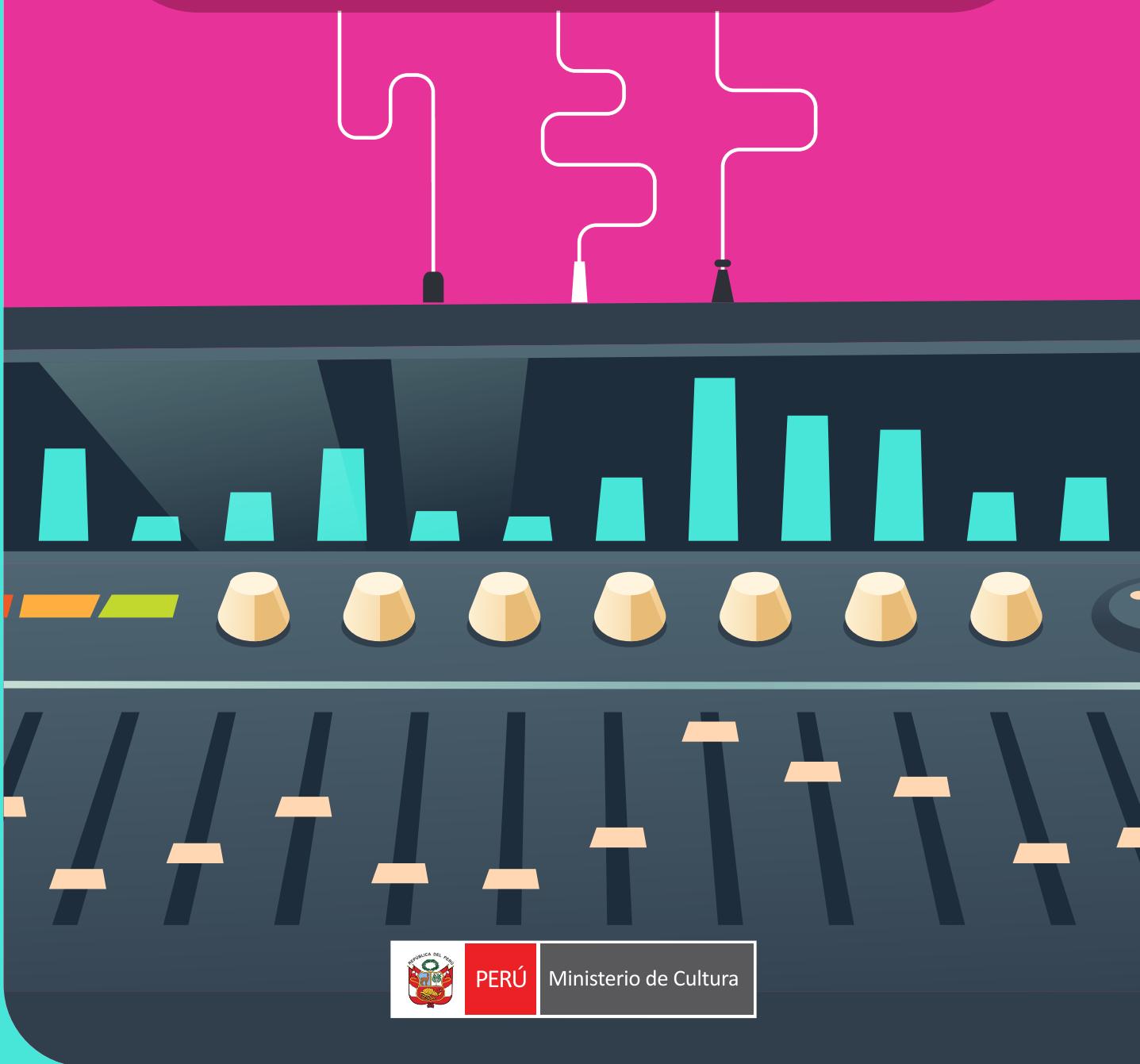


# ¿Cómo vamos en el consumo de **música** en el Perú?

Análisis de indicadores de asistencia a  
espectáculos y de adquisición de música entre el  
2016 y 2019





PERÚ

Ministerio de Cultura

**Ministro de Cultura**  
Alejandro Neyra Sánchez

**Viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales**  
Leslie Urteaga Peña

**Director General de Industrias Culturales y Artes**  
Santiago Alfaro Rotondo

**Director de Artes**  
Carlos La Rosa Vásquez

**Elaborado por el equipo de Gestión de la Información y el Conocimiento de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes**

Alejandra Zúñiga Meneses  
José Uzuriaga Ignacio  
Jacqueline Sacramento Del Valle  
Rosana Sáez Mollehuara

**Diseñado por Ministerio de Cultura**

**¿Cómo vamos en el consumo de música en el Perú?  
Análisis de indicadores de asistencia a espectáculos y de adquisición de música entre el 2016 y 2019**

**Ministerio de Cultura**  
Av. Javier Prado Este N° 2645, San Borja -Lima Perú  
[www.cultura.gob.pe](http://www.cultura.gob.pe)

**Primera edición:** Lima, abril de 2021  
Hecho en el depósito legal N° 2021-04041



Este documento se publica bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-No comercial-No derivar 3.0 (CC BY-NC-ND)



## Índice

Introducción.....	4
<b>1. Asistencia a espectáculos musicales.....</b>	<b>5</b>
Frecuencia de asistencia a los espectáculos musicales.....	7
Modalidad de obtención de entradas al último espectáculo musical.....	8
Monto promedio pagado al último espectáculo musical.....	9
Características de la población que accedió un espectáculo musical.....	9
Principales razones de no asistencia a un espectáculo musical.....	11
<b>2. Adquisición de música a través de descargas o acceso por internet.....</b>	<b>13</b>
Frecuencia de la adquisición de música a través de descargas o acceso por internet.....	15
Modalidad de obtención de música a través de descargas o acceso por internet.....	16
Monto promedio pagado por la adquisición de música a través de descargas o acceso por internet.....	16
Características de la población que adquirió música a través de descargas o acceso por internet.....	17
Principales razones por la que no se adquirió música a través de descargas o acceso por internet.....	19
<b>3. Adquisición de música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos.....</b>	<b>21</b>
Frecuencia de adquisición de música en CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	23
Modalidad de obtención de música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	24
Monto promedio pagado la adquisición de música en CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	24
Características de la población que adquirió música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	25
Principales razones por la que no se adquirió música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	27
<b>Conclusiones.....</b>	<b>29</b>



## Introducción

Desde el 2016, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y de la mano con el Ministerio de Cultura, 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 poder realizar seguimiento a los principales indicadores de acceso y consumo de los bienes y servicios culturales en el Perú<sup>1</sup>.

A partir de la ENAPRES es posible construir indicadores para el seguimiento y evaluación de los diferentes Programas Presupuestales desarrollados por el Ministerio de Economía y Finanzas en el sector público, en el marco del Presupuesto por Resultados. La ENAPRES busca contribuir al diseño y orientación de políticas públicas para el mejoramiento de las condiciones de vida de la población. Con la ENAPRES, a partir del 2016, las y los ciudadanos contamos información sobre asistencia a espectáculos musicales, teatro, exposiciones de artes visuales, bibliotecas, galerías, así como adquisición de música fonografiada, películas, videojuegos, entre otros, datos que la Dirección General de las Industrias Culturales (DGIA) del Ministerio de Cultura comparte a través de sus reportes estadísticos como el presente.

La ENAPRES nos permite obtener una serie de indicadores sobre la adquisición de música a través de bienes o servicios. En el caso de los bienes, se puede identificar la evolución del consumo de música a través de dos formatos: virtual (mediante descarga o acceso por internet) y físico (mediante CD, Blu-ray u otros dispositivos). Por otro lado, en el caso de los servicios, podemos conocer cómo ha evolucionado la demanda por espectáculos musicales. En cada una de estas categorías se pueden obtener diversos indicadores sobre accesibilidad, modalidad de consumo, características de la población que accede a estos bienes y servicios, entre otros.

En el presente reporte presentamos la evolución en la adquisición de música a través de bienes y servicios durante los años 2016 y 2019, años actualmente disponibles de la ENAPRES. Se mostrarán los niveles de asistencia de la población a espectáculos musicales, el consumo de música en formato virtual o físico, las diferencias que existe en el acceso a la música según el ámbito (urbano- rural) y departamentos, así como las diferencias que existen en el consumo de música según la edad, nivel educativo, lengua y estratificación social. Por último, se presentan las principales razones por las cuales las personas no adquieren música en los formatos descritos o no asisten a espectáculos musicales.

<sup>1</sup> Para el sector cultural, se definieron preguntas transversales para variables sobre la participación y consumo de la población en bienes y servicios culturales en un módulo de la ENAPRES. En el 2015, el INEI y el Ministerio de Cultura capacitaron a 200 encuestadores y coordinadores de todo el país -en cada una de las definiciones utilizadas en el módulo denominado 800A de Bienes y servicios culturales, que se empezó a aplicar desde el 2016.

