

**2016** ANUARIO **SGAE**  
**DE LAS ARTES ESCÉNICAS,  
MUSICALES  
Y AUDIOVISUALES**  
**RESUMEN EJECUTIVO**



**2016** ANUARIO **SGAE**  
**DE LAS ARTES ESCÉNICAS,  
MUSICALES  
Y AUDIOVISUALES**  
**RESUMEN EJECUTIVO**



Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales  
Un proyecto de la Fundación SGAE. Con la colaboración de SGAE

#### **EDICIÓN**

Fundación SGAE

#### **PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN SGAE**

Manuel Aguilar

#### **DIRECTOR GENERAL DE LA FUNDACIÓN SGAE**

Xosé Luis García Canido

#### **DIRECCIÓN TÉCNICA**

Pilar Granados Martínez, directora general de CIMEC

Rubén Gutiérrez del Castillo, responsable de Investigación y Desarrollo de la Fundación SGAE

Nuria Marcos, técnico de Estudios de CIMEC

Soraya Sánchez Albardíaz, técnico de Estudios de la Fundación SGAE

#### **COORDINACIÓN CAMPO SGAE**

Jesús López Palmero, director de Comunicación Pública y Red Territorial de SGAE

Javier Campillo, Dpto. de Comunicación Pública y Red Territorial de SGAE

#### **REDACCIÓN Y DOCUMENTACIÓN**

David Alameda. CIMEC

Sandra Campillo. CIMEC

Nuria Marcos. CIMEC

Melisa Sánchez. CIMEC

Soraya Sánchez Albardíaz. Fundación SGAE

#### **TRABAJO DE CAMPO, GRABACIÓN Y CODIFICACIÓN**

SGAE (Artes escénicas, música clásica, música popular, cine)

CIMEC

#### **PROCESO INFORMÁTICO DE LOS DATOS**

CIMEC

#### **CORRECCIÓN DEL TEXTO**

Fernando Peña Charlón

#### **DISEÑO DE CUBIERTA E INTERIORES**

José Luis de Hijes

#### **AGRADECIMIENTOS**

ADESE, Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento, AIMC, Etxekandere (Gabriela González, Martín Gutiérrez y Violeta Gutiérrez), Grupo COPE (Natalia Salinas), ICAA-Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (Carlos Merino), IFPI, Internet World Stats, Kantar Media, PRISA Radio, (Nuria Prieto), PROMUSICAE (María Cantón), SGAE (Juan Manuel Bermejo, Carlos Casado, Belén Ramonet, María Jesús Raudona, Carolina Rodríguez y a todos los directores de departamento y zonas), Sinis Technology S.L. (Juan Torrejón) y UVE (María Hevia).

#### **MAQUETACIÓN, DESARROLLO MULTIMEDIA Y PROGRAMACIÓN WEB**

Eventos & Sinergias, S.L.

#### **DEPÓSITO LEGAL**

M-26392-2012

©de los artículos introductorios: sus autores.

©FUNDACIÓN SGAE. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni total ni parcialmente, incluido el diseño de portada, ni registrada ni transmitida por un sistema de recuperación de información en ninguna forma ni por ningún medio, ya sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro sin el permiso previo, por escrito, de la editorial. Asimismo, no se deberá reproducir ninguna de sus ilustraciones sin contar con los permisos oportunos. Fundación SGAE no se identifica necesariamente con las opiniones de los colaboradores expresadas en este volumen.

#### **PARA MÁS INFORMACIÓN**

Fundación SGAE

C/Bárbara de Braganza, 7. 28004 MADRID

Teléfono: 915 03 68 51. E-mail: rgutierrez@fundacionsgae.org

www.fundacionsgae.org



© Luis Camacho

## 2015: estancamiento

MANUEL AGUILAR

Presidente de la Fundación SGAE

Conocer con rigor nuestro contexto resulta absolutamente fundamental para poder implementar medidas que contribuyan a mejorar la realidad. Este constituye, sin lugar a dudas, uno de los planteamientos sostenidos en el tiempo por la Fundación SGAE, organización que tengo el honor y el placer de presidir desde marzo de 2015 y que cumplirá 20 años de existencia en 2017. Si aplicamos este enfoque a nuestro ámbito de actuación –la autoría en primer lugar y, por coherencia, los sectores profesionales asociados a esta–, se explica con facilidad por qué presentamos, un año más, este trabajo. El *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*,

que alcanza en esta ocasión su edición decimosexta, se ha convertido en uno de los proyectos de referencia de nuestra Fundación. Un proyecto que nos caracteriza y distingue respecto a buena parte de las instituciones y agentes culturales que operan en nuestro país y que, por motivos varios, no tienen entre sus objetivos el análisis y el conocimiento del sector cultural. Un proyecto que se ha convertido en imprescindible gracias a la información que aporta sobre el desarrollo de sectores como la exhibición teatral, dancística y operística en España, la música en vivo –tanto popular como clásica–, la música grabada, la exhibición cinematográfica, el vídeo, la radio, la televisión y algunos aspectos de las nuevas tecnologías aplicadas a la cultura. Para esta edición, que recoge información del año 2015, y cuya versión íntegra puede ser consultada a través de [www.fundacionsgae.org](http://www.fundacionsgae.org), se han elaborado 320 tablas y gráficos que, repartidos en sus 520 páginas, facilitan el conocimiento detallado y riguroso de los sectores indicados.

Comenzaba este texto haciendo referencia a medidas que contribuyan a mejorar la realidad, la realidad cultural en nuestro caso (y, cuidado, con ella la del resto de la sociedad española). Medidas que solucionen problemas y que permitan el deseable desarrollo de nuestro sector. Un sector que, dicho sea de paso, según los últimos datos disponibles de la *Cuenta satélite de la cultura en España* realizada por el MECD, correspondiente al año 2012, supone el 3,4% del PIB –cifra que se va alejando de forma tan implacable como inquietante del característico



4% que representó hasta mediados de la pasada década—. Medidas que deben nacer de un análisis estratégico profundo, que señale al sector de la cultura y las artes como un vector fundamental para el desarrollo, económico y social, de nuestra sociedad. Sin embargo, observamos con preocupación cómo la cultura y las artes, lejos de aparecer como uno de los sectores estratégicos, apenas son abordados por las políticas culturales. No se trata únicamente de reivindicar recursos para este sector, sino, principalmente, en señalar la necesidad de acciones que generen actividad, crecimiento y una mayor difusión hacia el conjunto de la sociedad. En este sentido, no nos cansamos de llamar la atención sobre la necesidad de medidas para la internacionalización del sector, para avanzar en la democratización del acceso a la cultura y para mejorar la financiación, aspectos estos que han quedado fuera de las estrategias de generación de marca España, de la política cultural aún más basada en la oferta que en la demanda (de ahí el interés que ha despertado la reciente iniciativa del Gobierno italiano para dotar a los jóvenes de un bono de 500 euros para ser empleado en bienes y servicios culturales) y fuera también de la política fiscal aplicada al sector cultural, quedándose sin resolver la tan prometida nueva Ley de Mecenazgo. El cambio de paradigma tecnológico, que afecta tanto a la producción como al consumo, requiere de un marco jurídico eficaz que proteja a los titulares de los derechos de propiedad intelectual. Lamentablemente, las modificaciones más recientes, además de presentar algunos cambios negativos, como es lo referido a la remuneración compensatoria por copia privada (ahora, paradójicamente, a cargo de los Presupuestos Generales del Estado), no proveen unas reglas del juego que permitan el desarrollo de las industrias culturales en el nuevo entorno digital.

Mientras tanto, la evolución del sector cultural, tal y como queda expresado en las cifras del *Anuario*, muestra señales de estancamiento: si 2014 fue un ejercicio en el que se pudieron observar, por primera vez en varios años, variaciones positivas en algunos de los principales indicadores, el año 2015 se caracteriza por una muy tímida evolución positiva de algunos indicadores, que coexiste con ligeros descensos de otros. La lectura del *Anuario* deja claro que, o se aprovecha esta situación, algo más favorable que la correspondiente a los años anteriores, o difícilmente conseguiremos que los ámbitos culturales que aquí estudiamos se acerquen siquiera al nivel correspondiente a los años 2008 o 2009. Pero, para ello, resulta imprescindible una política clara que, insistimos, no tiene tanto que ver únicamente con el incremento de partidas presupuestarias como con definir una estrategia clara.

