



EVOLUCIÓN DEL SECTOR MUSICAL EN ESPAÑA 2019 - 2024

**SILVIA PASCUA VICENTE
BERTA GOMEZ VIÑUELA**

INSTITUTO DE DERECHO DE AUTOR
MARZO 2025

1. INTRODUCCIÓN

El documento tiene por objeto ofrecer una visión general del sector musical en España desde 2019, año en que se alcanzaron las mayores cifras del sector, que se vieron disminuidas drásticamente por la crisis sanitaria de la COVID-19.

El recopilatorio, elaborado a partir de los datos publicados por [Promusicae](#) y la [Asociación de Promotores de Música](#) (APM), describe la situación del sector de la música grabada, la posición dentro del mercado español, así como el análisis y la evolución de las ventas y el auge del consumo digital.

2. EVOLUCIÓN DEL SECTOR MUSICAL (2019 – 2024)

En este apartado, estudiamos la evolución de la música grabada, reseñando cómo ha ido transformándose el consumo de los formatos desde la aparición de la música digital y el resurgir de los vinilos. Además, analizamos cómo ha ido evolucionando la celebración de eventos en directo y su afluencia.

a. Música grabada

i. Evolución de formatos

La industria musical ha experimentado transformaciones notables en la última década, impulsadas por una rápida digitalización, cambios regulatorios y la crisis global de la pandemia de la COVID-19.

Antes de la pandemia, el mercado digital del *streaming* ya lideraba las cifras de venta. No obstante, el mercado físico seguía siendo relevante, con cifras significativas en ventas de CDs y vinilos. En cuanto a los hábitos de consumo, según la "[Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2018-2019](#)" del Ministerio de Cultura y Deporte, el 70,6% de la población española escuchaba música a diario. Además, el 53,2% de la población consumía música en formato digital, destacando el uso de proveedores de *streaming* y teléfonos móviles.

Durante la crisis sanitaria global de la COVID-19 se produjo una alteración de las dinámicas de consumo de música. En particular, aumentó el consumo de música digital, especialmente a través de proveedores de *streaming*, mientras que las ventas en formatos físicos cayeron drásticamente debido a los cierres de los establecimientos durante el confinamiento.

Aun así, en términos económicos, en el año 2020, los ingresos generados por la música grabada en España aumentaron ligeramente. Este repunte se debió principalmente al aumento de suscripciones a servicios de música digital, que permitieron mitigar los efectos de la crisis.

Esta tendencia al alza del consumo digital se ha mantenido en los años posteriores, a costa del consumo de música en soporte físico.

ii. Físico

A lo largo de los últimos años, el sector musical ha experimentado una transformación en el mercado físico, con el vinilo posicionándose como el formato principal en un entorno en el que las ventas en formato físico se encuentran en declive.

En cuanto a los datos del año 2019, la venta de CDs aumentó un 9,7%, consolidándose como el formato dominante, con una cuota de mercado del 73,89%. Sin embargo, lo más destacable fue el incremento de un 52,9% de las ventas de vinilos, representando el 23,73% del volumen total de ventas físicas. Por su parte, el vídeo se mantuvo en cifras marginales (un 1,9% de las ventas físicas).

En contraposición, en el año 2020 el mercado físico se vio afectado por la crisis sanitaria global provocada por la pandemia, con un descenso del 27% en las ventas físicas, sobre todo debido al cierre de tiendas y a la interrupción de las cadenas de distribución. A pesar del descenso generalizado, el vinilo continuó en ascenso, registrando un crecimiento del 23%. Así, las ventas de vinilos casi igualaron las cifras de 2019, alcanzando los 1,2 millones de unidades. El total de ingresos generados por el mercado físico en 2020 fue de 55,2 millones de euros, el 17,6% del volumen total de la industria musical.

