



MÚSICA GRABADA

Nuevos planes, idénticas estrategias

CARLOS PÉREZ DE ZIRIZA | Periodista

- 1 PANORAMA GLOBAL DEL SECTOR DE LA MÚSICA GRABADA**
- 2 LA MÚSICA GRABADA EN ESPAÑA**





TABLAS	
1	Ventas mundiales de música grabada por regiones y tipo de soporte (físico/digital). 2012-2017
2	Principales países en ventas de música grabada. 2017
3A	Principales países en ventas físicas. 2017
3B	Principales países en ventas digitales. 2017
4	Evolución del mercado discográfico español según soportes. 2012-2017
5	Mercado digital discográfico nacional según soportes. 2012-2017
6	Evolución de los productores discográficos que han solicitado, al menos, una licencia en SGAE. 2000-2017
7	Álbumes más vendidos en España. 2017
8	Recopilaciones más vendidas en España. 2017
9	DVD musicales más vendidos en España. 2017
10	<i>Top radio</i> en España. 2017
11	Los lanzamientos de álbumes de más éxito global. 2017
12	<i>Top 10</i> global de música digital (<i>singles</i>). 2017

GRÁFICOS	
1	Evolución de las ventas mundiales de música grabada. 2008-2017
2	Evolución de las ventas globales de música grabada según soportes. 2008-2017
3	Evolución mundial de ventas globales de música grabada digital. 2008-2017
4	Evolución de ventas globales de música grabada digital. 2008-2017
5	Ventas de música grabada en España según el tipo de mercado. 2016-2017
6	Ventas de música en España en formato digital. 2011-2017
7	Evolución de la presencia del repertorio español e internacional entre los 50 álbumes más vendidos en España. 2008-2017
8	% de individuos que descargan música desde internet en España. 2008-2017
9	Población española que descarga música. 2017
10	Total población 14-70 años que descarga música por tipo de dispositivo (%). Evolución. 2013-2017
11	Evolución de las descargas de música según dispositivo (últimos tres meses). 2013-2017
12	Evolución de las descargas de música por ordenador. 2008-2017
13	Evolución de las descargas de música desde móvil o <i>tablet</i> . 2013-2017
14	Evolución del total de descargas de música en todos los dispositivos. 2008-2017
15	Evolución de las descargas de archivos digitales de música por internet en España. 2008-2017
16	Población española que escucha música en <i>streaming</i> . 2017
17	Evolución de la población que escuchó música en <i>streaming</i> en la última semana. 2014-2017
18	Total canciones en <i>streaming</i> (total dispositivos). 2014-2017





Nuevos planes, idénticas estrategias

CARLOS PÉREZ DE ZIRIZA | Periodista

Los guardianes del apocalipsis no acabarán teniendo razón. Sí, las ventas de música en formato físico han experimentado un agudo declive desde que rozaran su cénit hace ya más de tres lustros. Pero los datos indican, con su incuestionable tozudez, que llevamos ya tres años desembolsando cada vez más dinero en música grabada. Al menos, más que en el año inmediatamente anterior. Eso es lo que ocurre en España, según los últimos datos aportados por Promusicae, los correspondientes al ejercicio de 2017. Tampoco los viejos formatos han acabado extinguiéndose: es cierto que el CD, al paso que vamos, corre el riesgo de acabar convertido en un bonito posavasos o en un objeto para ahuyentar a las inoportunas palomas de nuestros balcones, pero fíjense en el repunte que en los últimos tiempos han experimentado el vinilo y –ojo– hasta esa cinta de casete que parecía condenada a formar parte exclusiva del *atrezzo* de series de Netflix ambientadas en los años ochenta: en los EEUU han aumentado sus ventas hasta un 43%, y artistas como Kylie Minogue o Taylor Swift ya se han aventurado a diversificar sus nuevas entregas con tiradas paralelas de 4.000 o 5.000 cintas, reactivando un consumo que ficciones como *Guardians of the Galaxy* o *Por 13 razones* han incentivado incluso entre aquellos adolescentes de hoy que, por edad, no llegaron a comprarlas en su momento.

Sí, como ocurre también con los vinilos, hablamos de ediciones limitadas, orientadas a un mercado que tiene mucho de capricho coleccionista, aún minoritario, pero es precisamente esa querencia por el objeto, y la renuencia a la extinción del formato que conlleva, lo que revela una verdad que no siempre parecemos dispuestos a asumir: cuando el cliente tiene a su disposición material con cierto valor añadido, tallado con mimo, es cuando está dispuesto a aflojar el bolsillo y dejar de lado la inmaterialidad con la que generalmente se consume la música hoy en día. Quizá por eso muchas de las desangeladas reediciones en CD que proliferan en el mercado actual –sin apenas créditos, sin textos adicionales, en *digipacks* casi de papel de fumar– no encuentren su hueco, y sí lo hagan aquellas que se ofertan en abultado formato *deluxe*. Casi nadie podía augurar al vinilo y al casete una supervivencia tan prolongada, aunque sea protagonizando una guerra de guerrillas, y no como parte de las principales batallas. Pero eso es algo que ya debería obligar a reaccionar a quienes, incapaces aún de asumir que el CD ya no vaya a ser ese formato perenne y primordial que se perfilaba hace 30 años, tampoco ven la forma de actuar ante un panorama en continua mutación. No hace falta ahondar en la ralentizada capacidad de respuesta de la industria musical tradicional. Lo mollar de todo este asunto es que todos los formatos parecen condenados a convivir, de una u otra manera. Incluso quién sabe si a relevarse en el podio. Y todos deberían tener vida por delante, si saben gestionar su pervivencia. Porque tampoco las plataformas de música *online* que lideran hoy en día los hábitos del mercado podían aventurar su buena es-





trella comercial hace cuestión de una década, cuando ya las ventas de discos estaban en caída libre y existían programas de intercambio de archivos que se presumían imperecederos.

También es verdad que el consumo de música digital, ese apartado que lideran los servicios a los que nos referimos, ya dobla en nuestro país al de los ejemplares físicos. La situación ya dio un vuelco en 2015, con las descargas y el *streaming* superando por primera vez a los discos. Y ha seguido acelerándose a una velocidad de vértigo en los últimos tres años, hasta invertir el viejo desequilibrio. Pero son mayoría quienes están dispuestos a abonar una tasa mensual por su servicio de música *online*, algo que parecía impensable en un país en el que dio la sensación de que nadie estaría dispuesto a abonar un euro por aquello que podía tener gratis. Puede que ni siquiera estemos hablando de públicos segmentados en función del formato: no es incompatible suscribirse a una plataforma de *streaming* para escuchar música en un dispositivo móvil (o en el coche) con el hecho de comprar de vez en cuando discos, ya sean vinilos, cedés o hasta alguna casete, si la edición lo requiere.

El consumo de música admite tantas variables que todas ellas son compatibles. La música popular, en todas sus acepciones, está posiblemente más presente en nuestras vidas que nunca, aunque seguramente no le dispensemos la misma atención que antaño. Es tarea de los músicos –y de quienes gestionan su eco– el encontrar vías de comunicación con su público, ya sea a través de cualquier formato o también del directo, cuyo peso no ha mermado en los últimos años. Y no les quepa la menor duda de que, cuando la propuesta lo merece, las suelen encontrar. Agilizando el ingenio, tratando de reciclar sus estrategias, optimizando su talento. Siempre habrá eternos incomprendidos, pero también fenómenos populares de contagio imprevisible, a los que ni la más ingeniosa campaña de marketing podría haber aupado de mejor manera a su merecido estatus. Esa es la mejor señal de que la valía creativa, en última instancia, no repara en formatos. Y muchas veces se impone a los fríos condicionantes del mercado.





1 PANORAMA GLOBAL DEL SECTOR DE LA MÚSICA GRABADA

Las ventas de música grabada a nivel mundial continúan creciendo y en el año 2017 se recaudaron 17.300 millones de dólares (1.300 millones de dólares más en relación con el año anterior). Por tipo de soporte, el digital continúa con su crecimiento imparable y en 2017 representó ya más del 50% de las ventas (un 54% sobre el total, mientras que el soporte físico descendió hasta llegar al 30%).

Por tipo de mercados musicales, los principales en ventas durante 2017 fueron EEUU, Venezuela, Japón, Reino Unido y Alemania. En todos ellos se incrementan sus ventas en comparación con el año 2016, a excepción de Japón.

Si nos fijamos en nuestro país respecto a los mercados mundiales, las ventas también se incrementaron, pasando de los 141,1 millones de dólares obtenidos en 2016 a los 153,7 millones de dólares en 2017, es decir, una variación positiva del 8,9% (12,6 millones de dólares más). Al igual que en muchos países, el mercado digital ocupa el mayor porcentaje de las ventas (un 65,8% frente a un 34,2% del mercado físico). Dicho soporte obtuvo una nivel de ventas de 101,1 millones de dólares en 2017, lo que significa un incremento de 12,5 millones de dólares. Y el soporte físico generó 52,6 millones de dólares, en la misma línea de lo obtenido el año anterior.

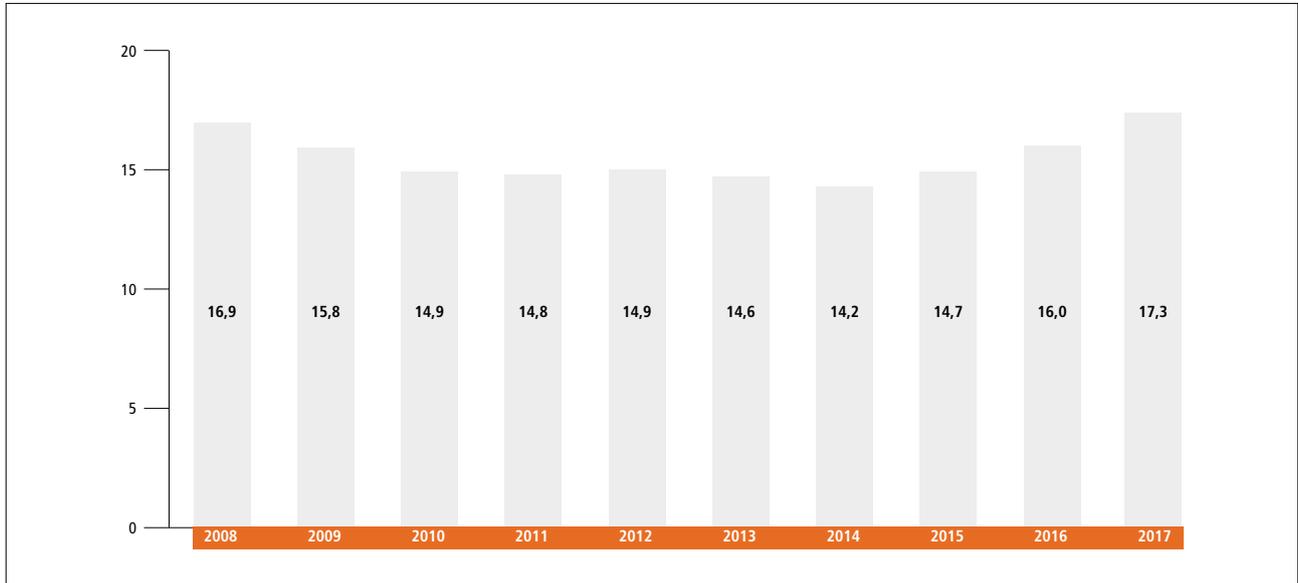
Según los datos de Promusicae, el crecimiento de las ventas de música grabada en nuestro país ha sido bastante considerable, en concreto de un 17,5%. Esto significa haber pasado de 197.162.000 euros en ventas en 2016 a los 231.716.000 euros en 2017, es decir, un aumento de 34,6 millones de euros. El peso de las ventas del soporte digital en nuestro país es mayor que el de las obtenidas en el soporte físico. Así, el 34,2% de las ventas procedió del soporte físico en 2017 (79.264.000 euros), mientras el porcentaje proveniente del soporte digital fue mayor, en concreto del 65,8% (152.452.000 euros).

1.1 DISTRIBUCIÓN DEL VALOR EN LA INDUSTRIA MUSICAL

Para comenzar el presente capítulo dedicado al sector de la música grabada, nos detendremos en primer lugar en contextualizar la industria musical a nivel mundial. Si las ventas mundiales en 2016 fueron de 16.000 millones de dólares, en 2017 se incrementa dicha cifra y alcanza el total de 17.300 millones de dólares, es decir, 1.300 millones más en comparación con 2016. Con estas ventas de música obtenidas, se confirma la tendencia alcista en ventas de este mercado que se empezó a experimentar en 2015 (gráfico 1).



GRÁFICO 1 | Evolución de las ventas mundiales de música grabada. 2008-2017



Nota: hasta el año 2013 (incluido) utilizábamos los datos con el valor de venta al público (impuestos incluidos). A partir de ese momento, sin embargo, se utilizan los datos de la base imponible de las ventas (sin impuestos ni tasas). De ahí provienen las diferencias con respecto a los datos aportados en las publicaciones de años anteriores.

Unidad: miles de millones de dólares.

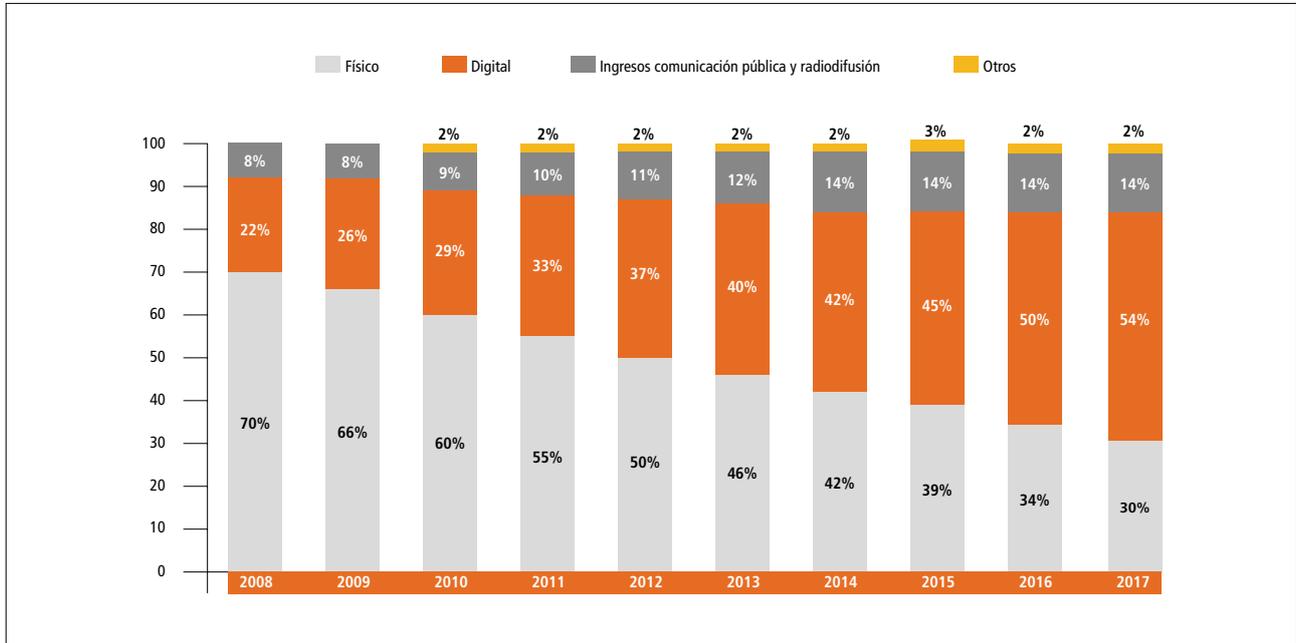
Fuente: *Global Music Report 2018*.