Si con la publicación de este estudio contribuimos a explicitar la necesidad de que el sector cultural sea objeto de una política bien diseñada, estaremos satisfechos, conscientes como somos de que la creación, a la que nos debemos, se encuentra en el origen de un sector que tanto tiene que aportar al conjunto de la ciudadanía.

Manuel Aguilar  
Presidente de la Fundación SGAE

# 2016 ANUARIO SGAE DE LAS ARTES ESCÉNICAS, MUSICALES Y AUDIOVISUALES



**2015: Estancamiento**  
Por MANUEL AGUILAR

3



**ARTES ESCÉNICAS**

7



**MÚSICA CLÁSICA**

16



**MÚSICA POPULAR**

20



**MÚSICA GRABADA**

25



**CINE**

28



**VÍDEO**

32



**TELEVISIÓN**

34



**RADIO**

36



**NUEVAS TECNOLOGÍAS**

38



## 1 ARTES ESCÉNICAS

Las cifras de las artes escénicas reflejan el impacto de la crisis y no terminan de remontar, pese a los ascensos puntuales que se experimentan. Aunque es cierto que la recaudación vuelve a aumentar por segundo año consecutivo, la asistencia ha bajado muy levemente respecto al año anterior, aunque supera a los 12,85 millones de espectadores de 2013. En cuanto a la subida de la recaudación, hay que recordar, una vez más, la subida en el IVA cultural que se llevó a cabo en el último tercio del año 2012 y que ha condicionado las cifras obtenidas. Recordemos que los ingresos libres de impuestos se han visto sustancialmente afectados, puesto que los datos de recaudación aportados en este informe tienen los impuestos incluidos.

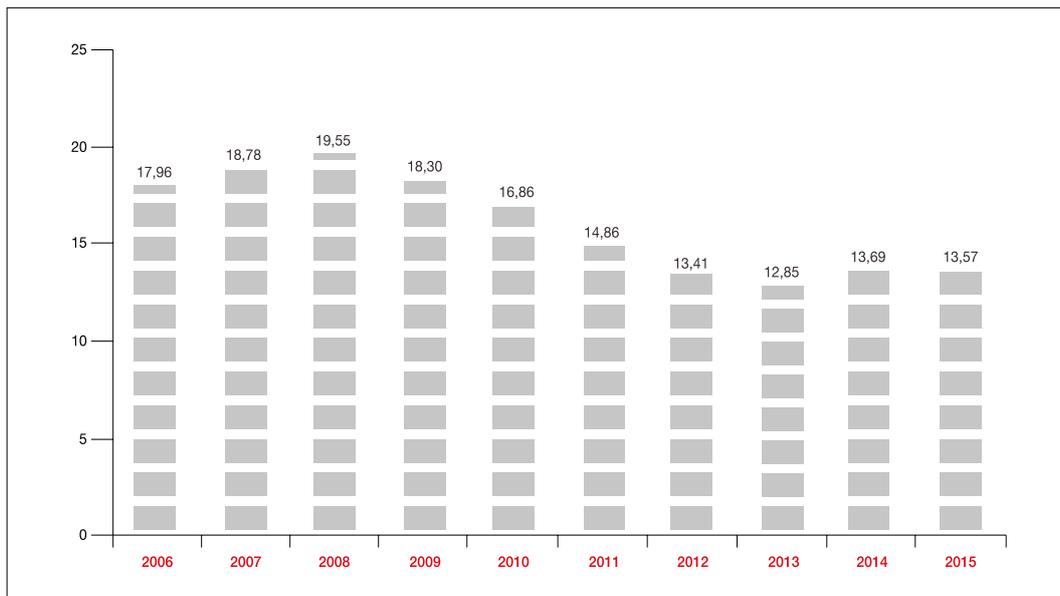
Como en años anteriores, en primer lugar, analizaremos los datos del año 2015 en relación a 2008, momento en que se alcanzaron los máximos en la mayoría de indicadores. Desde entonces se ha producido un descenso del 33,4% en el número de funciones, del 30,6% en el número de espectadores y del 15,2% en la recaudación (17,1% menos si comparamos los datos con los de 2009, año en que se alcanzó el máximo). Hay que recordar, como adelantábamos en el párrafo anterior, que en 2014 ya subieron el número de espectadores y la recaudación, aunque la oferta continúa experimentando caídas año tras año desde entonces.

En 2015 se realizaron un total de 49.948 representaciones, perdiéndose 1.032 respecto al año 2014 (un 2% menos). Observamos que se va ralentizando el retroceso, pero, no obstante, recordemos que la pérdida de actividad acumulada es ya de más de un tercio respecto a la actividad llevada a cabo en 2008 (con 74.949 funciones). Las CCAA que acumularon más oferta durante 2015 fueron, un año más, Madrid, con 16.171 representaciones (un 32,4% del total); Cataluña, con 10.928 (un 21,9% del total), y, a mucha distancia, con un 7,3% del total, Andalucía, que tuvo 3.670.

En el año 2015 hubo 13.571.837 asistentes, cifra solo un 0,8% inferior a la del año anterior. También Madrid se sitúa a la cabeza en asistencia, con 4.547.422 espectadores y un 33,5% del total. La siguen Cataluña, con 2.489.783 asistentes (el 18,3%), y, en este caso, Comunidad Valenciana, con 1.501.727 (11,1% del total).



**GRÁFICO 1** | Espectadores de artes escénicas (millones). 2006-2015

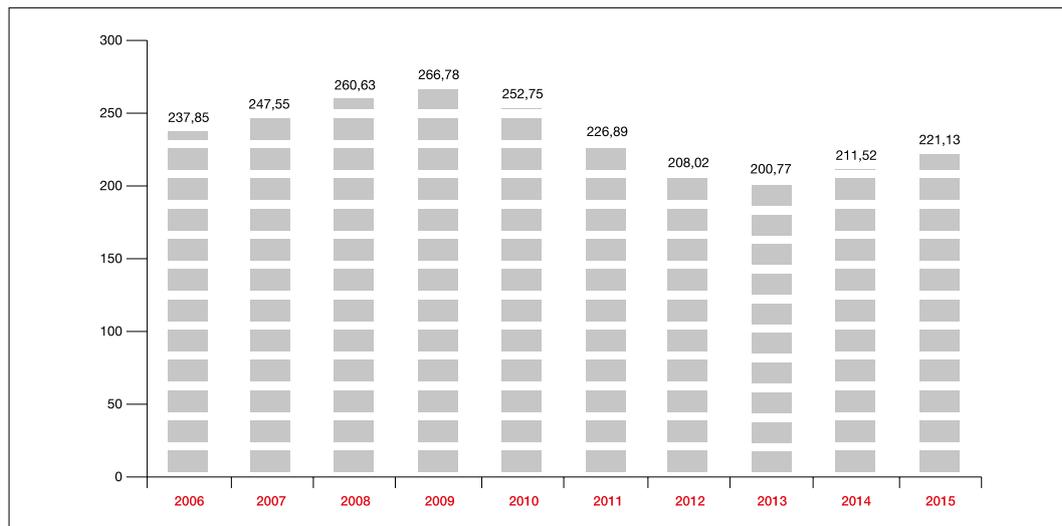


Unidad: Millones de espectadores.  
Fuente: SGAE.

Como ya avanzábamos, la recaudación ha aumentado respecto al año 2014 (un 4,5%), cambiando, de nuevo, la tendencia iniciada en 2009 y que se mantuvo durante cinco años consecutivos. Durante 2015 se recaudaron 221.125.117 euros (9,6 millones de euros más que el año anterior). Si analizamos los resultados por CCAA, volvemos a encontrar el mismo panorama que en los indicadores ya analizados. Madrid es la comunidad que obtuvo mayores ingresos, aglutinando más de la mitad de la recaudación española en artes escénicas, 111,49 millones de euros. La siguen Cataluña, con 47,26 millones de euros (21,4% del total), y Andalucía, con 12,68 millones de euros (5,7% del total).