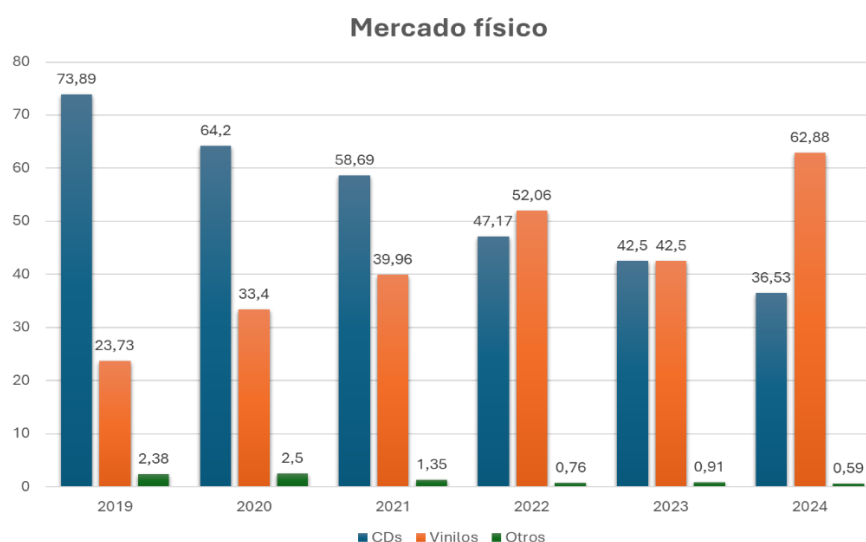
La vuelta a la normalidad tras la pandemia generó que, en el año 2021, se produjera una leve recuperación, con un incremento del 39,6% en las ventas, en comparación con los niveles más bajos registrados durante el primer semestre de 2020, cuando las ventas físicas cayeron un 44,8% debido a las restricciones sanitarias. En este contexto, los vinilos continuaron siendo el principal motor de crecimiento, representando el 43% de las ventas físicas. En términos económicos, las ventas en formato físico alcanzaron casi los 63,7 millones de euros, recuperando los niveles previos a la pandemia, lo que refleja una tendencia de cambio en los hábitos de consumo de música.

Sin embargo, en el año 2022, las ventas físicas volvieron a disminuir un 11,33%. Mientras tanto, el vinilo continuó su tendencia ascendente, aumentando un 15% y superando, por primera vez, las ventas de CD y llegar a suponer más del 52% de las ventas físicas, por valor de 29 millones de euros. Por su parte, las ventas de CD y sencillos cayeron significativamente, con descensos del 20,8% y 36,9%, respectivamente.

Como consecuencia de la consolidación del vinilo como el formato principal dentro del mercado físico, en 2023, se produjo una ligera subida del 2,91% en las ventas

físicas, lo que generó un total de 25,7 millones de euros en ingresos para el sector. De hecho, los vinilos representaron más de la mitad de los ingresos por ventas físicas, mientras que el CD se mantuvo en un 42,5%.

Rompiendo con la tendencia de los últimos años, en 2024, la venta en formato físico disminuyó un 13,25%. Por su parte, el vinilo ha continuado representando el 62,8% de las ventas; sin embargo, en el último año las ventas han descendido un 8%, mientras que la venta de CD se redujo un 25,4%.



Elaboración propia a partir de los datos de Promusicae

iii. Digital

El mercado digital también ha experimentado una notable transformación, debida, principalmente, al *streaming*, impulsado por las suscripciones de pago y modelos gratuitos financiados por publicidad, redefiniendo el panorama musical global y desplazando otros formatos tradicionales, como las descargas permanentes y los productos para móviles. Estos datos reflejaban una clara transición hacia un consumo de música basada principalmente en proveedores de *streaming*. Dentro del mercado digital se incluyen las descargas, los productos para el móvil y el *streaming* de audio y vídeo.

En el año 2019, el mercado digital lideraba las ventas musicales, con el *streaming* destacando como la modalidad con mayor crecimiento. En este momento, las suscripciones de audio de pago crecieron un 41%, pasando de recaudar 76.188 millones de euros a 102.651 millones. Esta tendencia fue complementada por un incremento del 24,37% en el *streaming* gratuito financiado por publicidad. Sin embargo, otros segmentos del mercado digital mostraron resultados negativos, como, por ejemplo, las descargas permanentes de audio (-19%) o los productos para móviles (-7,5%).

Como consecuencia de la pandemia, en el año 2020, se produjo un cambio significativo en los hábitos de consumo de música. A causa de las restricciones de movilidad y el cierre de tiendas físicas, el mercado experimentó una brecha entre el consumo digital, especialmente a través de servicios de *streaming*, y la caída de las ventas de soportes físicos, reseñadas anteriormente. A pesar de esta caída generalizada del mercado, el *streaming* creció un 27%, y el modelo gratuito financiado por publicidad se incrementó un 33% respecto al pago por suscripción.