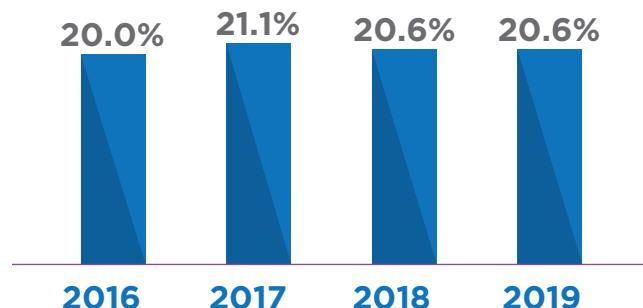


## 1. Asistencia a espectáculos musicales

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (ENAPRES), el 20.6% de la población peruana mayor de 14 años, aproximadamente 5 millones de personas, asistió al menos una vez a un espectáculo musical en el 2019. La asistencia a un espectáculo musical se ha mantenido entre el 2016 y el 2019, ya que sólo varía en 0.6 puntos porcentuales entre ambos años.

**Gráfico Nº 1.01**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a un espectáculo musical 2016-2019

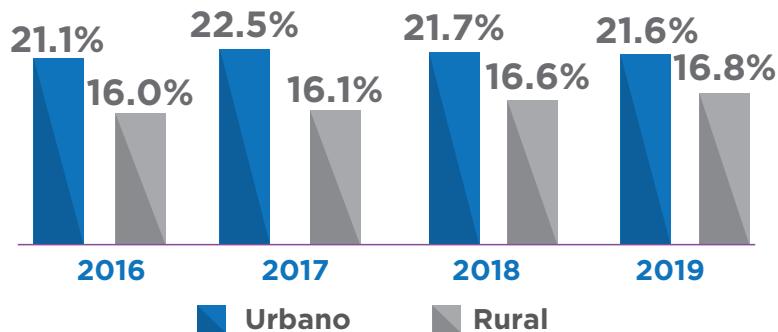


Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Según el área geográfica, en el 2019 la asistencia a espectáculos musicales fue mayor en el ámbito urbano (21.6%) que en el rural (16.8%), evidenciando una brecha de 4.8 puntos porcentuales. Esta brecha se ha mantenido a lo largo del 2016 y el 2019, ya que sólo varía en 0.3 puntos porcentuales. Si bien, entre el 2016 y 2019 el porcentaje de asistencia a espectáculos musicales en áreas rurales se ha incrementado (0.8%), más que en el ámbito urbano (0.5%), en ambos casos estas variaciones han sido menores a 1 punto porcentual.

**Gráfico Nº 1.02**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a un espectáculo musical, según área geográfica 2016-2019



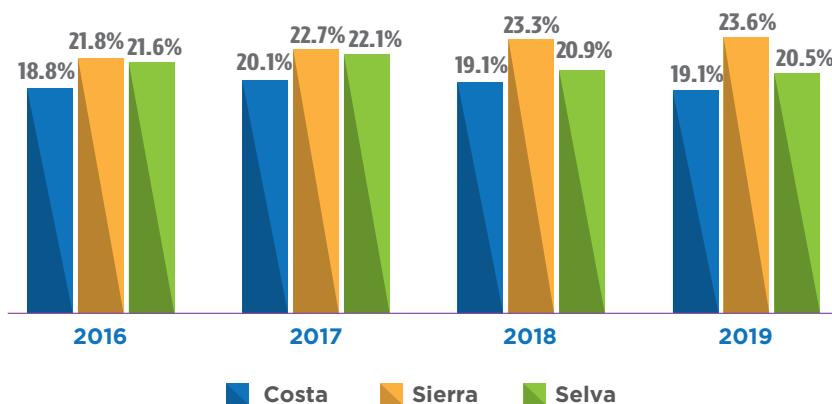
Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por región natural, el mayor porcentaje de asistencia a espectáculos musicales en el 2019 se originó en la sierra, con un 23.6%, seguido por la selva (20.5%) y la costa (19.1%). Estos porcentajes prácticamente se han mantenido constantes en los cuatro años revisados; sin embargo, la sierra es la única región donde se encuentra un crecimiento constante entre el 2016 y 2019.

**Gráfico Nº 1.03**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a un espectáculo musical, según región natural



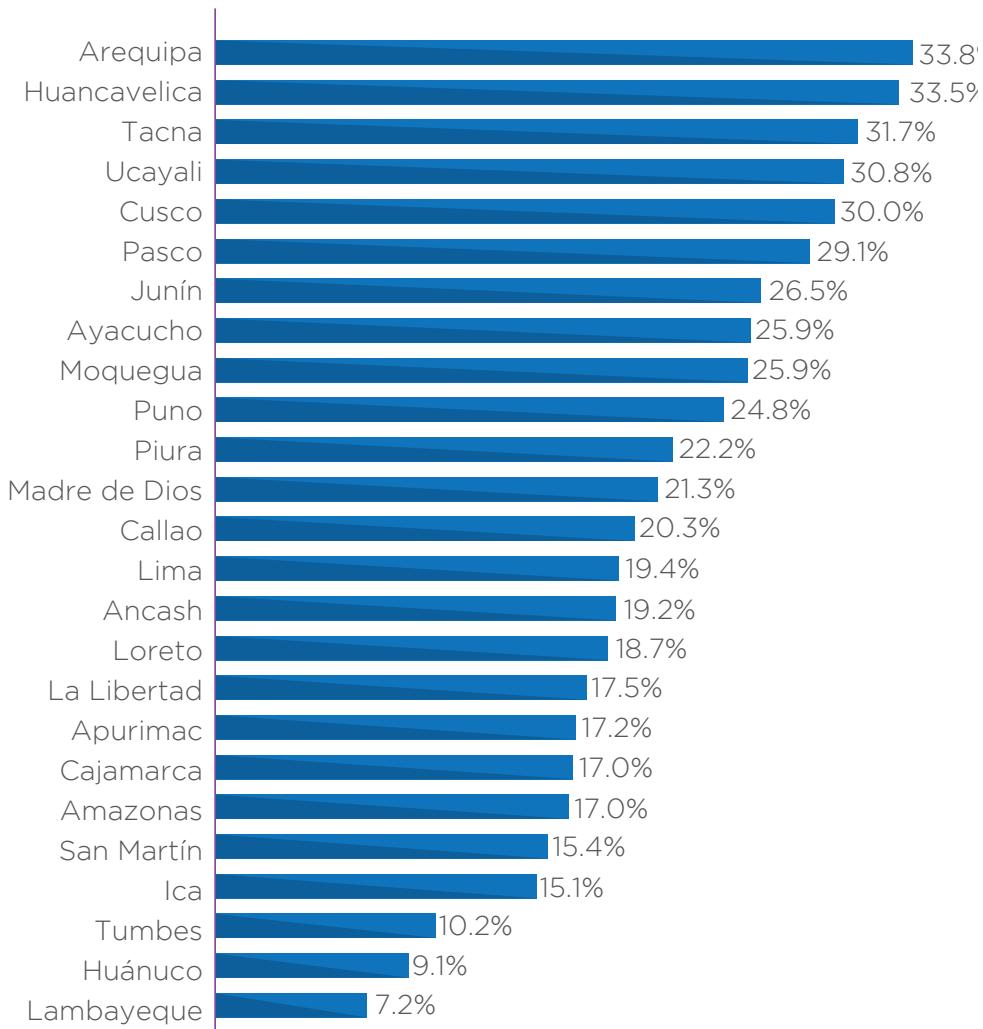
Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Si analizamos la asistencia al espectáculo musical a nivel de departamento<sup>2</sup> en el año 2019, vemos que el mayor grado de asistencia a este tipo de eventos se encuentra en Arequipa con un 33.8% de la población (mayor de 14 años), seguido de Huancavelica con 33.5% y Tacna con 31.7%. Por otro lado, los departamentos que asistieron menos a un espectáculo musical fueron: Lambayeque (7.2%), Huánuco (9.1%), Tumbes (10.2%).

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

**Gráfico Nº 1.04**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a un espectáculo musical , según departamento durante el 2019



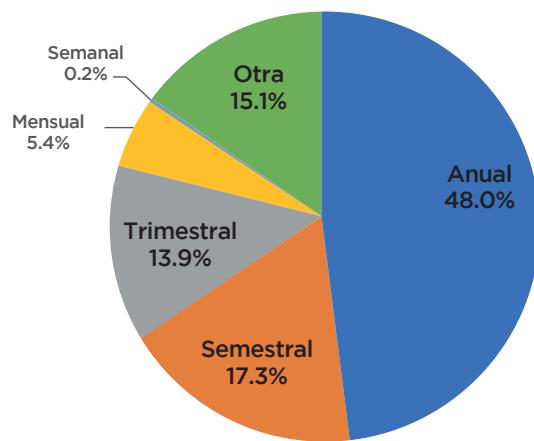
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## Frecuencia de asistencia a los espectáculos musicales

Con los resultados de la ENAPRES podemos conocer la frecuencia con la que las personas asisten a espectáculos musicales. En primer lugar, vemos que cerca de la mitad (48%) de los que logran asistir a un evento musical declararon que lo hacen solo una vez al año. En segundo lugar, están las personas que asisten a estos eventos de manera semestral o cada seis meses en promedio (17.3%). Por otro lado, las personas que asisten con más frecuencia (una vez por semana) solo representan el 0.2% de las personas que acceden a estos servicios, mientras que el siguiente grupo de mayor frecuencia (una vez al mes) solo ocupa el 5.4%.