Con relación a los soportes, el digital continúa creciendo año tras año, y también en 2017 es el más habitual en ventas, lo que contribuye a que vaya perdiendo peso en el mercado el soporte físico. De este modo, el 54% de las ventas mundiales de música grabada en 2017 fueron en el soporte digital, mientras que el 30% se realizaron en soporte físico.

En relación con el año anterior, el soporte digital aumenta su presencia en el total del sector con cuatro puntos porcentuales más (pasando así a representar ya más de la mitad del total ventas) y el físico desciende justo esos cuatro puntos porcentuales y decrece de un 34% en 2016 a un 30% en 2017 sobre el total de mercado.

Lo que se mantiene invariable con relación al año anterior son los ingresos derivados de comunicación pública y radiodifusión, que con un 14% en 2017 registran la misma cifra que en los últimos tres años (gráfico 2).

GRÁFICO 2 | Evolución de las ventas globales de música grabada según soportes. 2008-2017



Unidad: % de cuota de mercado según las ventas.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Global Music Report 2018*.

Si realizamos el análisis de las ventas a nivel mundial por países, vuelve a ser EEUU el país con mayor número de ventas de música grabada (teniendo en cuenta que en esos datos no están incluidos los derechos de ejecución e ingresos de sincronización). En dicho país, las ventas fueron de 5.337,1 millones de dólares, lo que supone un crecimiento de 660,9 millones más en comparación con el año 2016.

El segundo mercado musical en cuanto a ventas se refiere es Venezuela, cuyas ventas finales alcanzadas en 2017, gracias a un incremento de sus ventas de 1.533,9 millones de dólares, fueron de 2.601,4 millones de dólares, y esto lo sitúa por encima de mercados tan importantes en ventas años atrás como el japonés.

Como vemos, en ambos países se produjo un incremento en las ventas, siendo más notable este crecimiento en las ventas de Venezuela (un 143,7% más respecto a 2016, mientras que en EEUU dicho crecimiento fue del 14,1%).

Y en relación con el tipo de soporte más frecuente a nivel ventas, la situación es diferente entre ambos países, ya que en EEUU el soporte con las mayores ventas es el digital, con un 83,2% sobre el total (4.439 millones de dólares) mientras que el físico representó un 16,8% (898,1 millones de dólares), mientras que en Venezuela la situación es a la inversa: el físico fue el que acaparó mayor peso, con un 92,1% sobre el total (2.396,6 millones de dólares) al tiempo que el digital tan solo acaparó un 7,9% sobre el total de dicho mercado (204,8 millones de dólares).

El tercer mercado mundial en ventas es precisamente Japón, que en años anteriores había ocupado la segunda posición, pero cuyo descenso en ventas —de 84,5 millones respecto del año 2016—, sumado al incremento de las ventas de música del mercado venezolano, lo desplaza a una tercera posición. Aun así, cierra 2017 con unas ventas de 2.544 millones de dólares (57,4 millones de dólares de diferencia con Venezuela). Y en el mercado nipón, acapara las ventas el formato físico, con un 77,5% sobre el total (1.971,3 millones de dólares), frente al soporte digital, que supuso un 22,5% del total (572,7 millones de dólares).

La siguientes posiciones en ventas las ocupan dos países europeos: Reino Unido, con un total de 1.051,2 millones de dólares (el 62% procede del soporte digital y el 38%, del físico) y Alemania, con 1.040,1 millones



de dólares (un 54,7% del soporte físico y un 45,3% del digital). Y en ambos casos estamos ante crecimientos de las ventas, aunque no con la misma dimensión. Las ventas de música en el mercado inglés aumentaron 103,8 millones de dólares mientras que las del mercado alemán lo hicieron en 3,5 millones de dólares.

La mayoría de los países aumentan su nivel de ventas de música en relación con el año anterior. Se observan algunos decrecimientos en el mercado asiático. Además del ya mencionado Japón, 84,5 millones de dólares menos, también en países como Taiwán (5,8 millones de dólares menos) y Tailandia (1,3 millones menos). Y también en algunos países de Europa como Italia (12,5 millones menos), Austria (4,8 millones menos), Islandia (0,2 millones menos) y Croacia (0,1 millones menos), junto con el mercado de África del Sur (23,8 millones de dólares menos).

Por tipo de soporte, los países en los que el soporte físico tiene mucha más presencia que el digital son —además de los ya citados Venezuela (el 92,1% de las ventas de música fue en dicho soporte) y Japón (con un 77,5%)—: Croacia (77,1% del soporte físico frente al 22,9% del digital), Polonia (67,9% del físico frente al 32,1% del digital), Austria (56,6%) y Alemania (54,7%). Y en ventas en soporte digital, son muchos más los países donde sus ventas principales son en este tipo de soporte. Por citar aquellos en los que el porcentaje de ventas es mayor, nos encontramos Ecuador (98,7%), Perú (98,2%), América Central (97,9%), Singapur (97,4%), China (97,2%), Indonesia (96,8%), Colombia (93,3%), Malasia (92,8%), Brasil (91,9%), India (91,7%), Dinamarca (88,9%), Noruega (88,5%), Suecia (88,1%), Rusia (85,4%), Filipinas (84,8%), Chile (84,2%), México (83,7%), Finlandia (83,5%), EEUU (83,2%), Nueva Zelanda (82,8%) y África del Sur (82,2%), entre otros (tabla 1).

TABLA 1 | Ventas mundiales de música grabada por regiones y tipo de soporte (físico/digital). 2012-2017

PAÍS	2012			2013			2014		
	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL
Norteamérica									
CANADÁ	159,1	147,3	306,4	140,8	160,8	301,6	111,9	154,7	266,6
EEUU	1.504,4	2.868,5	4.372,9	1.439,2	3.066,8	4.506,0	1.223,8	3.083,6	4.307,4
Europa									
AUSTRIA	70,4	19,2	89,6	65,2	21,8	87,0	63,0	21,2	84,2
BÉLGICA	67,7	20,3	88,0	52,1	29,9	82,0	45,7	27,7	73,4
BULGARIA	1,1	0,4	1,5	0,8	0,3	1,1	0,7	0,5	1,2
CROACIA	4,3	0,3	4,6	3,9	0,5	4,4	3,1	1,0	4,1
REPÚBLICA CHECA	10,1	2,6	12,7	9,2	3,3	12,5	8,5	4,7	13,2
DINAMARCA	29,3	34,5	63,8	24,3	44,3	68,6	16,7	53,7	70,4
FINLANDIA	35,8	13,2	49,0	31,8	17,3	49,1	20,9	21,8	42,7
FRANCIA	449,0	182,3	631,3	434,4	178,2	612,6	390,5	183,0	573,5
ALEMANIA	845,5	215,1	1.060,6	849,3	237,8	1.087,1	699,2	260,9	960,1
GRECIA	5,5	4,1	9,6	4,7	4,0	8,7	7,1	5,9	13,0
HUNGRÍA	7,7	1,2	8,9	6,9	1,9	8,8	6,7	2,8	9,5
ISLANDIA	-	-	-	3,8	0,5	4,3	3,1	1,2	4,3
IRLANDA	21,8	14,3	36,1	15,6	17,7	33,3	18,7	16,5	35,2
ITALIA	116,1	45,5	161,6	112,1	54,2	166,3	102,6	64,9	167,5
PAÍSES BAJOS	104,7	38,6	143,3	85,9	60,2	146,1	73,3	65,9	139,2
NORUEGA	25,4	46,9	72,3	20,1	60,5	80,6	13,0	62,7	75,7
POLONIA	49,9	5,7	55,6	43,5	8,8	52,3	47,0	11,6	58,6





PAÍS	2012			2013			2014		
	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL
PORTUGAL	16,5	5,6	22,1	14,1	5,9	20,0	13,0	7,5	20,5
RUSIA	9,5	15,7	25,2	10,8	22,3	33,1	9,1	24,4	33,5
ESLOVAQUIA	2,8	0,7	3,5	2,4	1,1	3,5	2,4	1,9	4,3
ESPAÑA	77,2	37,5	114,7	65,3	46,4	111,7	73,1	52,9	126,0
SUECIA	44,7	82,2	126,9	31,4	103,2	134,6	22,8	111,3	134,1
SUIZA	74,3	38,9	113,2	61,1	39,8	100,9	53,4	38,3	91,7
TURQUÍA	28,5	4,3	32,8	19,0	5,0	24,0	16,0	8,0	24,0
REINO UNIDO	527,5	433,9	961,4	470,9	468,1	939,0	430,4	463,3	893,7
Asia									
CHINA	16,1	71,1	87,2	15,6	74,8	90,4	12,1	83,2	95,3
HONG KONG	28,7	10,2	38,9	26,8	11,4	38,2	24,0	13,0	37,0
INDIA	36,3	70,7	107,0	31,8	60,6	92,4	29,1	54,3	83,4
INDONESIA	20,1	2,6	22,7	14,7	5,5	20,2	10,7	12,7	23,4
JAPÓN	2.587,6	554,6	3.142,2	2.113,7	412,7	2.526,4	1.942,7	432,9	2.375,6
MALASIA	9,5	11,0	20,5	6,2	12,0	18,2	5,5	12,2	17,7
FILIPINAS	9,3	4,0	13,3	6,8	4,2	11,0	5,5	5,5	11,0
SINGAPUR	7,3	3,9	11,2	4,1	5,0	9,1	3,2	6,6	9,8
COREA DEL SUR	99,7	77,4	177,1	95,5	105,0	200,5	95,2	143,4	238,6
TAIWÁN	36,5	14,4	50,9	34,5	21,3	55,8	29,4	26,1	55,5
TAILANDIA	21,7	31,0	52,7	18,4	32,6	51,0	13,2	26,2	39,4
América Latina/Caribe									
ARGENTINA	15,8	2,6	18,4	15,4	3,9	19,3	18,2	6,8	25,0
BRASIL	89,6	39,2	128,8	87,7	52,3	140,0	78,6	68,3	146,9
AMÉRICA CENTRAL	–	–	–	–	–	–	–	–	–
CARIBE	–	–	–	–	–	–	–	–	–
CHILE	10,4	3,6	14,0	8,7	5,5	14,2	8,6	8,0	16,6
COLOMBIA	6,5	3,6	10,1	5,4	6,9	12,3	5,4	13,4	18,8
ECUADOR	0,7	1,2	1,9	0,6	0,9	1,5	0,5	1,2	1,7
MÉXICO	58,6	36,2	94,8	50,6	42,7	93,3	42,3	48,8	91,1
PERÚ	1,1	1,0	2,1	1,3	3,3	4,6	0,9	6,2	7,1
URUGUAY	2,2	0,2	2,4	1,9	0,2	2,1	1,7	0,2	1,9
VENEZUELA	0,2	<0,1	0,2	104,8	8,4	113,2	176,4	32,4	208,8
Australasia									
AUSTRALIA	165,0	168,6	333,6	127,2	184,1	311,3	103,9	179,8	283,7
NUEVA ZELANDA	24,7	17,7	42,4	19,2	19,8	39,0	15,2	22,6	37,8
África									
ÁFRICA DEL SUR	43,5	2,8	46,3	43,1	6,4	49,5	39,8	10,3	50,1
GLOBAL	7.579,9	5.406,4	12.986,3	6.852,6	5.740,1	12.592,7	6.137,8	5.966,0	12.103,8





PAÍS	2015			2016			2017		
	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL
Norteamérica									
CANADÁ	115,8	196,1	311,9	101,3	241,6	342,9	90,0	284,2	374,2
EEUU	1.109,4	3.216,7	4.326,1	894,1	3.782,1	4.676,2	898,1	4.439,0	5.337,1
Europa									
AUSTRIA	56,5	20,8	77,3	51,1	24,9	76,0	40,3	30,9	71,2
BÉLGICA	49,4	30,3	79,7	45,8	36,3	82,1	39,6	44,4	84,0
BULGARIA	0,8	0,8	1,6	0,7	0,9	1,6	0,6	1,2	1,8
CROACIA	3,1	0,7	3,8	3,0	0,6	3,6	2,7	0,8	3,5
REPÚBLICA CHECA	8,9	6,7	15,6	9,1	7,2	16,3	9,5	9,7	19,2
DINAMARCA	12,1	58,3	70,4	9,3	69,1	78,4	9,7	77,3	87,0
FINLANDIA	15,6	27,0	42,6	11,0	36,0	47,0	8,5	42,9	51,4
FRANCIA	343,4	209,6	553,0	353,0	274,8	627,8	336,5	317,0	653,5
ALEMANIA	680,8	319,9	1.000,7	653,4	383,2	1.036,6	568,5	471,6	1.040,1
GRECIA	6,3	5,9	12,2	5,4	6,0	11,4	5,1	6,5	11,6
HUNGRÍA	4,8	4,6	9,4	5,1	4,6	9,7	5,0	5,7	10,7
ISLANDIA	2,4	1,9	4,3	1,9	3,3	5,2	1,2	3,8	5,0
IRLANDA	18,2	19,6	37,8	12,6	26,1	38,7	13,3	33,7	47,0
ITALIA	119,7	83,2	202,9	108,1	90,1	198,2	95,8	89,9	185,7
PAÍSES BAJOS	73,0	81,4	154,4	68,8	105,7	174,5	59,6	134,6	194,2
NORUEGA	13,4	66,0	79,4	13,5	93,7	107,2	12,7	98,1	110,8
POLONIA	47,0	14,4	61,4	53,6	18,5	18,5	51,7	24,4	76,1
PORTUGAL	12,3	9,1	21,4	12,0	11,8	23,8	10,8	13,0	23,8
RUSIA	14,0	31,4	45,4	9,9	41,9	51,8	9,1	53,1	62,2
ESLOVAQUIA	2,5	3,2	5,7	2,7	3,0	5,7	3,0	3,6	6,6
ESPAÑA	68,5	68,6	137,1	52,5	88,6	141,1	52,6	101,1	153,7
SUECIA	22,6	125,1	147,7	22,4	135,5	157,9	19,5	144,1	163,6
SUIZA	41,5	54,2	95,7	40,6	59,9	100,5	36,8	72,3	109,1
TURQUÍA	12,7	8,9	21,6	12,5	17,8	30,3	12,0	32,0	44,0
REINO UNIDO	391,6	494,1	885,7	390,3	557,1	947,4	399,7	651,5	1.051,2
Asia									
CHINA	15,7	137,7	153,4	7,1	189,9	197,0	7,6	262,4	270,0
HONG KONG	22,8	16,4	39,2	18,4	21,5	39,9	16,1	26,4	42,5
INDIA	21,1	56,6	77,7	13,1	74,4	87,5	9,2	102,1	111,3
INDONESIA	8,1	26,7	34,8	1,2	36,0	37,2	1,3	39,9	41,2
JAPÓN	1.987,2	466,3	2.453,5	2.098,5	530,0	2.628,5	1.971,3	572,7	2.544,0
MALASIA	3,4	13,7	17,1	2,0	17,9	19,9	1,5	19,3	20,8
FILIPINAS	4,7	8,5	13,2	3,4	14,3	17,7	3,0	16,8	19,8
SINGAPUR	1,7	8,0	9,7	0,9	11,1	12,0	0,4	14,8	15,2
COREA DEL SUR	89,5	173,2	262,7	118,5	202,0	320,5	181,4	291,6	473,0
TAIWÁN	28,0	37,7	65,7	28,3	48,0	76,3	20,2	50,3	70,5
TAILANDIA	11,5	25,1	36,6	7,9	21,4	29,3	3,1	24,9	28,0





PAÍS	2015			2016			2017		
	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL	FÍSICO	DIGITAL	TOTAL
América Latina/Caribe									
ARGENTINA	17,6	16,2	33,8	15,9	24,2	40,1	10,5	40,5	51,0
BRASIL	63,7	99,2	162,9	36,0	122,0	158,0	15,8	178,6	194,4
AMÉRICA CENTRAL	–	–	–	–	–	–	0,4	18,3	18,7
CARIBE	–	–	–	–	–	–	–	2,6	2,6
CHILE	7,0	12,8	19,8	6,1	17,5	23,6	4,5	24,0	28,5
COLOMBIA	4,6	16,7	21,3	2,6	21,7	24,3	1,8	25,0	26,8
ECUADOR	0,3	1,7	2,0	0,1	5,2	5,3	0,1	7,6	7,7
MÉXICO	39,6	66,8	106,4	31,8	87,5	119,3	21,2	108,7	129,9
PERÚ	0,6	6,7	7,3	0,1	8,5	8,6	0,2	10,9	11,1
URUGUAY	1,5	0,6	2,1	1,2	0,8	2,0	1,0	1,0	2,0
VENEZUELA	268,2	87,8	356,0	998,8	68,7	1.067,5	2.396,6	204,8	2.601,4
Australasia									
AUSTRALIA	100,8	198,8	299,6	86,6	226,6	313,2	77,0	282,4	359,4
NUEVA ZELANDA	13,8	29,4	43,2	12,4	39,2	51,6	10,3	49,5	59,8
África									
ÁFRICA DEL SUR	29,4	14,4	43,8	18,3	16,2	34,5	10,7	49,5	10,7
GLOBAL	5.987,1	6.679,5	12.666,6	6.399,3	7.924,9	14.324,2	7.557,1	956150%	17.118,6

Nota: los datos no incluyen derechos de ejecución e ingresos de sincronización. Por lo tanto, los datos globales varían respecto a la tabla 2, que contiene las cifras de los principales países por ventas en 2017.