Por otro lado, en total, el mercado digital aumentó un 22,2% sus ingresos, alcanzando los 250,8 millones de euros. Sin embargo, el aumento de las suscripciones de pago no fue tan pronunciado como en años anteriores, con un crecimiento del 24,4% frente al 32% registrado en el año 2019. Además, los ingresos generados por plataformas como TikTok, Instagram y Facebook también experimentaron un aumento considerable, debido al uso de música en las redes sociales.

La trayectoria ascendente continuó en 2021, alcanzando los ingresos del mercado digital los 144 millones de euros, lo que representó un crecimiento del 19,7% respecto a 2020, impulsado tanto por suscripciones *premium* como por modalidades gratuitas. De estos ingresos, el *streaming* continuó dominando al representar el 82,3% del total. El consumo de música a través de vídeo *streaming* también aumentó, alcanzando un 15,5% de los ingresos digitales, mientras que las descargas permanentes representaron solo un 2%.

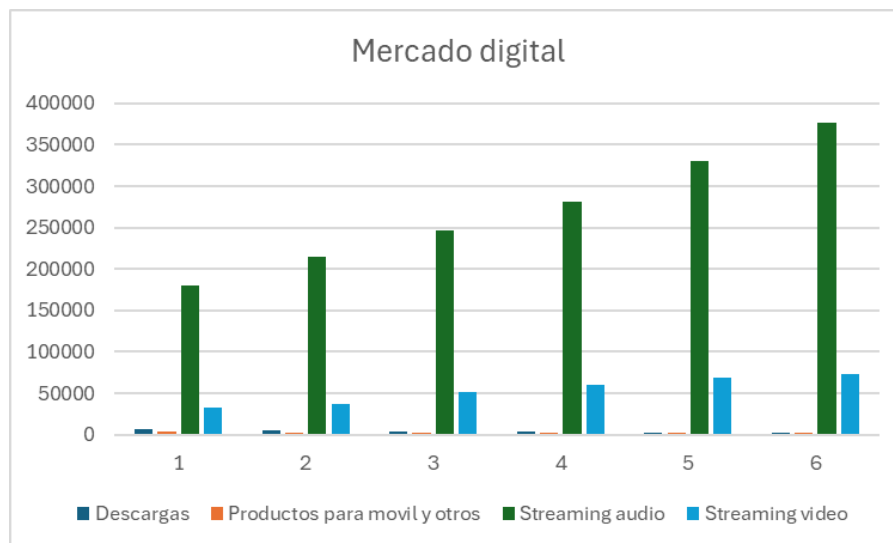
Por otro lado, en términos globales, el 98% del mercado digital provenía del consumo de *streaming*, con unos ingresos de 297,4 millones de euros. Este modelo no solo mostró un crecimiento en ingresos, sino también en suscripciones, que aumentaron un 19% en comparación con el año anterior. De forma similar a lo registrado en 2020, las redes sociales, especialmente Facebook e Instagram, generaron ingresos adicionales significativos, reflejando la interacción cada vez más estrecha entre la música y las redes sociales.

Por su parte, en 2022, el formato digital representó el 75% de los ingresos totales de la industria musical, con el *streaming* acaparando más del 98% de los ingresos. En comparación con 2021, el consumo de música en *streaming* aumentó un 16%, consolidándose como el modelo predominante. Sin embargo, las descargas permanentes y las ventas de productos para móviles continuaron su declive, reflejando la creciente preferencia por el acceso a la música en lugar de la adquisición de archivos permanentes.

En el año 2023, el *streaming* representó el 87,8% de los ingresos totales de la industria musical, alcanzando los 188,2 millones de euros, que suponen un aumento del 13,26% respecto a 2022. Este crecimiento fue debido al aumento de

un 16,4% de las suscripciones de pago. Además, en 2023 el 77,6% de las ganancias de la industria musical provinieron de la explotación de música en formato digital, siendo el *streaming* el principal impulsor de este crecimiento.

Por último, en el año 2024, se ingresaron 568,8 millones de euros por la música grabada, un 9,42% más que en 2023. Por su parte, la música digital representó el 89% de la música consumida, generando 454,5 millones de euros. Respecto al número de usuarios de servicios de *streaming* de audio, se registraron 20 millones de usuarios, de los cuales 7 millones tienen una suscripción *premium*, 14% más que en el año anterior.