**Gráfico N° 1.05**  
Frecuencia de asistencia a un espectáculo musical, 2019  
(Porcentaje)

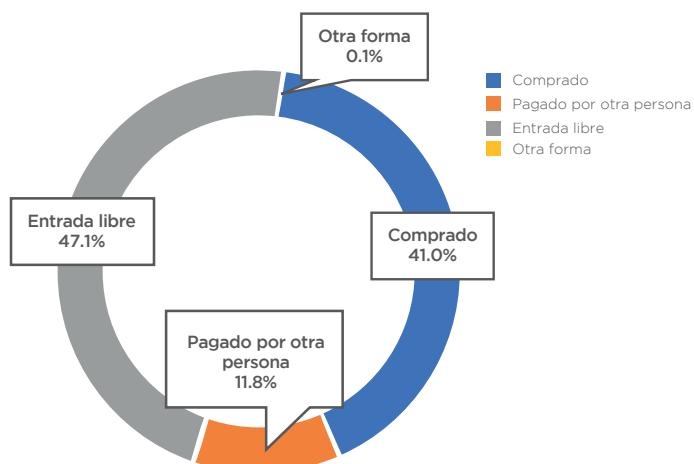


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## Modalidad de obtención de entradas al último espectáculo musical

En la ENAPRES se preguntó por la modalidad en que las personas consiguieron su entrada al último espectáculo musical al que asistieron. Para el 2019, encontramos que la principal modalidad para acceder a estos espectáculos es la forma gratuita (47.1%). El segundo mayor porcentaje (41%) lo conforman las personas que ingresaron a estos espectáculos luego de comprar su propia entrada, mientras que un 11.8% ingresaron como “invitados”, al obtener su entrada por medio de otra persona.

**Gráfico N° 1.06**  
Modalidad en que se obtuvo la entrada para el último espectáculo musical al que ha asistido durante el año 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

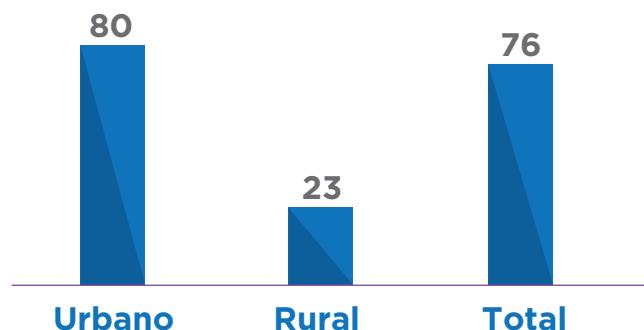


## Monto promedio pagado al último espectáculo musical

El precio promedio que pagan las personas por una entrada a un espectáculo musical es de S/ 76. A nivel urbano, este monto es mayor por cuatro soles adicionales. Sin embargo, la principal diferencia se encuentra en el ámbito rural, donde el monto promedio para espectáculos musicales es de S/ 23, lo cual es menor a la tercera parte del promedio nacional.

**Gráfico N° 1.07**

Monto promedio pagado por la entrada o ticket de ingreso a un espectáculo musical, según área geográfica en el 2019



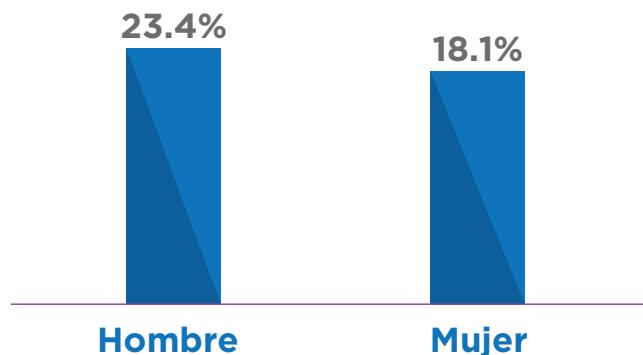
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

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

Existe una brecha por género en la asistencia a espectáculos musicales a nivel nacional. En el 2019 el porcentaje de hombres y mujeres que asistían a estos espectáculos fue de 23.4% y 18.1%, respectivamente, lo que significó una diferencia de 5.3 puntos porcentuales.

**Gráfico N° 1.08**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a un espectáculo musical, según sexo durante el 2019



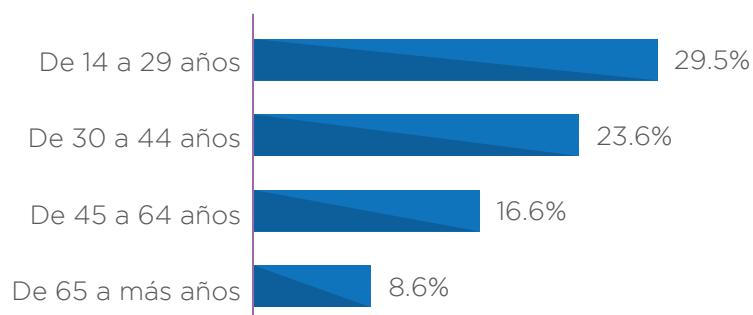
Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por grupo de edades, se puede ver que las personas en el rango de edad más joven (14 – 29 años) son quienes asisten en mayor porcentaje a espectáculos musicales (29.5%), seguido por los adultos de 30 a 44 años. Se observa que mientras el grupo etario es más longevo, la asistencia a estos espectáculos se reduce.

**Gráfico N° 1.09**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a un espectáculo musical, según grupo de edades durante el 2019

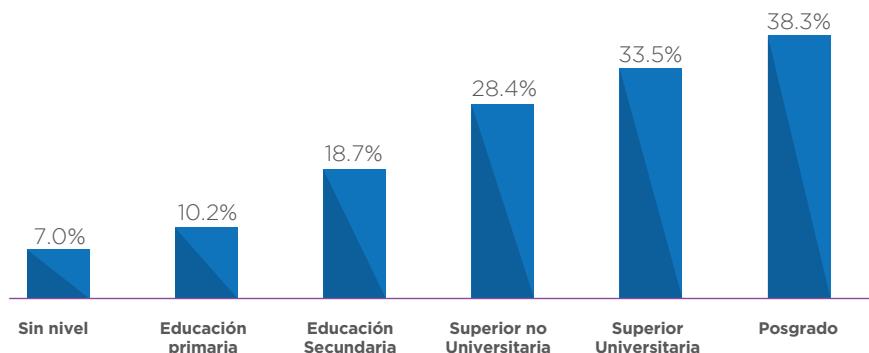


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Por nivel educativo, el acceso a espectáculos de música se intensifica mientras mayor sea el nivel de estudios alcanzado. Más de la tercera parte de las personas que obtuvieron un postgrado accedió a espectáculos musicales, mientras que, en el caso de las personas con estudios universitarios, la tercera parte asistió a estos espectáculos. Por el lado contrario, el menor porcentaje de asistencia a espectáculos de música se encuentra en la población que no accedió a ningún nivel de estudio (7%) o que solo logró culminar la educación primaria (10%).

**Gráfico N° 1.10**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a un espectáculo musical, según nivel educativo durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



La asistencia a los espectáculos de música tiende a incrementarse mientras más alto sea el estrato socioeconómico de las personas. El 31% de la población del estrato A asistió al menos una vez a uno de estos espectáculos en los últimos 12 meses previos a la encuesta. En el caso del estrato socioeconómico más bajo (estrato E) y el segundo más bajo (estrato D), los porcentajes de asistencia fueron similares, con un 18%. Asimismo, este porcentaje está solo 2.5 puntos porcentuales por debajo del porcentaje de asistencia a nivel nacional.

**Gráfico Nº 1.11**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a un espectáculo musical, según estrato socioeconómico durante el 2019

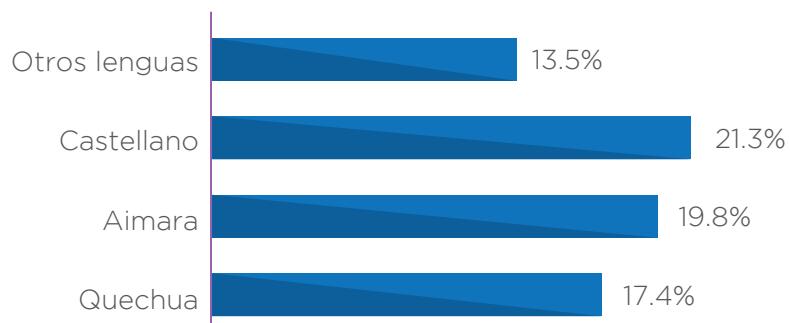


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, también encontramos diferencias cuando vemos la asistencia a espectáculos musicales según la lengua materna. Las personas con mayor asistencia a estos eventos son aquellas que tienen como lengua materna el castellano (21.3%), seguido por quienes aprendieron a hablar con la lengua aimara (19.8%) y quechua (17.4%). No obstante, la diferencia no es amplia entre estos grupos, sobre todo entre los dos primeros (castellano y aimara).

