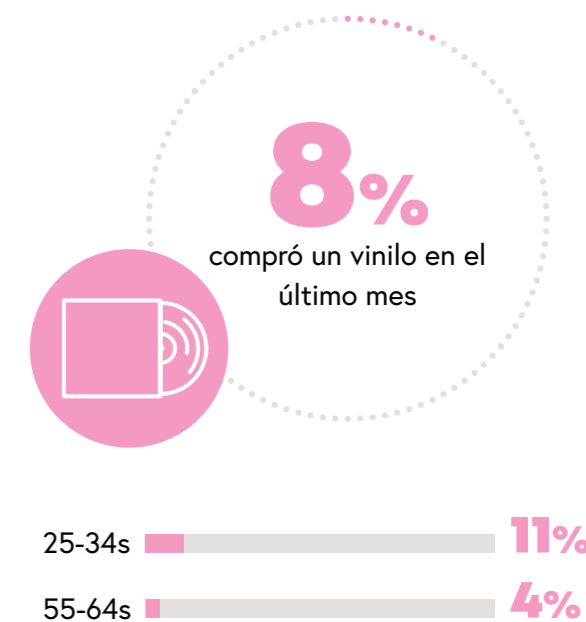
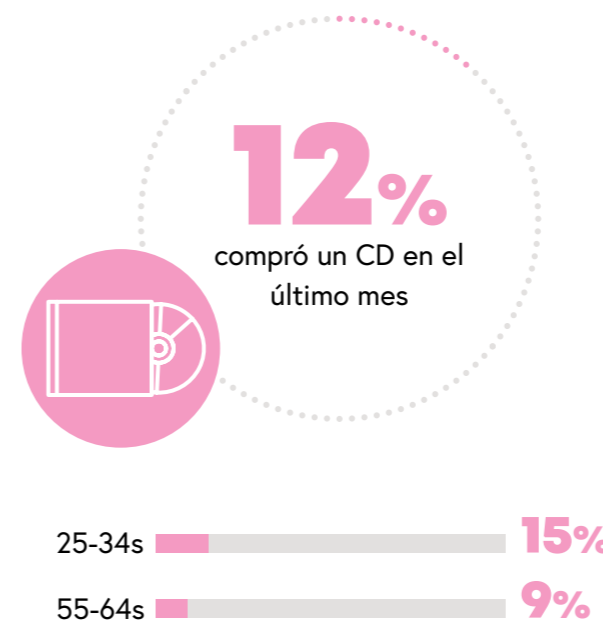
Todos los grupos de edad mostraron una gran vinculación con la radio \*



\* Últimos tres meses

# La compra de música física en el mundo

La demanda de música en formato físico continúa, especialmente entre los grupos de edad más jóvenes.



A los fans del vinilo les gusta la variedad de formas en que pueden conectarse con el formato

**40%** Me gusta coleccionar vinilos

**31%** Me gusta el ritual de poner un vinilo

**30%** Me gusta sumergirme en un álbum completo

**21%** Me gusta leer las anotaciones de la cubierta

Los compradores de vinilos estaban muy comprometidos con la música en todos sus formatos, incluidas las experiencias más novedosas, como los directos en streaming

**81%** pagó por streaming de música

**58%** de los compradores de vinilos tenían entre 25 y 44 años de edad

**67%** dijo que descubrían novedades musicales o nuevos artistas todas las semanas

**80%** afirmó disfrutar de los directos en streaming durante la pandemia

**80%** se vinculó con la música en redes sociales

**57%** tenía un altavoz inteligente

**22,1** horas de música que escuchan a la semana (20% más que la media)

# Utilización de música ilegítima

La oferta de música no autorizada sigue siendo un problema para el ecosistema de la música, con casi un tercio de los entrevistados que afirman haber utilizado métodos ilegales o ilegítimos para escuchar y descargar música.