Elaboración propia a partir de los datos de Promusicae

iv. Sincronizaciones

Además de la venta de música en soporte físico y el consumo en digital, es importante tener en cuenta los ingresos derivados de las sincronizaciones. Una sincronización se define como la reproducción de una obra musical en una obra audiovisual o en publicidad.

Como consecuencia de la crisis provocada por la COVID-19, que provocó un parón en numerosas producciones audiovisuales, los ingresos por sincronizaciones en el año 2020 apenas aumentaron un 1%, alcanzando un total de 2,6 millones de euros. Por su parte, en 2021, estos ingresos crecieron un 22,62%, llegando a los 3,2 millones de euros.

Sin embargo, el incremento experimentado en 2021 no se mantuvo en 2022, año en que el crecimiento fue de solo el 1,71%, representando el 2,4% de los ingresos totales del sector.

Los últimos datos publicados en 2023 muestran que las sincronizaciones alcanzaron los 4,2 millones de euros, con un crecimiento superior al 30%. A pesar

de que este tipo de ingresos continúa representando solo el 0,8% del total de la industria musical, su potencial de crecimiento es significativo, especialmente con la creciente integración de la música en sectores como la industria de los videojuegos y la producción audiovisual.

b. Música en directo (venta de entradas y asistencia a conciertos)

En línea con lo anterior, la música en directo también se encuentra en constante crecimiento. En el año 2020, debido principalmente a las medidas de confinamiento y las restricciones impuestas por la crisis sanitaria, la facturación de la venta de entradas descendió un 63,78% respecto a 2019, alcanzando cifras similares a los años 2004 y 2005 y situándose entre las más bajas de los últimos años. Ese mismo año, se celebraron 11.851 conciertos, con una asistencia de 2.536.318 espectadores, frente a los 91.106 conciertos y más de 21 millones de asistentes registrados en 2019.

Con la desaparición de las restricciones, principalmente a partir de agosto de 2021, la música en vivo comenzó a recuperarse. La facturación por venta de entradas creció un 13,7% respecto al año anterior, alcanzando los 157,6 millones de euros, aunque esta cifra aún se encontraba muy por debajo de los 382,5 millones de euros registrados en 2019. Durante el último trimestre de 2021, se alcanzaron niveles de facturación cercanos a los de la etapa prepandemia, con casi 30 millones de euros.

En 2022, los ingresos por ventas de entradas ascendieron a 449,62 millones de euros, triplicando casi la cifra del año 2021 y superando los datos de 2019 en un 10,3%. Madrid y Cataluña fueron las comunidades autónomas con mayor recaudación, concentrando, respectivamente, el 16,7% y el 19,2% del total.

Por su parte, en 2023, la música en vivo experimentó una notable recuperación, superando los niveles previos a la pandemia. La venta de entradas aumentó un 48% respecto a 2022, con un gasto medio por entrada de 80 euros, lo que supuso un incremento del 37% con respecto al año anterior. A su vez, la facturación total ascendió a 459 millones de euros, que representan un crecimiento del 191,33% respecto a 2021 y un 19% más que en 2019. Además, se celebraron 95.472 conciertos y se registraron 25 millones de espectadores.

La tendencia al alza se ha mantenido constante en los últimos años. Los datos de 2024 muestran un aumento del 25,32% en la venta de entradas respecto al año anterior, alcanzando los 725.609.673 euros por la facturación en venta de entradas.

3. BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE PROMOTORES MUSICALES (2025). La música en vivo en España factura más de 725 millones de euros en 2024, la mayor cifra jamás registrada por tercer año consecutivo. Disponible en: <https://portaldelamusicaenvivo.com/la-musica-en-vivo-en-espana-factura-mas-de-725-millones-de-euros-en-2024-la-mayor-cifra-jamas-registrada-por-tercer-ano-consecutivo/>

ASOCIACIÓN DE PROMOTORES MUSICALES (2020). Anuario de la música en vivo 2020. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1D_9G77phIdlNiyC_jPhPgLW2XRuaiqJ/view

ASOCIACIÓN DE PROMOTORES MUSICALES (2021). Anuario de la música en vivo 2021. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/13uyY9lczX9WsdRzxMg-lxN2C4b4Mr5jG/view>

