

**¿Cómo vamos en el consumo de música en el Perú?**

**Análisis de los indicadores de asistencia a espectáculos y de adquisición de música entre los años 2016 y 2022**

Reporte estadístico

Gestión de la Información y el Conocimiento

Dirección General de Industrias Culturales

Ministerio de Cultura del Perú

**Ministra de Cultura**

Leslie Carol Urteaga Peña

**Viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales**

Haydee Victoria Rosas Chávez

**Directora general de Industrias Culturales y Artes**

Diana Anuska Aguirre Manrique

**Dirección de Artes**

Eddy Ulloa Martínez

**Contenido:**

Alejandra Zúñiga Meneses

Daniel Medrano Torres

**Edición y estilo:**

Roxana Abanto Atauje

**Diseño:**

Oficina de Comunicación e Imagen del Ministerio de Cultura

Fecha de edición

Octubre, 2023

Ministerio de Cultura

Av. Javier Prado Este N.º 2645, San Borja

Primera edición: Lima, noviembre 2023.



Este documento se publica bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-No commercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

Se permite la reproducción parcial siempre y cuando se cite la fuente.

## Índice de contenido

Introducción .....	7
1. Asistencia a espectáculos musicales .....	8
1.1 Frecuencia de asistencia a espectáculos musicales.....	11
1.2 Modalidad de obtención de entradas al último espectáculo musical .....	12
1.3 Monto promedio pagado en el último espectáculo musical .....	13
1.4 Características de la población que accedió a un espectáculo musical .....	13
1.5 Principales razones de no asistencia a un espectáculo musical.....	16
2. Adquisición de música a través de descargas o acceso a internet .....	18
2.1 Frecuencia de la adquisición de música a través de descargas o acceso a internet .....	22
2.2 Características de la población que adquirió música a través de descargas o acceso a internet.....	23
2.3 Principales razones por las que no se adquirió música a través de descargas o acceso a internet.....	28
3. Adquisición de música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos .....	30
3.1 Frecuencia de adquisición de música en CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	33
3.2 Características de la población que adquirió música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	34
3.3 Principales razones por la que no se adquirió música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	37
Conclusiones .....	40

## Índice de figuras

Figura 1. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que ha asistido a un espectáculo musical durante los últimos doce meses (2016-2022)</i> .....	8
Figura 2. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que ha asistido a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según área geográfica (2016-2022)</i> .....	8
Figura 3. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que ha asistido a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según región (2016-2022)</i> .....	9
Figura 4. <i>Porcentaje de la población que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según departamento (2022)</i> .....	10
Figura 5. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses en el 2022 (en miles)</i> .....	11
Figura 6. <i>Porcentaje de la población que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según frecuencia (2022)</i> .....	12
Figura 7. <i>Porcentaje de la población que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según la modalidad mediante la que obtuvo su entrada o ticket al último espectáculo o evento (2022)</i> .....	12
Figura 8. <i>Monto promedio pagado por la entrada o ticket de ingreso a un espectáculo musical, según área geográfica (2022)</i> .....	13
Figura 9. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según sexo (2019-2022)</i> .....	14
Figura 10. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según edad (2019-2022)</i> .....	14
Figura 11. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según educación (2019-2022)</i> .....	15
Figura 12. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según estrato socioeconómico (2019-2022)</i> .....	15
Figura 13. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según lengua materna (2019-2022)</i> .....	16
Figura 14. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que no asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal (2016-2022)</i> .....	16
Figura 15. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que no asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal y área (2022)</i> .....	17
Figura 16. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que no asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según razón principal y región natural (2022)</i> .....	17
Figura 17. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses (2016-2022)</i> .....	18
Figura 18. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según área (2016-2022)</i> .....	19
Figura 19. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según región (2016-2022)</i> .....	20

Figura 20. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según departamento (2022)</i> .....	21
Figura 21. <i>Población que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según departamento en 2022 (en miles)</i> .....	22
Figura 22. <i>Porcentaje de la población que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según frecuencia (2022)</i> .....	23
Figura 23. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según sexo (2019-2022)</i> .....	24
Figura 24. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según sexo y área (2022)</i> .....	24
Figura 25. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según edad (2019-2022)</i> .....	25
Figura 26. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según educación (2019-2022)</i> .....	26
Figura 27. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según estrato socioeconómico (2019-2022)</i> .....	26
Figura 28. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según lengua materna (2019-2022)</i> .....	28
Figura 29. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que no adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según razón principal (2016-2022)</i> .....	28
Figura 30. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que no adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según razón principal y área (2022)</i> .....	29
Figura 31. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que no adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal y región natural (2022)</i> .....	29
Figura 32. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses (2016-2022)</i> .....	30
Figura 33. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses (2016-2022)</i> .....	30
Figura 34. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según región (2016-2022)</i> .....	31
Figura 35. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según departamento (2022)</i> .....	32
Figura 36. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según departamento en 2022 (en miles)</i> .....	33
Figura 37. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según frecuencia (2022)</i> .....	34

Figura 38. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según sexo (2019-2022)</i> .....	34
Figura 39. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según edad (2019-2022)</i> .....	35
Figura 40. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según educación (2019-2022)</i> .....	36
Figura 41. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según estrato socioeconómico (2019-2022)</i> .....	36
Figura 42. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según lengua materna (2019-2022)</i> .....	37
Figura 43. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que no accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal (2016-2022)</i> .....	38
Figura 44. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que no accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal y área (2022)</i> .....	38
Figura 45. <i>Porcentaje de la población mayor de catorce años que no accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal y región natural (2022)</i> .....	39

## Introducción

Desde el 2016, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y el Ministerio de Cultura (Mincul), incorporó un módulo de preguntas en la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (Enapres) sobre el ejercicio de los derechos culturales de la población peruana, con el objetivo de hacer un seguimiento a los principales indicadores de acceso y consumo de los bienes y servicios culturales en el Perú<sup>1</sup>.

A partir de los resultados de la Enapres, que busca contribuir al diseño y a la orientación de las políticas públicas para mejorar las condiciones de vida de la población, es posible construir indicadores de seguimiento y evaluación de los programas presupuestales elaborados por el MEF en el sector público, en el marco del Presupuesto por Resultados. Hasta el 2021, la ciudadanía cuenta con información sobre la asistencia a espectáculos musicales, teatros, exposiciones de artes visuales, bibliotecas, galerías, como también sobre la adquisición de música fonogramada, películas, videojuegos, entre otros.

Respecto al consumo de música en el Perú, la Enapres permite obtener indicadores sobre la adquisición de música a través de bienes o servicios por parte de la población peruana mayor de 14 años. En el caso de los bienes, se observa la evolución del consumo de música a través de dos formatos: virtual (mediante descarga o acceso a internet) y físico (mediante CD, Blu-ray u otros dispositivos). Con relación a los servicios, destaca la evolución de la demanda de espectáculos musicales. En cada una de estas categorías, se pueden obtener indicadores sobre accesibilidad, modalidad de consumo y características de la población que accede a estos bienes y servicios, así como las causas por las que la ciudadanía no consume estos bienes y servicios.

En este reporte, se evidencia la evolución de la adquisición de música a través de bienes y servicios durante los años 2016 y 2022. En su desarrollo, se abordarán los niveles de asistencia de la población a espectáculos musicales, el consumo de música en formato virtual o físico, las diferencias en el acceso a la música según el ámbito (urbano o rural) y los departamentos. Además, se presentan las diferencias en el consumo de música según la edad, el nivel educativo, la lengua, el sexo y la estratificación social. Por último, se exponen las principales razones por las cuales la ciudadanía no adquiere música en los formatos señalados o no asiste a espectáculos musicales.

Si bien la Enapres no está diseñada para capturar los efectos de la pandemia de la COVID-19, los indicadores obtenidos permiten visualizar estos posibles impactos en el sector musical. En lo que respecta a espectáculos musicales, se observa una reducción en el nivel de asistencia entre los años 2019 y 2022, así como un incremento del consumo de música en formato virtual, principalmente en el ámbito rural. En las siguientes secciones, se abordarán estos y otros resultados vinculados con la pandemia de la COVID-19.

---

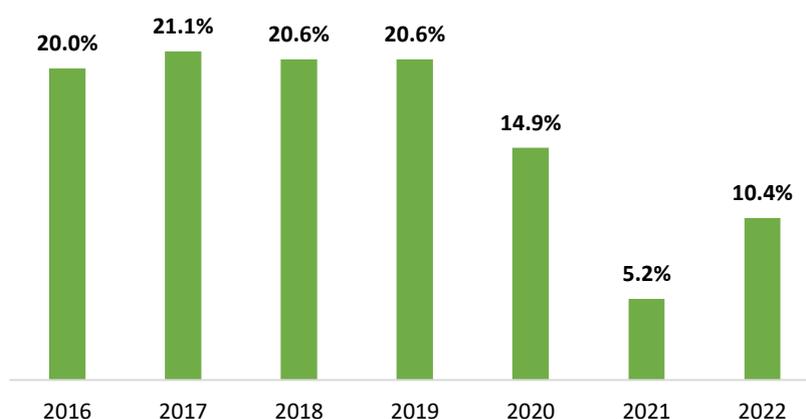
<sup>1</sup> En el caso del sector cultural, se realizaron preguntas transversales en relación con variables sobre la participación y el consumo de la población en cuanto a bienes y servicios culturales, en un módulo de la Enapres. En el 2015, el INEI y el Mincul capacitaron a 200 encuestadores y coordinadores de todo el país acerca de cada una de las definiciones utilizadas en el módulo denominado 800A, de bienes y servicios culturales, que se comenzó a aplicar desde el 2016.

## 1. Asistencia a espectáculos musicales

Según la Enapres, la asistencia a espectáculos musicales se redujo considerablemente entre los años 2020 y 2022. Mientras que, en el 2019, el 20.6 % de la población peruana mayor de 14 años asistió a un espectáculo de música durante los últimos 12 meses, solo 14.9 % lo hizo en el 2020, 5.2 % en el 2021 y 10.4 % en el 2022. Cabe destacar que, entre los años 2016 y 2019, los niveles de asistencia se mantuvieron casi estables.

**Figura 1**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que ha asistido a un espectáculo musical durante los últimos doce meses (2016-2022)*

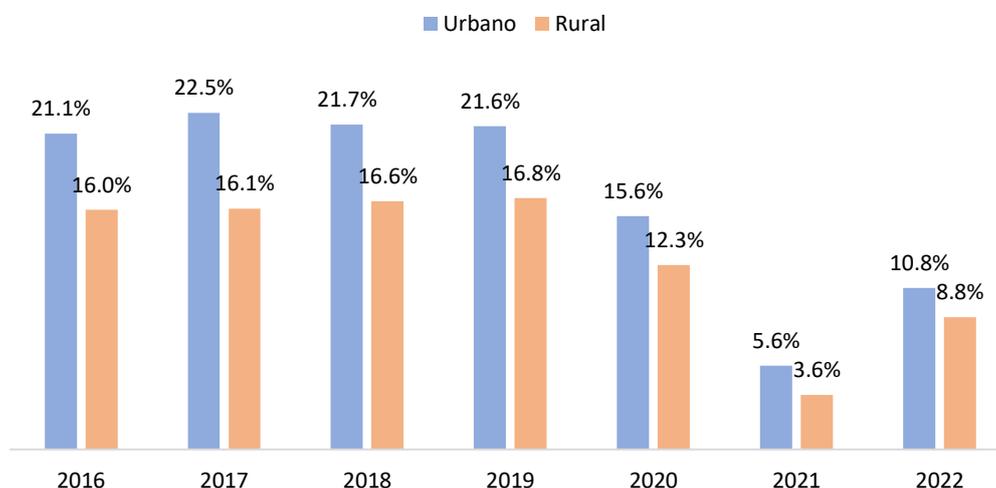


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Según el área geográfica, en el 2022, la asistencia a espectáculos musicales fue ligeramente mayor en el ámbito urbano (10.8 %) que en el rural (8.8 %). Al comparar estas cifras con las de años anteriores, se destaca que el porcentaje de asistencia se redujo (a excepción del 2021) en ambas zonas.

**Figura 2**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que ha asistido a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según área geográfica (2016-2022)*

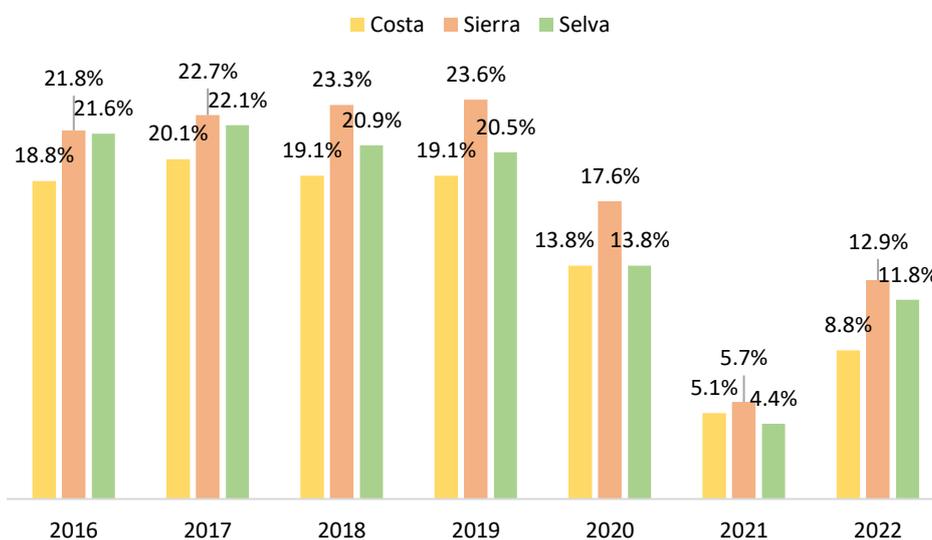


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

La evaluación de este indicador, por regiones naturales, evidencia que la sierra presenta un nivel de asistencia a espectáculos musicales superior a la selva y la costa en todos los años estudiados. En el 2022, la asistencia a este tipo de eventos se recuperó ligeramente luego de la caída ocurrida durante el 2021: la sierra alcanzó 12.9 % de asistencia, mientras que la costa y la selva obtuvieron 8.8 % y 11.8 %, respectivamente.