**Gráfico Nº 1.12**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a un espectáculo musical, según idioma materno durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

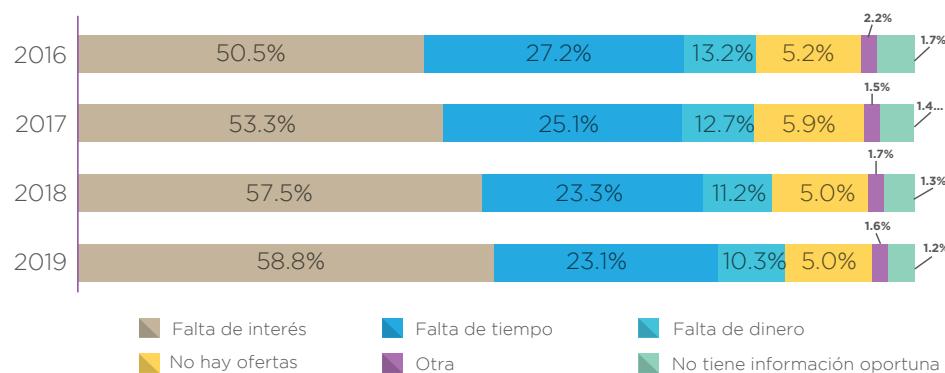


## Principales razones de no asistencia a un espectáculo musical

Entre las razones por las que las personas no asisten a espectáculos musicales encontramos que la principal es por falta de interés (58.8% en el 2019). La falta de interés es el motivo que ha incrementado en los últimos años, mientras que la falta de dinero y falta tiempo han descendido. En el 2016 la mitad de las personas declaraban que no asistían a espectáculos de música por falta de interés (50.5%), en el 2019 el porcentaje se incrementó hasta un 58.8% (11.7 millones aproximadamente). El segundo principal motivo de inasistencia en el 2019 fue la falta de tiempo (23.1%), seguido por la falta de dinero (10.3%) y la falta de oferta (5%).

Gráfico Nº 1.13

Principales motivos de inasistencia a los espectáculos musicales  
2016 - 2019

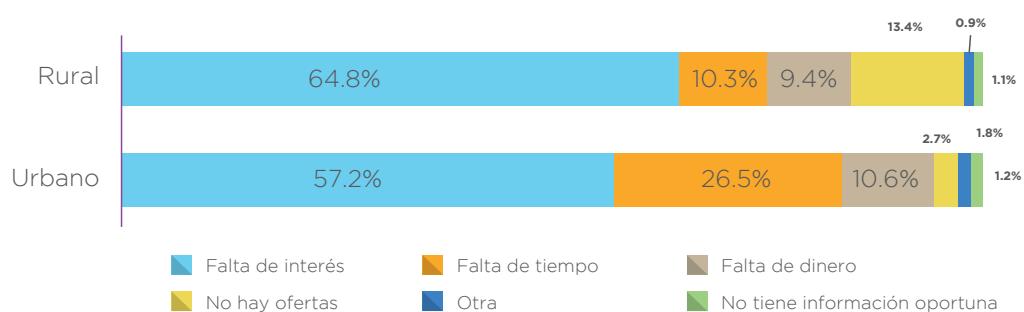


Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Enfocándonos en el 2019, vemos que, tanto en el ámbito rural como urbano, la principal razón de inasistencia a espectáculos musicales es la falta de interés. Por otro lado, en el caso del ámbito urbano, el segundo principal motivo de inasistencia es la falta de tiempo (26.5%), mientras que, en el ámbito rural, esta segunda razón corresponde a la falta de oferta de espectáculos musicales (13.4%).

Gráfico Nº 1.14

Principales motivos de inasistencia a los espectáculos musicales,  
según área geográfica en el año 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

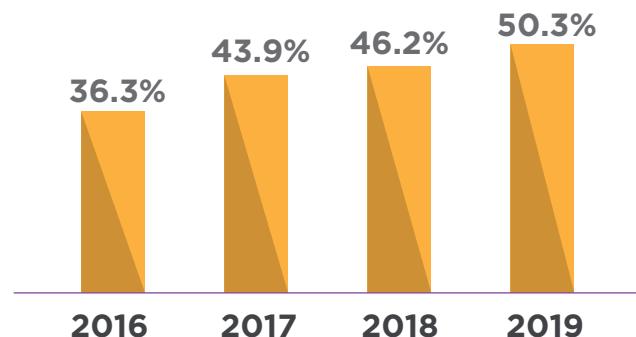


## 2. Adquisición de música a través de descargas o acceso por internet

El acceso a música a través de internet en la población mayor de 14 años ha crecido constantemente en los últimos años. En el 2019, el 50.3% de la población -12.6 millones de personas aproximadamente- adquirió música a través de descarga o por acceso a internet, al menos una vez en el año. El crecimiento de este consumo es considerable: la población que adquirió música a través de internet se incrementó del 2016 (36.3%) al 2019 (50.3%) en 14 puntos porcentuales. Es decir, al menos 4 millones más de peruanos y peruanas empezaron a consumir música a través de internet en menos de cuatro años.

Gráfico N° 2.01

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de descargas o acceso por internet, 2016 - 2019

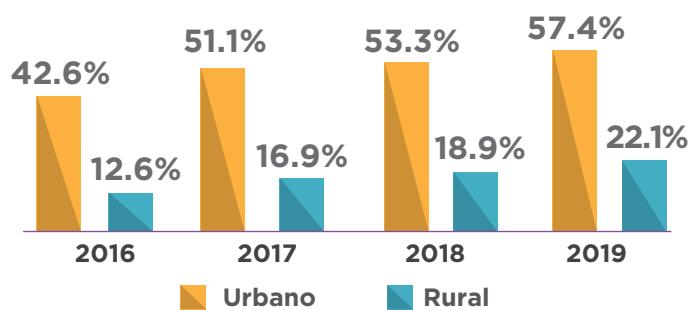


Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

En el 2019 la adquisición de música a través de descarga o acceso por internet fue mayor en el ámbito urbano (57.4%) que en el rural (22.1%), evidenciando una brecha de 35.3 puntos porcentuales. En comparación a años anteriores, esta brecha se ha ampliado, ya que en el 2016 la brecha era de 30 puntos porcentuales y en el 2018 de 34.4. A pesar de estas divergencias entre áreas geográficas, entre el 2016 y 2019 el porcentaje de adquisición de música por medios virtuales en áreas rurales se ha incrementado, pasando de un 12.6% en el 2016 a 22.1% en el último año del que se tiene información.

Gráfico N° 2.02

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de descargas o acceso por internet, según área geográfica, 2016 - 2019



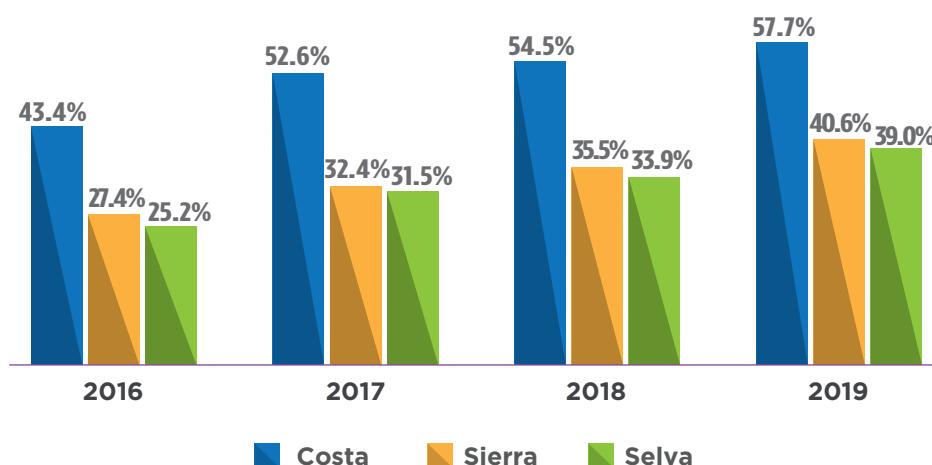
Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por región natural, el mayor porcentaje de adquisición de música a través de descarga o acceso por internet en el 2019 se ubicó en la costa con un 57.7%, seguido por la sierra (40.6%) y la selva (39.0%). El crecimiento se ha dado casi de manera pareja en las tres regiones naturales: el porcentaje de personas que adquirieron música por internet en las tres regiones se incrementó en más de 13 puntos porcentuales<sup>3</sup>.

**Gráfico Nº 2.03**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de descargas o acceso por internet, según región natural, 2016 - 2019



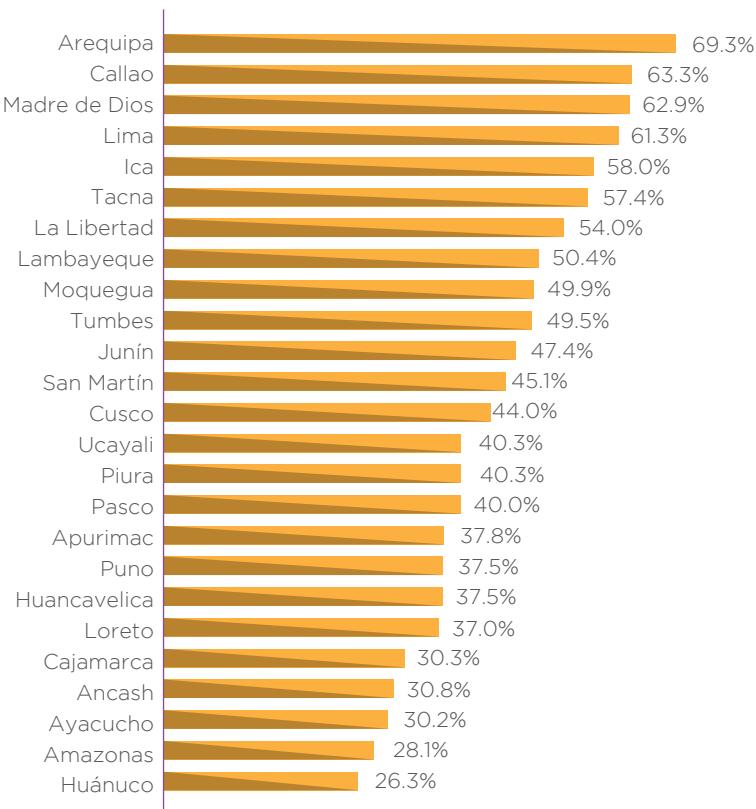
Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

A nivel de departamentos, encontramos el mayor porcentaje de adquisición de música mediante descargas o acceso por internet en Arequipa con un 69.3% de la población (mayor de 14 años), seguido de la provincia constitucional del Callao con 63.3% y Madre de Dios con 62.9%. Por otro lado, los departamentos que menos adquirieron música a través de descargas o acceso por internet fueron: Huánuco (26.3%), Amazonas (28.1%), Ayacucho (30.2%).