Datos actualizados según la última publicación de *Recording Industry in Numbers*.

Unidad: millones de dólares, basada en el valor al por menor o valor unitario.

Fuente: *Global Music Report 2018*.

Si ahora recogemos los 20 principales mercados de la música grabada —incluyendo también los ingresos obtenidos por comunicación pública y radiodifusión (a diferencia de la tabla anterior)—, el resultado obtenido es que, a nivel global, los ingresos obtenidos por las discográficas de estos 20 mercados suponen 15.870 millones de dólares, que vienen a ser 1.200,8 millones más si lo comparamos con el año 2016.

Por tipo de soporte, el 24% de esos 15.870 millones de dólares correspondió al soporte físico y un 55%, al soporte digital. En relación con el año anterior, el soporte físico pierde tres puntos porcentuales, que gana el soporte digital. Es decir, desciende el porcentaje de las ventas de música en soporte físico y la ganancia va para el soporte digital. Por su parte, el porcentaje de ingresos procedentes de comunicación pública y radiodifusión desciende ligeramente frente al año anterior, ya que de ocupar un 19% de las ventas en 2016 pasan en este año a un 18% (tan solo un punto porcentual menos).

Un año más, el principal mercado en cuanto a ventas se refiere sigue siendo EEUU, con unas ventas de 5.916,1 millones de dólares, que además suponen un 12,8% más que en 2016 (669,1 millones de dólares más). Japón es el siguiente mercado, al igual que en el año anterior. En este caso, el total de ventas obtenidas fue de 2.727,5 millones de dólares, que representan un 3% menos de las alcanzadas un año atrás. Alemania, que ocupaba la cuarta posición en ventas mundiales de música en el año 2016, escala posiciones y este año, con unas ventas de 1.323,1 millones de dólares, pasa a ocupar la tercera posición en este *ranking* de los principales 20 mercados. No obstante, pierde un 1,5% de las ventas con relación al año 2016. Reino Unido baja de la tercera a la cuarta posición en dicho ranking, con unas ventas globales de 1.310,7 millones de dólares, a pesar de que las incrementa un 9,2% respecto del año anterior. Y Francia, por último, ocupa la quinta posición con la cifra de 925,1 millones de dólares y un incremento de las mismas del 1,7%.



Por tipo de soporte, predomina con mayor cuota de mercado el soporte digital. Así, es superior al 60% en ventas en países como China (90%), México (79%), India (78%), EEUU (75%), Suecia (72%), Noruega (71%), Australia (68%) y Canadá (65%). El soporte físico, por su parte, destaca en Japón (72%) por encima del resto de países, y los ingresos provenientes de comunicación pública y radiodifusión destacan en Argentina (60%).

Todos los países de este *ranking* incrementan sus ventas si las comparamos con el año anterior, a excepción del mercado italiano, que disminuye sus ventas en un 5,1% (13,2 millones de dólares menos), el japonés, con un descenso del 3% (83 millones de dólares menos) y el alemán, con un decrecimiento de ventas del 1,5% (20,3 millones de dólares menos).

Los mercados de mayor crecimiento en ventas en términos porcentuales fueron, por este orden: Corea del Sur, con un 45,8% de crecimiento (155,4 millones de dólares más), China, con un 35,3% más (76,2 millones de dólares más), Argentina, con un 30,7% más (30,6 millones de dólares más), y EEUU, con un crecimiento del 12,8% y que, en términos absolutos, es el que más crece a nivel de ventas (669,1 millones de dólares más).

España escala una posición en ventas en relación con el año 2016 y del puesto 14º sube al 13º en 2017, con un total de ventas de 205,8 millones de dólares que suponen un 6,1% más respecto al año anterior (11,8 millones de dólares más). Por tipo de soporte, el 49% de las ventas procede del soporte digital, el 26% del formato físico y el 24% de los ingresos de comunicación pública y radiodifusión (tabla 2).

TABLA 2 | Principales países en ventas de música grabada. 2017

Posición	INGRESOS DE LAS DISCOGRÁFICAS				CUOTA DE MERCADO			
	PAÍS	2016	2017	% VARIACIÓN '16-'17	FÍSICO	DIGITAL	INGRESOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA Y RADIODIFUSIÓN	OTROS
1	EEUU	5.247,0	5916,1	12,8	15%	75%	7%	3%
2	Japón	2.810,5	2727,5	-3,0	72%	21%	5%	1%
3	Alemania	1.343,4	1.323,1	-1,5	43%	36%	20%	1%
4	Reino Unido	1.199,9	1.310,7	9,2	30%	50%	18%	2%
5	Francia	909,5	925,1	1,7	36%	34%	27%	3%
6	Corea del Sur	339,0	494,4	45,8	37%	59%	4%	1%
7	Canadá	383,5	437,2	14,4	21%	65%	14%	1%
8	Australia	364,0	412,9	13,4	19%	68%	11%	2%
9	Brasil	250,8	295,8	17,9	5%	60%	34%	1%
10	China	216,1	292,3	35,3	3%	90%	7%	1%
11	Países Bajos	246,8	269,5	9,2	22%	50%	27%	1%
12	Italia	261,1	247,9	-5,1	39%	36%	22%	3%
13	España	194,0	205,8	6,1	26%	49%	24%	2%
14	Suecia	193,6	199,5	3,1	10%	72%	17%	1%
15	Noruega	133,9	139	3,8	9%	71%	19%	1%
16	Dinamarca	109,6	137,9	24,0	29%	18%	11%	24%
17	Suiza	125,3	137,8	10,0	27%	52%	21%	1%
18	México	126,9	137,0	7,9	15%	79%	4%	1%
19	India	115,1	130,7	13,6	7%	78%	9%	6%
20	Argentina	99,4	130,0	30,7	8%	31%	60%	1%
	TOTAL	14.669	15.870		24%	55%	18%	3%

Unidad: millones de dólares.

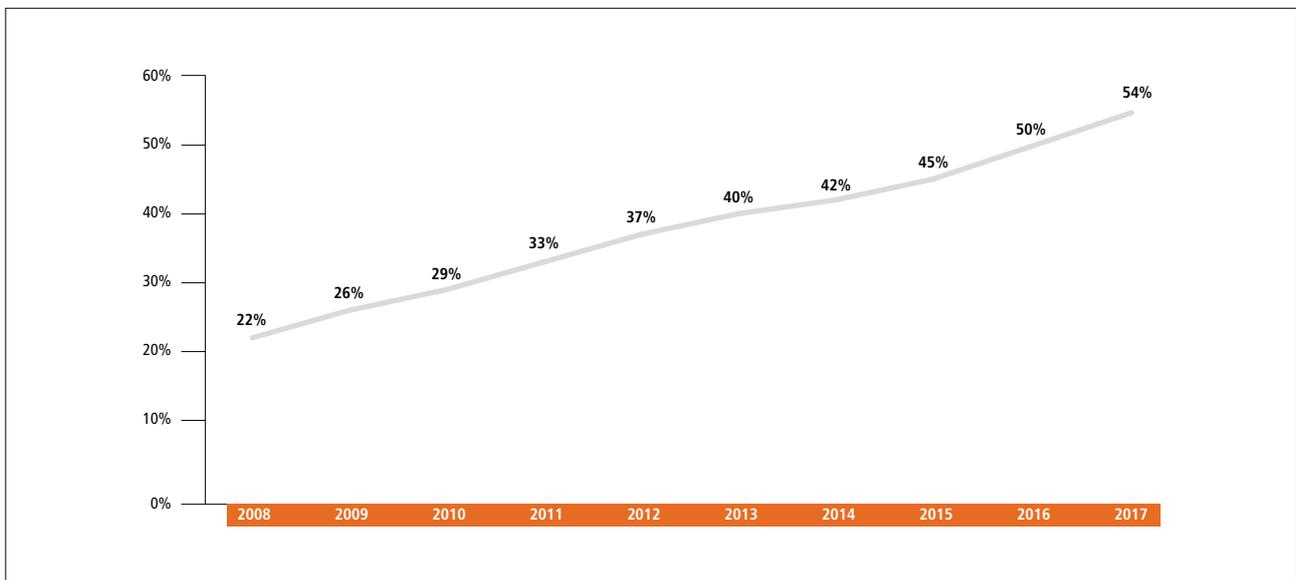
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Global Music Report 2018*.



1.2 MERCADOS DIGITALES

Como hemos visto anteriormente, en la mayoría de los 20 mercados mundiales en ventas de música grabada predomina el soporte digital. Esto se ve reflejado también en el total de ventas a nivel global, donde un año más las ventas mundiales de música grabada en soporte digital siguen creciendo en comparación al soporte físico. Así, de un 50% registrado por este soporte en el año 2016, se incrementa cuatro puntos porcentuales este dato y en el último año llega al 54% de todo lo vendido. De este modo, este último año es en el que el porcentaje de ventas en soporte digital es el mayor de toda la serie (gráfico 3).

GRÁFICO 3 | Evolución mundial de ventas globales de música grabada digital. 2008-2017



Unidad: % de cuota de mercado según ventas.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de *Global Music Report 2018*.

Los mercados mundiales que dominan en soporte físico figuran en la tabla 3A y, como podemos apreciar, Japón es el principal mercado en este soporte, como el año anterior. A continuación le siguen exactamente los mismos cuatro países que el año anterior también dominaban este tipo de soporte. La segunda posición es para EEUU, la tercera para Alemania, la cuarta para Reino Unido y la quinta para Francia. En el caso del mercado español, este ocupa la misma posición en ventas en soporte físico que el año anterior (la undécima).

En ventas digitales, los principales mercados mundiales son también estos cinco países pero en orden diferente de importancia. Así, aquí el principal mercado es EEUU, al igual que en el año anterior. Le sigue Reino Unido, con la segunda posición. La tercera posición para este tipo de soporte es para Japón, que ocupaba el primer lugar en ventas físicas. La cuarta posición en digital es para Alemania. Y completa los cinco principales mercados de venta de música grabada en soporte digital Francia, al igual que en 2016. España, en este tipo de soporte, ostenta la misma plaza que el año anterior, la decimoquinta, sin que se hayan producido movimientos de posiciones de nuestro país en este soporte ni en el físico en relación con el año 2016 (tablas 3A y 3B).



TABLA 3A | Principales países en ventas físicas. 2017

RANKING MUNDIAL 2017 (% INGRESOS DEL COMERCIO MUNDIAL)	
PAÍS	CLASIFICACIÓN DE SOPORTE FÍSICO
Japón	1
EEUU	2
Alemania	3
Reino Unido	4
Francia	5
Corea del Sur	6
Italia	7
Canadá	8
Australia	9
Países Bajos	10
España	11
Polonia	12
Austria	13
Bélgica	14
Suiza	15
México	16
Taiwán	17
Suecia	18
Hong Kong	19
Brasil	20
Irlanda	21
Noruega	22
Turquía	23
Portugal	24
África del Sur	25
Países Bálticos (Estonia, Letonia y Lituania)	26
Argentina	27
Nueva Zelanda	28
Dinamarca	29
Republica Checa	30
India	31
Rusia	32
Finlandia	33
China	34
Grecia	35
Hungría	36
Chile	37
Tailandia	38
Eslovaquia	39
Filipinas	40
Croacia	41





RANKING MUNDIAL 2017 (% INGRESOS DEL COMERCIO MUNDIAL)	
PAÍS	CLASIFICACIÓN DE SOPORTE FÍSICO
Colombia	42
Malasia	43
Indonesia	44
Islandia	45
Uruguay	46
Bulgaria	47
Rumanía	48
América Central	49
Singapur	50
Perú	51
Ecuador	52

Fuente: *Global Music Report 2018*.

TABLA 3B | Principales países en ventas digitales. 2017

RANKING MUNDIAL 2017 (% INGRESOS DEL COMERCIO MUNDIAL)	
PAÍS	CLASIFICACIÓN DE SOPORTE DIGITAL
EEUU	1
Reino Unido	2
Japón	3
Alemania	4
Francia	5
Corea del sur	6
Canadá	7
Australia	8
China	9
Brasil	10
Suecia	11
Países Bajos	12
México	13
India	14
España	15
Noruega	16
Italia	17
Dinamarca	18
Suiza	19
Rusia	20
Taiwán	21





RANKING MUNDIAL 2017 (% INGRESOS DEL COMERCIO MUNDIAL)	
PAÍS	CLASIFICACIÓN DE SOPORTE DIGITAL
Nueva Zelanda	22
Bélgica	23
Finlandia	24
Argentina	25
Indonesia	26
Irlanda	27
Turquía	28
Austria	29
Hong Kong	30
Colombia	31
Tailandia	32
Polonia	33
Chile	34
África del Sur	35
Malasia	36
América Central	37
Filipinas	38
Singapur	39
Portugal	40
Perú	41
República Checa	42
Ecuador	43
Grecia	44
Hungría	45
Países Bálticos (Estonia, Letonia y Lituania)	46
Islandia	47
Eslovaquia	48
Rumanía	49
Caribe	50
Bulgaria	51
Uruguay	52
Croacia	53
Paraguay	54
Bolivia	55

Fuente: *Global Music Report 2018*.