### Figura 3

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que ha asistido a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según región (2016-2022)*



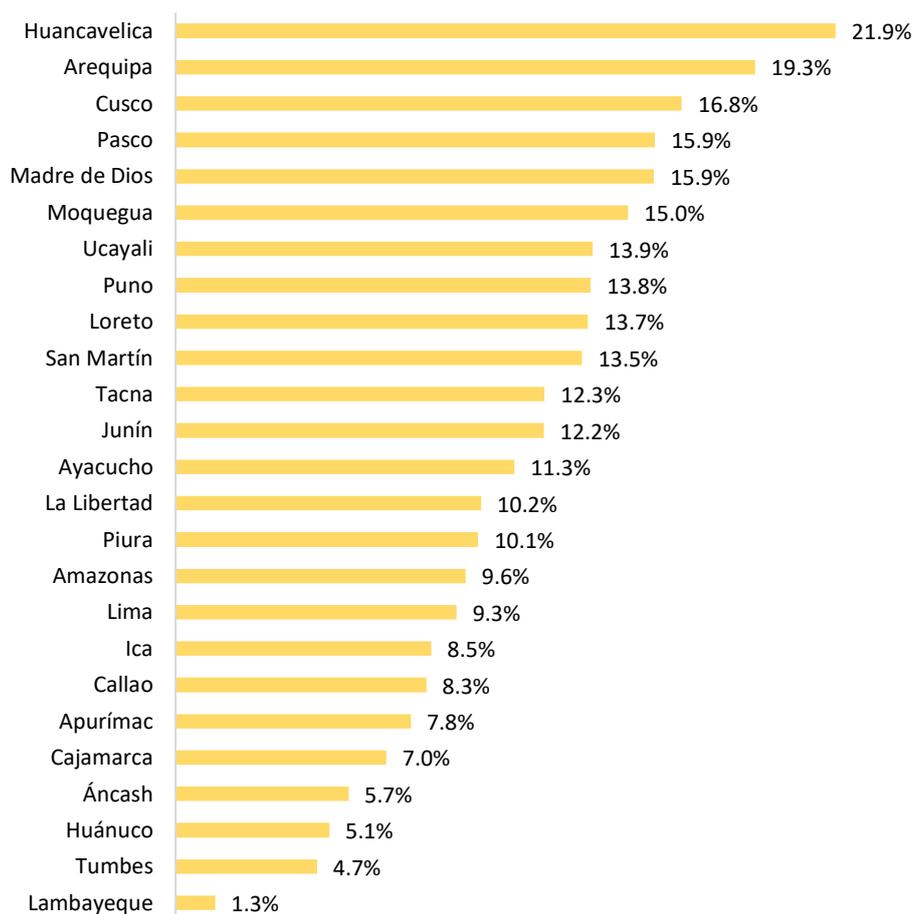
Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Al analizar la asistencia a espectáculos musicales a nivel departamental<sup>2</sup> durante el año 2022, se observa que el mayor grado de asistencia se encuentra en las regiones andinas. Entre ellas, las de mayor porcentaje fueron Huancavelica (21.9 %), Arequipa (19.3 %), Cusco (16.8 %), Pasco y Madre de Dios (15.9 % cada una). Es preciso señalar que estas mismas regiones también ocupaban los primeros puestos de asistencia en el 2021. Por otro lado, los departamentos donde se observa una menor frecuencia de asistencia a este tipo de espectáculos fueron Lambayeque (1.3 %), Tumbes (4.7 %), Huánuco (5.1 %) y Áncash (5.7 %).

<sup>2</sup> Incluye a los 24 departamentos y la Provincia Constitucional del Callao.

#### Figura 4

Porcentaje de la población que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según departamento (2022)

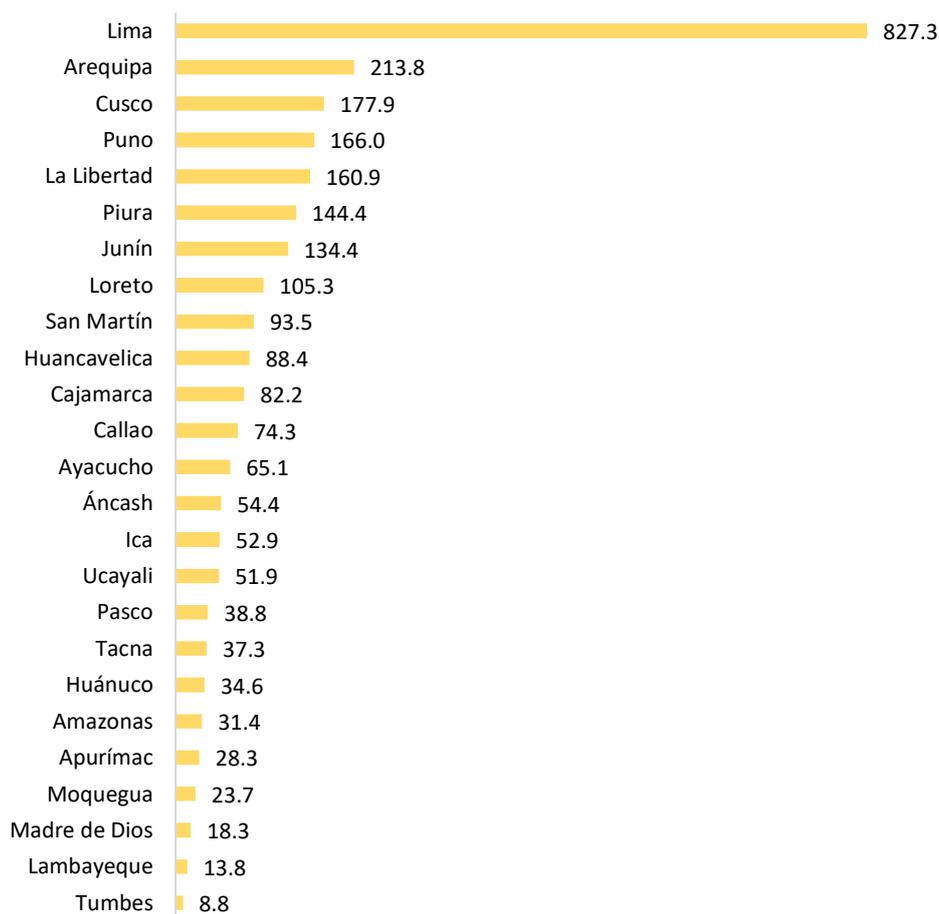


Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Como se observa en la Figura 5, si se analiza el tamaño de la población neta, se encuentra que el mayor número de asistentes se encuentra en Lima (827 301, aproximadamente), Arequipa (213 760), Cusco (177 942), Puno (166 007) y La Libertad (160 908). Por otra parte, las regiones con menor cantidad de asistentes fueron Tumbes (8838), Lambayeque (13 831) y Madre de Dios (18 275). Estos números reflejan la cantidad de personas encuestadas que declararon asistir, por lo menos, una vez al año a un espectáculo musical. La frecuencia de estas visitas se expondrá en la siguiente sección.

**Figura 5**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses en el 2022 (en miles)*



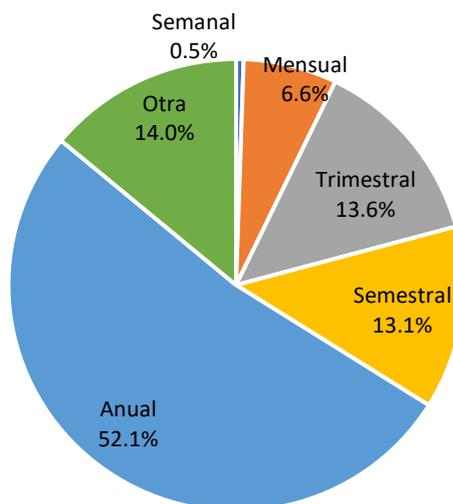
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## 1.1 Frecuencia de asistencia a espectáculos musicales

Los resultados de la Enapres demuestran con qué frecuencia asistió la ciudadanía a espectáculos musicales. En ese sentido, en el 2022, destaca que más de la mitad de las personas encuestadas (52.1 %) solo asistió una vez al año, 13.1 % de manera semestral, 13.6 % de forma trimestral y 0.5 %, al menos, una vez a la semana.

**Figura 6**

*Porcentaje de la población que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según frecuencia (2022)*



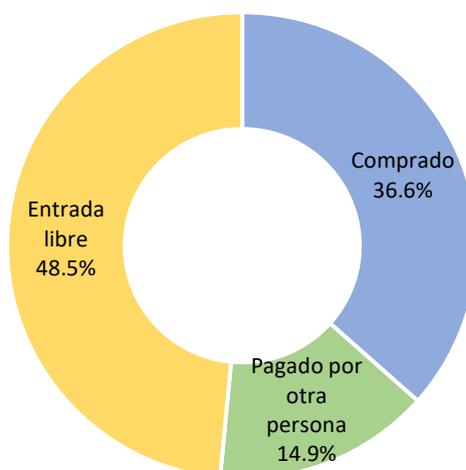
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## 1.2 Modalidad de obtención de entradas al último espectáculo musical

En el 2021, la principal modalidad que se registró fue la entrada gratuita (48.5 %), seguida de la compra de entradas (36.6 %) y las invitaciones de otras personas (14.9 %).

**Figura 7**

*Porcentaje de la población que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según la modalidad mediante la que obtuvo su entrada o ticket al último espectáculo o evento (2022)*



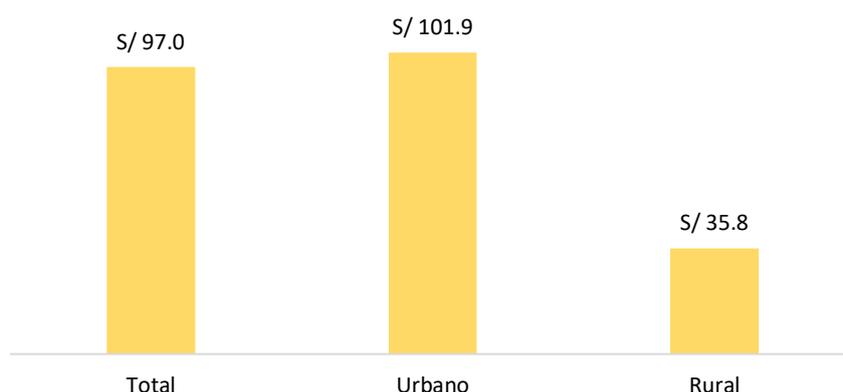
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

### 1.3 Monto promedio pagado en el último espectáculo musical

En el 2022, el precio promedio que las personas pagaron por la entrada a un espectáculo musical fue de S/ 97 a nivel nacional. Cabe señalar que la diferencia presentada por esta variable en las áreas urbana y rural es significativa: a nivel urbano, el monto superó ligeramente el promedio nacional, con S/ 101.9; mientras que, a nivel rural, se redujo a S/ 35.8. No obstante, se debe tener en cuenta que, debido al modo en que opera la industria de espectáculos musicales, el costo de las entradas no suele ser determinante para decidir el acceso a estos servicios. En su lugar, el costo de las bebidas alcohólicas suele ser una variable más relevante para el consumidor que intenta decidir su asistencia a un espectáculo musical.

#### Figura 8

*Monto promedio pagado por la entrada o ticket de ingreso a un espectáculo musical, según área geográfica (2022)*



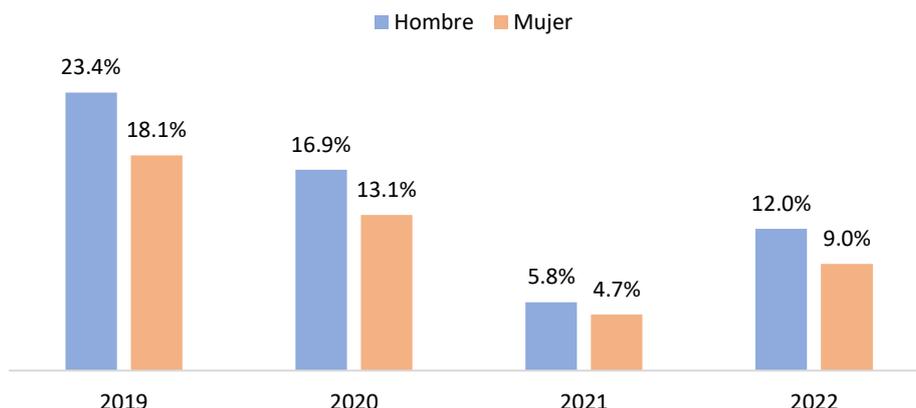
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

### 1.4 Características de la población que accedió a un espectáculo musical

En el 2022, el porcentaje de hombres y mujeres que asistió a estos eventos fue de 12 % y 9 %, respectivamente, lo cual representó una diferencia de 3 % entre ambos grupos. Esta brecha que presenta la variable sexo se redujo en comparación con los años 2019 (5.3 %) y 2020 (3.8 %), aunque se incrementó respecto del 2021 (1.1 %).

**Figura 9**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según sexo (2019-2022)*

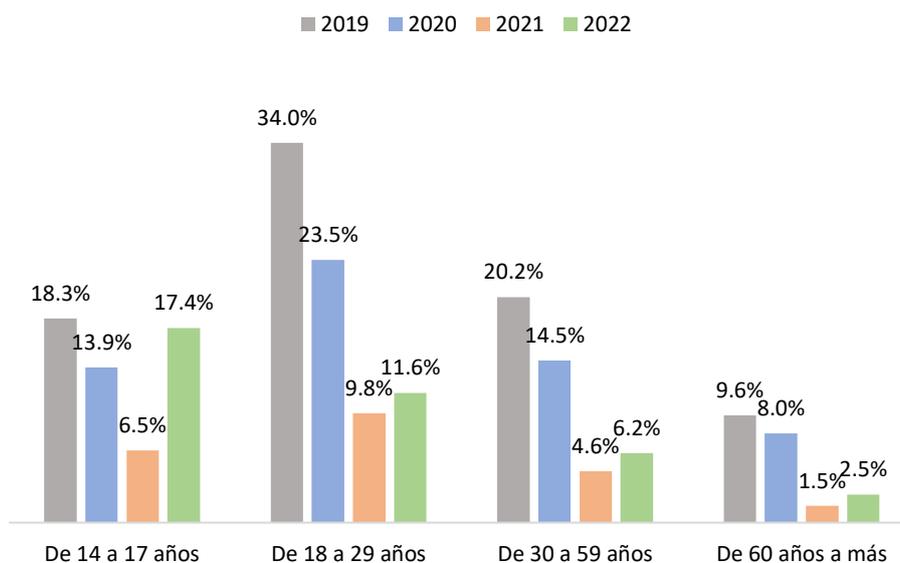


Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Con relación al grupo de edades, en el 2022, el 17.4 % de los ciudadanos de 14 a 17 años asistieron a este tipo de espectáculos y alcanzaron el mayor nivel de asistencia. Por su lado, el grupo de 18 a 29 años registró una asistencia de 11.6 % del total. A medida que los niveles de edad incrementan, el porcentaje de asistentes se va reduciendo (para todo el periodo de estudio). Por ejemplo, el 6.2 % de los ciudadanos de 30 a 59 años asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, mientras que las personas de 60 años a más registraron solo un 2.5 %, la cifra más baja entre los cuatro grupos etarios.