<sup>3</sup> Se incrementó en 14.3 puntos en la costa, 13.2 puntos en la sierra y 13.8 puntos en la selva.

**Gráfico Nº 2.04**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de descargas o acceso por internet, según departamento durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

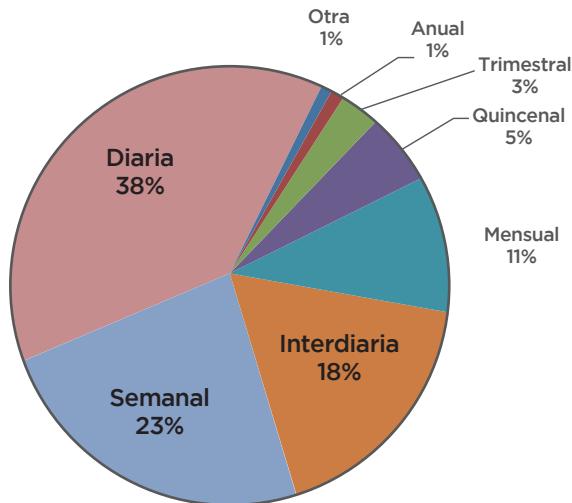
## Frecuencia de la adquisición de música a través de descargas o acceso por internet

Con los resultados de la ENAPRES del 2019, podemos encontrar la frecuencia con la que las personas adquirieron música a través de descargas o acceso por internet. En primer lugar, vemos que el 38% de quienes adquieren música a través de estos medios, lo hace de manera diaria. En segundo lugar, están los que adquieren música de modo virtual semanalmente (23%), mientras que en tercer lugar se encuentran los que lo hacen de manera interdiaria (18%).



Gráfico N° 2.05

Frecuencia de adquisición de música a través de descargas o acceso por internet musical, 2019  
(Porcentaje)



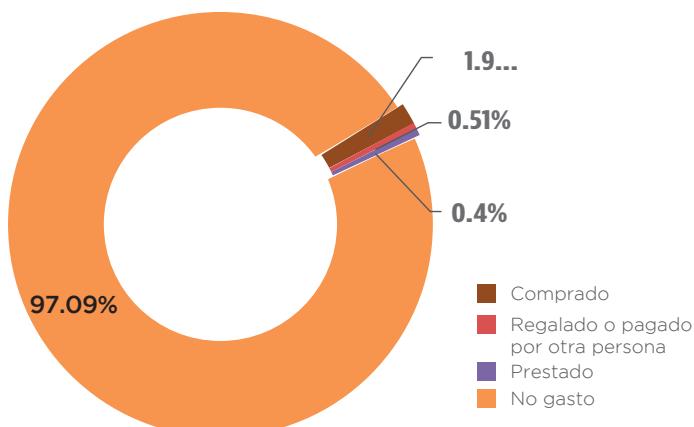
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## Modalidad de obtención de música a través de descargas o acceso por internet

Casi el total de las personas que acceden a música mediante descarga o acceso por internet (97%) no gastó para realizar la última adquisición de estos bienes. Por otro lado, cerca del 2% logró realizar un pago para adquirir música en estos formatos.

Gráfico N° 2.06

Modalidad obtención para la última adquisición de la población que ha accedido música a través de descargas o acceso por internet durante el año 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

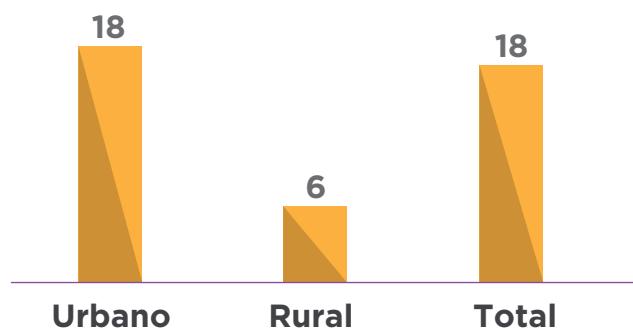


## Monto promedio pagado por la adquisición de música a través de descargas o acceso por internet

Encontramos que el monto promedio pagado por la adquisición de música a nivel nacional fue de S/ 18 en el 2019. Este monto fue el mismo en el ámbito urbano, mientras que, en el área rural, el monto promedio gastado fue de S/ 6; es decir, la tercera parte del monto promedio nacional. No obstante, no se puede determinar que estos sean los montos que son pagados por una canción, ya que estos pueden ser pagados por otros formatos, como un álbum de varias canciones o formatos streaming (Spotify, Deezer, Apple Music, etc.).

**Gráfico N° 2.07**

Monto promedio pagado por la adquisición de música a través de descargas o acceso por internet, según área geográfica en el 2019 en soles



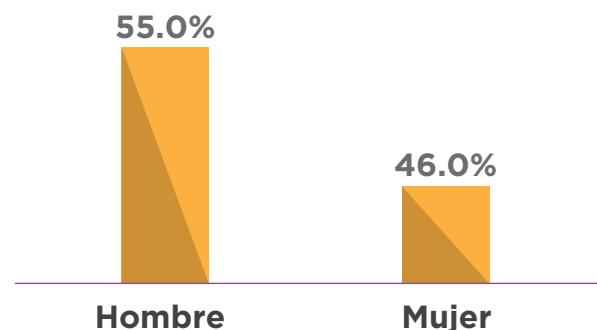
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

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

Existe una brecha por género en la adquisición de música a través de descargas o acceso por internet. En el 2019, el porcentaje de hombres y mujeres que accedían a estos productos digitales fue de 55% y 46%, respectivamente, lo que significó una diferencia de 9 puntos porcentuales.

**Gráfico N° 2.08**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de descargas o acceso por internet, según sexo durante el 2019



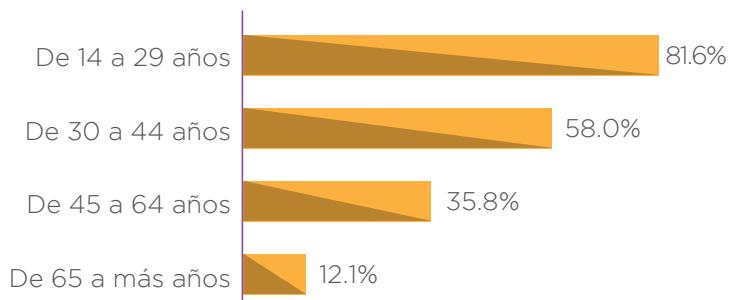
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por grupo de edades, se puede ver que las personas en el rango de edad más joven (14 – 29 años) son quienes adquieren música en formato virtual en mayor porcentaje (29.5%), seguido por los adultos de 30 a 44 años. Asimismo, mientras el grupo etario es más longevo, la adquisición de música por estos medios se reduce. Entre el grupo etario más joven y el más longevo, el porcentaje de adquisición se diferencia en 69.5 puntos porcentuales.

**Gráfico N° 2.09**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de descargas o acceso por internet, según grupo de edades durante el 2019

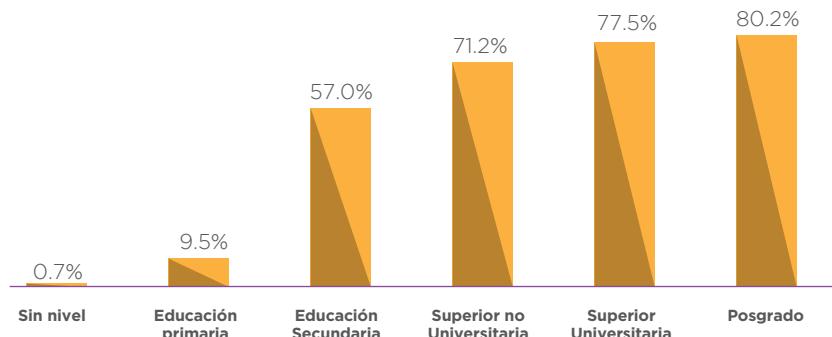


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

La adquisición de música por medio de descargas o acceso por internet se intensifica mientras mayor sea el nivel de estudios alcanzado. En el 2019 el 80% de las personas que poseían un postgrado accedía a estos productos digitales, mientras que el segundo porcentaje más alto estaba en las personas con estudios universitarios (77.5%). Asimismo, es interesante notar que la mayor variación en cuanto a porcentajes se encuentra entre las personas que solo accedieron a educación primaria (9.5%) y aquellos que llegaron hasta estudios secundarios (57%). Por el lado contrario, este porcentaje de adquisición era menor al 1% en las personas que no accedieron a ningún nivel de estudio (0.7%). Es decir, solo una de cada cien personas que no accedió a ningún nivel de estudio logró adquirir música a través de un formato virtual.