2 LA MÚSICA GRABADA EN ESPAÑA

2.1 MERCADO DE LA MÚSICA EN ESPAÑA

Si ahora nos fijamos en nuestro país de manera concreta, también se produce durante el año 2017 un incremento de las ventas en música grabada en consonancia a la tónica mundial que hemos visto en el anterior apartado. Este crecimiento se refleja en que pasamos de los 197.162.000 euros en ventas del año 2016 a los 231.716.000 euros en 2017, es decir, un aumento de 34,6 millones de euros, según indica la Asociación de Productores de Música (Promusicae). Este aumento se ha producido tanto en el mercado de soporte físico como en el de soporte digital, aunque en términos porcentuales el incremento ha sido mayor en el soporte físico, a pesar de que son las ventas en soporte digital las que predominan en España. En el físico, las ventas se incrementan un 24,8%, lo que significa un aumento de 15,7 millones de euros. Y en soporte digital, el incremento a nivel porcentual es menor (un 14,1%), aunque no ocurre lo mismo en términos absolutos (un incremento en las ventas de 18,8 millones de euros).

Si nos fijamos en cada soporte, el mercado físico supuso en 2017 un total de 79.264.000 euros, que, como acabamos de mencionar, suponen un aumento de 15,7 millones en relación con el año anterior. Este nivel de ventas del soporte físico representa un 34,2% sobre el total de ventas (dos puntos porcentuales más respecto del año anterior).

El mercado digital, por su parte, acaparó en ventas en nuestro país un total de 152.452.000 euros, que significan 18,8 millones de euros más en relación con 2016. Este tipo de soporte supone un 65,8% sobre el total de ventas. Y a diferencia del soporte digital, su peso pierde justo los dos puntos porcentuales que ganaba el soporte físico. No obstante, la mayor facturación se la lleva el mercado digital, que sigue creciendo año tras año dentro de las ventas discográficas de nuestro país (tabla 4).

TABLA 4 I Evolución del mercado discográfico español según soportes. 2012-2017

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	VALOR PVP (€)					
TOTAL VALOR MERCADOS (FÍSICO+DIGITAL)	141.064.000	123.661.000	149.912.000	161.098.000	197.162.000	231.716.000
Mercado físico PVP (€)	92.774.000	72.400.000	86.992.000	81.470.000	63.523.000	79.264.000
Mercado digital PVP (€)	48.290.000	51.261.000	62.920.000	79.628.000	133.639.000	152.452.000
% Mercado físico/total mercado	65,8%	59,8%	58,0%	50,6%	32,2%	34,2%
% Mercado digital/total mercado	34,2%	40,2%	42,0%	49,4%	67,8%	65,8%

Nota: la cifra del mercado físico facilitada por las compañías miembros de Promusicae supone, en el año 2017, el 91% del mercado total español. Mientras que la cifra de mercado digital facilitada por las compañías miembros de Promusicae supone, en el año 2017, el 88% del mercado total español.

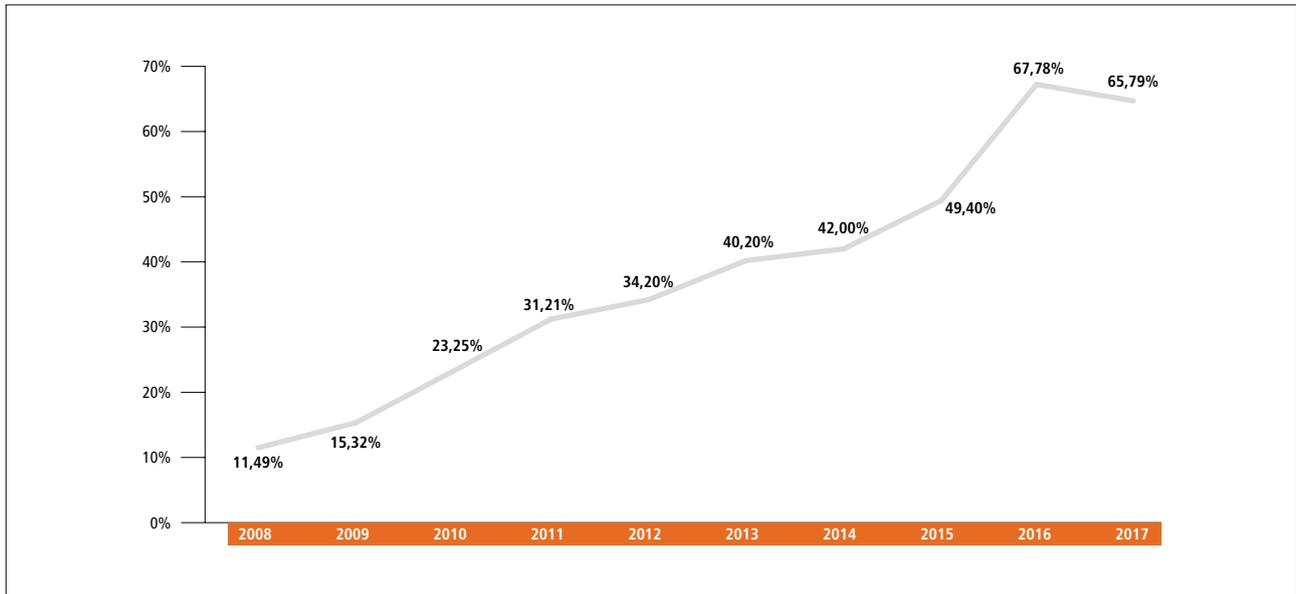
Unidad: valor de ventas expresado en PVP-euros.

Fuente: elaboración propia en base a datos de Promusicae.

Si continuamos con los datos provenientes de Promusicae, el mercado digital sigue creciendo en nuestro país en términos de ventas absolutas, como acabamos de comentar, aunque a nivel porcentual respecto al total mercado, desciende dos puntos porcentuales en el último año, pasando de una representación del 67,8% al 65,8% en el último año (gráfico 4).



GRÁFICO 4 | Evolución de ventas globales de música grabada digital. 2008–2017

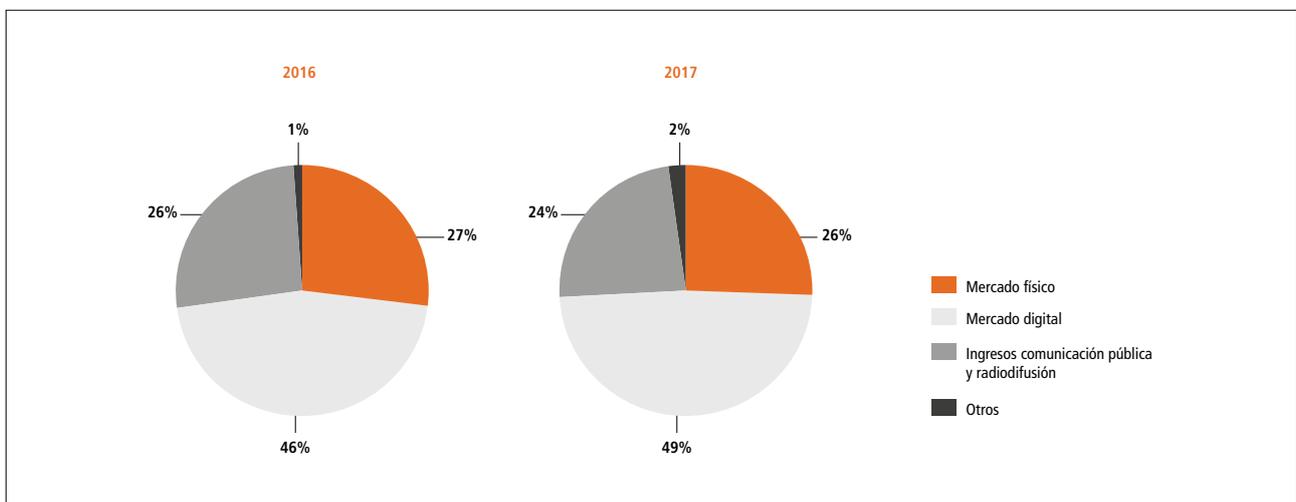


Unidad: % cuota de mercado según ventas.
Fuente: elaboración propia en base a los datos de Promusicae.

No obstante, si comparamos las ventas de música grabada en digital con relación a todos los tipos de soportes o fuentes de ingresos, el mayor porcentaje se lo lleva precisamente dicho mercado, con una cuota del 49% (frente al 46% del año anterior).

El ingreso de comunicación pública y radiodifusión desciende en el último año, pasando del 26% en 2016 al 24% (dos puntos porcentuales menos). Y las ventas del soporte físico pasan del 27% en 2016 al 26% en 2017 (gráfico 5).

GRÁFICO 5 | Ventas de música grabada en España según el tipo de mercado. 2016-2017



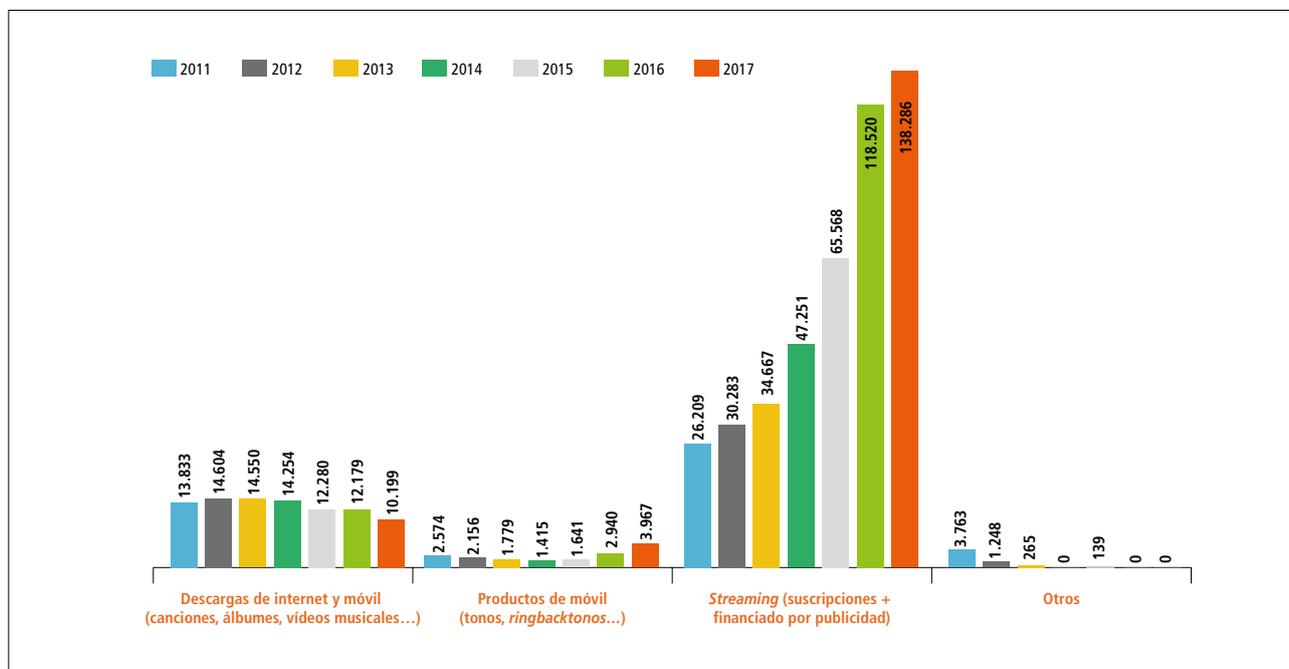
Unidad: % sobre el valor de ventas de música grabada.
Fuente: elaboración propia en base a los datos de *Global Music Report 2018*.



El crecimiento que ha experimentado el mercado digital frente al resto de soportes se debe al incremento importante que ha sufrido uno de sus formatos. Nos referimos a la modalidad *streaming*, que además de ser la que mayor cifra recoge, pasa de un valor de 118,5 millones de euros a los 138,3 millones de euros en 2017. Este incremento de 19,8 millones viene a significar un aumento del 16,7%.

Con una gran distancia a nivel de ventas de este formato *streaming*, figura la segunda modalidad con más ventas. Se trata de las descargas de internet y móviles, que generaron el año pasado 10,2 millones de euros y que, además, decrecieron en este indicador en relación con el año 2016 (un 16,3% menos, lo que significa cerca de dos millones de euros menos de ingresos). Por último, el tercer formato digital por nivel de ventas son los productos para móviles, que generaron casi cuatro millones de euros y que vieron aumentar su presencia en un millón de euros respecto a 2016 (gráfico 6).

GRÁFICO 6 | Ventas de música en España en formato digital. 2011-2017



Nota: las ventas de música a través de teléfonos móviles se muestran desagregadas, según sean descargas de canciones o videos musicales, tonos o *ringbacktonos* y suscripciones.

Unidad: valor de ventas expresado en PVP-miles de euros.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Promusicae.

En la tabla 5 se muestra de modo concreto la evolución del mercado digital discográfico nacional según soportes y, como decíamos anteriormente, el formato de *streaming* es el que mayor cuota de mercado acapara dentro del mercado digital. Así, el 90,7% de las ventas obtenidas en 2017 fue a parar a este formato (138,3 millones de euros). Las descargas de internet y móviles (canciones, álbumes, videos musicales...) representaron un 6,7% de las ventas dentro del digital (14,3 millones de euros) y los productos para móviles (tonos, *ringbacktonos*, etc.) tan solo un 2,6% sobre el total (1,4 millones de euros).

Como vemos en la tabla, el formato *streaming* es el que sigue una línea constante creciente a los largo de los años con relación a este indicador. Las ventas obtenidas por descargas de internet y móviles van descendiendo en la serie mostrada en la tabla mientras que las ventas de productos para móviles descienden durante el periodo 2012-2014 para a continuación incrementarse en el resto de los años.



TABLA 5 I Mercado digital discográfico nacional según soportes. 2012-2017

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
MERCADO DIGITAL	48.290.000	51.261.000	62.920.000	79.628.000	133.639.000	152.452.000
Descargas de internet y móviles (canciones, álbumes, vídeos musicales...)	14.604.000	14.550.000	14.254.000	12.280.000	12.179.000	10.199.000
Productos para móviles (tonos, ringbacktonos...)	2.156.000	1.779.000	1.415.000	1.641.000	2.940.000	3.967.000
Streaming (suscripciones más financiado por publicidad)	30.283.000	34.667.000	47.251.000	65.568.000	118.520.000	138.286.000
Otros	1.248.000	265.000	0	139.000	0	0

Unidad: valor de ventas expresado en PVP-euros.

Fuente: elaboración propia en base a datos de Promusicae.

Si ahora nos fijamos en la evolución de los productores discográficos que han solicitado, al menos, una licencia a SGAE, dichas solicitudes aumentan en el último año objeto de análisis. En 2017, se cierra el año con 450 solicitudes, es decir, ocho licencias más en relación con el año anterior. De este número de licencias, el 97,6% (439) solicitó menos de 30 discos; el 1,7% pidió más de 30 y menos de 200 discos (ocho), y únicamente tres solicitaron más de 200 discos (el 0,7%) (tabla 6).

