

El impacto económico de la industria musical supera los 7.600 millones en España, según un informe de UNIR

- Esta Universidad publica el único informe con datos actualizados sobre el impacto económico de la música en España justo antes de la pandemia, lo que permitirá cuantificar los efectos del COVID.
- El trabajo aporta elementos de juicio para repensar un modelo centrado en la música en directo por encima de la música grabada.

Logroño-Madrid, 1 de febrero de 2021.-

La música ya aporta a la economía española 7.600 millones de euros, un 0,6% del PIB, según el informe sobre el impacto económico de la música en España que ha elaborado la **Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)**.

Esta cifra engloba lo generado por el sector del directo y el streaming, pero también por otros subsectores como la radio temática musical o las artes escénicas. El estudio describe además cómo la música es un motor para el tráfico de Internet, el turismo, el ocio nocturno o la electrónica de consumo.

Se trata del único informe con datos actualizados justo antes de la pandemia, lo que permitirá establecer elementos de comparación para cuantificar los efectos del COVID en la industria musical. La última vez que se hizo un ejercicio similar fue en 2013, con el Libro Blanco de la Música en España editado por Promusicae.

El estudio refleja que el impacto económico directo de la música superó en 2019 los 2.700 millones de euros en España, lo que supone un 0,26% del PIB español. Sin embargo, sumando el impacto inducido –el efecto que tiene la música como motor de otras industrias –, la aportación de la música a la economía española superaría los 7.600 millones de euros (0,6% del PIB español).

La música en vivo siguió siendo el sector con mayor impacto directo: 24.000 millones de euros en todo el mundo, de los que España, con unos 700 millones de euros, representa el 3%.

Otras formas de consumo de música que alcanzaron un impacto importante fueron el ocio nocturno musical, la radio temática musical y el streaming.

“Podemos observar el tremendo peso que tiene la radio o el ocio nocturno musicales, en especial si lo comparamos con otros segmentos como el streaming o la música en directo”, afirma **Victoriano Darías**, director del Máster en Gestión Empresarial de la Industria Musical de UNIR y autor de este informe.

Según explica este experto “en España la radio musical tiene un impacto económico mayor que el de streaming interactivo (378 frente a 216 millones de euros). Cuestión distinta es cuánto de ese impacto repercute luego a los titulares de derechos”.

Darías indica que “en 2020 hemos visto como, en líneas generales, el sector de la música grabada ha podido capear el temporal, pero la música en vivo (que además de macrofestivales, incluye música clásica, teatro musical o conciertos en salas y fiestas locales) se ha desplomado”.

“Se produce una situación curiosa -continúa el profesor-. Incluso antes de la pandemia, la gente escuchaba muchísima más música en formato grabado que en directo. Sin embargo, los artistas generaban sus ingresos principalmente de sus conciertos. Con la pandemia nos hemos dado cuenta de la importancia de poner en valor la música grabada y de que los titulares sean capaces de capturar mejor el valor que este formato claramente tiene para los consumidores”.

Tendencias en el consumo de música

El informe confirma algunas tendencias en el consumo de música. En el formato de música grabada, los ingresos basados en adquisición (descargas y formato físico) continúan una línea descendente, salvo en el caso del vinilo que sigue aumentando ingresos, aunque sigue siendo un consumo nicho.

Se consolida el consumo basado en formatos de acceso, como la comunicación pública (radiodifusión de música, reproducción de música en locales abiertos al público, etc.) y el streaming.

Asimismo, el estudio refleja que una gran cantidad de consumidores prefiere que les sugiera la música el programador musical de una radio o el Dj de una discoteca (consumo “lean back”), una tendencia que respalda la popularidad de las playlists y de los festivales.

También se proporcionan datos acerca del impacto económico de “otras formas de consumo de música”, centrándose en el sector de las obras dramático-musicales, la televisión, el cine y los videojuegos musicales, las redes sociales y productos asociados, como el merchandising o las revistas

y los libros sobre música. Además, analiza el impacto en otras industrias como el tráfico de Internet, el turismo o la electrónica de consumo.

El informe está disponible en el siguiente enlace:
[https://static.unir.net/humanidades/El Impacto de la Musica en la Industria Espanola 2019.pdf](https://static.unir.net/humanidades/El%20Impacto%20de%20la%20Musica%20en%20la%20Industria%20Espanola%202019.pdf)

SOBRE UNIR

UNIR es una Universidad cien por cien en línea que ofrece una educación superior de calidad a través de las tecnologías más innovadoras, siempre con el estudiante en el centro de su actividad. Imparte 25 grados oficiales, más de 100 postgrados y 3 programas de doctorado que tienen como objetivo acercar una educación integral y personalizada a los más de 50.000 estudiantes que trabajan en sus aulas presenciales-virtuales desde más de 100 países, especialmente en España y Latinoamérica. Su método de enseñanza, adecuado a las demandas del mercado laboral, hace de UNIR una auténtica palanca social que rompe barreras y ayuda a que cada uno, esté donde esté, cumpla sus sueños universitarios y de progreso.

Para más información:

Departamento de Comunicación UNIR

comunicacion@unir.net www.unir.net

Paloma Gamarra (La Rioja)

941 210 211 ext. 1285
paloma.gamarra@unir.net

Sara Puerto

91 567 43 91 ext. 3236
sara.puerto@unir.net

Diego Caldentey

915 674 391 ext. 3090
diego.caldentey@unir.net

Bosco Martín (director)

91 567 43 91 ext. 3091
bosco.martin@unir.net

Sala de prensa: <https://www.unir.net/sala-de-prensa/>

Twitter: [@UNIRUniversidad](https://twitter.com/UNIRUniversidad) y [@PrensaUNIR](https://twitter.com/PrensaUNIR)