**30%** utilizó la piratería para escuchar u obtener música



**38%** del grupo de 16-24 años

**27%** utilizó sitios de *stream ripping* (ripeado de streaming) como método para escuchar u obtener música

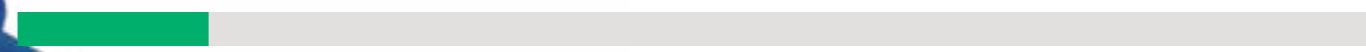


**35%** del grupo de 16-24 años



El ripeado de streaming es una práctica ilegal que consiste en crear un archivo descargable a partir de contenido disponible en streaming. Actualmente, es el método principal de infracción de los derechos de propiedad intelectual en Internet.

**14%** utilizó plataformas de redes sociales ilegítimas para acceder a la música



**23%** subió y compartió música



**21%** buscó filtraciones ilegales de novedades musicales



**18%** descargó música



ENFOQUE POR PAÍSES

# China



*En China, los vídeos cortos fueron una parte importante de la vinculación con la música; la gente pasó más de la mitad del tiempo viendo vídeos con música en apps como Douyin.*

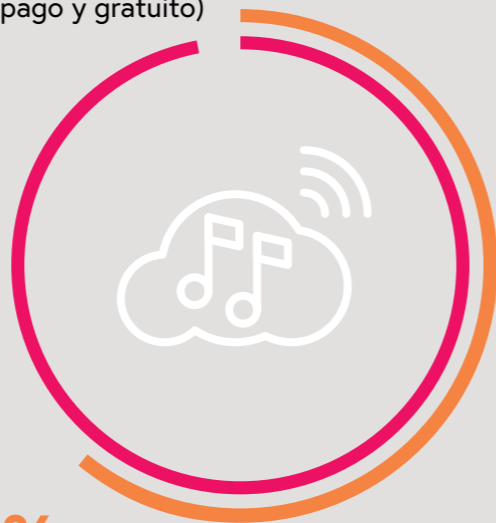


## 22,9 hrs

Tiempo semanal dedicado a escuchar música  
(en 2019 fueron 17,7 horas)

## 97%

se relacionó con la música por medio de servicios legales de *streaming* de audio (de pago y gratuito)



## 61%

utilizó un servicio de *streaming* de pago (25% en 2019)

## 45%

del tiempo de escucha de música fue en apps de vídeos cortos

### Top 10 géneros

- 01 Pop
- 02 C-Pop
- 03 Canciones cantonesas
- 04 Bandas sonoras
- 05 Música de los 90s
- 06 Música folk china
- 07 Canción de autor
- 08 Música de los 80s
- 09 K-Pop
- 10 Rock