**GRÁFICO 2** | Recaudación total de artes escénicas (millones de euros). 2006-2015



Unidad: Millones de euros.  
Fuente: SGAE.

A continuación, vamos a profundizar en los resultados obtenidos en teatro, danza y ópera y zarzuela, haciendo referencia a los tres indicadores ya analizados de manera general.

## TEATRO

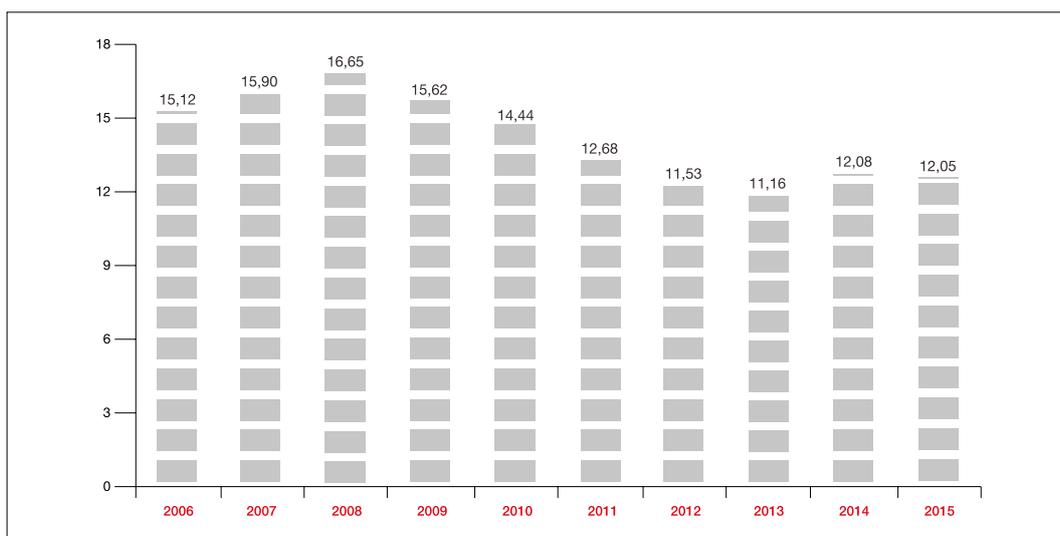
El teatro es el que tiene un peso específico mayor en el total de la oferta de artes escénicas, con un 93,7% de las representaciones realizadas en 2015. Por este motivo, las tendencias analizadas anteriormente son las mismas en un porcentaje similar. Desde 2008 se acumulan unos descensos del 31,8% en el número de representaciones, del 27,7% en el número de espectadores y del 4% en la recaudación (este último descenso aumenta hasta el 6,9% si se compara con la cifra de 2009).

En 2015 se realizaron un total de 46.774 funciones de teatro, lo que equivale a un 1,9% menos que en 2014. Madrid es la comunidad que acumula más funciones de teatro, un 32,7% del total, 15.274 representaciones en 2015. La siguen Cataluña, con 10.255 y un 21,9%, y Comunidad Valenciana, que este año le arrebató la tercera posición a Andalucía, con 3.405 representaciones y un 7,3% del total.



Si observamos los datos de asistencia, podemos comprobar que en el año 2015 hubo 12.045.487 espectadores de teatro, solo se pierden 31.145 respecto al año anterior (un 0,3% menos). Durante el año 2015, Madrid también es la comunidad que acumuló una mayor asistencia, el 35,1% del total, lo que equivale a 4.232.219 espectadores. Y siguiendo también la tónica general de los años anteriores, Cataluña ocupa la segunda posición, con un 17,7% del total y 2.130.369 espectadores, seguida de Comunidad Valenciana, con un 11,7% y 1.415.079 asistentes.

**GRÁFICO 3** | Espectadores de teatro y otras artes escénicas (millones). 2006-2015

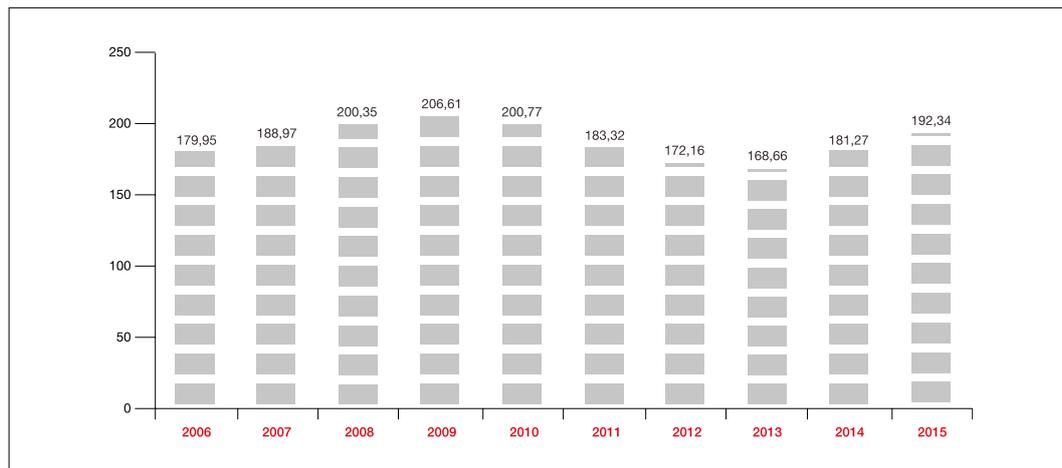


Unidad: Millones de espectadores.  
Fuente: SGAE.

Para finalizar este apartado de teatro, en 2015 se recaudaron 192.341.256 euros, dato que superó en 11.073.527 euros la recaudación del año anterior (un 6,1% más). Las CCAA que obtuvieron una recaudación mayor fueron Madrid, con 101.530.899 euros recaudados (el 52,8% del total); Cataluña, con una recaudación de 38.539.956 euros (el 20% del total), y, con un 5,4% del total de la recaudación, Andalucía, lo que equivale a 10.480.871 euros.



**GRÁFICO 4** | Recaudación de teatro (millones de euros). 2006-2015



Unidad: Millones de euros.  
Fuente: SGAE.

## DANZA

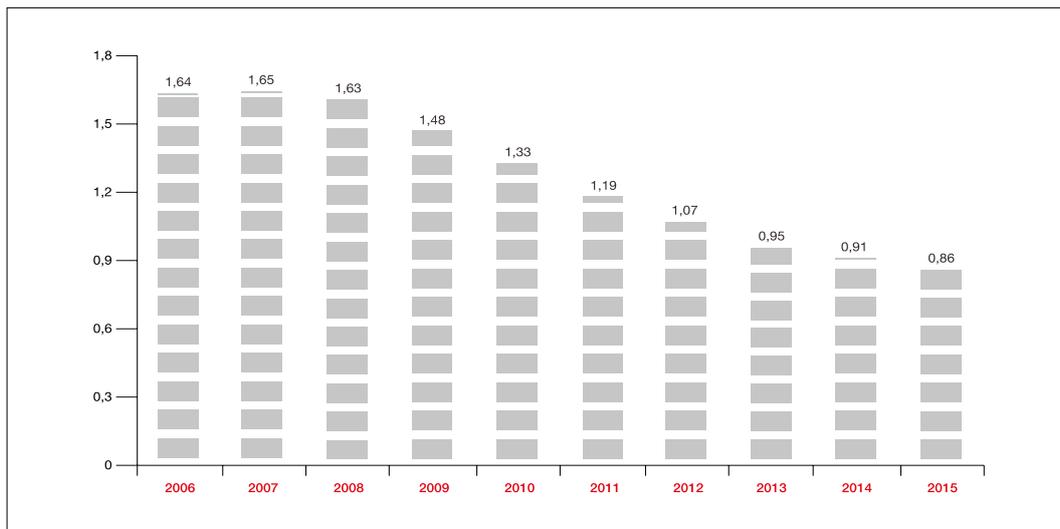
El caso de la danza es aún más dramático, pues sigue acumulando pérdidas en todos los indicadores desde el año 2007. Continuando con los mismos criterios utilizados hasta el momento, compararemos los resultados obtenidos en 2015 con los de 2008. Desde ese año, observamos que se pierde un 55,6% en el número de representaciones, un 47% en el número de espectadores y un 54,7% en la recaudación.