**Figura 10**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según edad (2019-2022)*

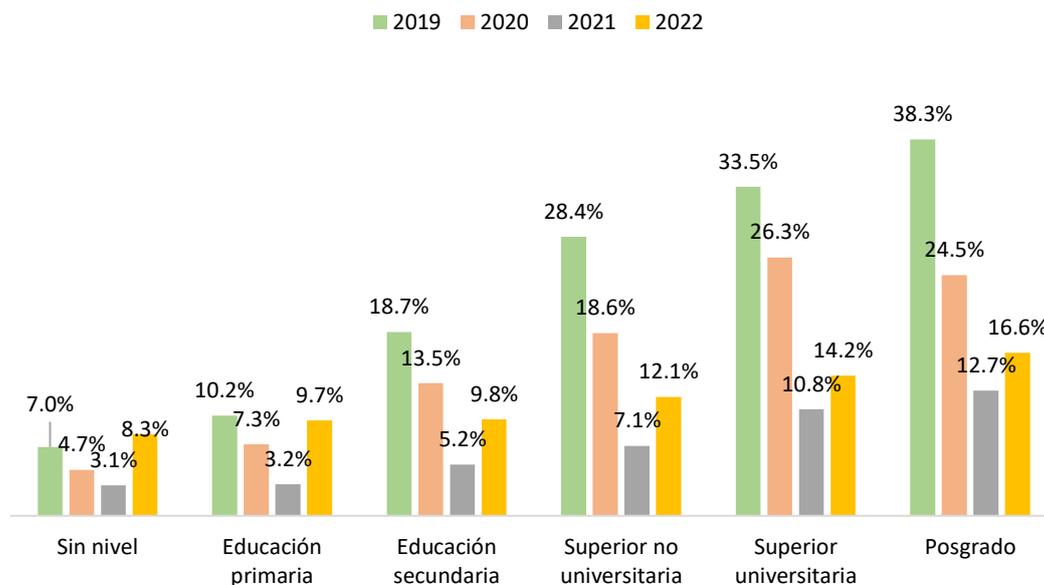


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Al analizar el nivel educativo de los años del 2019 al 2022, los resultados reflejan que el acceso a espectáculos de música aumenta en las personas con un mayor nivel de estudios. En el 2022, cerca de la séptima parte de las personas con educación superior universitaria y posgrado accedió a espectáculos musicales, mientras que el porcentaje de asistencia de las personas con estudios no universitarios fue de 12.1 %.

**Figura 11**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según educación (2019-2022)*

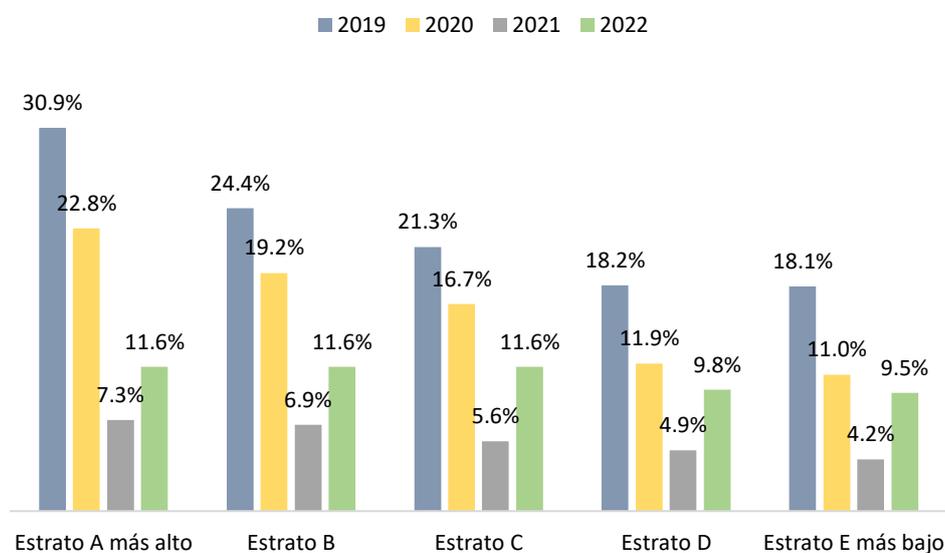


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Durante los años 2019 y 2022, la asistencia a los espectáculos de música fue mayor mientras más alto era el estrato socioeconómico de las personas. Como se observa en la figura, en el 2022, el 11.6 % de la población del estrato A, B y C asistió, al menos, una vez a un espectáculo musical en los doce meses previos a la encuesta. Por otro lado, los porcentajes de asistencia en los estratos socioeconómicos más bajos (D y E) fueron casi similares: 9.8 % y 9.5 %, respectivamente.

**Figura 12**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según estrato socioeconómico (2019-2022)*



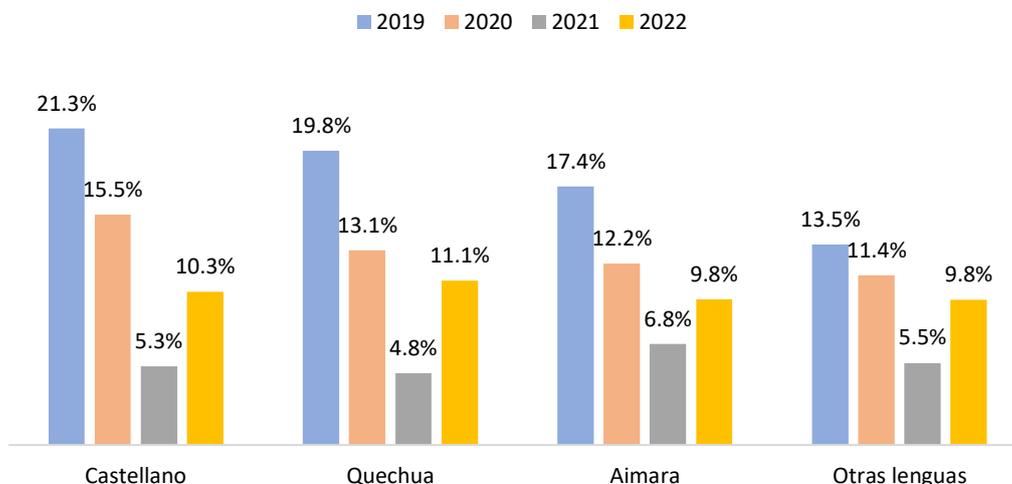
Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, el análisis de la lengua materna evidenció diferencias. Durante el 2022, las personas que más asistieron a este tipo de espectáculo tenían como lengua materna el quechua (11.1 %),

castellano (10.3 %) y el aimara (9.8 %). Cabe señalar que las personas con lengua materna española tuvieron la mayor tasa de acceso entre 2019 y 2020, y aquellas con aimara en el 2021.

### Figura 13

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según lengua materna (2019-2022)*



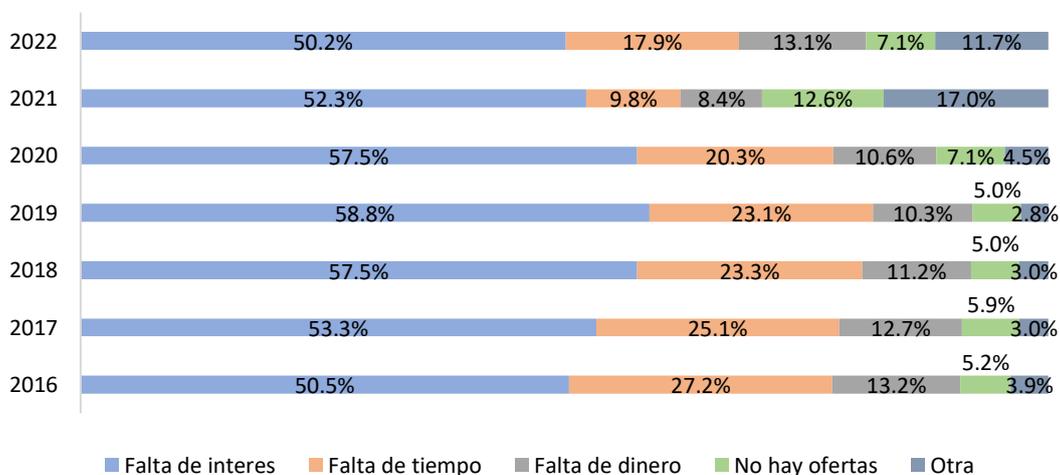
Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## 1.5 Principales razones de no asistencia a un espectáculo musical

Entre las causas de inasistencia a este tipo de espectáculo durante el 2022, las personas encuestadas señalaron la falta de interés como la principal (50.2 %). Es preciso destacar que la recurrencia de este motivo ha sido constante desde el 2016. Otras causas señaladas fueron la falta de tiempo (17.9 %), la falta de dinero (13.1 %) y la falta de oferta (7.1 %).

### Figura 14

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que no asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal (2016-2022)*



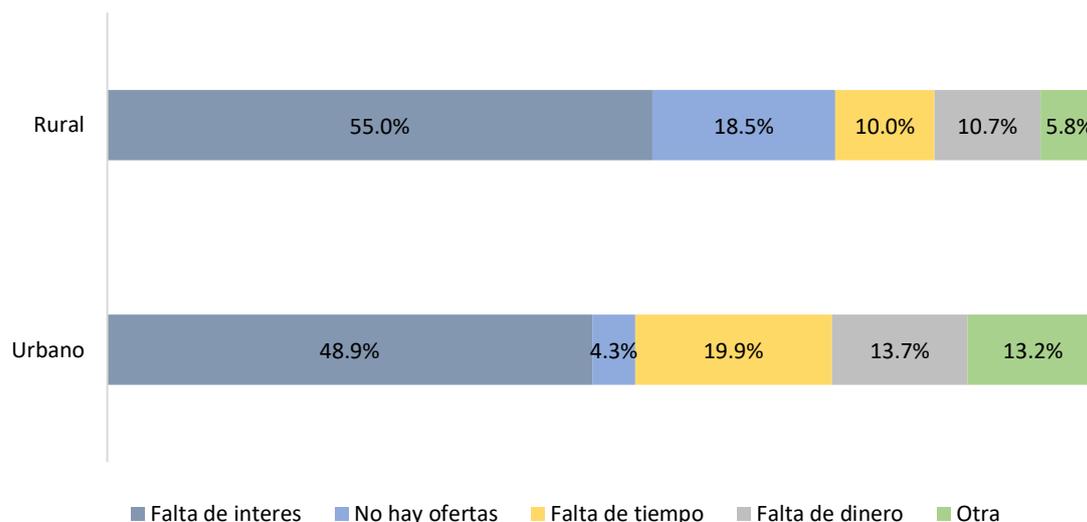
Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Durante el 2022, la razón principal para no acceder a espectáculos musicales fue la falta de interés, tanto en el ámbito rural como en el urbano (55 % y 48.9 %, respectivamente. Asimismo,

el segundo motivo más recurrente en el ámbito urbano fue la falta de tiempo (19.9 %) y, en el ámbito rural, la falta de oferta (18.5 %).

**Figura 15**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que no asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal y área (2022)*

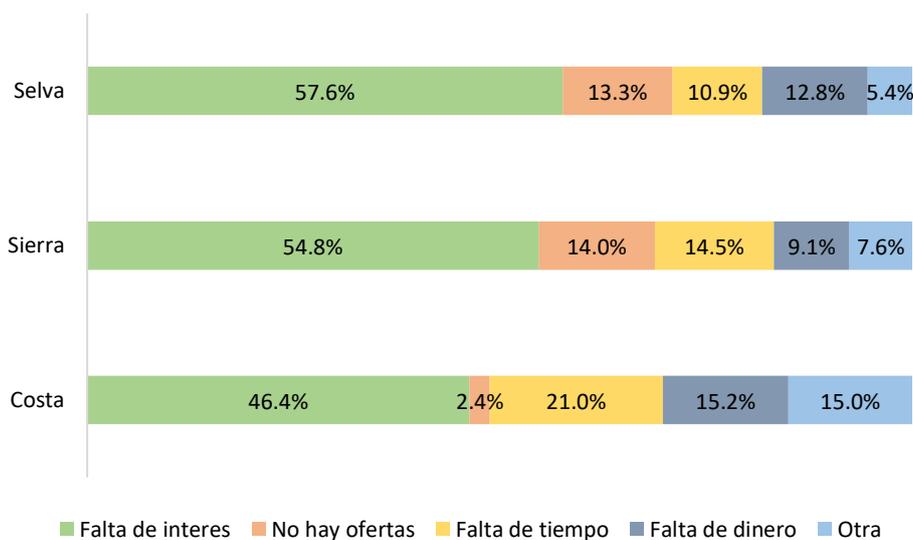


Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

El análisis por regiones naturales confirma la falta de interés como la razón principal para no asistir a estos eventos durante el 2022, para cada una de las regiones, con una cifra promedio del 50 % en todos los casos. En cuanto a la segunda razón más recurrente, en los casos de la sierra y la selva, fue la inexistencia de ofertas (14 % y 13.3 %, respectivamente), mientras que en la costa fue la falta de tiempo (21 %).