**Gráfico N° 2.10**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de descargas o acceso por internet, según nivel educativo durante el 2019



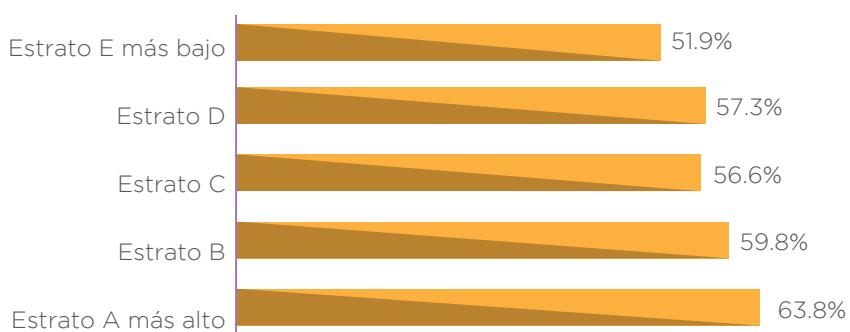
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Con excepción del estrato D, vemos que el porcentaje de adquisición en cada estrato se incrementa mientras más alto sea el estrato socioeconómico. Sin embargo, también se observa que entre el estrato D, C y B el porcentaje de adquisición no es tan distinto, y se encuentra entre 57% a 60%.

**Gráfico N° 2.11**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de descargas o acceso por internet, según estrato socioeconómico durante el 2019

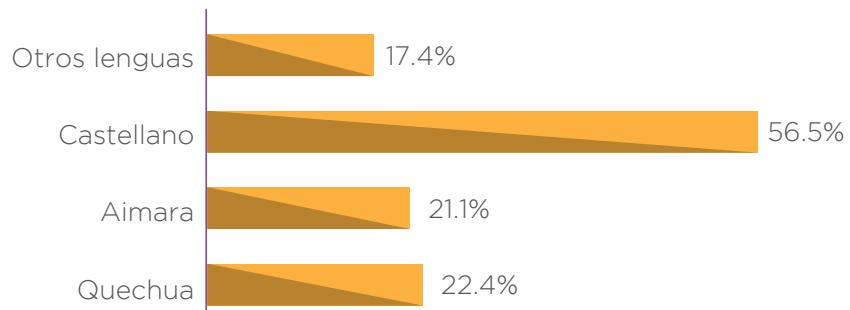


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, también encontramos diferencias en la adquisición de música por medios virtuales, cuando clasificamos a la población por lengua materna. Las personas que tienen como lengua materna el castellano son las que realizan mayormente estas adquisiciones (56.5%), seguido por las personas que aprendieron a hablar con la lengua quechua (22.4%), y aimara (21.1%). En estos casos la diferencia es amplia entre los dos grupos mayoritarios (castellano y quechua), ya que sus porcentajes se diferencian en 34.1 puntos porcentuales.

**Gráfico N° 2.12**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de descargas o acceso por internet, según idioma materno durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

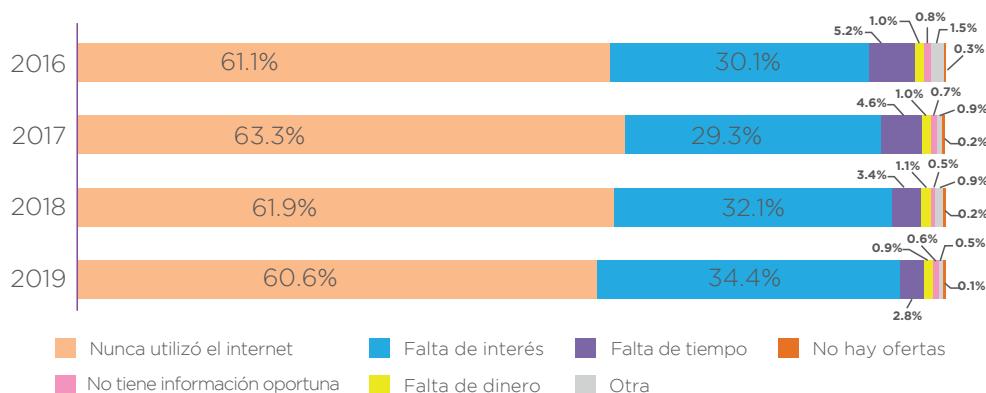


## Principales razones por la que no se adquirió música a través de descargas o acceso por internet

Las personas que no adquirieron música a través de descargas o acceso por internet, no lo hicieron principalmente por la falta de conectividad, que se refleja en que declararon que nunca utilizaron internet (60.6%). Esta ha sido la principal razón para que las personas no accedan a estos productos digitales desde el 2016, y el porcentaje que ocupa solo se ha reducido en 0.5 puntos porcentuales entre aquel año y el 2019. En segundo lugar se encuentra la falta de interés (34.4%).

Gráfico N° 2.13

Principales motivos por la que no obtuvo o no adquirió música a través de descargas o acceso por internet, 2016 - 2019

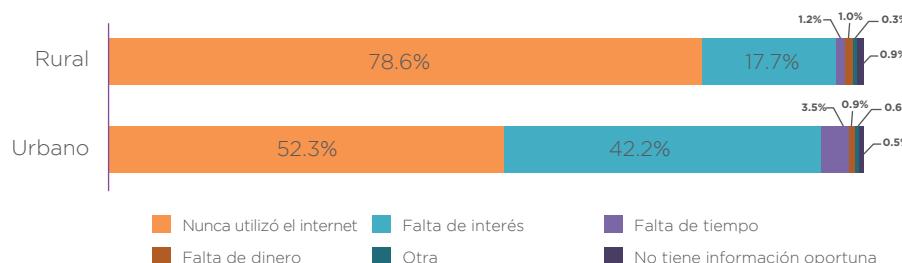


Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Enfocándonos en el 2019, vemos que, tanto en el ámbito rural como urbano, la principal razón para no adquirir música a través de descargas o conexión a internet es la falta de conectividad; sin embargo, en el ámbito rural esta razón es más importante (78.6%) que en el urbano (52.3%). Por otro lado, en el caso del ámbito urbano, el segundo principal motivo para no adquirir estos productos digitales es la falta de interés (42.2%). En el ámbito rural esta segunda razón también corresponde a la falta de interés, sin embargo, esta ocupa un menor porcentaje (17.7%).

Gráfico N° 2.14

Principales motivos por la que no obtuvo o no adquirió música a través de descargas o acceso por internet, según área geográfica 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

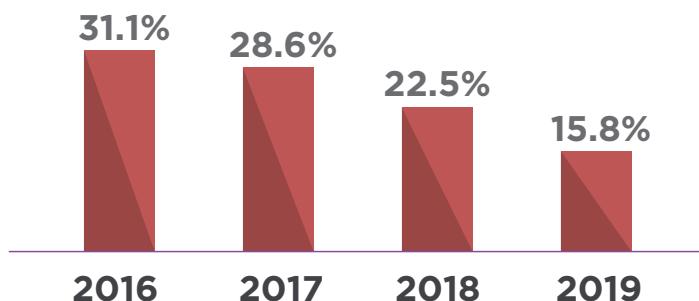


### 3. Adquisición de música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos

En el 2019, el 15.8% de la población peruana mayor de 14 años (3.9 millones de personas aproximadamente) adquirió música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, según la ENAPRES. Este porcentaje se ha ido reduciendo en cada año desde el 2016. Es así que en el 2019 este porcentaje fue cerca de la mitad del porcentaje alcanzado en el 2016 (31.1%).

**Gráfico Nº 3.01**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, 2016 - 2019

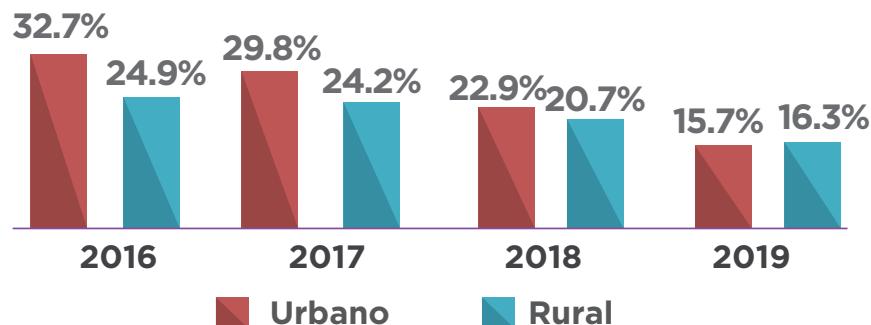


Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

En el 2019, la adquisición de música en formatos de CD, Blu-ray u otros dispositivos en el ámbito rural (16.3%) fue mayor que en ámbito el urbano (15.7%). La brecha urbano-rural se ha ido reduciendo desde el 2016 al 2019. La reducción en el consumo de música en estos formatos ha sido más rápida en el área urbana.

**Gráfico Nº 3.02**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, según área geográfica, 2016 - 2019



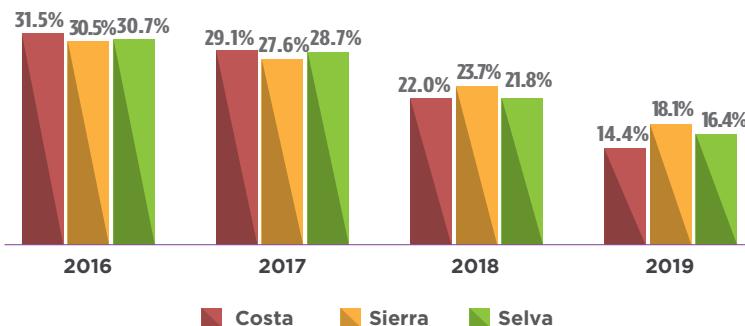
Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por región natural, para el año 2019 el mayor porcentaje de adquisición de música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos se localizó en la sierra con un 18.1%, seguido por la selva (16.4%) y la costa (14.4%). Entre el 2016 y el 2019 el porcentaje de adquisición ha mostrado un comportamiento particular ya que si bien hay una tendencia de reducción en las tres regiones, en la sierra y selva se ha reducido menos que en la costa.