En 2015, con 2.068 representaciones de danza, se pierden 90 respecto a 2014 (un 4,2% menos). Las CCAA con más actividad vuelven a ser Madrid, con 535 representaciones (un 25,9% del total); Cataluña, con 421 (el 20,4%), y Andalucía, con 276 (reúne el 13,3%). En los tres casos, se pierde actividad respecto al año anterior.

Algo muy semejante ocurre con el número de espectadores, que fueron 862.689 en 2015, 47.047 menos que en 2014 (un 5,2% menos). Igual que ocurrió el año anterior, Cataluña es la comunidad que acumula una asistencia mayor, con 167.629 espectadores (un 19,4% del total). Madrid la sigue, con 155.292 espectadores (un 18% del total). En tercer lugar, encontramos Andalucía, que reúne 104.970 espectadores de danza en 2015 (un 12,2% del total). En las tres CCAA se pierde asistencia respecto al año anterior.



**GRÁFICO 5** | Espectadores de danza (millones). 2006-2015

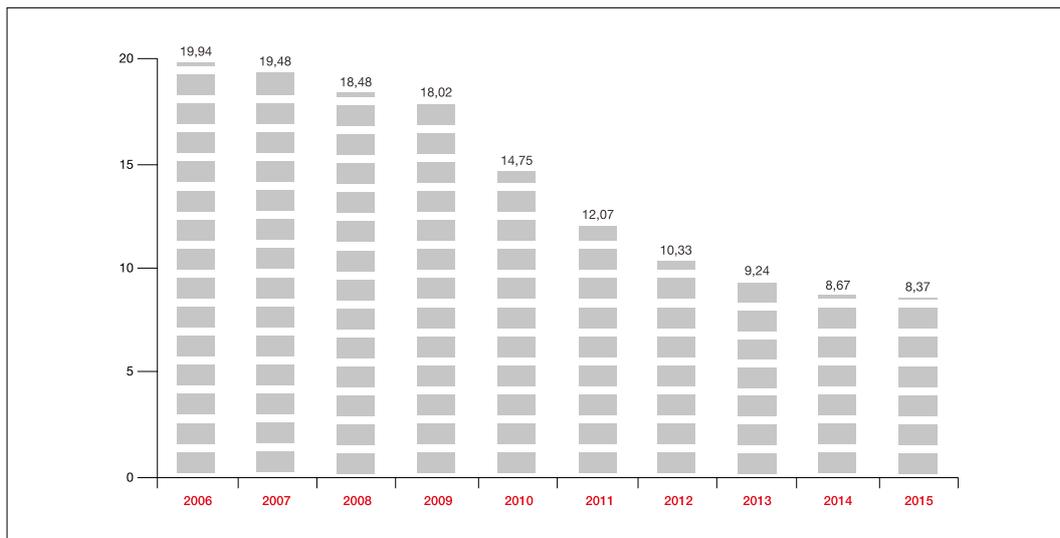


Unidad: Millones de espectadores.  
Fuente: SGAE.

La recaudación, tal y como adelantábamos, vuelve a caer (un 3,5% menos respecto a 2014). Durante 2015 se recaudaron 8.370.836 euros, 302.062 menos que un año antes. Las CCAA que concentraron más recaudación fueron, un año más, Madrid, con 2.455.993 euros (un 29,3% del total); Cataluña, con 1.996.980 (un 23,9% del total), y Andalucía, con 735.863 (8,8% del total).



**GRÁFICO 6** | Recaudación de danza (millones de euros). 2006-2015



Unidad: Millones de euros.  
Fuente: SGAE.

## ÓPERA Y ZARZUELA

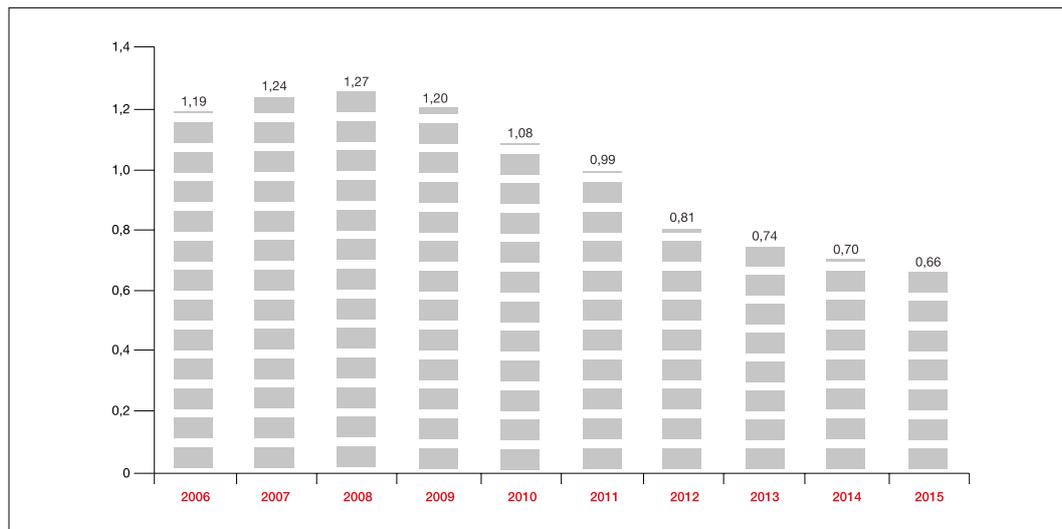
El género lírico sufre descensos en los tres indicadores un año más, siendo ya siete años de caídas consecutivos. Si comparamos los datos de 2015 con los obtenidos en 2008, el número de representaciones ha caído un 35,8% y se han perdido el 47,6% de espectadores y un 51,2% de recaudación.

En 2015 se registraron 1.106 representaciones, 56 menos que un año antes, lo que supone un 4,8% menos. El orden de las tres CCAA con más representaciones de ópera y zarzuela se repite: Madrid encabeza esta lista, con 362 (un 32,7% del total); Cataluña la sigue, con 252 (un 22,8% del total), y, en tercer lugar, Andalucía, con 87 (un 7,9% del total).

Durante 2015 se registraron 663.661 espectadores, 37.448 menos que en 2014 (se pierde un 5,3% de asistencia). Cataluña vuelve a ocupar la primera posición por número de espectadores, con un 28,9% del total (191.785 espectadores). La siguen Madrid, con 159.911 asistentes (24,1% del total); Andalucía, con 66.933 espectadores, y País Vasco, con 66.907 (en ambos casos suponen un 10,1% del total).



**GRÁFICO 7** | Espectadores de género lírico (millones). 2006-2015

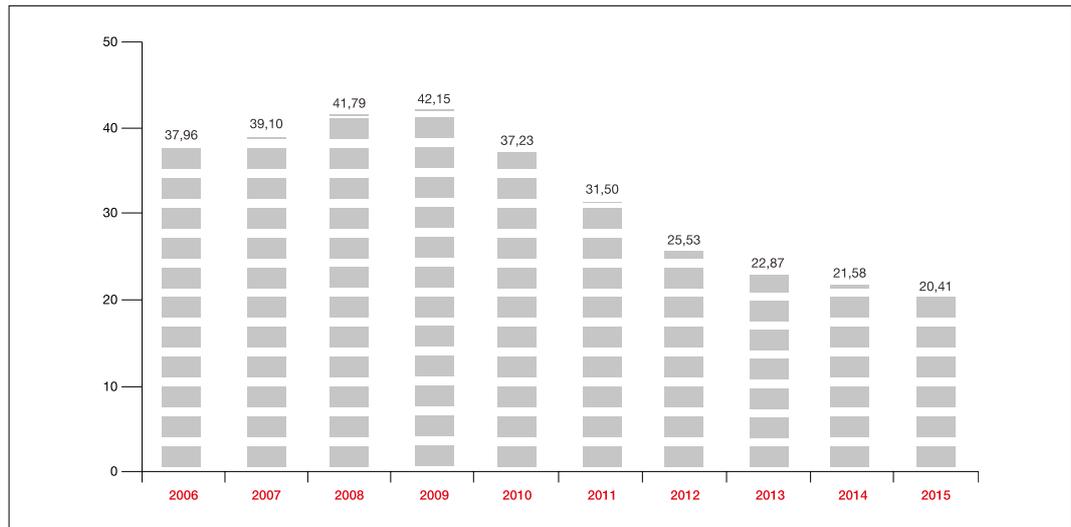


Unidad: Millones de espectadores.  
Fuente: SGAE.

