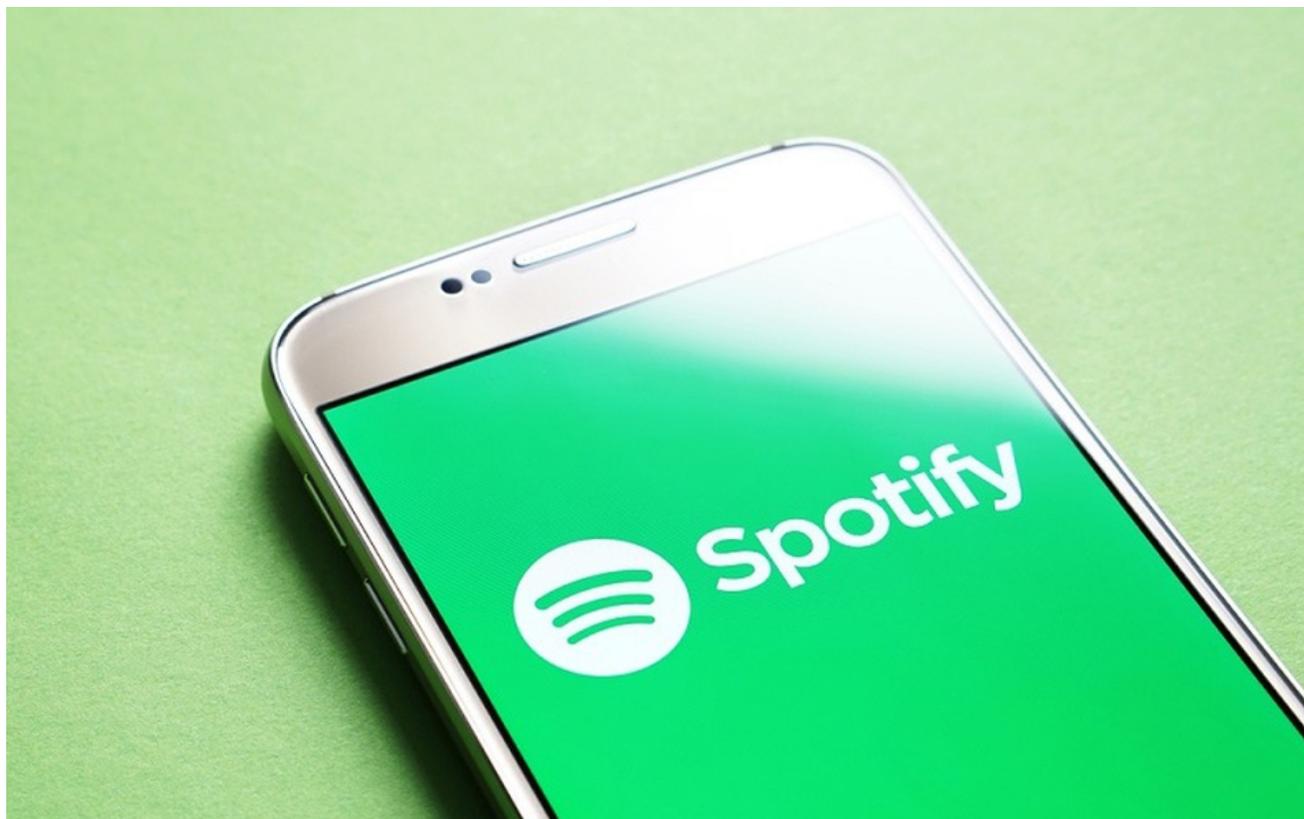


Spotify y streaming de música se disparan en la pandemia

 milenio.com/negocios/spotify-y-el-streaming-de-musica-se-disparan-en-la-pandemia



Spotify. Foto: (Shutterstock).

Yanin Alfaro

Ciudad de México / 27.01.2021 12:10:42

La pandemia ha empujado a que el consumo de contenidos y culturales por *streaming* crezca significativamente. Según la consultora The Competitive Intelligence Unit, el streaming de música creció 10 por ciento en 2020, al alcanzar 57.1 millones de escuchas, cifra que representa 63.4 por ciento de los internautas en México.

Asimismo, la frecuencia de acceso a plataformas digitales de música por suscripción aumentó 4.9 por ciento en 2020 derivado de la pandemia, para llegar a un promedio de 5.6 días a la semana.

“Spotify continúa ostentando el primer lugar como plataforma de acceso a contenidos digitales de audio, al contabilizar más de cuatro quintas partes del total de las suscripciones (80.7 por ciento). Esto es explicado por su abundante oferta de contenidos, la posibilidad de escuchar música con anuncios, así como atribuible a su incursión al mercado en su etapa de desarrollo temprano”, dice el analista Daniel Cabrera, en un comunicado de la CIU.

Te recomendamos: Spotify busca sellos discográficos a cambio de regalías Google Play Music/YouTube Music, le siguen con 5.1 por ciento; Apple Music, con 4.5 por ciento; y Amazon Prime Music, con 2.8 por ciento del total de las suscripciones, y el restante 6.9 por ciento se divide entre una gran variedad de jugadores.

El liderazgo de Spotify es a escala mundial, pues en 2020 llegó a 340 millones de usuarios, debido a que no sólo ofrece música, sino que ha diversificado su oferta de contenidos en audio, especialmente en el formato podcast, que lanzó en ciertos mercados prioritarios.

En México, Spotify Studios ya cuenta con producciones que han cautivado a los escuchas. En septiembre de 2018 lanzó *Tlatelolco: La plaza en movimiento* en colaboración con Rolling Stone México y Cultura UNAM y en octubre de 2019 la primera temporada del podcast policiaco *Fausto*, narrado por Damián Alcázar, que se convirtió en el podcast más escuchado en el país. En 2020 lanzó *Sonia*, la historia de una asistente virtual protagonizada por Aislinn Derbez y la segunda temporada de *Fausto*.

“No sólo son los músicos quienes interactúan con estas grandes compañías de streaming, sino periodistas, comentaristas, comediantes, economistas y demás jugadores han incursionado a través de podcasts a crear contenido de todo tipo. También en tiempos pandémicos, los podcasts registran un crecimiento notable”, opina Cabrera.

Según datos de la plataforma de streaming, en 2020 la oferta de podcast fue de 1.9 millones de títulos, contenidos con los que están comprometidos más del 16 por ciento de sus usuarios activos mensuales.

Según el estudio PwC, *Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024*, para 2023 habrá en México 38.4 millones de escuchas de podcast, frente a los 11.9 en 2018. Este año los ingresos en este formato incrementarán un 25.9 por ciento, unos 19 millones de dólares.