**Figura 16**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que no asistió a un espectáculo musical durante los últimos doce meses, según razón principal y región natural (2022)*



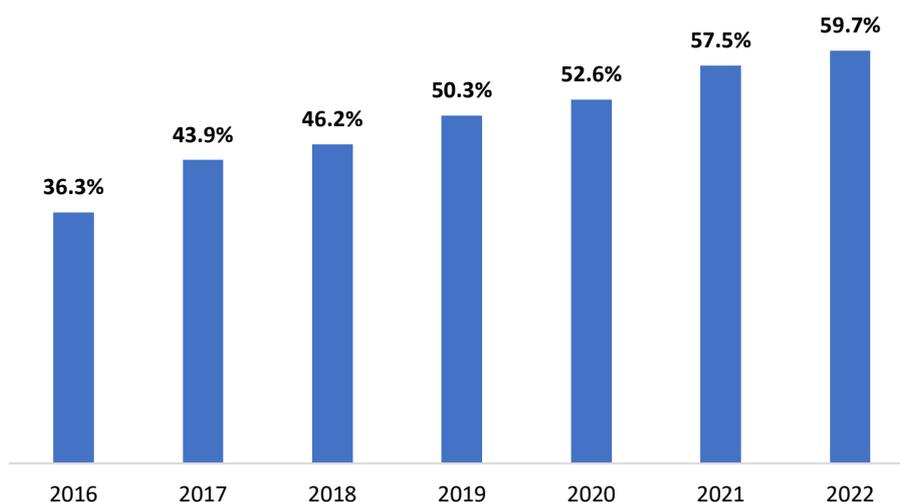
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## 2. Adquisición de música a través de descargas o acceso a internet

Entre los años 2016 y 2022, el acceso a la música a través de internet se ha incrementado de una manera constante en la población mayor de 14 años. Según la Enapres, en el último año, el 59.7 % de la población adquirió música, al menos, una vez a través de descargas o acceso a internet. Este porcentaje representa un crecimiento de 23.4 % respecto a la cifra registrada en el 2016.

### Figura 17

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses (2016-2022)*

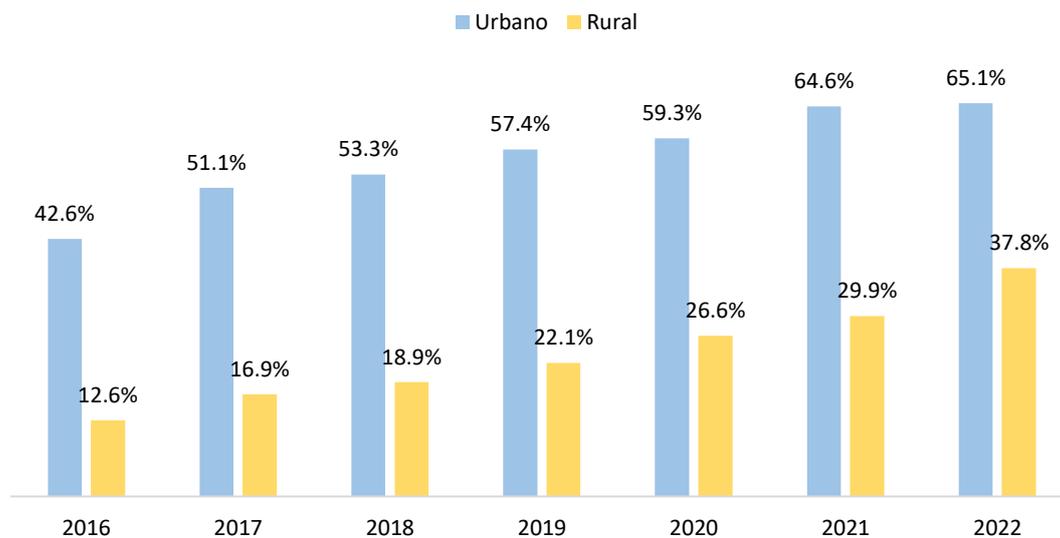


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Según el área geográfica, en el 2022, la adquisición de música a través de descarga o acceso a internet fue mayor en el ámbito urbano (65.1 %) que en el rural (37.8 %), lo cual evidencia una brecha de 27.3 %. A pesar de esta brecha, los datos indican que, entre los años 2016 y 2022, la adquisición de música se incrementó de manera anual en ambas modalidades; en el mismo periodo, los porcentajes del área rural se incrementaron en el triple: 2016 (12.6 %) y 2022 (37.8 %).

**Figura 18**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según área (2016-2022)*

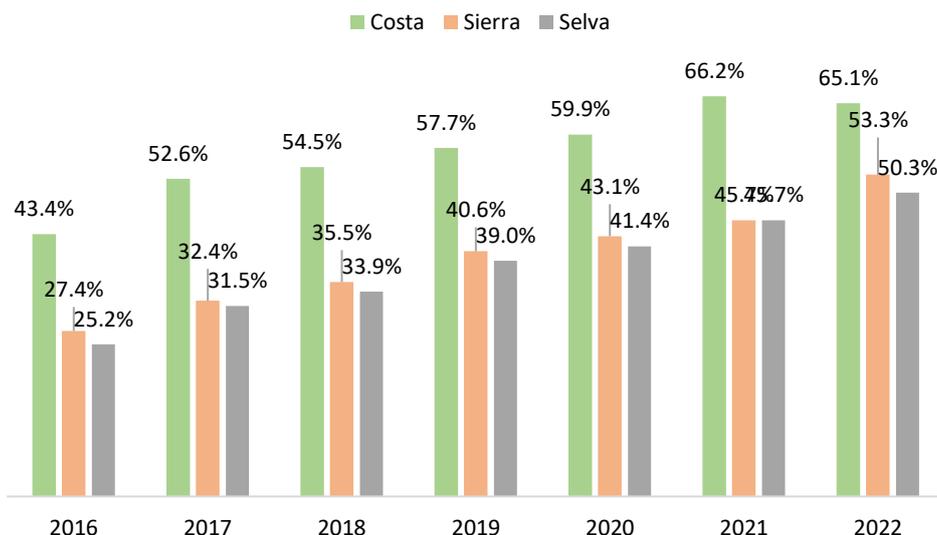


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

En el 2022, respecto a la región natural, el mayor porcentaje de adquisición de música a través de descarga o acceso a internet corresponde a la costa (65.1 %), seguida de la sierra (53.3 %) y selva (50.3%). Entre los años 2016 y 2022, el porcentaje de adquisición se incrementó de manera anual en las tres regiones.

**Figura 19**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según región (2016-2022)*



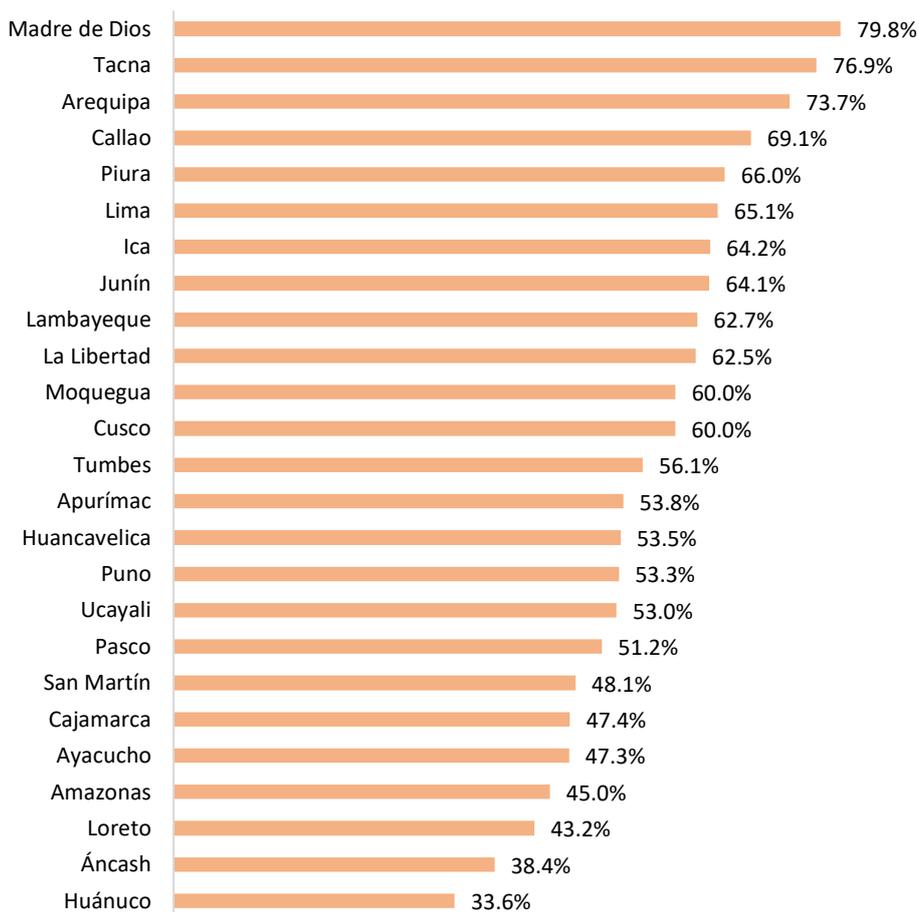
Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

A nivel departamental<sup>3</sup>, en el 2022, las personas que adquirieron música mediante descargas o acceso a internet residían principalmente en Madre de Dios (79.8 %), Tacna (76.9 %) y Arequipa (73.7 %). Es preciso señalar que Madre de Dios también ocupó los primeros puestos en el 2021. Por otro lado, los departamentos con menor cantidad de población que adquirió, mediante las modalidades referidas, fueron Huánuco (33.6 %), Áncash (38.4 %) y Loreto (43.2 %).

<sup>3</sup> Incluye los 24 departamentos y la Provincia Constitucional del Callao.

**Figura 20**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según departamento (2022)*

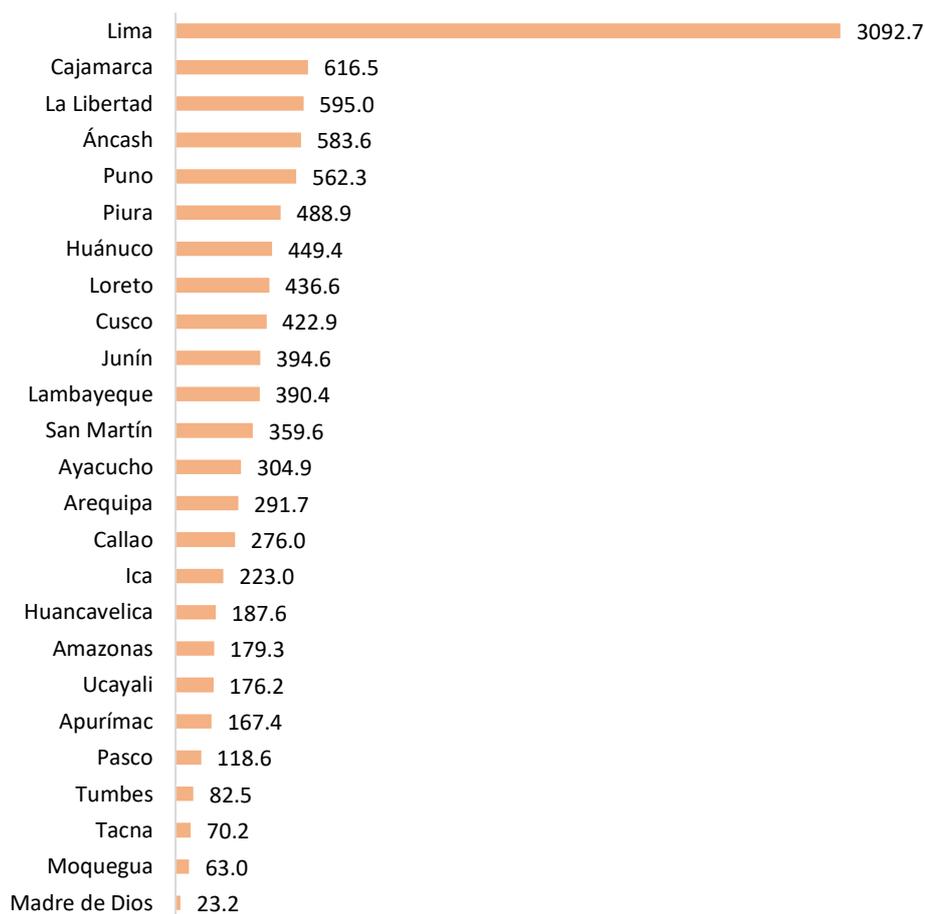


Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

De acuerdo a la Figura 21, analizando en cantidades netas, se observa que el mayor número de consumidores corresponde a Lima (3 092 674, aproximadamente), seguida de Cajamarca (616 509), La Libertad (594 992), Áncash (583 622) y Puno (662 266). Las regiones con menor cantidad de consumidores fueron Madre de Dios (23 224), Moquegua (63 017), Tacna (70 157) y Tumbes (82 466).

**Figura 21**

*Población que accedió a música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según departamento en 2022 (en miles)*



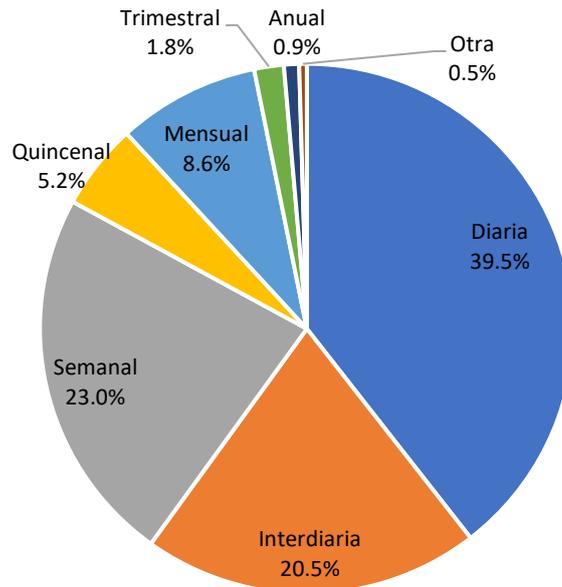
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## 2.1 Frecuencia de la adquisición de música a través de descargas o acceso a internet

Gracias a los datos proporcionados por la Enapres, es posible evaluar la frecuencia con que las personas adquieren música a través de descargas o acceso a internet. Así, se observa que el 39.5 % de las personas que adquirieron música a través de estos medios lo hizo a diario, el 20.5 % de forma interdiaria y el 23 % de manera semanal. Esta distribución porcentual es similar a la registrada en el 2021.