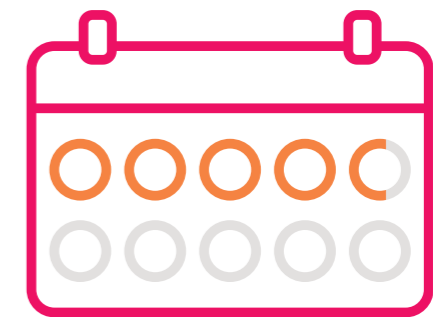
## 92%

afirmó que la música contribuyó a su bienestar emocional durante la pandemia



## 93%

utilizó una app de vídeos cortos el último mes



## 46%

vio música en directo por *streaming* en los últimos doce meses

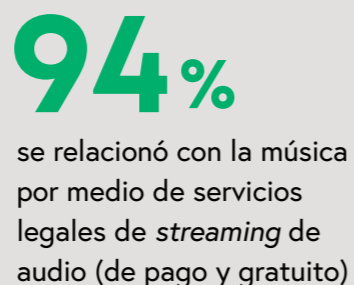


ENFOQUE POR PAÍSES

# India

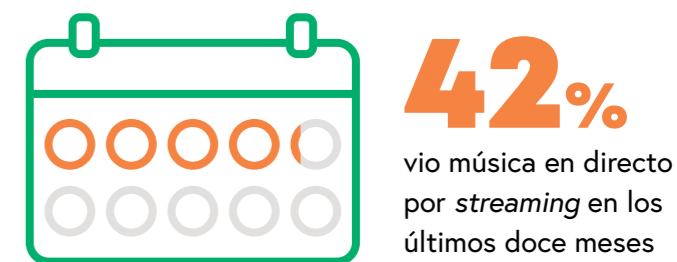
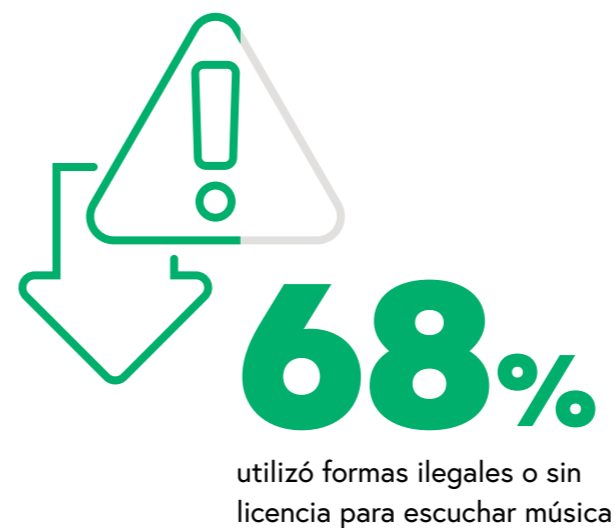


El interés por la música en India fue igual de rico y variado que su cultura. Brillaron los géneros locales, y la emergencia de los formatos más novedosos, como las apps de vídeos cortos, fue esencial dentro del conjunto de la música.



Top 10 géneros

- 01 Bollywood
- 02 Bollywood  
Coming of Age (80s, 90s)
- 03 Bollywood  
Retro (50's, 60's, 70's)
- 04 Punjabi
- 05 Música tradicional (p.e. Hindustani, Carnatic, Folk, Devotional, Ghazal, Sufi)
- 06 Pop internacional
- 07 Hip-Hop/Rap/Trap internacional
- 08 Rock internacional
- 09 Bandas sonoras (cine o TV)
- 10 Dance / Electronic / House internacional



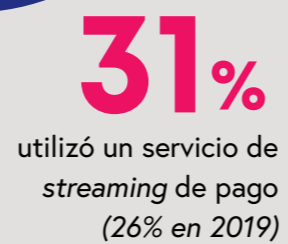
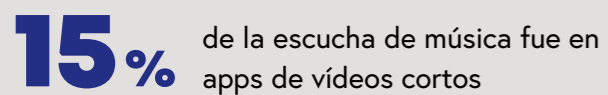


ENFOQUE POR PAÍSES

# Rusia

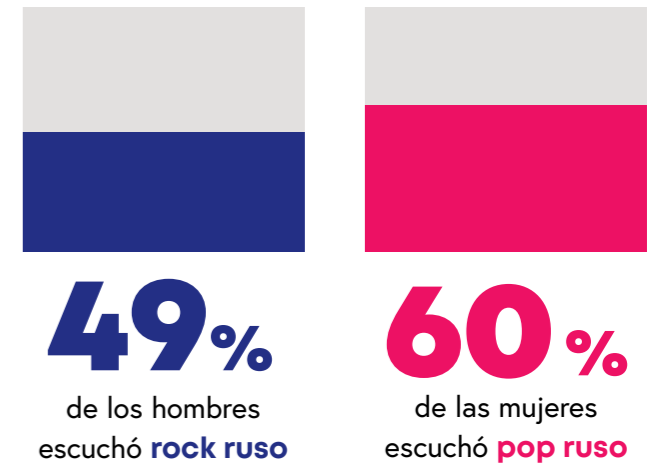


En un mercado de rápido desarrollo como el ruso, hubo un gran interés por los servicios legales de streaming y la música local fue muy popular.



Top 10 géneros

- 01 Pop Ruso
- 02 90s
- 03 Pop internacional
- 04 80s
- 05 Rock ruso
- 06 Rock internacional
- 07 Estrada / Russian old Pop
- 08 BDO (cine o TV)
- 09 Russian Chanson
- 10 Dance / Electronic / House internacional



16-24s