En 2015 vuelve a caer la recaudación, hasta los 20.413.025 euros: se pierden 1.167.615 euros si comparamos los datos con el año que lo antecede (un 5,4% menos). A pesar de que Cataluña supera a Madrid en asistencia, vuelve a ser esta última la que obtiene una recaudación mayor, con 7.506.163 euros (el 36,8% de la recaudación total). La siguen Cataluña, con 6.718.515 euros y un 32,9% del total, y País Vasco, con 1.928.917 euros (el 9,4% del total).



**GRÁFICO 8** | Recaudación de género lírico (millones de euros). 2006-2015



Unidad: Millones de euros.  
Fuente: SGAE.

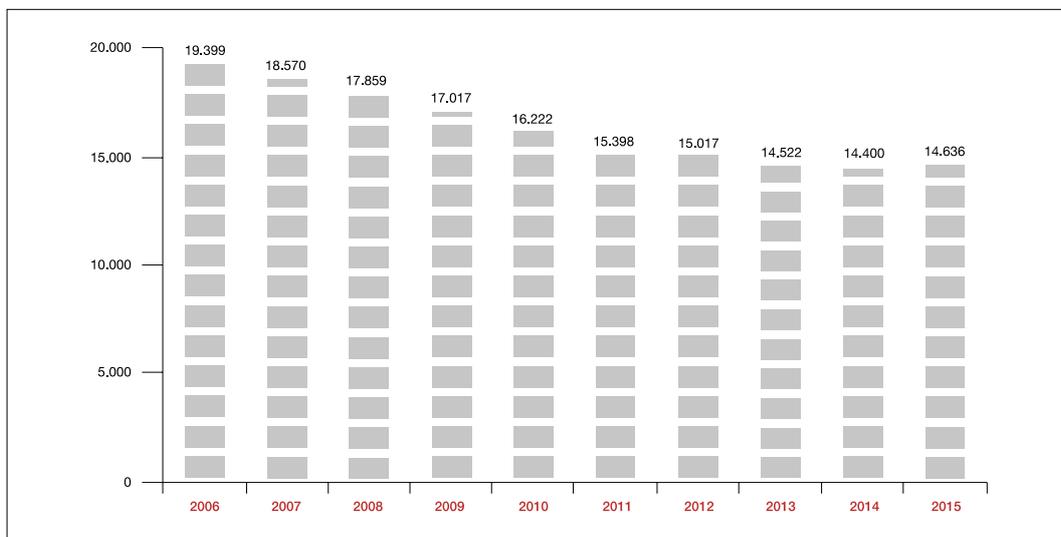


## 2 MÚSICA CLÁSICA

En 2015 los datos de música clásica son más esperanzadores, ya que los tres indicadores han iniciado una recuperación, después de ocho años sucesivos de descensos. Desde 2008 y hasta 2014 se habían acumulado las siguientes caídas: un 19,4% en el número de conciertos, un 20,3% en el número de espectadores y un 20,4% en la recaudación. Con los datos positivos de 2015, estas diferencias se han reducido ligeramente hasta el 18,1% en el número de conciertos, el 18% en la asistencia y el 16,1% en la recaudación.

Durante 2015 se han registrado 14.636 conciertos de música clásica, lo que supone un aumento en 236 conciertos en relación al año anterior (un 1,6% más) y, lo que es más importante, parece que se ha frenado la caída y se ha iniciado una lenta recuperación. Si analizamos por separado las cifras de conciertos de pago y gratuitos, vemos que los primeros son los que incorporan esta mejoría de la que hablábamos, en cambio los conciertos gratuitos han vuelto a caer (30 conciertos menos que en el año anterior).

GRÁFICO 9 | Conciertos de música clásica. 2006-2015

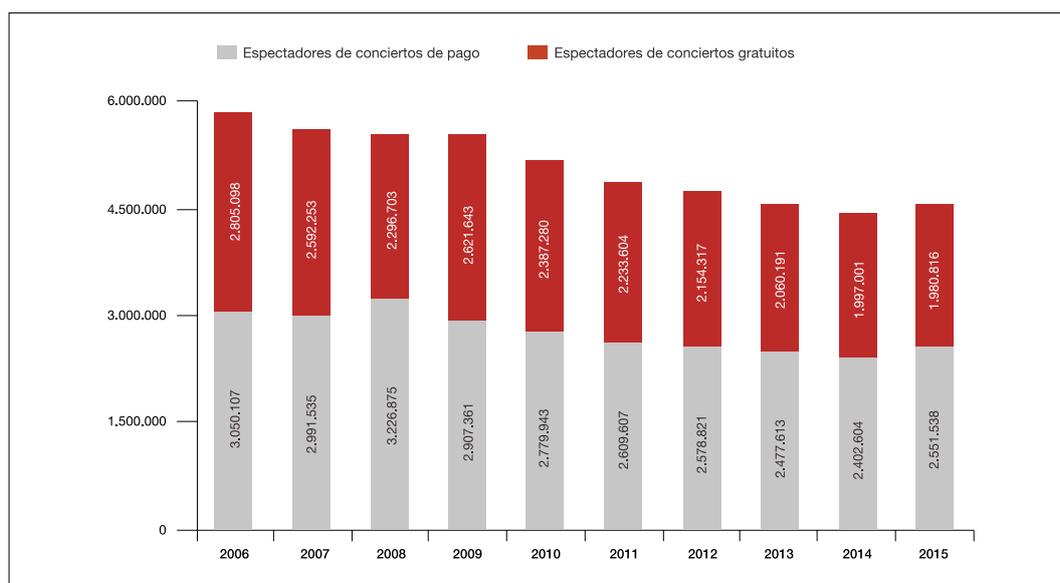


Fuente: SGAE.



En 2015 se registraron 4.532.354 espectadores a conciertos de música clásica, 132.749 más que en 2014 (un 3% más). Al igual que ocurría con la actividad, es la asistencia a conciertos gratuitos la que se ha visto reducida (en 16.185 asistentes). Madrid vuelve a ser la comunidad con más espectadores de música clásica, en concreto 855.984 (un 18,9% del total), seguida de Comunidad Valenciana, con 711.907 (15,7% del total), y Cataluña, con 630.744 (un 13,9% del total).

GRÁFICO 10 | Espectadores de música clásica. 2006-2015

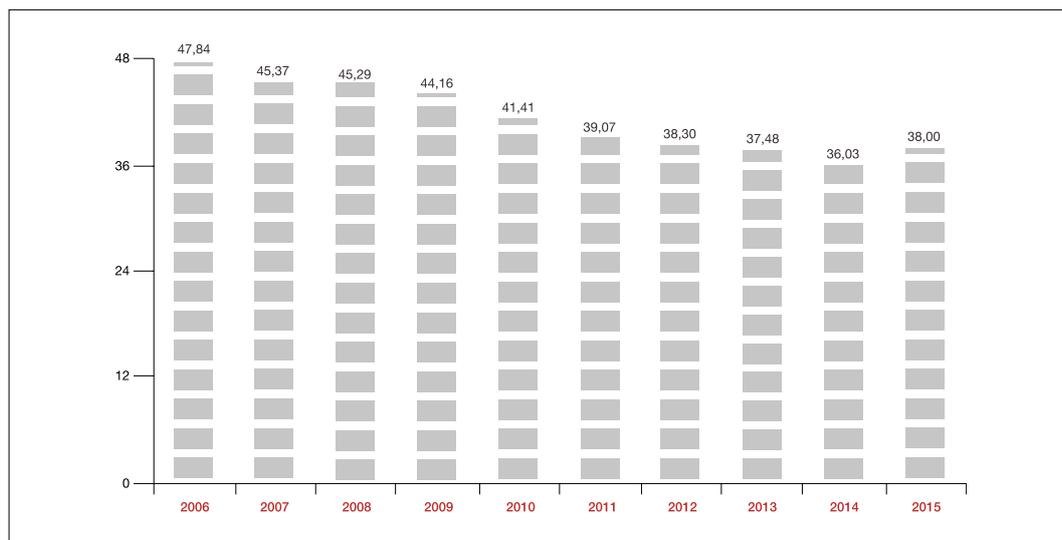


Fuente: SGAE.