**Gráfico N° 3.03**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, 2016 - 2019

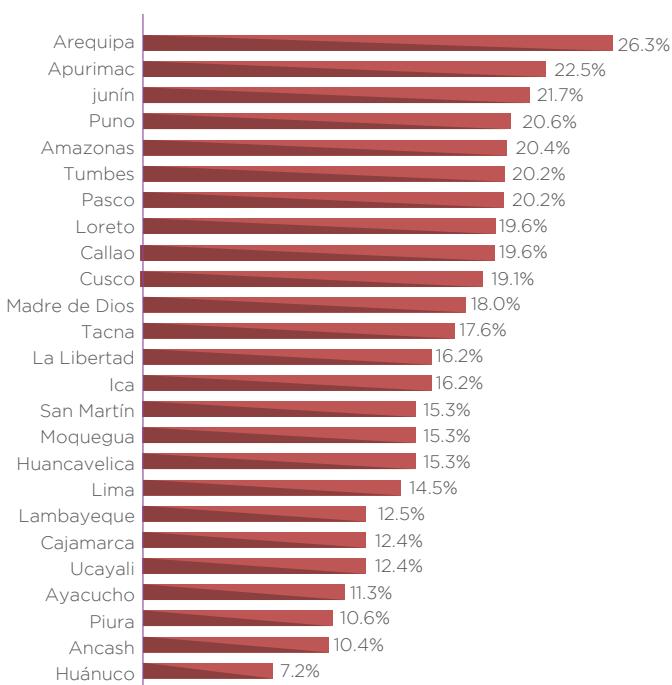


Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

La adquisición de música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos en el 2019 fue mayor en Arequipa, con un 26.3% de la población (mayor de 14 años), seguido de Apurímac con 22.5% y Junín con 21.7%. Por otro lado, los departamentos que adquirieron música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos en menor porcentaje fueron: Huánuco (7.2%), Ancash (10.4%) y Piura (10.6%).

**Gráfico N° 3.04**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, departamento durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

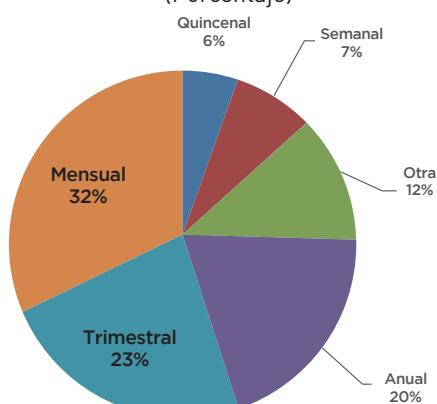


## Frecuencia de adquisición de música en CD, Blu-ray u otros dispositivos

Con los resultados de la ENAPRES del 2019, podemos encontrar la frecuencia con la que las personas adquirieron música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos. En primer lugar, vemos que el 32% de quienes adquieren música a través de estos medios lo hicieron de manera mensual. En segundo lugar, están los que adquirieron música en estos medios de manera trimestral (23%), mientras que en tercer lugar se encuentran los que lo hicieron de manera anual (20%). La modalidad más frecuente fue la de semanal, la cual ocupó solo un 7%.

**Gráfico N° 3.05**

Frecuencia de adquisición de música a través de de CDs, bluray u otros dispositivos 2019  
(Porcentaje)



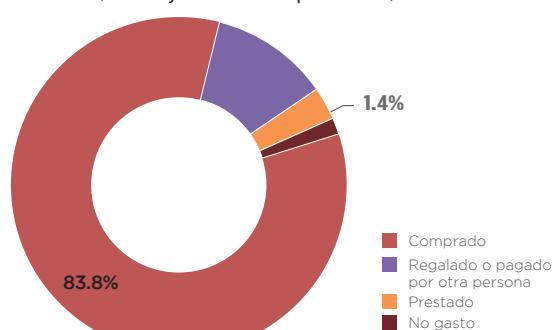
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

## Modalidad de obtención de música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos

La mayoría de personas que acceden a música mediante CD, Blu-ray u otros dispositivos (83.8%) tuvo que comprar estos productos. Por otro lado, la segunda modalidad de adquisición más importante fue mediante un regalo (11.5%), al ser pagado por otra persona.

**Gráfico N° 3.06**

Modalidad de obtención de la última adquisición de la población que ha accedido música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, durante el año 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

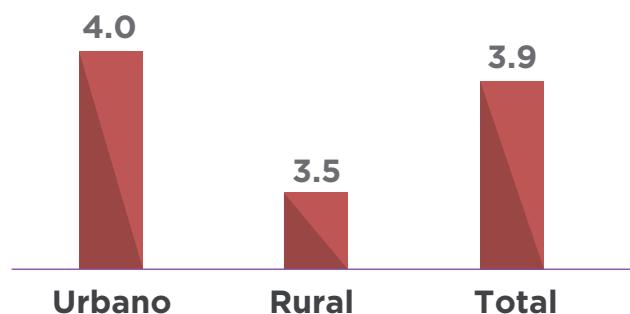


## Monto promedio pagado la adquisición de música en CD, Blu-ray u otros dispositivos

A diferencia de lo que ocurre en la adquisición de música por medio de descarga, en los formatos físicos se encuentra un alto porcentaje de personas que adquieren estos productos pagando por ellos. Encontramos que el monto promedio pagado por música en uno de estos productos (Blu-ray, CD, u otros dispositivos) fue de S/ 3.9 a nivel nacional. En el ámbito urbano este monto fue prácticamente el mismo, mientras que en el área rural el monto promedio fue menor por 40/100 soles.

Gráfico Nº 3.07

Monto promedio pagado por la adquisición de música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, según área geográfica en el 2019 en soles



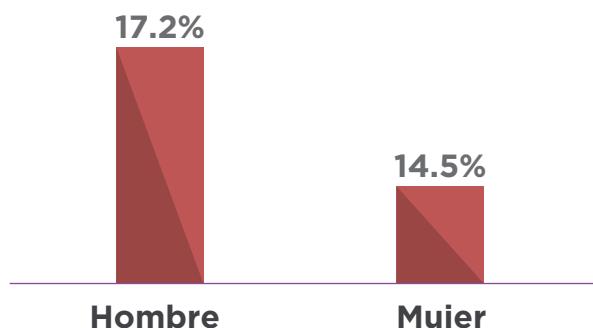
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

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

A nivel de género existe una brecha entre los que adquirieron música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos. En el 2019 el porcentaje de hombres y mujeres que adquirían música mediante estos medios fue de 17.2% y 14.5%, respectivamente, lo cual significó una diferencia de 2.7 puntos porcentuales.

Gráfico Nº 3.08

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, según sexo durante el 2019



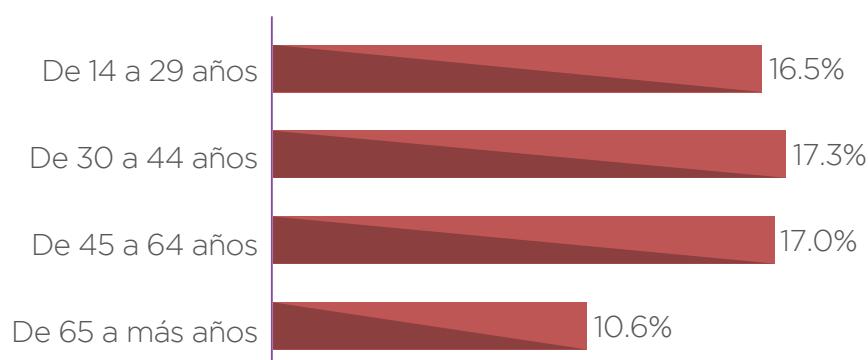
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por grupo de edades, se puede ver que las personas en el rango de edad de 30 a 40 años, son quienes más adquieren música en CD, Blu-ray u otros dispositivos (17.3%), seguido por los adultos de 45 a 64 años (17%). Asimismo, también se observa que los tres primeros grupos etarios menos longevos tienen un porcentaje de adquisición similar.

**Gráfico N° 3.09**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, según grupo de edades durante el 2019

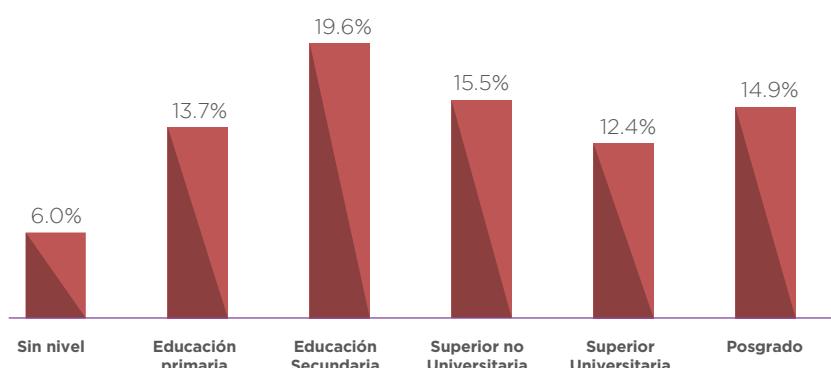


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Por nivel educativo, la adquisición de música por medio de CD, Blu-ray u otros dispositivos no tiene una tendencia clara, a diferencia de lo que se tenía en la adquisición mediante descargas o acceso por internet. En el 2019 el mayor porcentaje de adquisición de música en los formatos físicos se encontraba en las personas que solo alcanzaron la educación secundaria. Por el lado contrario, este porcentaje de adquisición era menor en las personas que no accedieron a ningún nivel de estudio (6%).