**Figura 22**

Porcentaje de la población que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según frecuencia (2022)



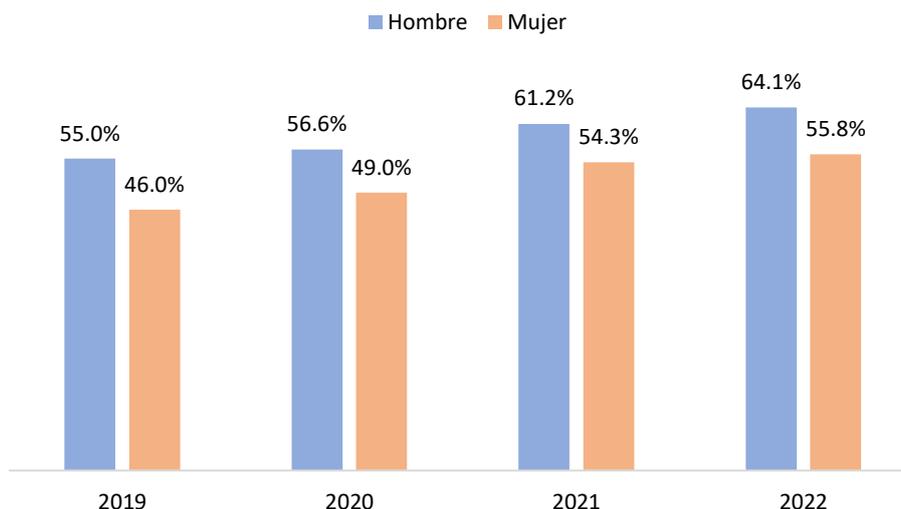
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## 2.2 Características de la población que adquirió música a través de descargas o acceso a internet

En el 2022, el porcentaje de hombres y mujeres que adquirió música a través de estas modalidades fue de 64.1 % y 55.8 %, respectivamente, lo cual significó una brecha de 8.3 %, ligeramente superior al 6.9 % registrado en el 2021. Asimismo, los porcentajes del consumo de hombres y mujeres se han incrementado durante el periodo de análisis.

**Figura 23**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según sexo (2019-2022)*

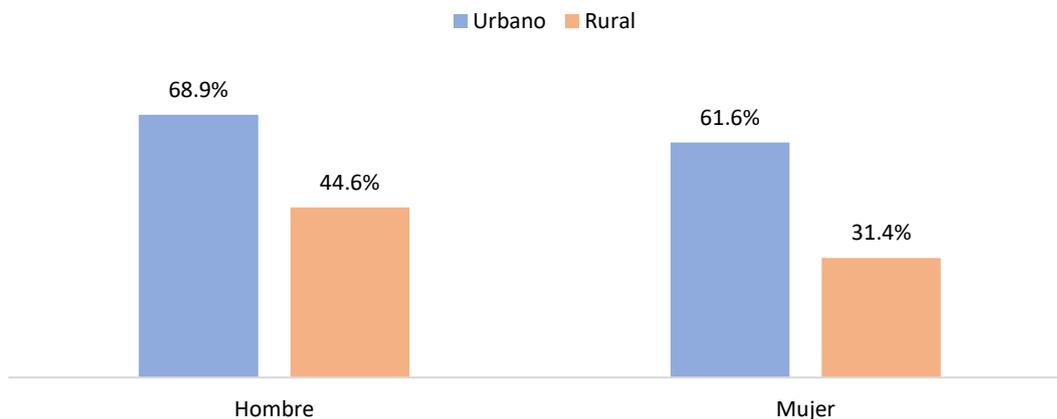


Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

En el 2022, también se hallaron diferencias respecto a la adquisición de música según el sexo en las áreas urbanas y rurales. El mayor porcentaje de acceso corresponde a los hombres de áreas urbanas (68.9 %), mientras que el menor porcentaje a las mujeres de áreas rurales (31.4 %). En el área urbana, en cuanto a la variable sexo, la brecha es de 7.3 %, en el área rural de 13.2 %.

**Figura 24**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según sexo y área (2022)*

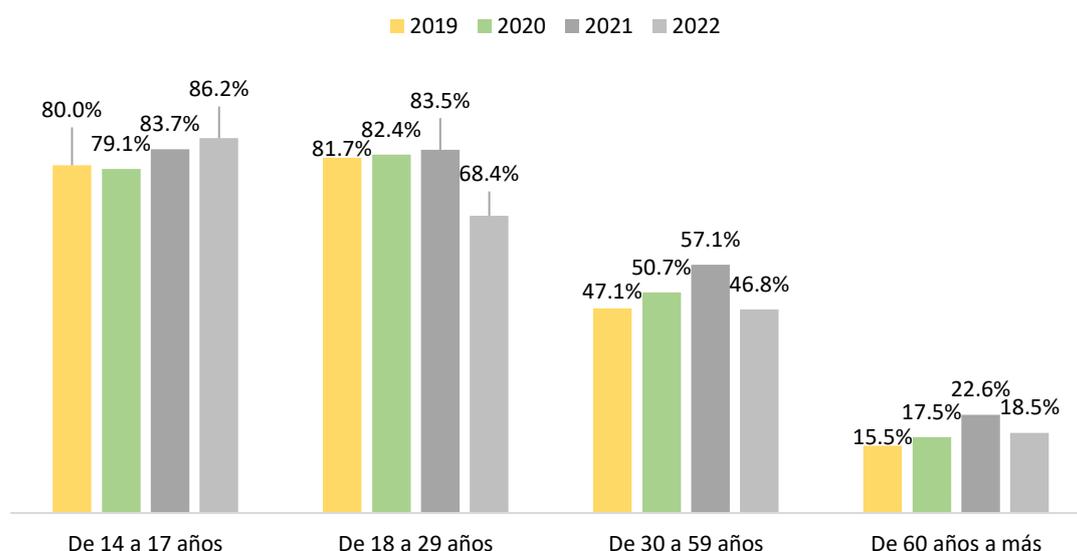


Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Al ejecutar el análisis por grupos de edad, se observa que la mayor cantidad de consumidores de música a través de la modalidad descrita está concentrada en los grupos más jóvenes. En el 2022, el 86.2 % de los jóvenes entre 14 a 17 años consumieron este tipo de bienes, mientras que, en el caso de las personas de 18 a 29 años, esta cifra alcanzó un 68.4 %. El grupo de 30 a 59 años obtuvo un resultado más reducido (46.8 %) respecto a las categorías mencionadas anteriormente. Finalmente, solo el 18.5 % del grupo más longevo (de 60 a más años) accedió a este tipo de bienes.

**Figura 25**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según edad (2019-2022)*

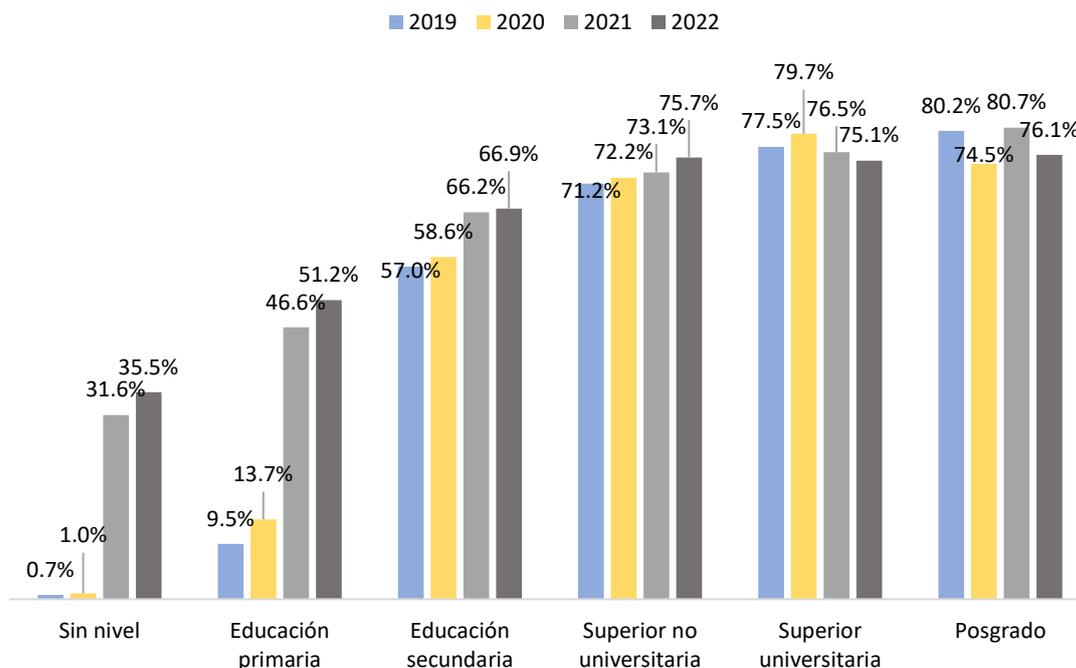


Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Respecto al nivel educativo, entre los años 2019 y 2022, se visualiza que la adquisición de música por estos medios fue más alta mientras más alto es el nivel de estudios alcanzado. En el 2022, más del 75 % de la población con estudios universitarios y posgrado adquirió música por descargas o internet. En cuanto a las variaciones durante los años 2019 y 2022, se registró un crecimiento del consumo en todos los grupos, con mayor énfasis en aquellos sin nivel y con solo educación primaria.

**Figura 26**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según educación (2019-2022)*

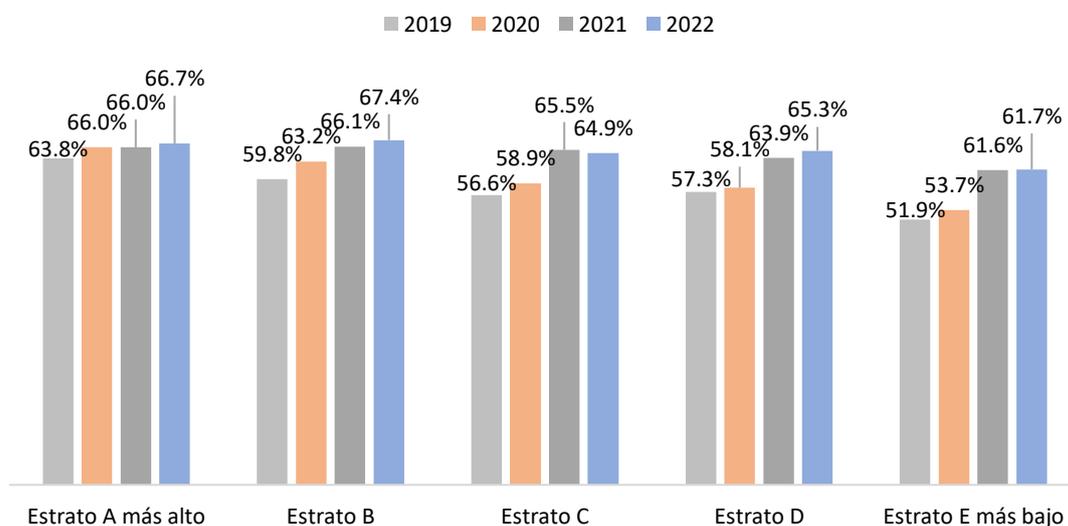


Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Al analizar los resultados según el estrato socioeconómico, las brechas entre los grupos estudiados no son tan marcadas, a diferencia de lo que ocurriría según el nivel educativo o el rango de edades. En el 2022, el porcentaje de adquisición en cada grupo se incrementó mientras más alto era el estrato socioeconómico. Sin embargo, los valores extremos de adquisición fueron de 67.4 % (estrato B) y 61.7 % (estrato E), lo cual significó una diferencia de 5.7 %. En cuanto a las variaciones entre los años 2019 y 2022, todos los estratos presentan un ligero incremento del consumo, siendo el más importante dentro del estrato E (9.8 %).

**Figura 27**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según estrato socioeconómico (2019-2022)*

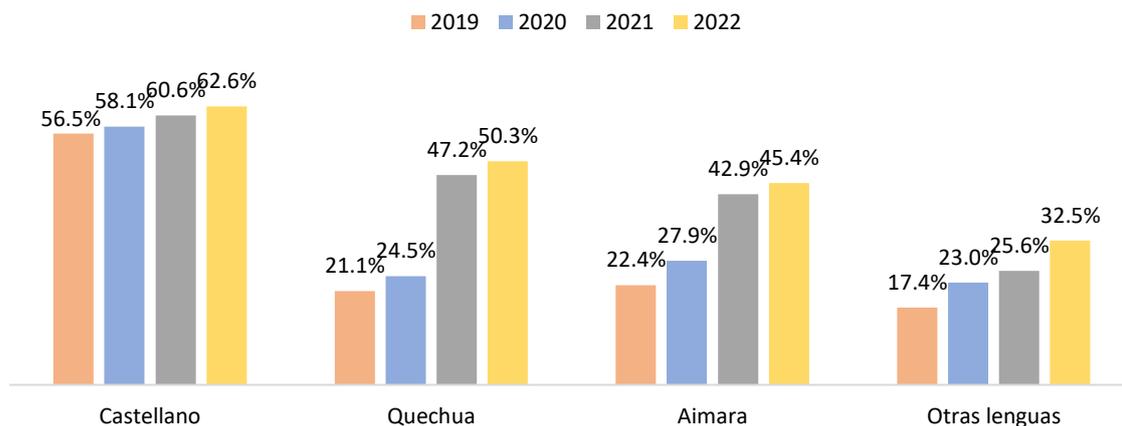


Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, la adquisición de música por medios virtuales también presenta diferencias al clasificar a la población por lengua materna. La mayor cantidad de respuestas corresponde a las personas que tienen como lengua materna el castellano (62.6 %), el quechua (50.3 %) y el aimara (45.4 %). En el 2022, la diferencia entre el primer y el segundo puesto fue significativa (12.3 %). Sin embargo, si los resultados se analizan a partir del segundo puesto, la brecha entre los grupos es más reducida.

**Figura 28**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según lengua materna (2019-2022)*



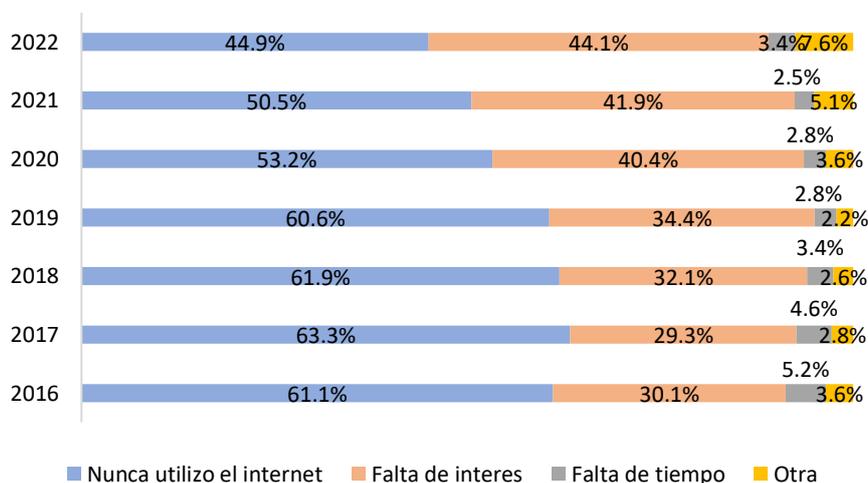
Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

### 2.3 Principales razones por las que no se adquirió música a través de descargas o acceso a internet

La ciudadanía que no adquirió música mediante descargas o acceso a internet indicó la falta de conectividad como la causa principal, lo cual corresponde con el número de personas encuestadas que declararon no haber utilizado internet durante el 2022 (44.9 %). Es interesante notar que, entre los años 2016 y 2019, este porcentaje solo se había reducido en un 2.8 %, mientras que entre los años 2019 y 2021 se redujo en 16.2 %. Es probable que esto se deba al mayor uso de recursos tecnológicos durante el periodo de pandemia, en actividades como el teletrabajo, las clases virtuales (Aprendo en casa), entre otras. Por otro lado, la falta de interés fue la segunda razón más recurrente en el 2022 (44.1 %); sin embargo, durante los cinco años evaluados, el porcentaje de esta respuesta mantiene una tendencia positiva.