Durante 2015 se recaudaron 38.001.213 euros, cifra que se aproxima a la alcanzada en 2012. Respecto al año 2014, la recaudación ha crecido un 5,5% (1.973.678 euros más). Solo Comunidad Valenciana ha visto reducida la cifra obtenida el año anterior, las demás CCAA la vieron elevada. Las que obtuvieron una recaudación mayor en 2015 fueron: Madrid, que obtuvo 11.822.040 euros (el 31,1% de la recaudación total); Cataluña, con 9.674.517 euros (un 25,5% del total), y País Vasco, con 3.809.919 euros (un 10% del total).



**GRÁFICO 11** | Recaudación de los conciertos de música clásica (en millones de euros). 2006-2015



Fuente: SGAE.

Para completar los datos de este capítulo analizaremos los alcanzados según nuestra clasificación, que divide los globales de música clásica en cuatro subgrupos. En primer lugar, la **música sinfónica** obtiene resultados positivos en todos sus indicadores. Durante 2015 se alcanzaron los 2.285 conciertos, con una recuperación del 7,2% respecto al año anterior (aumenta en 153 conciertos), siendo más evidente esta subida en los conciertos de pago (un 8,5% más que en 2014). Por CCAA, las que acaparan mayor actividad en 2015 son Cataluña, con un 17,4% del total (398 conciertos de música sinfónica); Madrid, con un 16,5% (377 conciertos), y País Vasco, que acumula el 13,6% (311 conciertos). Este tipo de conciertos atrajo a 1.533.568 asistentes, elevando en un 6,5% la cifra del año anterior (93.046 espectadores más). Por CCAA, las que concentraron mayor asistencia fueron: Madrid, con 415.444 espectadores (un 27,1% del total); País Vasco, con una asistencia de 258.038 personas (un 16,8% del total), y Cataluña, con 231.581 asistentes (un 15,1% del total). La recaudación obtenida en 2015 por los conciertos de música sinfónica fueron 22.767.734 euros (acapara un 59,9% de la recaudación total de música clásica con solo un 15,6% de la actividad). Observamos que se obtienen 1.358.040 euros más que en 2014, lo que supone un 6,3% más. El *ranking* de CCAA por recaudación está encabezado por: Madrid, que recauda 7.306.180 euros (un 32,1% del total); Cataluña, que obtiene 4.709.765 euros (20,7% del total), y País Vasco, con 2.712.367 euros recaudados (11,9% del total).



La **música de cámara y solistas** concentra un 51,1% del número de conciertos y un 40,4% de la asistencia de los totales de música clásica, en estos dos indicadores posee el mayor peso específico. En 2015 se realizaron 7.475 conciertos, aunque de ellos solo 2.689 fueron de pago, siguiendo la tendencia de años anteriores. Se aumentó un 1,7% la actividad en relación al año 2014 (125 conciertos más). Las CCAA que registraron más actividad de música de cámara y solistas durante 2015 fueron Madrid, con 1.300 conciertos (un 17,4% del total); Cataluña, con 1.128 conciertos (un 15,1% del total), y Andalucía, con 1.097 conciertos (un 14,7% del total). Un total de 1.829.639 espectadores acudieron durante 2015 a estos conciertos. Esto significa una subida respecto al año anterior de un 2,3% (40.752 asistentes más). Las CCAA que concentran la mayor asistencia fueron Madrid, con 370.938 asistentes (un 20,3% del total); Cataluña, con 292.408 asistentes (un 16% del total), y Comunidad Valenciana, con 234.420 asistentes (12,8% del total). En 2015 subió la recaudación respecto al año 2014 en un 2,8% (365.883 euros más), recaudándose un total de 13.298.690 euros. Cataluña, con 4.720.074 euros (un 35,5% del total); Madrid, con 4.109.821 euros (un 30,9% del total), y País Vasco, con 784.642 euros (un 5,9% del total), fueron las CCAA con mayor recaudación en 2015.

La **música coral**, durante 2015, con 1.828 conciertos, concentra el 12,5% de la actividad de música clásica, aunque su peso específico es de un 8,5% en asistencia (384.641 espectadores) y del 3,4% en recaudación (1.278.483 euros). Durante el mismo año, la **música de bandas y rondallas** tiene mayor peso específico en número de conciertos (el 20,8%, con 3.048 conciertos) y asistencia (el 17,3%, con 784.506 espectadores), pero es prácticamente residual en el caso de la recaudación (1,7%, con 656.307 euros).



## 3 MÚSICA POPULAR

Los resultados que se han obtenido en 2015 en número de conciertos y espectadores son negativos e inferiores a los obtenidos en 2014. También la recaudación de los conciertos, a pesar de llevar incorporado el IVA (con la respectiva subida en el IVA cultural de 2012, ya mencionada con anterioridad en este informe), es inferior a la obtenida en 2014. Solo la recaudación, incorporando datos de macrofestivales y grandes conciertos, logra remontar en 2015, lo que demuestra la buena acogida que tienen dichos eventos en España.

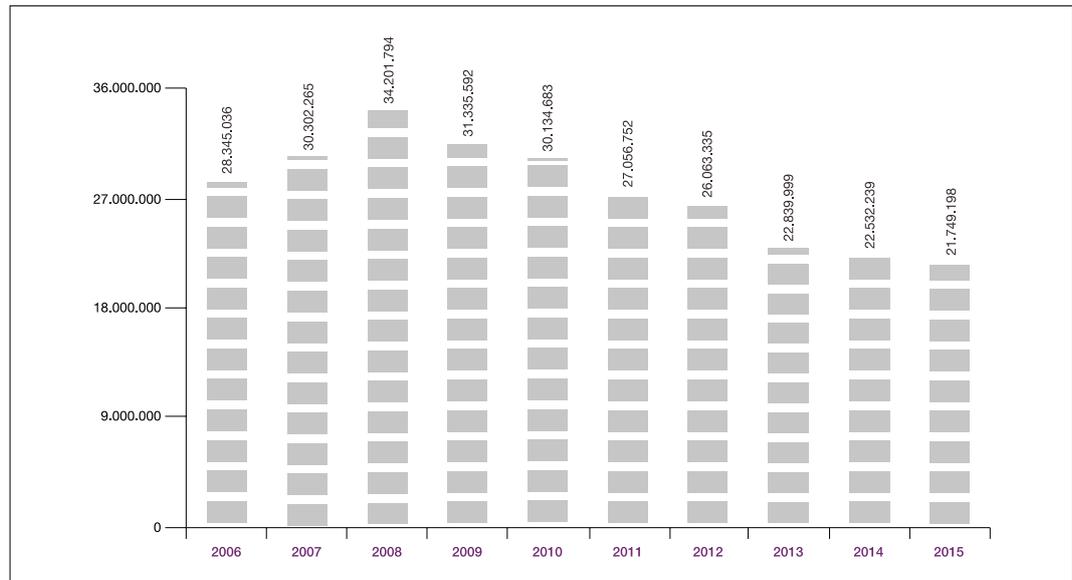
Si comparamos los resultados obtenidos en 2015 con los que se obtuvieron en 2008, año en que se alcanzan los mejores resultados en gran parte de los indicadores analizados, tenemos que la actividad cayó un 34,9% (48.401 conciertos menos). Comparando la asistencia de los mismos años, vemos que se pierde un 36,4% (12.452.596 asistentes menos) mientras que la recaudación, en cambio, sube un 1,7% (3.061.147 euros más), siempre incluyendo los datos de macrofestivales y grandes conciertos. Estas cifras difieren si solo tenemos en cuenta los conciertos descontando los dos eventos previamente mencionados. En este caso, tenemos que desde 2008 la asistencia ha caído un 32,8% (9.448.759 asistentes menos) y la recaudación pierde un 24,8% o 37.203.185 euros (llegando hasta el 27,9% menos si comparamos 2015 con 2009, 43.799.403 euros menos).