ASOCIACIÓN DE PROMOTORES MUSICALES (2022). Anuario de la música en vivo 2022. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1kOLTs5FbM8wnO6M7T0Xby5Q9zcXAAXij/view>

ASOCIACIÓN DE PROMOTORES MUSICALES (2023). Anuario de la música en vivo 2023. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1J_7Fq5-Y5WowRNqzKf_tjMdQgOXwdzLZ/view

ASOCIACIÓN DE PROMOTORES MUSICALES (2024). Anuario de la música en vivo 2024. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1Ns66MXk7eWBm4PR1MS5sszne8gSEblqs/view>

ASOCIACIÓN DE PROMOTORES MUSICALES (2025). Anuario de la música en vivo 2025. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/17Q2Q1TjeY5NzKU6LnB-LwE_4W6FXkbJ5/view

PASCUA VICENTE, S. (2020). España: La Fundación SGAE presenta el anuario SGAE 2020 con los datos del sector cultural. Instituto Autor. Disponible en: <https://institutoautor.org/espana-la-fundacion-sgae-presenta-el-anuario-sgae-2020-con-los-datos-del-sector-cultural/>

PASCUA VICENTE, S. (2021). España: La Asociación de Promotores Musicales publicó el “Anuario de la música en vivo 2021”. Instituto Autor. Disponible en: <https://institutoautor.org/espana-la-asociacion-de-promotores-musicales-publico-el-anuario-de-la-musica-en-vivo-2021/>

PASCUA VICENTE, S. (2022). España: La Asociación de Promotores Musicales publica los datos de facturación de la música en vivo en el año 2021. Instituto Autor. Disponible en: <https://institutoautor.org/espana-la-asociacion-de-promotores->

[musicales-publica-los-datos-de-facturacion-de-la-musica-en-vivo-en-el-ano-2021/](#)

PASCUA VICENTE, S. (2023). Internacional: Se publican los datos de consumo de obras musicales y literarias en el año 2022. Instituto Autor. Disponible en: <https://institutoautor.org/internacional-se-publican-los-datos-de-consumo-de-obras-musicales-y-literarias-en-el-ano-2022/>

PASCUA VICENTE, S. (2024). Internacional: Se publican los datos de consumo e ingreso de música en el año 2023. Instituto Autor. Disponible en: <https://institutoautor.org/internacional-se-publican-los-datos-de-consumo-e-ingresos-de-musica-en-el-ano-2023/>

PASCUA VICENTE, S. (2025). España: La Asociación de Promotores Musicales publica los datos de facturación de la música en vivo en el año 2024. Instituto Autor. Disponible en: <https://institutoautor.org/espana-la-asociacion-de-promotores-musicales-publica-los-datos-de-facturacion-de-la-musica-en-vivo-en-el-ano-2024/>

PROMUSICAE (2020). Mercado de la música grabada en España en 2019. Disponible en: <https://www.promusicae.es/descarga-informes/mercado-musica-grabada-espana-2019-n204/>

PROMUSICAE (2021). Mercado de la música grabada en España en 2020. Disponible en: <https://www.promusicae.es/descarga-informes/mercado-de-la-musica-grabada-en-espana-2020-n222/>

PROMUSICAE (2022). Mercado de la música grabada en España en 2021. Disponible en: <https://www.promusicae.es/descarga-informes/mercado-de-la-musica-grabada-en-espana-2021-n240/>

PROMUSICAE (2024). Radiografía del mercado de la música grabada 2023. Disponible en: <https://www.promusicae.es/descarga-informes/radiografia-del-mercado-de-la-musica-grabada-2023-n263/>

PROMUSICAE (2025). Mercado de la música grabada en España en 2024. Disponible en: <https://www.promusicae.es/descarga-informes/infografia-mercado-de-la-musica-grabada-en-espana-ano-2024-n266/>

PROMUSICAE. (2023) Radiografía del mercado de la música grabada. La evolución de la industria discográfica en España durante 2022. Disponible en: <https://www.promusicae.es/descarga-informes/radiografia-de-la-musica-grabada-en-espana-2022-n255/>

PROMUSICAE. Radiografía del mercado de la música grabada. Evolución del consumo en los años de la pandemia (2020-2021). Disponible:

<https://www.promusicae.es/descarga-informes/radiografia-del-mercado-de-la-musica-grabada-2020-21-n238/>