**Figura 29**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que no adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según razón principal (2016-2022)*

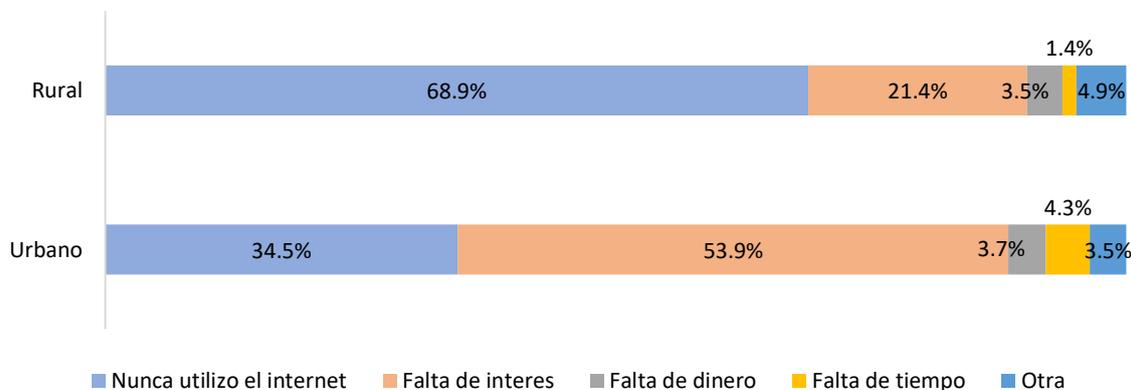


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

En el 2021, la razón principal para no adquirir música a través de estas modalidades en el ámbito rural fue la falta de conectividad (68.9 % de las personas encuestadas que no accedieron a estos bienes declaró que nunca utiliza internet), mientras que la segunda razón más señalada fue la falta de interés (21.4 %). Por otro lado, en el ámbito urbano, la razón principal fue la falta de interés (53.9 %) y la segunda razón fue la falta de conectividad (34.5 %). Estos resultados reflejan la brecha tecnológica existente entre el ámbito urbano y el rural.

### Figura 30

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que no adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según razón principal y área (2022)*

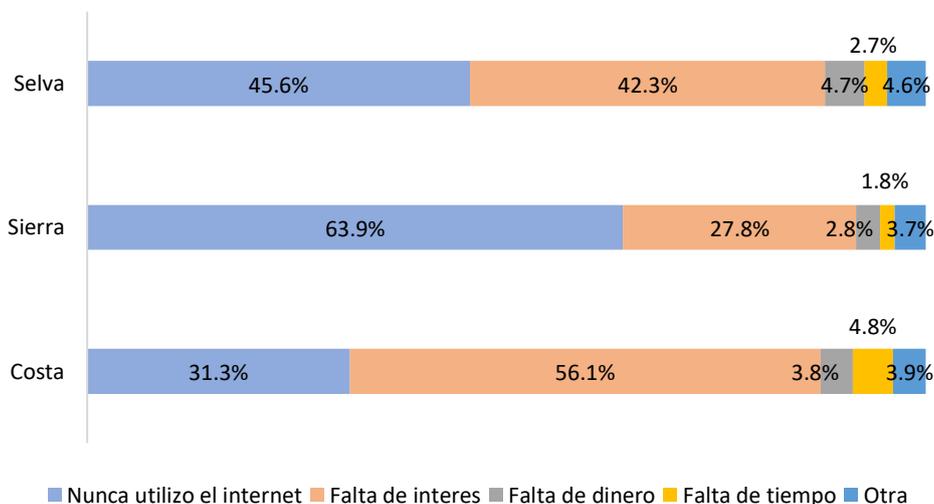


Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Al hacer el análisis por regiones naturales, destaca que la falta de interés fue la razón principal en la costa para no adquirir música a través de estos medios durante el 2022; la segunda razón fue la falta de acceso a internet. Por otro lado, en la sierra y en la selva, la razón principal fue la falta de conectividad o acceso a internet (6.9 % y 45.6 %, respectivamente), mientras que la segunda razón fue la falta de interés (27.8 % y 42.3 %, respectivamente).

### Figura 31

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que no adquirió música a través de descargas o acceso a internet durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal y región natural (2022)*



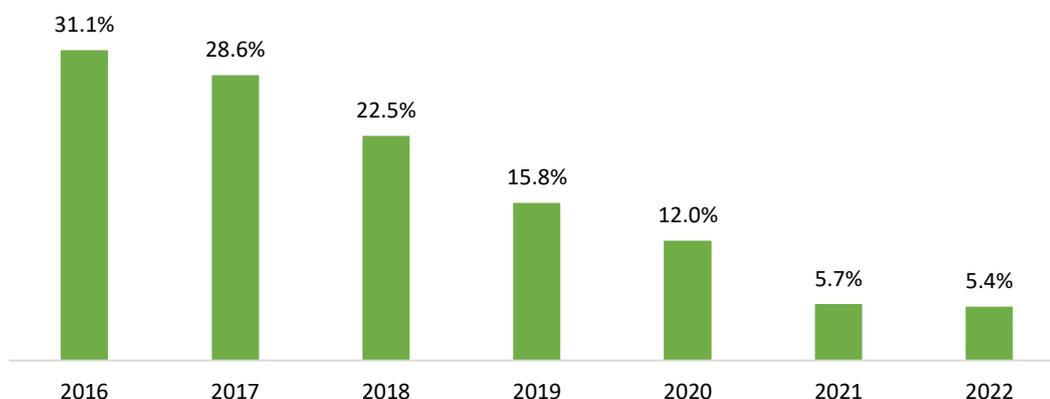
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

### 3. Adquisición de música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos

De acuerdo con la Enapres (2022), el 5.4 % de la población mayor de 14 años adquirió música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos. Asimismo, el nivel de consumo se ha reducido entre los años 2016 y 2022, con una caída cercana al 26 % en el periodo analizado.

**Figura 32**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses (2016-2022)*

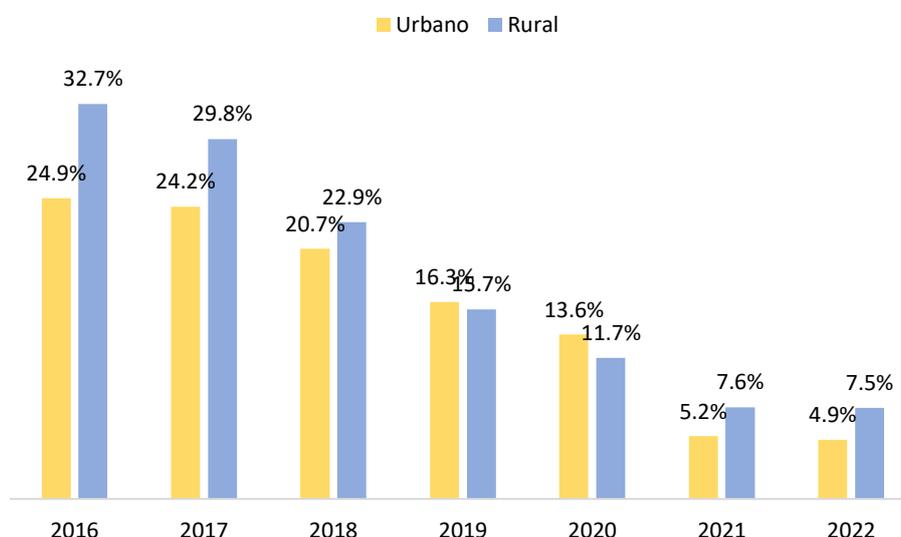


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Según el área geográfica en el 2022, la adquisición de música en formatos de CD, Blu-ray u otros dispositivos fue mayor en el ámbito rural (7.5 %) que en el urbano (5.9 %), aunque por una reducida diferencia. Asimismo, en ambas áreas, el porcentaje de adquisición disminuyó cada año, entre 2016 y 2022, de manera constante: la reducción fue de 20 % en el área urbana y de 25.2 % en la rural. Hasta el 2018, el área urbana tenía un mayor porcentaje de consumo (respecto al total de sus habitantes); desde el 2019, el área rural registró el mayor porcentaje.

**Figura 33**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses (2016-2022)*

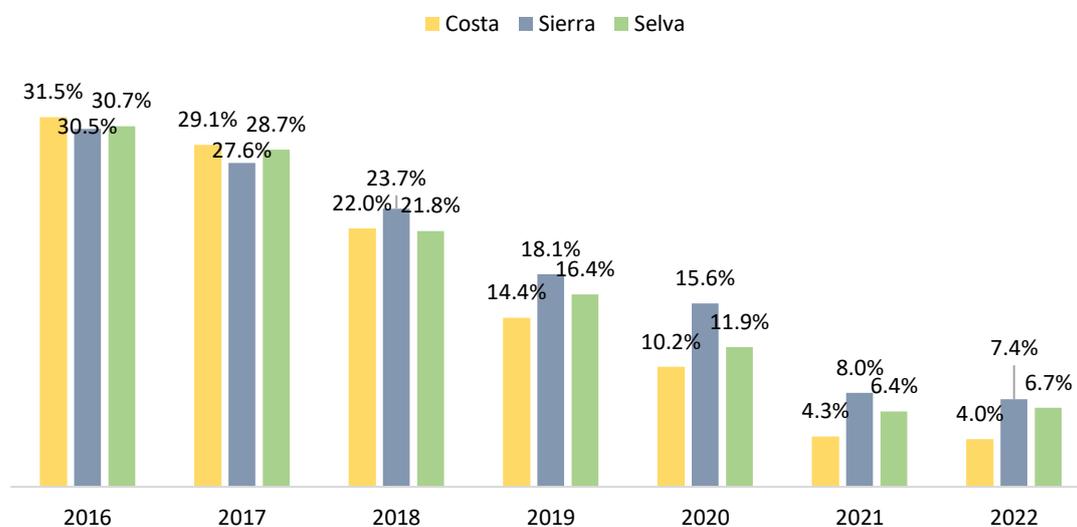


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

En el 2022, según la región natural, los porcentajes de adquisición de música a través de las modalidades referidas se distribuyeron de la siguiente manera: la sierra (7.4 %), la selva (6.7 %) y la costa (4 %). Asimismo, entre los años 2016 y 2022, el porcentaje de adquisición se redujo cada año en las tres regiones.

### Figura 34

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según región (2016-2022)*



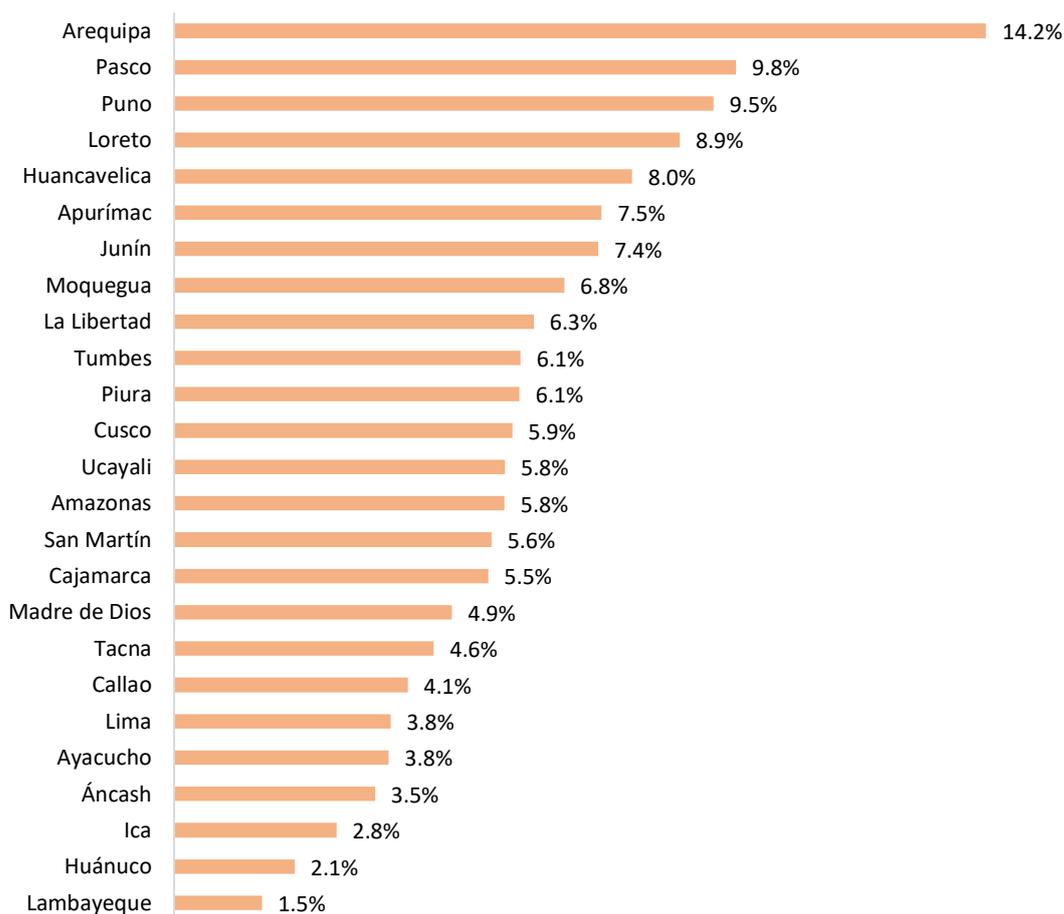
Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

A nivel departamental<sup>4</sup>, en el 2021, el mayor porcentaje de adquisición de música mediante las modalidades referidas se registró en Arequipa (14.2 %), Pasco (9.8 %) y Puno (9.5 %). Cabe señalar que Arequipa y Puno también ocupaban los primeros puestos en porcentajes de adquisición durante el 2021. Por otro lado, los departamentos que adquirieron menos música a través de las modalidades referidas fueron Lambayeque (1.5 %), Huánuco (2.1 %) e Ica (2.8 %).