Durante 2015 se realizaron 90.212 conciertos en vivo de música popular. Se pierde un 4,6% respecto al año anterior (4.377 conciertos menos). El 25,1% del total estatal de conciertos en vivo de música popular durante 2015 se hicieron en Madrid (22.628 conciertos), el 24% en Andalucía (21.631 conciertos) y el 14,2% en Cataluña (12.791 conciertos).

Centrándonos en los datos que incluyen macrofestivales y grandes conciertos, tenemos una asistencia de 21.749.198 personas, lo que equivale a una pérdida del 3,5% respecto a 2014 (783.041 asistentes menos). Las CCAA con más asistencia durante 2015 son Andalucía, con 4.243.130 asistentes (un 19,5% del total); Cataluña, con 3.924.739 (un 18% del total), y Madrid, con 3.553.911 (un 16,3% del total).



**GRÁFICO 12** | Total espectadores de música popular en vivo. 2006-2015

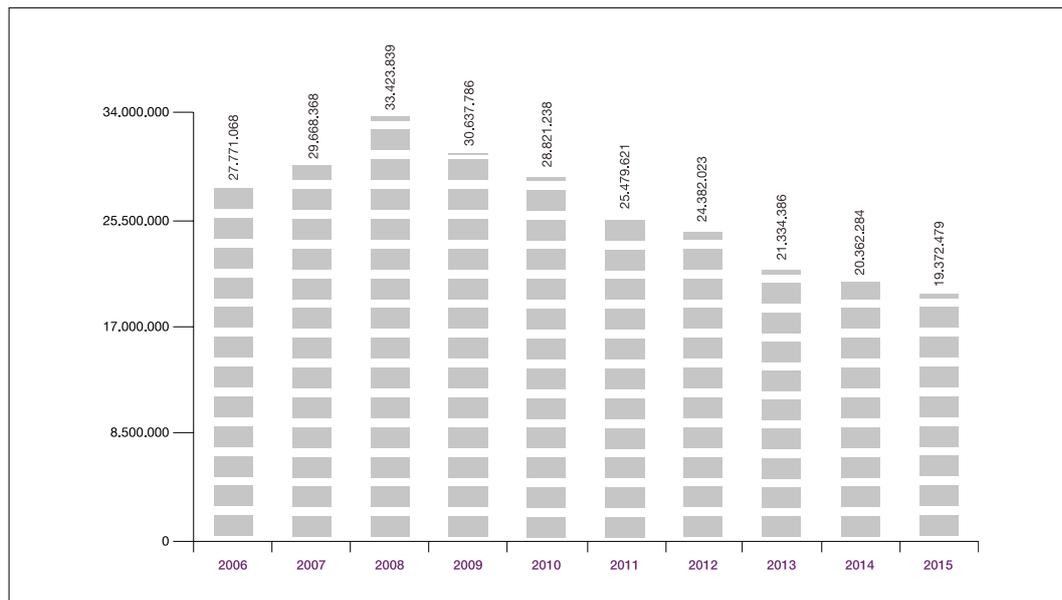


Nota: Incluye los datos de conciertos, macrofestivales y grandes conciertos.  
Unidad: Individuos.  
Fuente: SGAE.

Si descontamos los macrofestivales y grandes conciertos, en 2015 hubo 19.372.479 asistentes a conciertos en vivo de música popular, un 4,9% menos que en 2014 (989.805 asistentes menos). El orden de las CCAA por número de espectadores a conciertos es el siguiente: Andalucía reúne un 21% del total (4.064.121 asistentes); Cataluña concentra el 18,3% de la asistencia (con 3.546.327 asistentes), y Madrid recoge el 17,9% (3.475.468 asistentes).



**GRÁFICO 13** | Espectadores de conciertos de música popular en vivo. 2006-2015

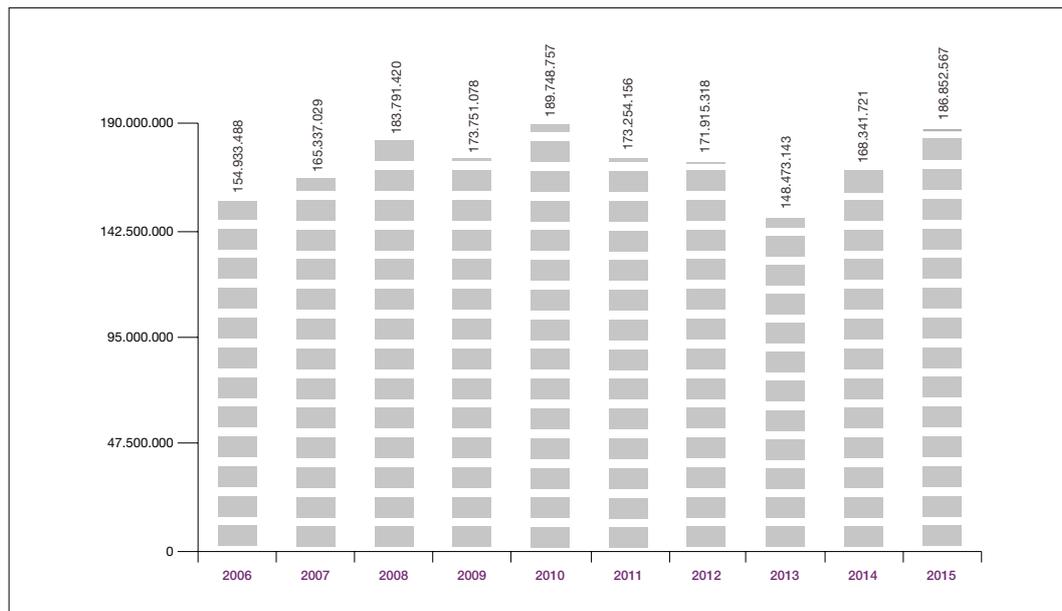


Nota: No incluye los datos de macrofestivales y grandes conciertos.  
Unidad: Individuos.  
Fuente: SGAE.

Si incluimos los datos con macrofestivales y grandes conciertos, la recaudación fue de 186.852.567. A pesar de los datos negativos descritos en la asistencia, este indicador sube un 11% respecto a 2014 (aumenta en 18.510.846 euros). Cataluña es la comunidad que concentra un porcentaje mayor de recaudación (el 21,8% del total), alcanzando los 40.643.966 euros. En segundo lugar, encontramos Madrid, con una recaudación de 32.138.023 euros (el 17,2% del total). Y en tercer lugar vuelve a posicionarse Comunidad Valenciana, con 30.374.863 euros (el 16,3% del total).



GRÁFICO 14 | Recaudación total de música popular en vivo. 2006-2015



Nota: Incluye los datos de conciertos, macrofestivales y grandes conciertos.

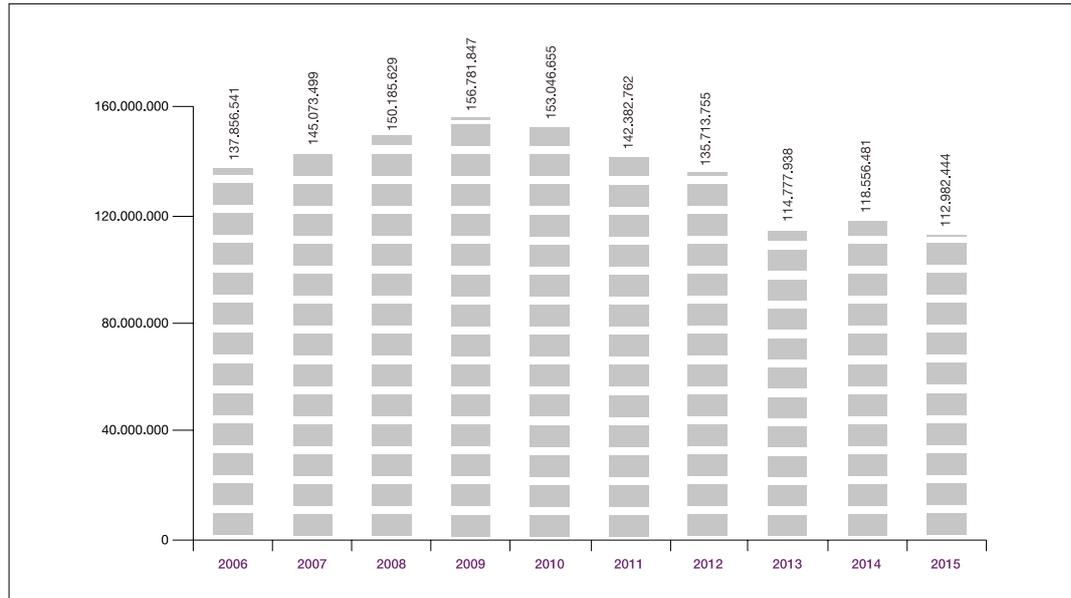
Unidad: Euros.