TABLA 6 I Evolución de los productores discográficos que han solicitado, al menos, una licencia en SGAE. 2000-2017

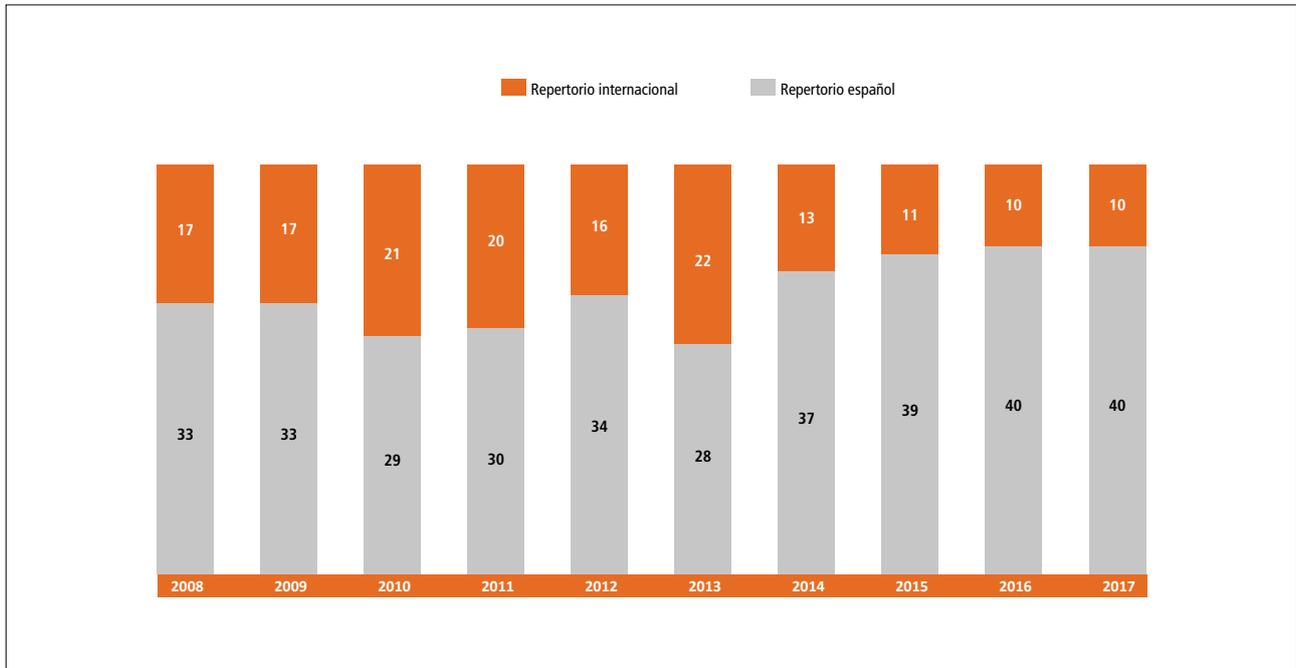
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
RESUMEN TOTAL DE PRODUCTORES (AFYVE, GENERALES, INDEPENDIENTES)	640	651	681	716	742	773	877	964	947
Menos de 30 discos	554	574	595	639	669	713	829	919	904
Más de 30 discos y menos de 200 discos	71	60	67	60	60	50	37	35	37
Más de 200 discos	15	17	19	17	13	10	11	10	6
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
RESUMEN TOTAL DE PRODUCTORES (AFYVE, GENERALES, INDEPENDIENTES)	996	814	641	662	416	489	532	442	450
Menos de 30 discos	963	793	627	643	402	473	511	433	439
Más de 30 discos y menos de 200 discos	28	17	10	15	10	12	17	6	8
Más de 200 discos	5	4	4	4	4	4	4	3	3

Nota: el total se refiere a aquellos productores que han solicitado al menos una licencia en el año correspondiente.

Fuente: SGAE.

A nivel repertorio, un año más destaca dentro de la música grabada en nuestro país el repertorio nacional. De los 50 álbumes más vendidos en nuestro país, 40 corresponden a música española, al igual que en el año 2016. Los otros 10 restantes corresponden a artistas internacionales. Con estos datos, tenemos la misma foto que la que obtuvimos un año antes (gráfico 7).



GRÁFICO 7 | Evolución de la presencia del repertorio español e internacional entre los 50 álbumes más vendidos en España. 2008-2017

Nota: dentro del repertorio español se incluyen los cantantes latinos.
Unidad: absolutos de los 50 álbumes más vendidos en España.
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Promusicae.

Lo anterior tiene su reflejo en que entre los 50 álbumes más vendidos en España en el año 2017, los seis primeros corresponden a artistas españoles. Así, el primer puesto corresponde a Pablo Alborán, con el título *Prometo*, de Warner Music.

La segunda posición también es para otro español, Joaquín Sabina, con el álbum *Lo niego todo*, de la discográfica Sony Music. La formación El Barrio, con el título *Las costuras del alma* (Concert Music Entertainment), ocupa la tercera posición. El cuarto puesto es también para otro artista español, Alejandro Sanz, y el título *+es+el concierto*. La quinta posición es para Vanesa Martín, con el álbum *Munay*, de la discográfica Warner Music. Y la sexta corresponde a Melendi, con el disco *Quítate las gafas*, del sello Sony Music. Ya en la séptima posición es cuando aparece por primera vez un artista internacional (Ed Sheeran, con el álbum *+(Deluxe)*, de Warner Music, pero a continuación vuelve a entrar otro artista nacional, Manuel Carrasco, con el título *Bailar al viento*, de Universal. Por último, en la novena posición de más ventas se cuelga un título internacional, la BSO de la película *La La Land* (Universal), y en décimo lugar vuelven a tener presencia los españoles con David Bisbal y el disco *Hijos del mar*, también de Universal.

Como vemos, entre los 10 primeros títulos más vendidos figuran ocho artistas o grupos españoles, pero la presencia del repertorio español continúa en el listado de los 50 álbumes más vendidos en nuestro país y encontramos a otros artistas españoles en el listado como Sergio Dalma, con el álbum *Vía Dalma III*, Vetus-ta Morla, con el título *Mismo sitio, distinto lugar*, Fito y Fitipaldis, con el título *Fitografía*, Sweet California, Bunbury, India Martínez, Manolo García, Rozalen y Alejandro Fernández, entre otros.

De modo que la presencia internacional es menos habitual frente al amplio número de artistas españoles que figuran en el *ranking* de los 50 álbumes más vendidos en nuestro país. Como decíamos, la primera presencia internacional figura en el puesto número siete, con el cantante y compositor británico Ed Sheeran y su título *+(Deluxe)*, de la discográfica Warner Music. El siguiente puesto internacional corresponde a la BSO

de la película *La La Land*, del sello Universal, en la posición número nueve. En el puesto número 21º figura la cantante colombiana Shakira, con su álbum *El Dorado*, de Sony Music. A continuación, en el puesto 22º, aparece la banda de rock U2 con el disco *Songs of Experience*, de la discográfica Universal. El cantante y compositor norteamericano Bruno Mars ocupa el puesto 24º con el título *24 K Magic* (Warner Music), y ya nos tenemos que ir a la posición número 30º para volver a encontrar otro título internacional, en este caso de la banda Depeche Mode (tabla 7).

TABLA 7 | Álbumes más vendidos en España. 2017

ORDEN	ARTISTA	TÍTULO	SELLO
1	PABLO ALBORÁN	PROMETO	WARNER MUSIC
2	JOAQUÍN SABINA	LO NIEGO TODO	SONY MUSIC
3	EL BARRIO	LAS COSTURAS DEL ALMA	CONCERT MUSIC ENTERTAINMENT
4	ALEJANDRO SANZ	+ ES + EL CONCIERTO	UNIVERSAL
5	VANESA MARTÍN	MUNAY	WARNER MUSIC
6	MELENDI	QUÍTATE LAS GAFAS	SONY MUSIC
7	ED SHEERAN	÷ (DELUXE)	WARNER MUSIC
8	MANUEL CARRASCO	BAILAR EL VIENTO	UNIVERSAL
9	B.S.O.	LA LA LAND	UNIVERSAL
10	DAVID BISBAL	HIJOS DEL MAR	UNIVERSAL
11	SERGIO DALMA	VÍA DALMA III	WARNER MUSIC
12	VETUSTA MORLA	MISMO SITIO, DISTINTO LUGAR	PEQUEÑO SALTO MORTAL/SONY
13	PABLO LÓPEZ	CAMINO, FUEGO Y LIBERTAD	UNIVERSAL
14	FITO Y FITIPALDIS	FITOGRAFÍA	WARNER MUSIC
15	SWEET CALIFORNIA	3	WARNER MUSIC
16	BUNBURY	EXPECTATIVAS	WARNER MUSIC
17	ANTONIO JOSÉ	A UN MÍLIMETRO DE TI	UNIVERSAL
18	INDIA MARTÍNEZ	TE CUENTO UN SECRETO	SONY MUSIC
19	GEMELIERS	GRACIAS	SONY MUSIC / PEP'S MUSIC GROUP
20	MANOLO GARCÍA	TODO ES AHORA (EN DIRECTO)	SONY MUSIC
21	SHAKIRA	EL DORADO	SONY MUSIC
22	U2	SONGS OF EXPERIENCE	UNIVERSAL
23	OPERACIÓN TRIUNFO 2017	OT 2017 LO MEJOR 1 PARTE	UNIVERSAL
24	BRUNO MARS	24 K MAGIC	WARNER MUSIC
25	ROZALÉN	CUANDO EL RÍO SUENA...	SONY MUSIC
26	ALEJANDRO FERNÁNDEZ	ROMPIENDO FRONTERAS	UNIVERSAL
27	JULIO IGLESIAS	MÉXICO & AMIGOS	SONY MUSIC
28	DEMARCO FLAMENCO	UNO	WARNER MUSIC
29	MORAT	SOBRE EL AMOR Y SUS EFECTOS SECUNDARIOS	UNIVERSAL
30	DEPECHE MODE	SPIRIT	SONY MUSIC
31	DANI MARTÍN	LA MONTAÑA RUSA	SONY MUSIC
32	ANTONIO OROZCO	DESTINO	UNIVERSAL
33	THE ROLLING STONES	BLUE & LONESOME	UNIVERSAL
34	HARRY STYLES	HARRY STYLES	SONY MUSIC
35	METALLICA	HARDWIRED TO SELF DESTRUCT	UNIVERSAL



ORDEN	ARTISTA	TÍTULO	SELLO
36	LOS PLANETAS	ZONA TEMPORALMENTE AUTÓNOMA	EJÉRCITO ROJO & EL VOLCÁN MÚSICA
37	PASTORA SOLER	LA CALMA	WARNER MUSIC
38	ISABEL PANTOJA	HASTA QUE SE APAGUE EL SOL	UNIVERSAL
39	ALEJANDRO SANZ	MÁS- 20 ANIVERSARIO	WARNER MUSIC
40	MIGUEL BOSÉ	MTV UNPLUGGED	WARNER MUSIC
41	CAMELA	ME METÍ EN TU CORAZÓN	WARNER MUSIC
42	RAPHAEL	INFINITOS BAILES	UNIVERSAL/THE BOY ON STAGE
43	TAYLOR SWIFT	REPUTATION	UNIVERSAL
44	COLDPLAY	A HEAD FULL OF DREAMS	WARNER MUSIC
45	FANGORIA	CANCIONES PARA ROBOTS ROMÁNTICOS	WARNER MUSIC
46	B.S.O.	SOY LUNA - LA VIDA ES UN SUEÑO 1	UNIVERSAL
47	LORI MEYERS	EN LA ESPIRAL	UNIVERSAL
48	PABLO LÓPEZ	EL MUNDO Y LOS AMANTES INOCENTES	UNIVERSAL
49	EL ARREBATO	MÚSICO DE GUARDIA	UNIVERSAL
50	PACO CANDELA	DIRECTO AL CORAZÓN	SENADOR

Fuente: Promusicae.

TABLA 8 | Recopilaciones más vendidas en España. 2017

ORDEN	ARTISTA	TÍTULO	SELLO
1	VARIOS	LOS Nº 1 DE LOS 40 (2016)	SONY MUSIC/UNIVERSAL/WARNER MUSIC
2	VARIOS	MI CASA ES LA TUYA VOL. 2	SONY MUSIC
3	VARIOS	LOS Nº 1 DE CADENA 100 (2017)	SONY MUSIC/UNIVERSAL/WARNER MUSIC
4	VARIOS	MI CASA ES LA TUYA	SONY MUSIC
5	VARIOS	LOS NÚMEROS 1 DE LOS 40	SONY MUSIC/UNIVERSAL/WARNER MUSIC
6	VARIOS	NOW 2017	SONY MUSIC / UNIVERSAL
7	VARIOS	CARIBE 2017	UNIVERSAL
8	VARIOS	MI CASA ES LA TUYA VOL. 3	SONY MUSIC
9	VARIOS	EUROPA FM 2017	UNIVERSAL/SONY MUSIC/WARNER MUSIC
10	VARIOS	GH VIP 2017	UNIVERSAL

Fuente: Promusicae.

El primer puesto para los DVD musicales más vendidos durante el año 2017 corresponde a la artista Malú, con el título *Malú, ni un paso atrás* (Sony Music). El segundo puesto es para un título infantil, *Lunnis de leyenda*, también de Sony Music.

El tercer DVD musical más vendido corresponde a la banda mítica The Beatles (*1 Blu-Ray*), producido por Universal. Le sigue el *tour* de un artista, en este caso el de Pablo Alborán, que con el título *Tour Terral tres noches en Las Ventas* (Warner Music) se hace con la cuarta posición en el *ranking* de los DVD musicales más vendidos.

Los Lunnis vuelven a aparecer en el listado, pero esta vez en quinta posición y con el volumen 2 de su título *Lunnis, de Leyenda*. Miguel Poveda es el siguiente artista en este *ranking* de los mayores éxitos en ventas con el

título 13. Las posiciones séptima y octava son para los DVD de la agrupación musical infantil Pica-Pica: *En vivo-Grandes éxitos* y *Navidad, Navidad*, ambos de Warner Music. Y completan el top 10 de ventas otros dos títulos infantiles: la posición 9ª es para Los Lunnis (*Lunnis de leyenda. Edición regalo*) y *Cantajuego* (Volumen 1).

Como podemos apreciar, de los 10 títulos de DVD musicales con mayores ventas, seis de ellos corresponden a ediciones infantiles, tres a artistas españoles y tan solo uno a una agrupación internacional (tabla 9).

TABLA 9 | DVD musicales más vendidos en España. 2017

ORDEN	ARTISTA	TÍTULO	SELLO
1	MALÚ	MALÚ, NI UN PASO ATRÁS	SONY MUSIC
2	LOS LUNNIS	LUNNIS DE LEYENDA	SONY MUSIC
3	THE BEATLES	1 BLU-RAY	UNIVERSAL
4	PABLO ALBORÁN	TOUR TERRAL TRES NOCHES EN LAS VENTAS	WARNER MUSIC
5	LOS LUNNIS	LUNNIS DE LEYENDA VOL. 2	SONY MUSIC
6	MIGUEL POVEDA	13	UNIVERSAL/DISCMEDI
7	PICA-PICA	EN VIVO - GRANDES ÉXITOS	WARNER MUSIC
8	PICA PICA	NAVIDAD, NAVIDAD	WARNER MUSIC
9	LOS LUNNIS	LUNNIS DE LEYENDA (EDICIÓN REGALO)	SONY MUSIC
10	CANTAJUEGO	VOLUMEN 1	SONY MUSIC

Fuente: Promusicae.

Si ahora ponemos el acento en la música más emitida a través de la radio en España durante 2017, es decir, el top radio español, el primer título más escuchado ha sido *Shape of You*, de Ed Sheeran, producido por Warner Music. En el segundo lugar de este top de éxitos musicales se sitúa la famosa canción *Despacito*, de Luis Fonsi y producida por Universal Music Group. El tándem entre The Chainsmokers y Coldplay, con la canción *Something Just Like This*, ocupa la tercera posición de las canciones más radiadas en España.

Continúan en este listado otras canciones de artistas y grupos internacionales, lo que contrasta con el ranking de álbumes más vendidos, que dominaban los artistas españoles. Así, la cuarta posición de las canciones más emitidas en radio es para el cantante y productor musical Charlie Puth, con la canción *Attention*. En la quinta posición figura el título *OK*, del Dj y productor alemán Robin Schulz (Warner Music Group). Y en sexto lugar aparece el título *Rockabye*, de Clean Bandit Ft. Anne-Marie.