<sup>4</sup> Incluye los 24 departamentos y la Provincia Constitucional del Callao.

**Figura 35**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según departamento (2022)*

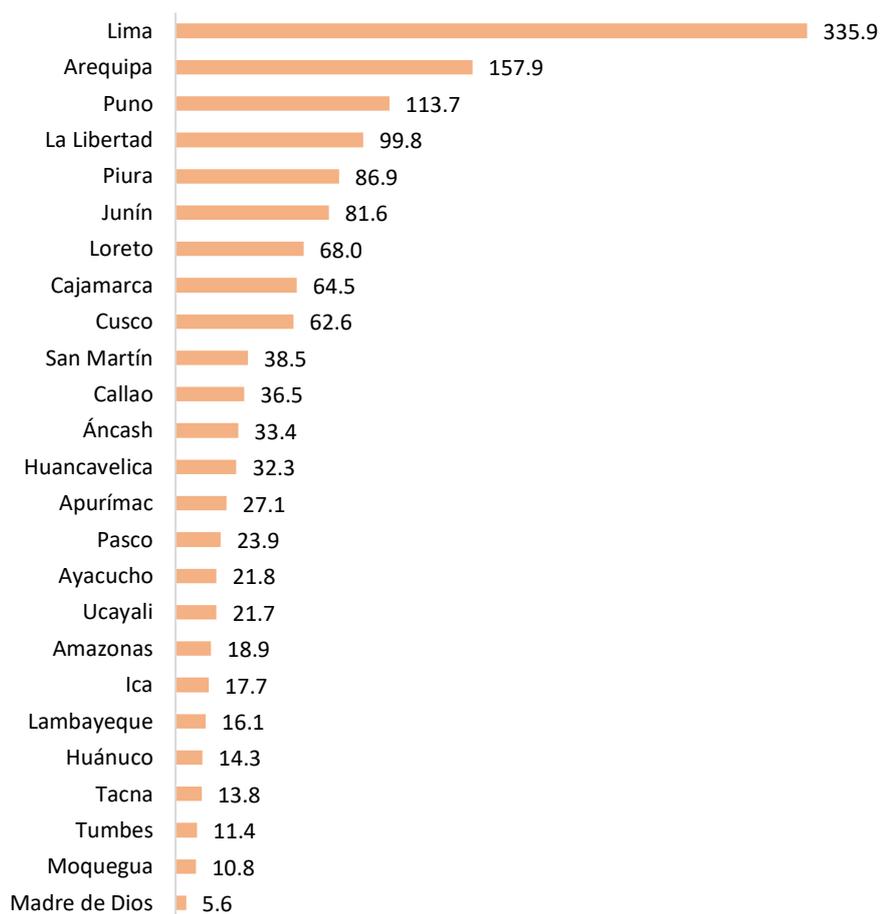


Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Siguiendo la Figura 36, al analizar la adquisición de música en cantidades netas, se encuentra que la mayor cantidad del público consumidor de estos productos corresponde a Lima (335 863 personas, aproximadamente), seguida de Arequipa (157 906) y Puno (113 743). Las regiones con menos personas usuarias de estos productos fueron Madre de Dios (5596) y Moquegua (10 775).

**Figura 36**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según departamento en 2022 (en miles)*



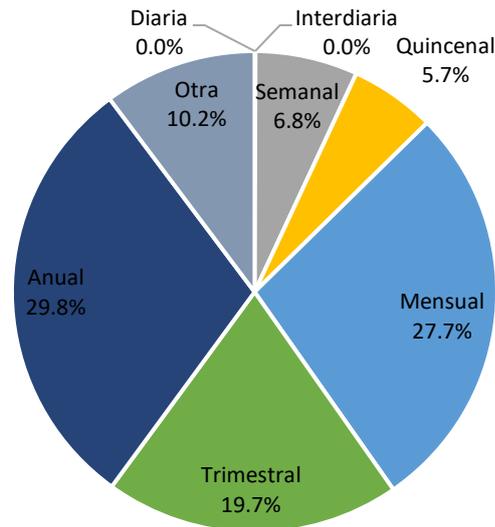
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

### 3.1 Frecuencia de adquisición de música en CD, Blu-ray u otros dispositivos

De acuerdo con los resultados de la Enapres del 2022, el 29.8 % de las personas que adquirieron música a través de estos medios lo hizo de manera anual, el 27.7 % con frecuencia mensual y el 19.7 % cada trimestre. Esta distribución, en cuanto a los porcentajes según la frecuencia de asistencia, es similar a la registrada en el 2020. Cabe señalar que las modalidades menos frecuentes fueron la diaria y la interdiaria, con menos del 0.05 % cada una.

**Figura 37**

Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según frecuencia (2022)



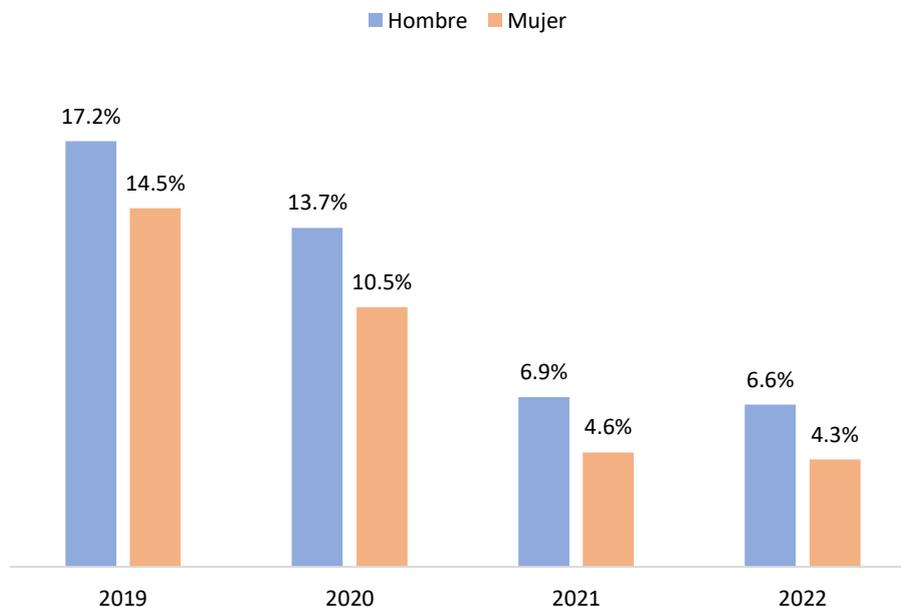
Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

### 3.2 Características de la población que adquirió música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos

En el 2022, los porcentajes de hombres y mujeres que adquirieron música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos fueron de 6.6 % y 4.3 %, respectivamente, lo cual significó una brecha de 2.3 %, similar a la del 2021. Asimismo, los porcentajes de consumo correspondientes a hombres y mujeres fueron menores a los del 2019 (10.3 % y 9.9 %, respectivamente).

**Figura 38**

Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según sexo (2019-2022)

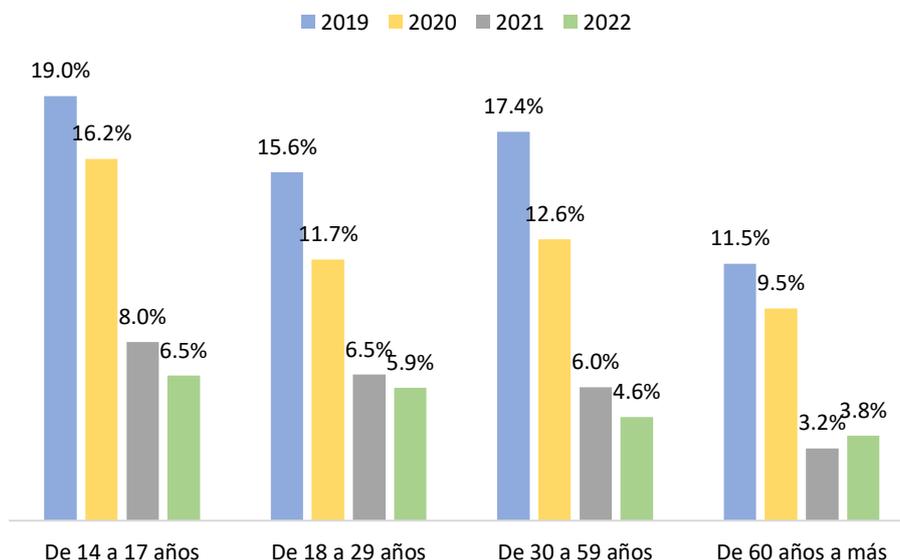


Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Según el grupo de edad de los ciudadanos en el 2022, se representa que el 6.5 % de las personas de 14 a 17 años consume música bajo esta modalidad. Esta cifra representa el resultado más alto entre todas las categorías de edad. Por su lado, el grupo de 18 a 29 años obtuvo un resultado de 5.9 %, mientras que el grupo de 30 a 59 años alcanzó una cifra de 4.6 %. En relación con el último grupo estudiado, se encontró que el 3.8 % de los ciudadanos de 60 años a más consumen música a través de formatos físicos. Si se comparan estos resultados con los del 2019 al 2021, en todos los grupos, se registra un descenso en el consumo de este tipo de bienes.

**Figura 39**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según edad (2019-2022)*

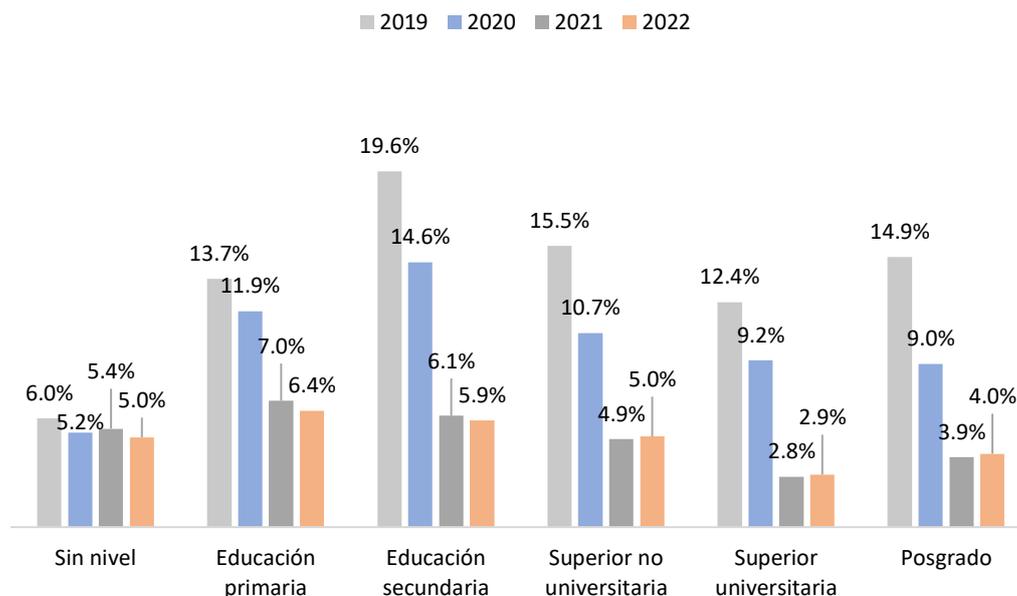


Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Respecto del nivel educativo, los grupos estudiados tampoco presentan una tendencia clara. Los datos revelan un ligero incremento en los grupos sin nivel educativo y con educación primaria. A partir de este punto, el consumo se redujo conforme el nivel educativo incrementaba. El mayor porcentaje de consumo se registró en la población con educación primaria (6.4 %), mientras que el menor correspondió a la población con educación superior universitaria (2.9 %). En cuanto a las variaciones entre los años 2019 y 2021, se notó una reducción del consumo en todos los grupos.

**Figura 40**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según educación (2019-2022)*

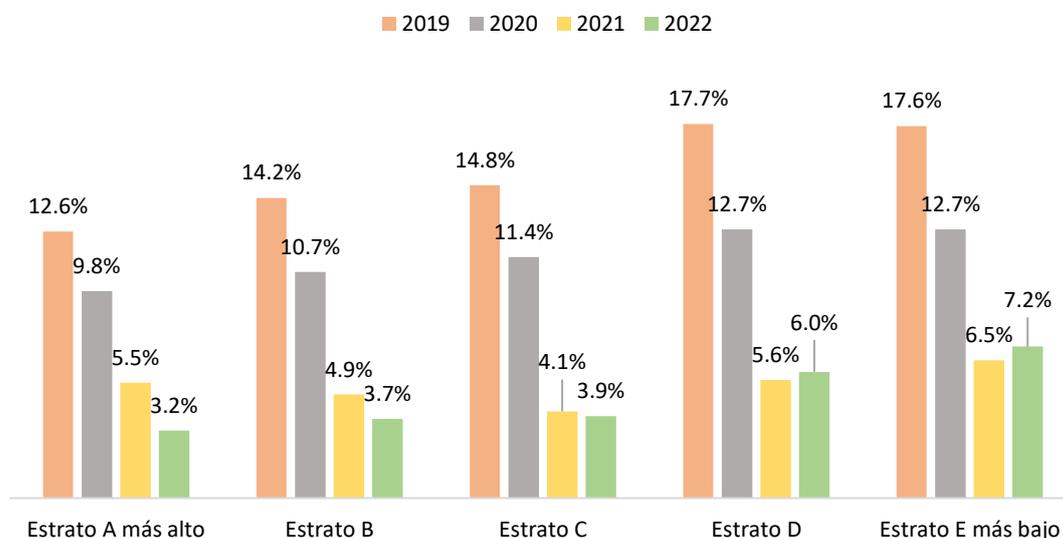


Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Por otro lado, el análisis de los estratos socioeconómicos sí presenta una tendencia entre los años 2019 y 2022: mientras más alto fue el estrato de las personas encuestadas, más se reducía el porcentaje de adquisición. Asimismo, el porcentaje de adquisición fue similar en los dos estratos más bajos (E y D). No obstante, las diferencias de porcentaje en líneas generales, según estrato, no son tan marcadas como las brechas según el nivel de educación o el rango de edades. En cuanto a las variaciones entre los años 2019 y 2022, todos los estratos presentaron una reducción del consumo; las diferencias más pronunciadas correspondieron a los estratos D y E (cerca de 12%).