**Gráfico N° 3.10**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, según nivel educativo durante el 2019



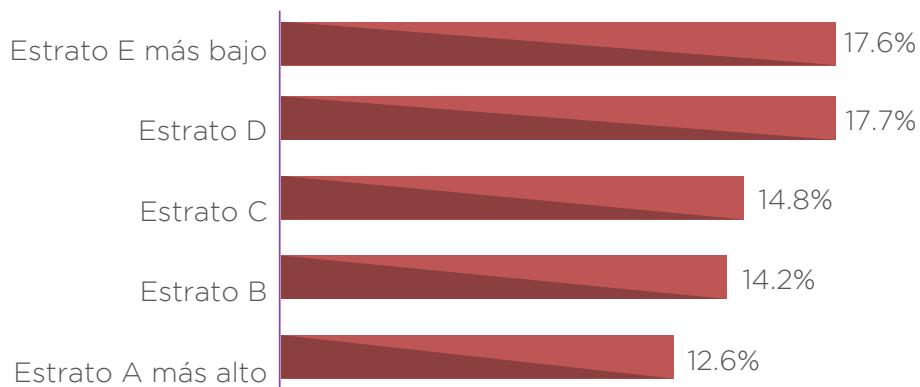
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



A nivel de estratos socioeconómicos, vemos una tendencia diferente a la adquisición de música por descargas o internet. Para la adquisición por CD u otros dispositivos, mientras más alto sea el estrato, el porcentaje de adquisición se va reduciendo. A la vez, se observa que entre los dos estratos más bajos (E y D) el porcentaje de adquisición es similar y mayo a los más altos y medios (A, B y C).

**Gráfico Nº 3.11**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, según estrato socioeconómico durante el 2019

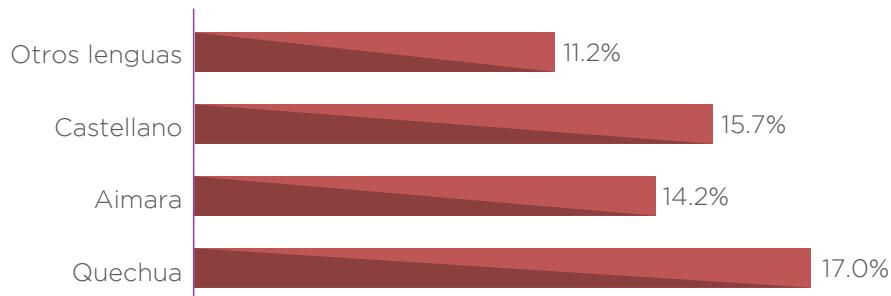


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, también encontramos diferencias en la adquisición de música por medio de CD, Blu-ray u otros dispositivos, cuando clasificamos a la población por lengua materna. Las personas que tienen como lengua materna el quechua son las que realizan mayormente estas adquisiciones (17%), seguido por las personas que aprendieron a hablar con el castellano (15.7%), y aimara (14.2%).

**Gráfico Nº 3.12**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, según idioma materno durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

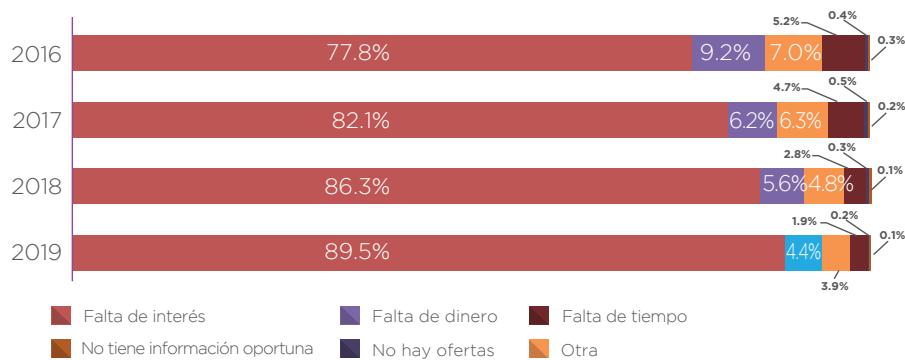


## Principales razones por la que no se adquirió música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos

Las personas que en el 2019 no adquirieron música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, no lo hicieron principalmente por la falta de interés (89.5%). Esta ha sido la principal razón para que las personas no adquieran música mediante estos medios desde el 2016, y el porcentaje que ocupa se ha incrementado en 11.7 puntos porcentuales entre aquel año y el 2019. En segundo lugar se encuentra la falta de dinero (4.4%).

**Gráfico Nº 3.13**

Principales motivos por la que no obtuvo o no adquirió música a través de CDs, bluray u otros dispositivos 2016 - 2019

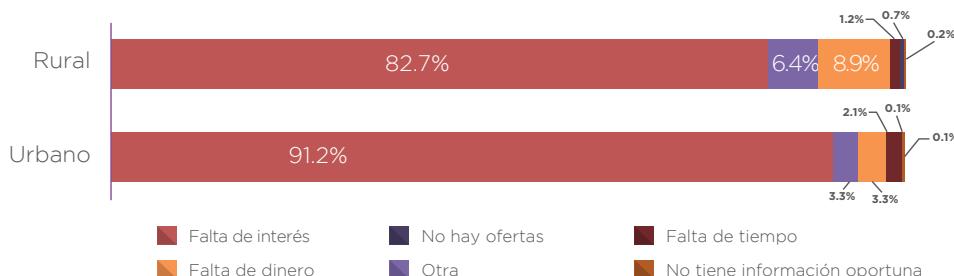


Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Enfocándonos en el 2019, tanto en el ámbito rural como urbano, la principal razón para no adquirir música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos es la falta de interés; sin embargo, en el ámbito urbano esta razón es más importante (91.2%) que en el rural (82.7%). Por otro lado, el segundo principal motivo para no adquirir música en estos medios es la falta de dinero, tanto en el ámbito rural (8.9%), como urbano (3.3%).

**Gráfico Nº 3.14**

Principales motivos por la que no obtuvo o no adquirió música a través de CDs, bluray u otros dispositivos, según área geográfica, 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



## Conclusiones

Este reporte muestra la evolución del consumo o adquisición de música en el país a través de servicios (espectáculos musicales) y de bienes (por medio de internet o descargas y de dispositivos físicos). En primer lugar, se observa que la asistencia a los espectáculos musicales en el país se ha mantenido entre el 2016 y 2019, ya que muestra una variación mínima de 0.6 puntos porcentuales a nivel nacional. De manera similar, existe una brecha urbano-rural que se mantiene alrededor de 5 puntos porcentuales.

Por otro lado, del total de personas que asiste a espectáculos musicales, el 48% asiste sólo una vez al año, mientras que un porcentaje similar (47%) asistió a un espectáculo musical sin tener que pagar por una entrada. Ambos indicadores podrían darnos evidencia de un problema de rentabilidad para estos espectáculos, y lo difícil de su sostenibilidad.

La asistencia a espectáculos varía según grupos poblaciones y muestra brechas en el acceso por grupos sociales. A nivel género, edad, nivel educativo y estratos socioeconómicos, se observa que los grupos que predominan en la asistencia a espectáculos musicales son principalmente: hombres, de 14 a 29 años, de estratos socioeconómicos altos (A y B principalmente) y con educación superior.

En cuanto el consumo de música a través de internet y descargas, se observa que mientras la adquisición de música por internet y descargas ha aumentado considerablemente, la brecha urbano-rural del consumo se ha incrementado del 2016 hasta el 2019, pasando de 30 a 35 puntos porcentuales. En el consumo de música por internet o descargas, predomina principalmente en grupos de personas de 14 a 29 años, con educación superior y que tienen el castellano de lengua materna. Tanto en el ámbito rural como urbano, la principal razón para no adquirir música a través de descargas o conexión a internet es la falta de conectividad.

La adquisición de música a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos ha descendido notablemente, a diferencia de la adquisición por internet y descargas. El descenso de esta adquisición es mayor en el ámbito urbano que en el rural, así como mayor en la costa que en la selva y la sierra, posiblemente debido al nivel de acceso a internet. La adquisición de música a través de CD u otros dispositivos parece ser más homogénea entre grupos poblacionales: predomina en distintos grupos de rangos de edad (de 14 a 64 años), con distinto nivel educativo, de estratos E y D, y de lengua quechua, castellano como también aimara.

De esto podemos concluir que, mientras el consumo de música por internet y descargas como la asistencia a espectáculo de música es realizado por grupos poblacionales de manera predominante (de 14 a 29 años, con educación superior, estratos económicos medios-altos), la adquisición de música a través de CD y otros dispositivos muestra un consumo homogéneo entre grupos poblaciones (de 14 a 64 años, con distintos niveles educativos y de distintas lenguas).



**[www.gob.pe/cultura](http://www.gob.pe/cultura)**

Av. Javier Prado Este 2465, San Borja  
Lima , Perú