Es ya en la séptima posición cuando aparece otro título en español como el más radiado. En concreto, nos referimos a la canción *Yo contigo, tú conmigo*, de Morat y Álvaro Soler, producida por Universal. Los siguientes títulos en español los encontramos en los puestos 13º, con Enrique Iglesias (*Súbeme la radio*), 19º, con Bebe (*Solo si es contigo*), el 21º, con Morat (*Amor con hielo*), el 22º, con Pablo Alborán (*No vaya a ser*), el 23º, con Maldita Nerea (*Bailarina*), el 24º, con Shakira (*Me enamoré*), el 25º, con David Otero (*Aire*), el 26º, con Efecto Pasillo (*Carita de buena*), el 38º, con Camila Cabello (*Havana*), el 43º, con Dani Martín (*París*), el 44º, con Malú (*Invisible*), el 47º, con Maluma (*Felices los 4*) y el 49º con la agrupación madrileña Dvicio (*Casi humanos*) (tabla 10).

TABLA 10 | Top radio en España. 2017

ORDEN	TÍTULO	ARTISTA	SELLO
1	Shape Of You	Ed Sheeran	Warner Music Group
2	Despacito (feat. Daddy Yankee)	Luis Fonsi	Universal Music Group
3	Something Just Like This	The Chainsmokers & Coldplay	Sony Music Entertainment
4	Attention	Charlie Puth	Warner Music Group
5	OK (feat. James Blunt)	Robin Schulz	Warner Music Group
6	Rockabye	Clean Bandit Ft. Anne-Marie	Warner Music Group
7	Yo contigo, tú conmigo (The Gong Gong Song)	Morat y Álvaro Soler	Universal Music Group
8	Sexual	Neiked feat. Dyo	Universal Music Group
9	Chained To The Rhythm (feat. Skip Marley)	Katy Perry	Universal Music Group
10	Issues	Julia Michaels	Universal Music Group
11	Way Down We Go	Kaleo	Warner Music Group
12	Symphony (feat. Zara Larsson)	Clean Bandit	Warner Music Group
13	Súbeme la radio (feat. Descemer Bueno, Zion & Lennox)	Enrique Iglesias	Sony Music Entertainment
14	There's Nothing Holdin' Me Back	Shawn Mendes	Universal Music Group
15	It Ain't Me (with Selena Gomez)	Kygo & Selena Gomez	Sony Music Entertainment
16	Can't Stop The Feeling! (original song from DreamWorks Animation's Trolls)	Justin Timberlake	Sony Music Entertainment
17	I Feel It Coming (feat. Daft Punk)	The Weeknd	Universal Music Group
18	Don't Wanna Know (feat. Kendrick Lamar)	Maroon 5	Universal Music Group
19	Sólo si es contigo	Bombai feat. Bebe	Atresmusica
20	Let Me Love You (feat. Justin Bieber)	Dj Snake	Universal Music Group
21	Amor con hielo	Morat	Universal Music Group
22	No vaya a ser	Pablo Alborán	Warner Music Group
23	Bailarina	Maldita Nerea	Sony Music Entertainment
24	Me enamoré	Shakira	Sony Music Entertainment
25	Aire	David Otero	Sony Music Entertainment
26	Carita de buena	Efecto Pasillo	Warner Music Group
27	You Don't Know Me (feat. RAYE)	Jax Jones	Universal Music Group
28	What About Us	P!nk	Sony Music Entertainment
29	Galway Girl	Ed Sheeran	Warner Music Group
30	We Don't Talk Anymore (feat. Selena Gomez)	Charlie Puth	Warner Music Group
31	24k Magic	Bruno Mars	Warner Music Group
32	The Greatest (feat. Kendrick Lamar)	Sia	Sony Music Entertainment
33	Wild Thoughts	Dj Khaled Feat Rihanna & Bryson Tiller	Sony Music Entertainment
34	Treat You Better	Shawn Mendes	Universal Music Group
35	Feel It Still	Portugal The Man	Warner Music Group
36	Swalla	Jason Derulo	Warner Music Group
37	Sign Of The Times	Harry Styles	Sony Music Entertainment
38	Havana	Camila Cabello feat. Young Thug	Sony Music Entertainment
39	Feels	Calvin Harris feat. Pharrell Williams, Katy Perry	Sony Music Entertainment
40	Cheap Thrills (feat. Sean Paul)	Sia	Sony Music Entertainment
41	Mama (feat. William Singe)	Jonas Blue	Universal Music Group



ORDEN	TÍTULO	ARTISTA	SELLO
42	Malibu	Miley Cyrus	Sony Music Entertainment
43	París	Dani Martín	Sony Music Entertainment
44	Invisible	Malú	Sony Music Entertainment
45	Human	Rag'N'Bone Man	Sony Music Entertainment
46	2U featuring Justin Bieber	David Guetta	Warner Music/Universal Music
47	Felices los 4	Maluma	Sony Music Entertainment
48	Versace On The Floor	Bruno Mars	Warner Music Group
49	Casi humanos	Dvicio	Sony Music Entertainment
50	Hey Ma [Spanish Version] feat. Camila Cabello	Pitbull & J Balvin	Warner Music Group

Fuente: Promusicae.

A nivel internacional, el título lanzado durante el año 2017 con más ventas fue el álbum ÷ de Ed Sheeran, producido por Warner y con 6,1 millones de unidades en circulación. Con una diferencia de 1,6 millones de unidades vendidas, se sitúa en segundo lugar el álbum *Reputación*, de la cantante estadounidense Taylor Swift (4,5 millones de unidades vendidas y producido por Universal).

A partir de estos dos títulos, el resto de álbumes lanzados con más ventas ya obtienen unas ventas por debajo de los dos millones de unidades. Así, en tercera posición aparece el título *Beautiful Trauma*, de P!nk, con 1,8 millones de unidades vendidas (Sony Music). El cuarto lugar es para el cantante y compositor británico Rag'n'bone Man, con tu obra *Human*, con 1,6 millones de unidades vendidas y producido por Sony Music, y la quinta posición es para el título *The Thrill of it All*, del compositor británico Sam Smith, producido por Universal y con un total de 1,4 millones de unidades vendidas (tabla 11).

TABLA 11 | Los lanzamientos de álbumes de más éxito global. 2017

ORDEN	ARTISTA	TÍTULO	VENTAS (mil. unid.)	COMPAÑÍA
1	Ed Sheeran	÷	6.1	Warner
2	Taylor Swift	Reputation	4.5	Universal
3	P!nk	Beautiful Trauma	1.8	Sony Music
4	Rag'n'bone Man	Human	1.6	Sony Music
5	Sam Smith	The Thrill Of It All	1.4	Universal
6	U2	Songs Of Experience	1.3	Universal
7	Kendrick Lamar	DAMN	1.3	Universal
8	Eminem	Revival	1.1	Universal
9	Harry Styles	Harry Styles	1.0	Sony Music
10	Bruno Mars	24K Magic	1.0	Warner
11	Helene Fischer	Helene Fischer	1.0	Universal
12	Imagine Dragons	Evolve	1.0	Universal
13	Chris Stapleton	From A Room: Volume 1	0.8	Universal
14	Depeche Mode	Spirit	0.8	Sony Music
15	Katy Perry	Witness	0.8	Universal





ORDEN	ARTISTA	TÍTULO	VENTAS (mil. unid.)	COMPAÑÍA
16	Ed Sheeran	X	0.8	Warner
17	Foo Fighters	Concrete And Gold	0.7	Sony Music
18	Linkin Park	One More Light	0.7	Warner
19	The Beatles	Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band 2017	0.7	Universal
20	Pentatonix	A Pentatonix Christmas Deluxe	0.6	Sony Music
21	Shania Twain	Now	0.6	Universal
22	Niall Horan	Flicker	0.5	Universal
23	Gorillaz	Humanz	0.5	Warner
24	Drake	More Life	0.5	Universal
25	Hamilton (Original Broadway Cast)	Hamilton Cast Recording	0.5	Warner
26	Twenty One Pilots	Blurryface	0.5	Warner
27	The Chainsmokers	Memories...Do Not Open	0.5	Sony Music
28	Maroon 5	Red Pill Blues	0.5	Universal
29	Lana Del Rey	Lust For Life	0.5	Universal
30	Arcade Fire	Everything Now	0.5	Sony Music
31	Chris Stapleton	Traveller	0.5	Universal
32	The Weeknd	Starboy	0.5	Universal
33	Roger Waters	Is This The Life We Really Want?	0.5	Sony Music
34	The Kelly Family	We Got Love	0.4	Universal
35	Michael Bublé	Christmas	0.4	Warner
36	Liam Gallagher	As You Were	0.4	Warner
37	QOTSA	Villains	0.4	Beggars Group
38	The Killers	Wonderful Wonderful	0.4	Universal
39	Kenny Chesney	Live In No Shoes Nation	0.4	Sony Music
40	Chris Stapleton	From A Room: Volume 2	0.4	Universal
41	Lorde	Melodrama	0.4	Universal
42	Adele	25	0.4	XL Recordings*
43	Nirvana	Nevermind	0.4	Universal
44	Amy Winehouse	Back To Black	0.4	Universal
45	Kids United	Forever United	0.4	Warner
46	John Mayer	The Search For Everything	0.4	Sony Music
47	Linkin Park	Hybrid Theory	0.4	Warner
48	Little Mix	Glory Days	0.4	Sony Music
49	Ed Sheeran	+	0.3	Warner
50	Keith Urban	Ripcord	0.3	Universal

Nota: *XL Recordings para EEUU y Latinoamérica.

Fuente: *Global Music Report 2018*.

Para concluir este repaso a las ventas y éxitos dentro de la música grabada, también ofrecemos los 10 artistas presentes en la lista del *top 10* global de los *singles* digitales más vendidos. Todos ellos pertenecen a artistas internacionales y ninguno de ellos es de nacionalidad española, en la línea de los álbumes más vendi-



dos internacionalmente. Ed Sheeran vuelve a ocupar la primera posición en este *ranking* y su single *Shape of you* consiguió durante el año 2017 un total de 26,6 millones de unidades vendidas.

Aunque de nacionalidad portorriqueña, el segundo single con mayores ventas corresponde a un artista que canta en español. Nos referimos a Luis Fonsi y su éxito mundial *Despacito*, que acaparó un total de 24,3 millones de unidades vendidas. Y en tercer lugar nos encontramos con el sencillo *Something Just Like This*, de The Chainsmokers y Coldplay, con un total de 11,5 millones de unidades vendidas.

El resto de singles con mayores ventas de este *top 10* global alcanzan cifras ya por debajo de los 10 millones de unidades vendidas (tabla 12).

TABLA 12 | Top 10 global de música digital (*singles*). 2017

ORDEN	ARTISTA	TÍTULO	VENTAS (mil. unid.)
1	Ed Sheeran	Shape Of You	26.6
2	Luis Fonsi	Despacito	24.3
3	The Chainsmokers & Coldplay	Something Just Like This	11.5
4	Bruno Mars	That's What I Like	9.7
5	The Chainsmokers	Closer	9.0
6	Kendrick Lamar	HUMBLE	8.3
7	Charlie Puth	Attention	8.3
8	Dj Khaled	I'm The One	7.9
9	Ed Sheeran	Perfect	7.9
10	Imagine Dragons	Believer	7.8

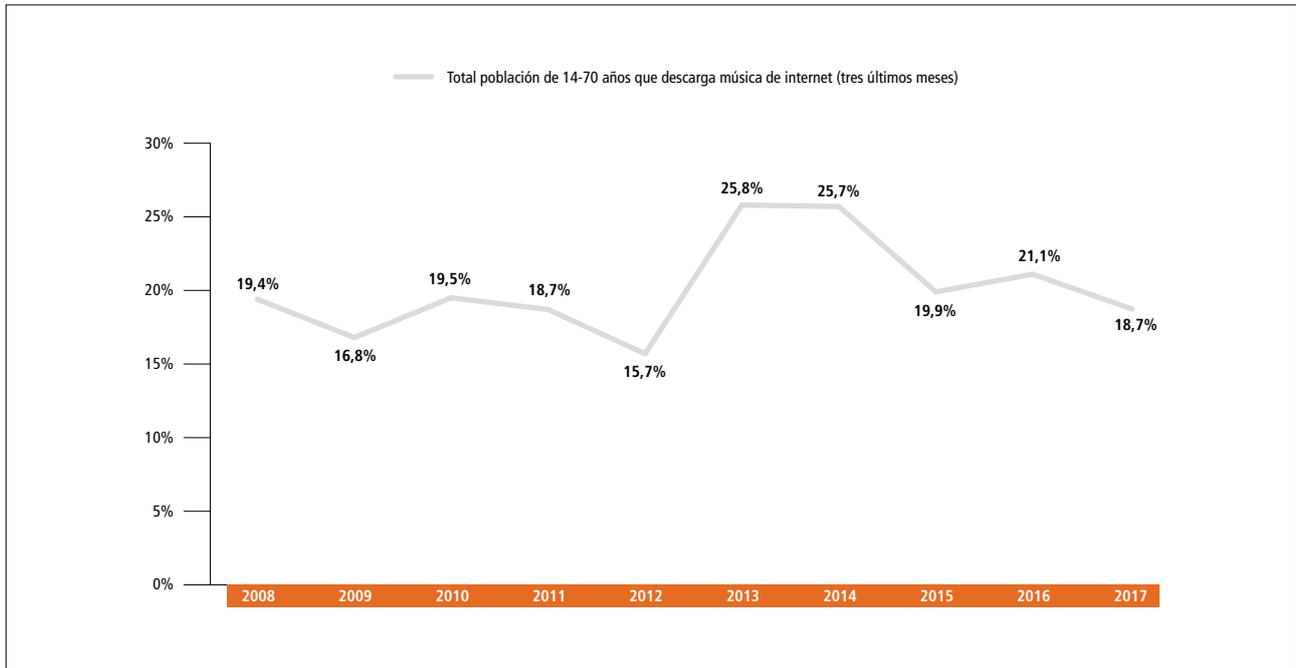
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Global Music Report 2018*.

2.2 DESCARGAS DE MÚSICA

Además del repaso anterior, finalizamos este capítulo con otro aspecto que afecta a la industria de la música grabada, y es el referido a las descargas de música. Si en 2016 el porcentaje de individuos que habían descargado música desde internet en España había ascendido, en este 2017 se produce un descenso en dicha práctica. De un total del 21,1% de individuos de 14 a 70 años que descargaron música a través de internet en los últimos tres meses (sean de pago o gratuitas) durante 2016 se pasa a un 18,7% en el año 2017, es decir, 2,4 puntos porcentuales menos (gráfico 8).