**Figura 41**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según estrato socioeconómico (2019-2022)*

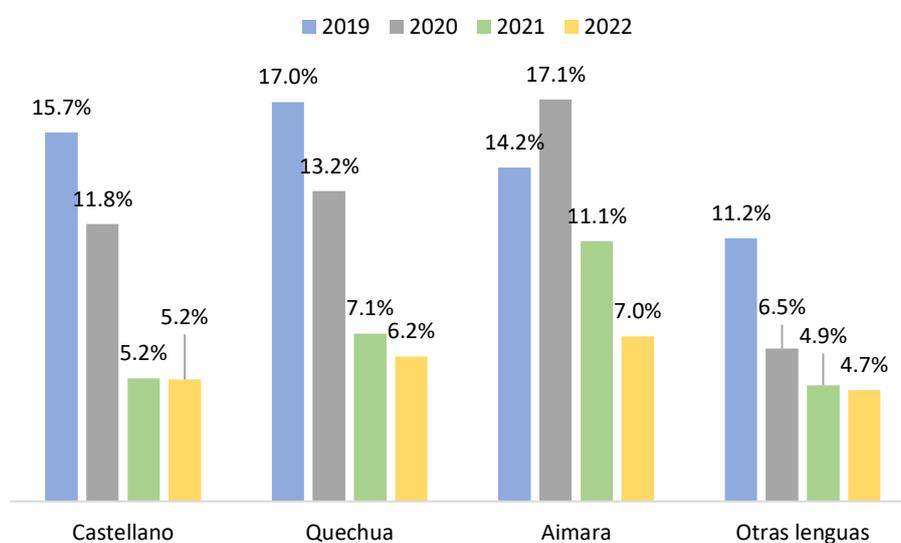


Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, también se registraron diferencias al clasificar a la población según su lengua materna. En el 2022, las personas que adquirieron más música a través de las modalidades referidas tuvieron como lengua materna el aimara (7 %), el quechua (6.2 %) y el castellano (5.2 %). Esta distribución difiere de la registrada en el 2019, cuando el grupo poblacional con mayor porcentaje de adquisición tenía como lengua materna el quechua.

**Figura 42**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según lengua materna (2019-2022)*



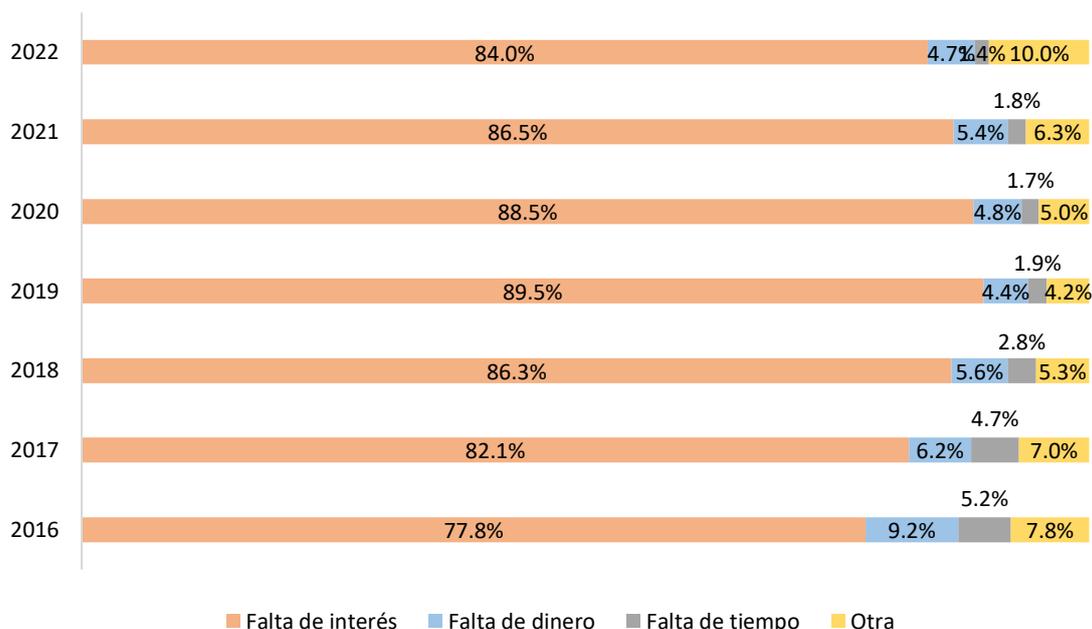
Fuente: Enapres 2019-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

### 3.3 Principales razones por la que no se adquirió música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos

En el 2022, las personas que no adquirieron música a través de estas modalidades tuvieron como principal razón la falta de interés (84 %), la cual se mantiene desde el 2016, cuando comenzó a volverse predominante. La segunda razón señalada fue la falta de dinero; sin embargo, en el transcurso de los cinco años evaluados, el porcentaje de esta opción mantuvo una tendencia negativa: de 9.2 % (2016) a 4.7 % (2020).

**Figura 43**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que no accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal (2016-2022)*

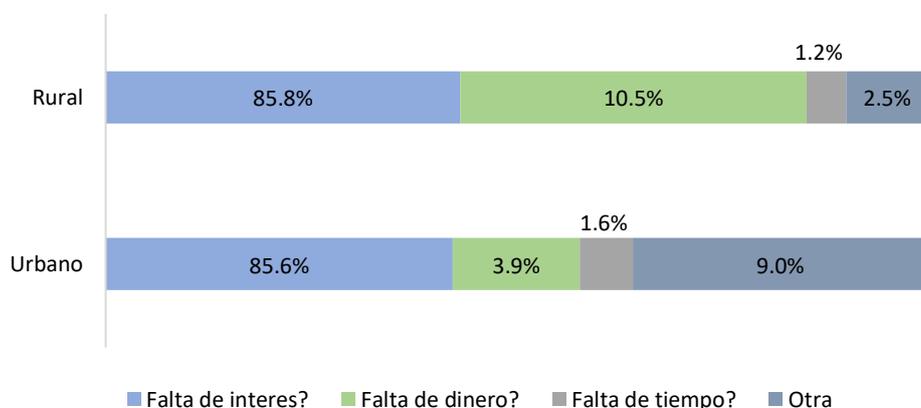


Fuente: Enapres 2016-2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

En el 2022, tanto en el ámbito rural como en el urbano, la falta de interés fue la razón principal para no adquirir música a través de las modalidades referidas: 85.8 % y 85.6 %, respectivamente. Asimismo, la segunda razón señalada fue la falta de dinero: 10.5 % en la zona rural y 3.9 % en la urbana.

**Figura 44**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que no accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal y área (2022)*

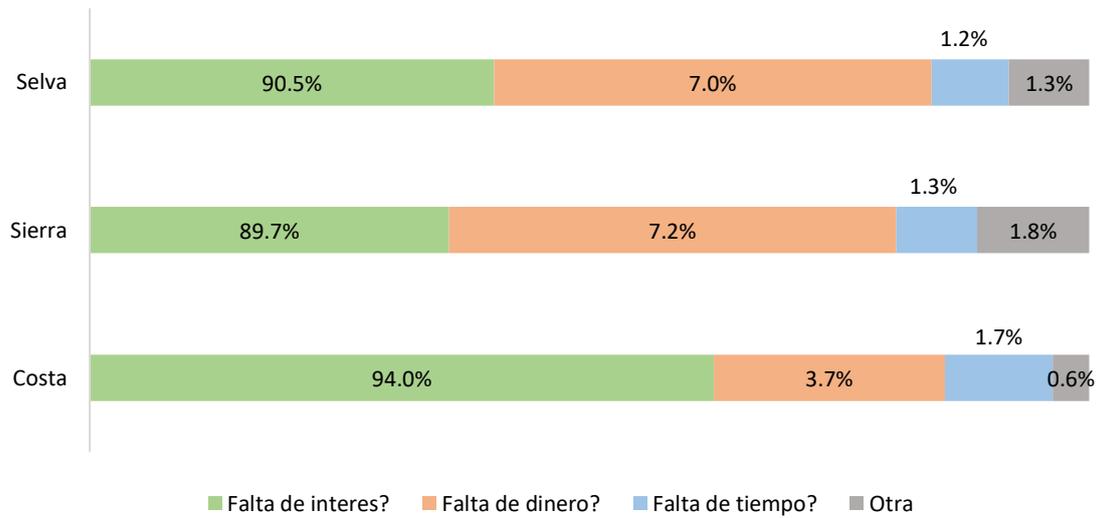


Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, al analizar las regiones naturales en el 2022, se observa que la falta de interés fue la principal razón para que las personas no adquirieran música a través de los medios referidos. De hecho, en las tres regiones, superó el 85 % de respuestas. En cuanto a la segunda razón más recurrente, fue la falta de dinero (entre 3.7 % y 7.2 % en la costa y sierra, respectivamente).

**Figura 45**

*Porcentaje de la población mayor de catorce años que no accedió a música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante los últimos doce meses, según tipo de razón principal y región natural (2022)*



Fuente: Enapres 2022. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## Conclusiones

En este reporte, se ha analizado la evolución del consumo o adquisición de música en el país a través de bienes (productos virtuales o formatos físicos) y servicios, en el caso de los espectáculos musicales. En primer lugar, se observa que, entre los años 2016 y 2019, el nivel de asistencia a espectáculos musicales fue alrededor de 21 %. En el 2020, se registró una reducción de 5.7 %, en el 2021 alcanzó un 9.7 % —los que pueden explicarse por los efectos de la pandemia de la COVID-19, así como por la restricción de actividades económicas relacionadas con el espectáculo—, cifra que en el 2022 tuvo una leve recuperación hasta llegar a 10.4 %. A nivel urbano y rural, esta tendencia también se mantiene (con una reducción en el 2020 y 2021), e igualmente a nivel de regiones naturales.

Así mismo, se evidencia que más del 50 % de los peruanos y las peruanas asistían a estos espectáculos solo una vez al año, un patrón también registrado en el 2019. Asimismo, un 60 % señaló que no tuvo que pagar su entrada la última vez que asistió a un espectáculo musical. Como se mencionó en la introducción de este documento, la Enapres pregunta por la asistencia a espectáculos musicales en referencia a presentaciones en vivo de uno o más artistas, intérpretes musicales o cantantes ante un público, que incluyen espectáculos en espacios públicos y no requieren obligatoriamente un pago o *ticket* de entrada.

En cuanto a la diferencia en el consumo de estos servicios durante el 2022, se observa que existen brechas según las variables: sexo, edad, estrato socioeconómico y nivel educativo. Los grupos predominantes en la asistencia a espectáculos musicales suelen ser integrados por hombres de 18 a 29 años, de estratos socioeconómicos altos y con educación superior. Este esquema es similar al del 2019.

Respecto a la adquisición de música de forma virtual o en formatos físicos, cabe destacar que sus tendencias van en direcciones opuestas: mientras que el consumo de música en formato virtual ha aumentado cada año entre 2016 y 2022, el consumo de formatos físicos se ha reducido de manera anual en el mismo periodo. Esta tendencia se mantiene a niveles urbano y rural, en cada una de las regiones naturales. Asimismo, estos indicadores de adquisición no han tenido variaciones importantes entre los años 2020 y 2022, ya que los cambios son similares a los registrados entre los años 2018 y 2019.

Por último, en el consumo de música en formato virtual, se observa un patrón predominante del consumidor promedio: hombres de 18 a 29 años, de estratos socioeconómicos altos y con educación superior. En general, la adquisición de música en este formato se incrementa en los estratos más altos y en los grupos con mayor nivel de educación alcanzado. Por otro lado, en el caso de la adquisición de música en formatos físicos, el consumidor promedio es un individuo del estrato socioeconómico E o D, menor de 60 años.

### Efectos de la pandemia de la COVID-19

Entre los años 2019 y 2022, se presentaron variaciones en algunas variables de consumo, las cuales pueden ser una consecuencia de la pandemia de la COVID-19. El nivel de asistencia a espectáculos musicales se redujo a la cuarta parte, lo cual puede explicarse tanto por la falta de oferta (al haber restricciones para la generación de eventos o espectáculos) como por el desinterés de asistir a eventos con público (debido al riesgo de contagio). Los resultados muestran que el 7.1 % de las personas encuestadas que no asistieron a espectáculos no lo hizo por la falta de oferta (en el 2021, este porcentaje era de 12.6 %), mientras que las personas que no asistieron por falta de interés representan el 50.2 %.

Ahora bien, el 11.7 % de las personas que no asistieron a espectáculos musicales no lo hizo por otros motivos (entre los que se encuentra la pandemia). Sin embargo, esta opción no fue incluida en la encuesta, ya que solo podía señalarse dentro de la opción *otros*, luego de que la persona

encuestada indicara expresamente la razón de su inasistencia. Por ello, es posible que —al no encontrar una opción referente a la pandemia de la COVID-19 en la cédula de la encuesta— una parte de las personas encuestada optara por señalar otras razones como causa de su inasistencia, entre ellas la falta de interés o la falta de oferta.

Por otro lado, este reporte también podría estar contabilizando la asistencia a eventos ilegales organizados durante el periodo de restricción, pues la Enapres no permite distinguir el tipo de evento o espectáculo al que se asistió. Esto requiere un tratamiento diferente con otro tipo de encuesta, que permita distinguir el tipo de espectáculo al que se asistió o indique el periodo temporal de referencia a los meses de mayor restricción (en la encuesta se pregunta si se asistió al menos a un espectáculo musical durante los últimos doce meses).

En cuanto al consumo de música a través de medios virtuales (descarga o acceso a internet), se observa un incremento a partir del 2021, probablemente como consecuencia del mayor uso de herramientas tecnológicas en actividades como el teletrabajo o las clases virtuales. Hasta el 2020, el 53.2 % de la ciudadanía no tenía acceso a la música a través de medios virtuales debido a la falta de conectividad a internet, mientras este porcentaje se redujo a 44.9 % durante el 2022. Asimismo, en el área rural, el mayor incremento porcentual de este tipo de consumo durante los últimos cinco años correspondió al 2022. No obstante, es preciso señalar que el incremento de este tipo de consumo se remonta al año 2016. Para lograr una mejor aproximación, que determine los efectos de la pandemia en el consumo de música a través de medios virtuales, se podrían analizar las horas que el público consumidor dedica a escuchar música a través de estos medios, así como la plataforma que más se utilizan (YouTube, Deezer, Spotify, radios *streaming*, entre otras).