GRÁFICO 8 | % de individuos que descargan música desde internet en España. 2008-2017

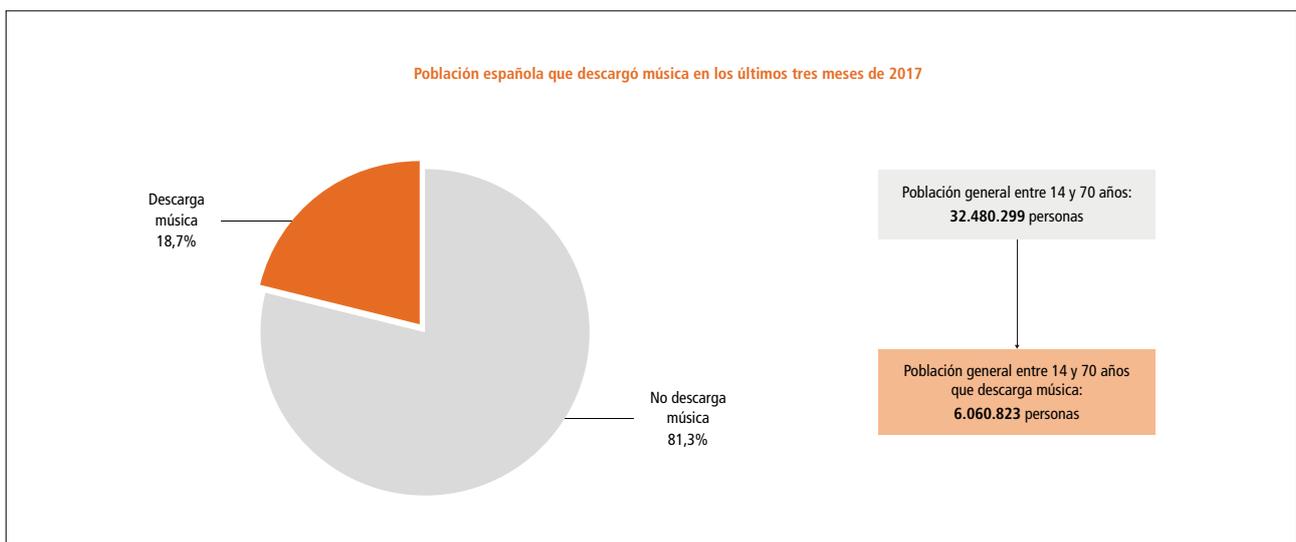


Unidad: % de individuos de 14 a 70 años que descargan música desde internet en España en los últimos tres meses o menos.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

Este 18,7% al que nos hemos referido representa un total de 6.060.823 individuos en ese intervalo de edad y suponen 1.114.266 personas menos respecto del año 2016. En el otro extremo figuran aquellos que no han descargado música y que representan un 81,3% de la población (gráfico 9).

GRÁFICO 9 | Población española que descarga música. 2017



Base: población general (n=1.628).

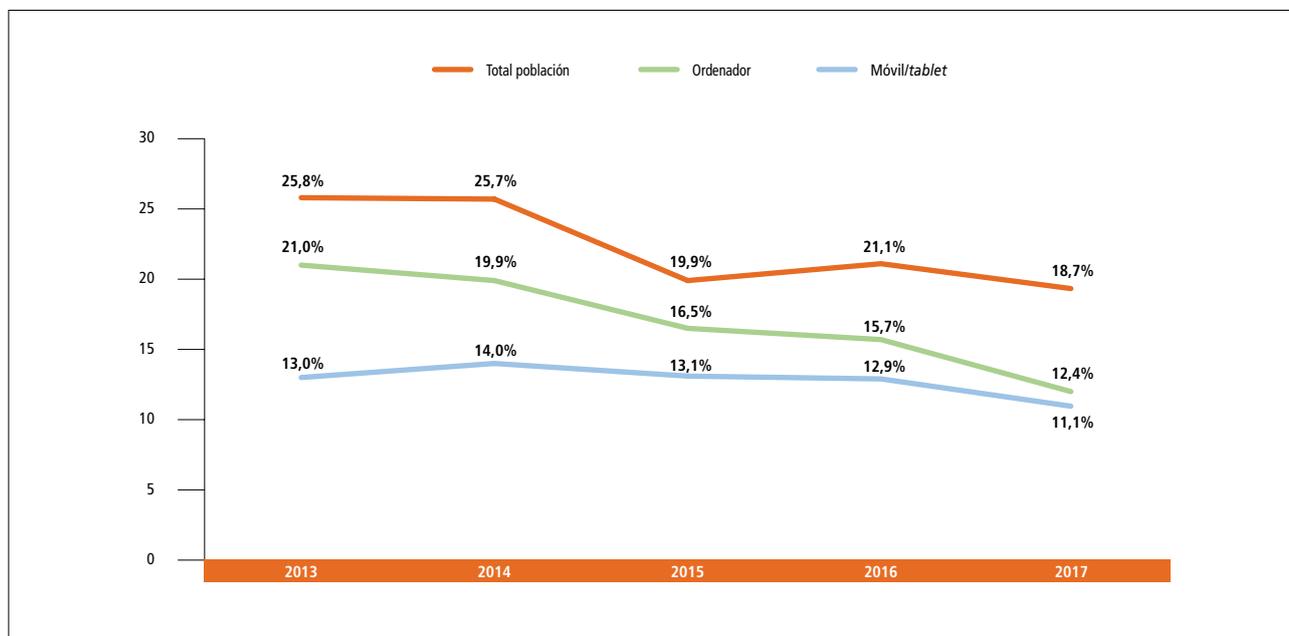
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.



El dispositivo habitual para las descargas de música es el ordenador, al igual que en años anteriores. Este se sitúa por encima del móvil/tablet, aunque con una diferencia de tan solo 1,3 puntos porcentuales en el último año. Así, un 12,4% de los individuos que descargan música entre 14 y 70 años lo hicieron a través del ordenador, y este porcentaje supone un descenso con relación al año anterior, en concreto de 3,3 puntos porcentuales, al ser el porcentaje de un 15,7%.

Y en el caso del móvil o la tablet, el porcentaje de individuos que descargaron música es menor que con los ordenadores: en 2017 representó un 11,1% de individuos entre 14 y 70 años que descargaron música. También este dispositivo sufrió un descenso en esta práctica, aunque mucho menor que el experimentado con el ordenador. De un 12,9% de individuos en 2016 se pasa a un 11,1% en 2017, es decir, 1,8 puntos porcentuales menos (gráfico 10).

GRÁFICO 10 | Total población 14-70 años que descarga música por tipo de dispositivo (%). Evolución. 2013-2017



Unidad: % de individuos de 14 a 70 años que han realizado una descarga de música en los últimos tres meses o menos.

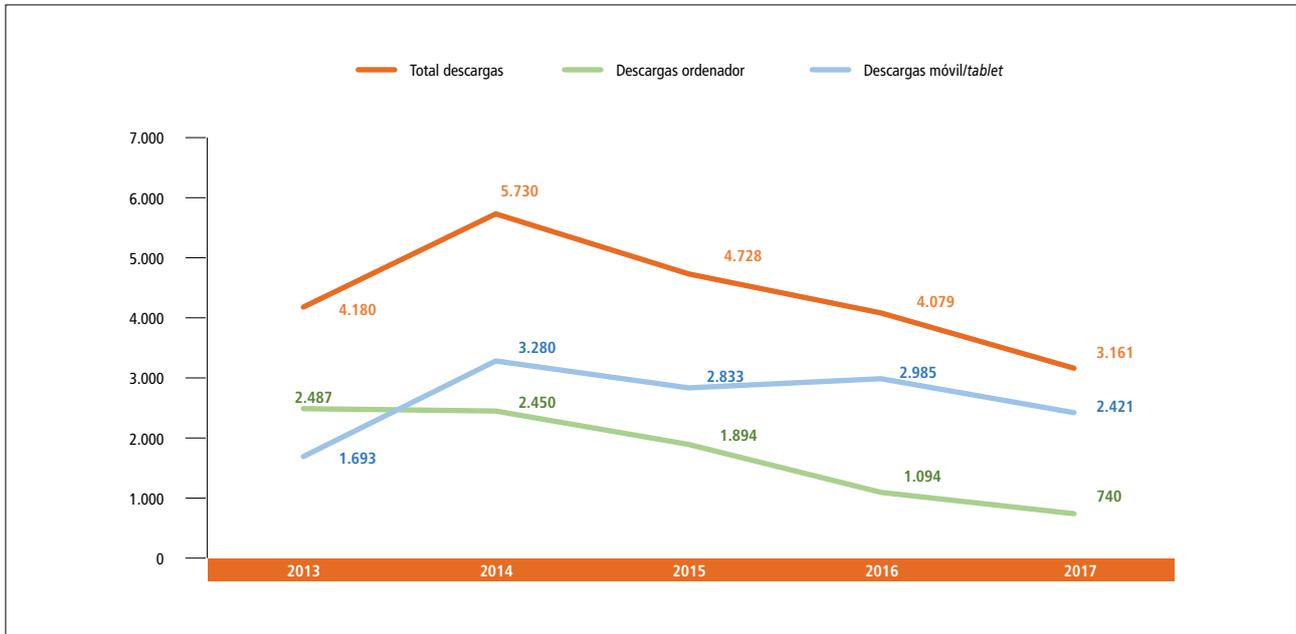
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

Y si en el gráfico anterior veíamos que el porcentaje de individuos que descargan música es mayor en el dispositivo del ordenador, no ocurre lo mismo si fijamos como indicador el número de descargas. En este caso, el mayor número de canciones descargadas procede del otro dispositivo (móvil o tablet). Así, en 2017 se realizaron 2.421 millones de descargas a través del móvil o tablet, mientras que a través del ordenador las descargas fueron de 740 millones.

Si comparamos estos datos con los obtenidos años anteriores, tanto en el total de descargas como para cada uno de los dispositivos, se observan descensos. A nivel general, durante el año 2017 se produjeron un total de 3.161 millones de descargas entre la población de 14 a 70 años. Este dato supone un descenso de 918 millones de descargas en comparación al año anterior. En el caso concreto de las descargas efectuadas a través de móviles o tablets, estas pasaron de un total de 2.985 millones a 2.421 millones en 2017, es decir, 564 millones menos. Y a través del ordenador, el descenso de descargas de música fue de 354 millones (se pasó de 1.094 millones a 740 millones) (gráfico 11).



GRÁFICO 11 | Evolución de las descargas de música según dispositivo (últimos tres meses). 2013-2017

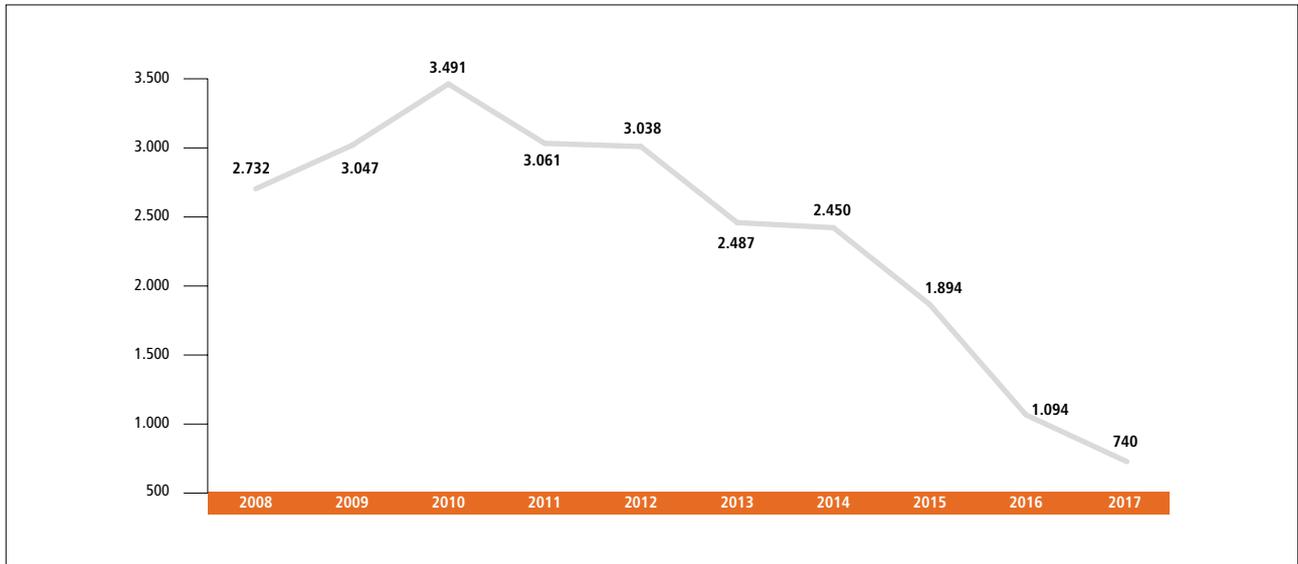


Unidad: millones de descargas de música realizadas por individuos de 14 a 70 años en los últimos tres meses o menos.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

Como acabamos de mencionar, el número de descargas de música a través del ordenador descendió durante 2017. Y si observamos la serie mostrada en el gráfico 12, esta tendencia viene produciéndose desde el año 2011, cuando ya empezó a descender esta práctica a través del ordenador. En el último año, el descenso de descargas ha sido de un 32% en relación con el año anterior, siendo el dato más bajo registrado en toda la serie (740 millones).

GRÁFICO 12 | Evolución de las descargas de música por ordenador. 2008-2017

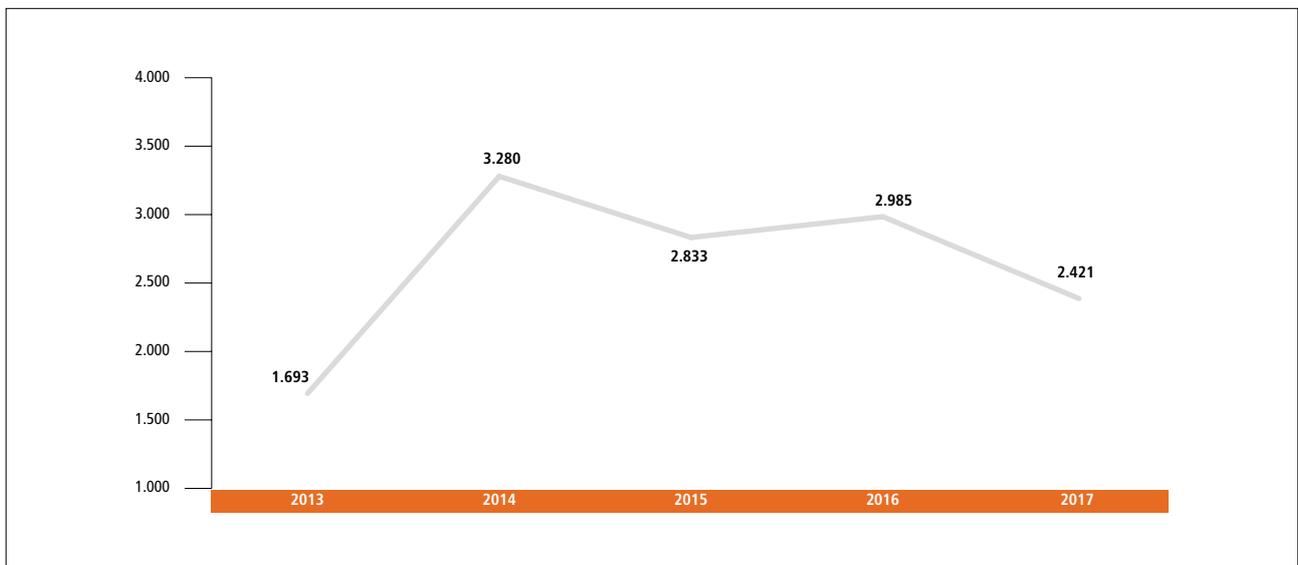


Unidad: millones de descargas.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

Aunque el número de descargas de música a través del móvil o *tablet* también desciende en el año 2017, el nivel global de las mismas es mucho mayor a las descargas efectuadas a través del ordenador (2.421 millones de descargas frente a 740 millones a través del ordenador). Así, este total de descargas a través de estos dispositivos representó, como decíamos, un descenso del 18,9% en esta práctica con relación al año 2016 (gráfico 13).

GRÁFICO 13 | Evolución de las descargas de música desde móvil o *tablet*. 2013-2017

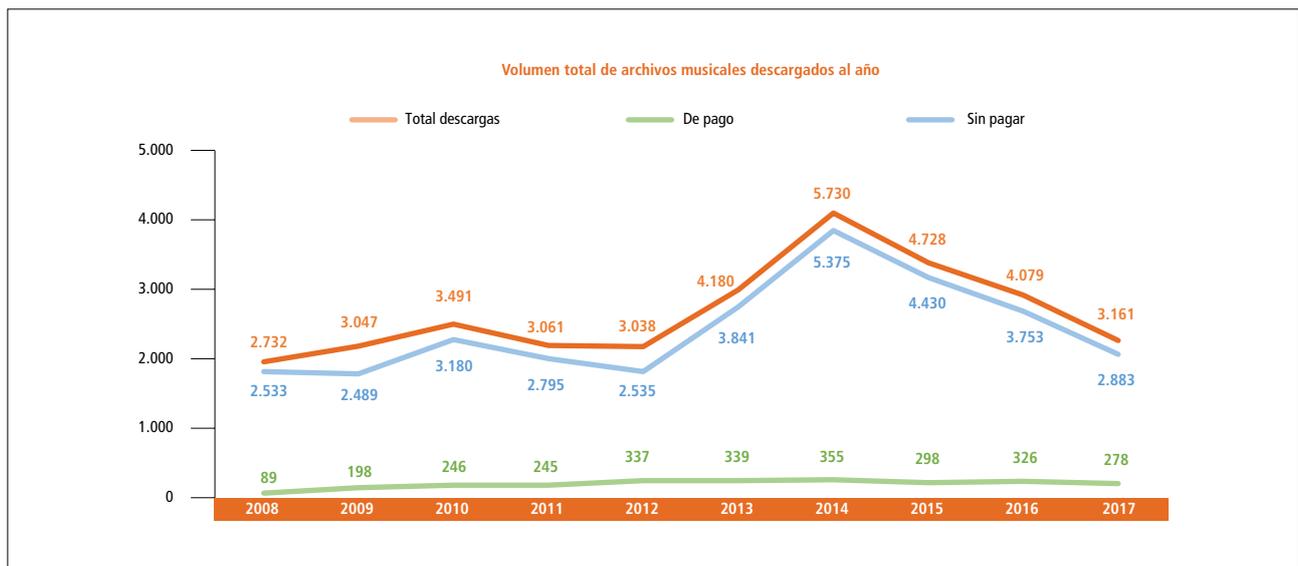


Unidad: millones de descargas.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

Si nos fijamos en el tipo de acceso a estos archivos musicales descargados, debemos comentar que durante el año 2017 se descargaron 3.161 millones de archivos musicales, lo que supone un descenso en esta práctica de 918 millones de descargas. Y dentro de estas descargas, 2.883 millones de archivos musicales se descargaron de modo gratuito (870 millones menos frente al año 2016) y 278 millones de archivos musicales descargados fueron pagando (48 millones menos) (gráfico 14).

GRÁFICO 14 | Evolución del total de descargas de música en todos los dispositivos. 2008-2017



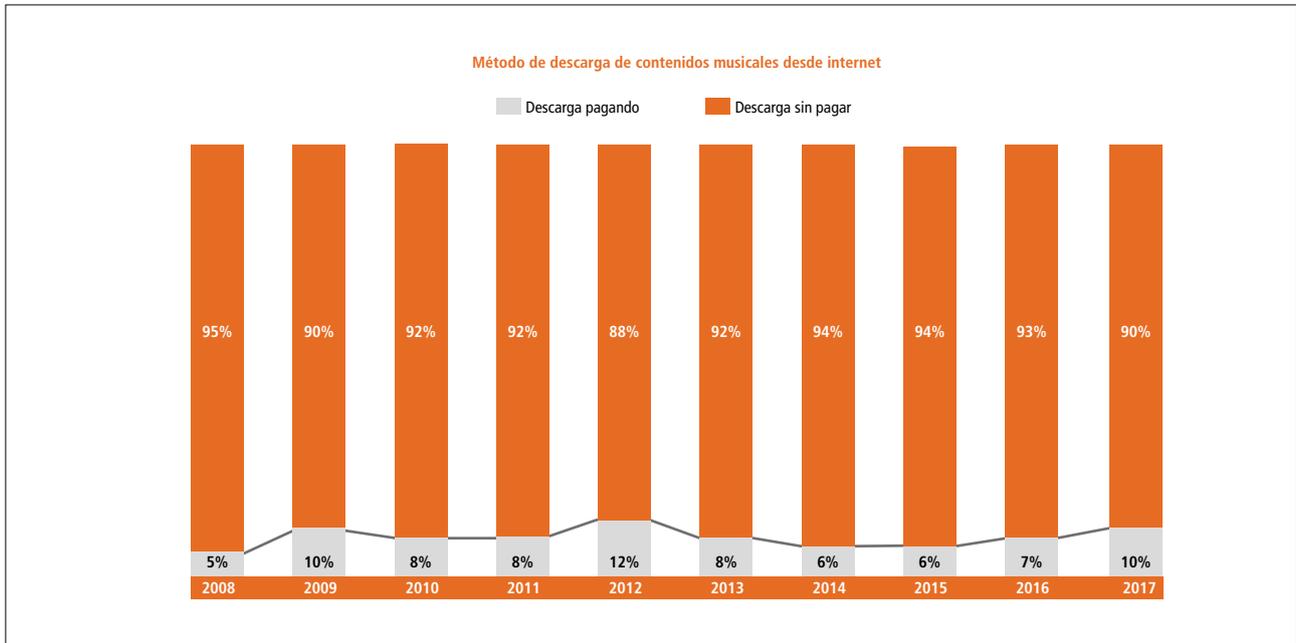
Unidad: millones de archivos musicales descargados por individuos de 14 a 70 años en los últimos tres meses o menos.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

Nota: El año pasado en esta gráfica se mostraba el volumen total de archivos musicales descargados al año por ordenador, mientras que en esta publicación del año 2018 se ha procedido a realizar una modificación en dicha gráfica y se muestra el volumen total de archivos musicales descargados al año en todos los dispositivos y no solamente mediante ordenador.

En este sentido, el número tan alto de descargas de archivos de música de modo gratuito se refleja en que el 90% de los archivos descargados por internet sea a través de este modo y tan solo el 10% pagando. No obstante, hemos de señalar que el método de descarga gratuita ha descendido tres puntos porcentuales en relación con el año anterior y, por el contrario, el método de descarga pagando se ha incrementado precisamente en estos tres puntos porcentuales (de un 7% registrado en el año 2016 se ha subido a un 10%) (gráfico 15).

GRÁFICO 15 | Evolución de las descargas de archivos digitales de música por internet en España. 2008-2017



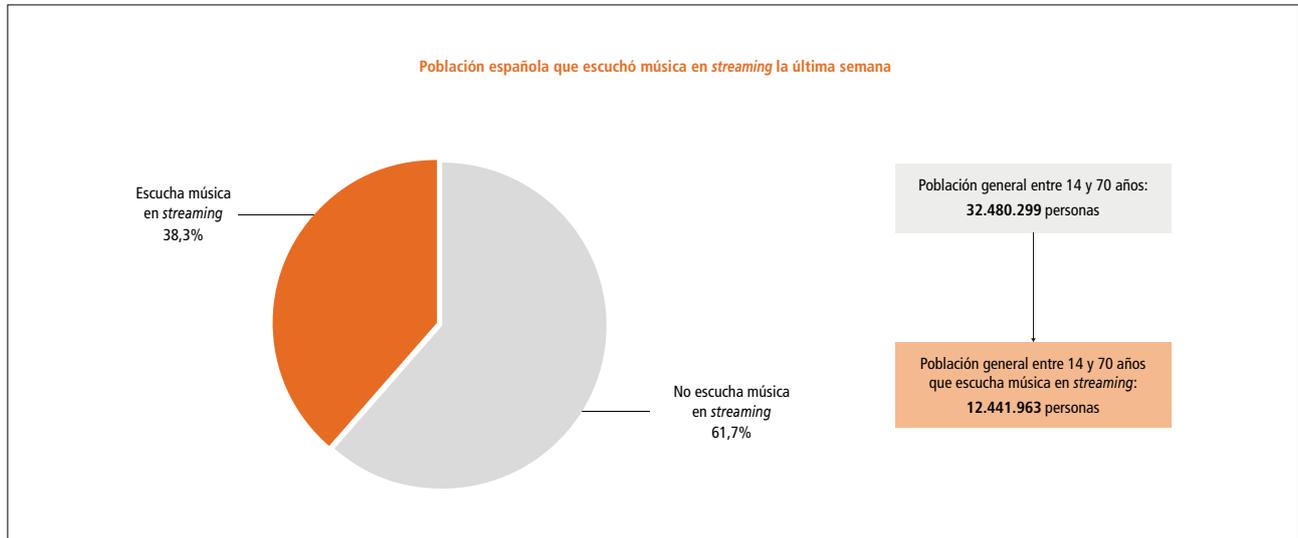
Unidad: porcentajes de descargas por internet de archivos digitales de música.

Base: han descargado archivos musicales de internet en los últimos tres meses.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

Además de las descargas de música, otro aspecto importante a contabilizar es la música que se escucha vía *streaming*. En esta dirección, durante el último año analizado se ha registrado un 38,3% de la población española entre 14 y 70 años que escucha música a través de *streaming*, lo que se traduce en un total de 12.441.963 personas. A nivel porcentual, estamos prácticamente en los mismos términos que en 2016 (38,5%), aunque en número de individuos se produce un descenso en esta práctica de 643.548 personas (gráfico 16).

GRÁFICO 16 I Población española que escucha música en *streaming*. 2017

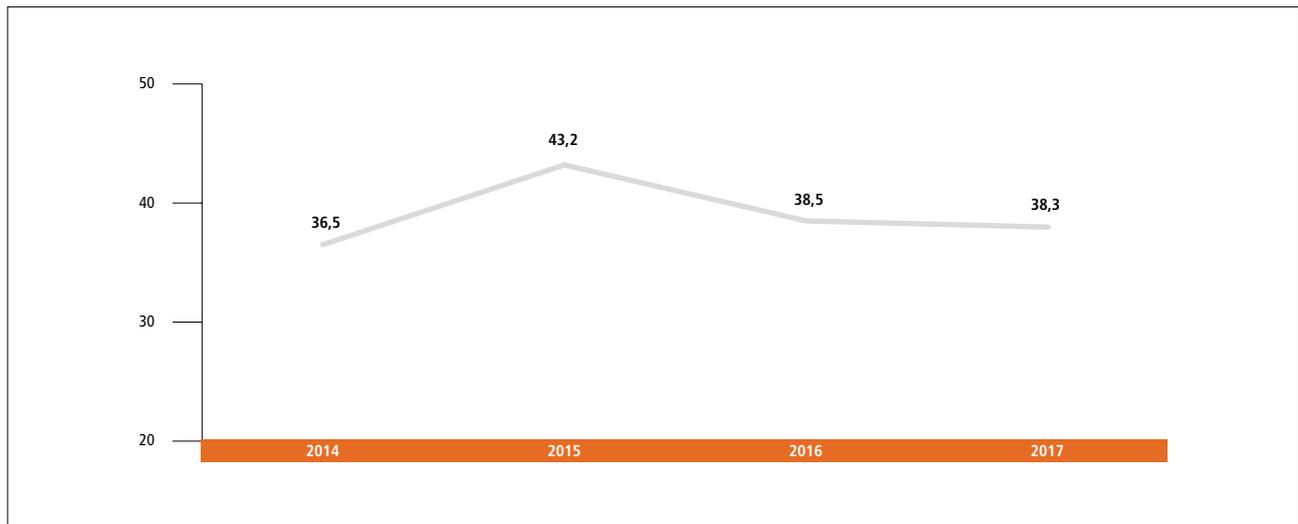


Base: población general (n=1.628).

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

De modo concreto, recogemos el total de población que escucha música vía *streaming* y, como vemos, de un 38,5% de individuos sobre el total de población hemos pasado a un 38,3% en 2017 (tan solo 0,2 puntos porcentuales menos), muy en la línea de estabilidad del año anterior (gráfico 17).

GRÁFICO 17 I Evolución de la población que escuchó música en *streaming* en la última semana. 2014-2017



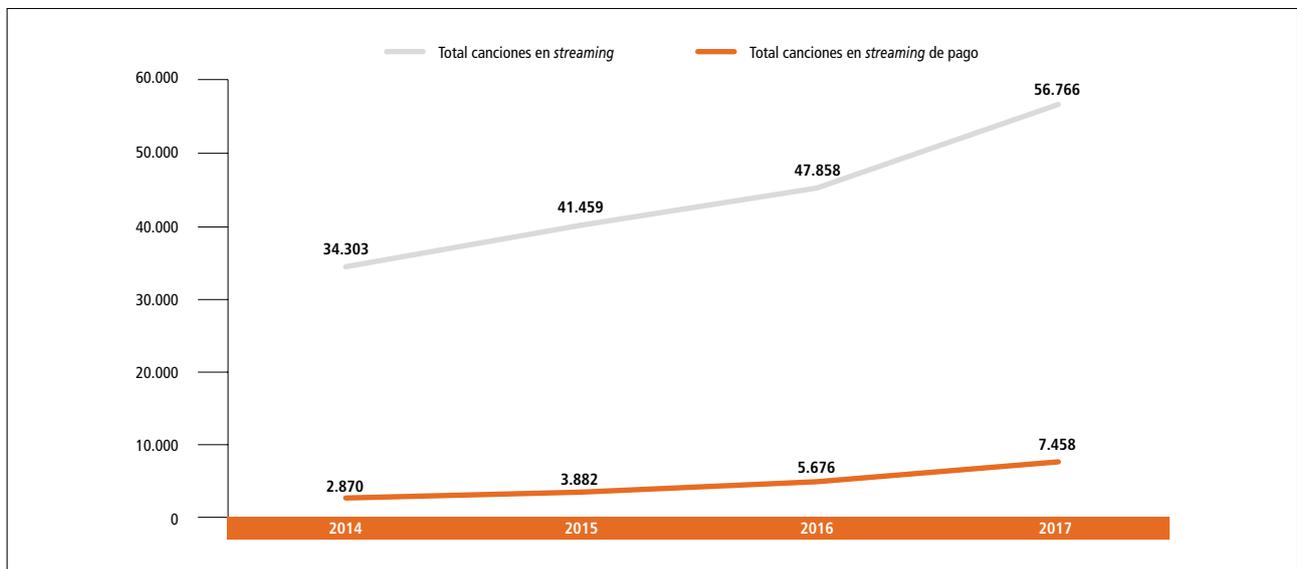
Unidad: % sobre la población.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

Aunque el porcentaje de población que escucha música vía *streaming* se mantiene estable en relación con el año anterior, no ocurre lo mismo con el número de canciones escuchadas. De los 47.858 millones de canciones escuchadas en 2016, hemos pasado a un total de 56.766 millones de canciones. Es decir, el aumento registrado en las canciones escuchadas a través de *streaming* en 2017 es de 8.908 millones de canciones.

Asimismo, el número de canciones escuchadas vía *streaming* pero de pago también aumenta con relación al año anterior. De 5.676 millones de canciones se pasa a 7.458 millones, lo que significa un aumento de 1.782 millones de canciones (gráfico 18).

GRÁFICO 18 | Total canciones en *streaming* (total dispositivos). 2014-2017



Unidad: millones.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2017*, de Fundación SGAE.