Fuente: SGAE.

No obstante, la recaudación de los conciertos de música popular en vivo (descontando macrofestivales y grandes conciertos) cae en 2015 un 4,7% respecto al año 2014, lo que equivale a la pérdida de 5.574.037 euros. Tras la ligera recuperación del año 2014, se reinicia la tendencia decreciente comenzada en 2010. Como en años anteriores, las CCAA con una mayor recaudación fueron Madrid, con 29.228.674 euros (el 25,9% del total); Cataluña, con 24.226.323 euros (21,4% del total), y Andalucía, con 15.463.742 euros (13,7% del total). Hay que mencionar que, salvo Navarra, que aumenta su recaudación un 8,1%, todas las CCAA han visto reducida su recaudación por conciertos de música popular en vivo.



**GRÁFICO 15** | Recaudación de los conciertos de música popular en vivo. 2006-2015



Nota: No incluye los datos de macrofestivales y grandes conciertos.

Unidad: Euros.

Fuente: SGAE.



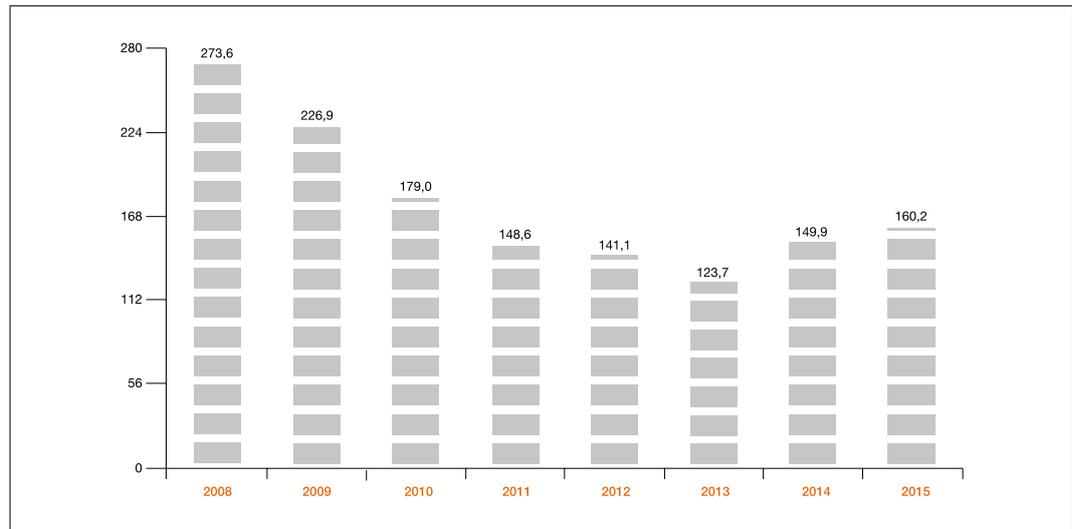
## 4 MÚSICA GRABADA

Por segundo año consecutivo, se se observa una evolución positiva en los resultados de la música grabada en España. Sin embargo, si nos remontamos a las cifras de 2008, se acumulan pérdidas del 41,4% (del 47,6% si retrocedemos hasta 2007). El mercado digital, todavía en ascenso progresivo, está consiguiendo minimizar estos descensos: desde 2008 ha ganado un 151,4% (lo que supone 47,6 millones de euros más). En 2015 ha alcanzado un peso específico del 49,4% del mercado total de música grabada (recordemos que en 2008 solo representaba el 11,5% del total). Este hecho no solo ha estado condicionado por la tendencia alcista del mercado digital, sino que ha estado propiciado por la tendencia contraria en el mercado físico. Este último ha acumulado unas pérdidas en 2015 del 66,5% respecto a 2008, y eso considerando que en 2014 se produjo una recuperación (en 2013, estas pérdidas llegaron al 70,4%). En 2015, el mercado físico sigue acaparando el 50,6% del mercado total de música grabada, aunque si continúa la misma tendencia, es posible que el próximo año pierda la supremacía respecto al mercado digital.

La cifra de la recaudación mundial de música grabada en 2015 vuelve a repetir la del año anterior, obteniéndose 15.000 millones de dólares. Por otro lado, la recaudación en España en 2015 crece por segundo año consecutivo, siendo de 160,19 millones de euros, cifra que supera en un 6,9% la del año anterior (10,28 millones de euros más). No obstante, si profundizamos en el análisis de los datos, observamos, como ya comentamos, que esta mejora no afecta al mercado físico, que cae hasta los 81,16 millones de euros, un 6,7% menos respecto a 2014 (5,84 millones de euros menos). El mercado digital, al contrario, aumenta, alcanzando los 79,03 millones de euros, un 25,6% más respecto al año anterior. Si desglosamos esta cantidad, observamos que 64,94 millones de euros se consiguen por el *streaming* (lo que representa el 82,2% del total del mercado digital). Las descargas suponen el 15,6%, 12,36 millones de euros.



**GRÁFICO 16** | Evolución del valor de las ventas de música grabada en España. 2008-2015

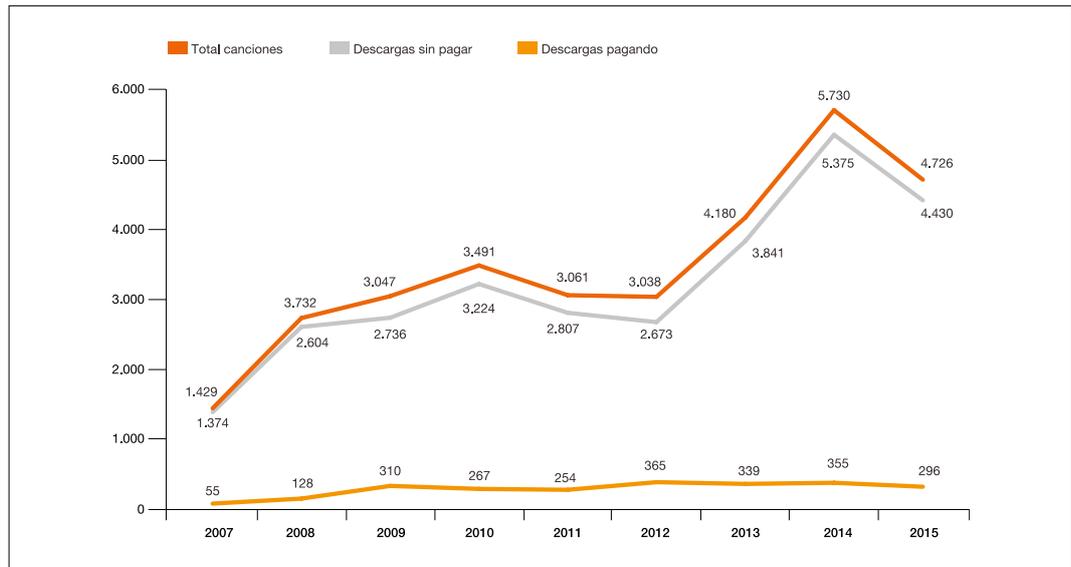


Unidad: Millones de euros.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Promusicae.

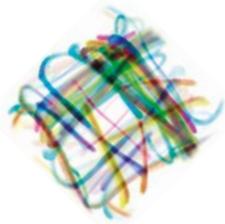
El volumen total de descargas de archivos musicales descendió en 2015 un 17,5% respecto al año anterior. De 5.730 millones de archivos descargados en 2014 a 4.726 millones en 2015. No obstante, se mantiene similar proporción de archivos gratuitos descargados que el año anterior (el 6,3% del total).



GRÁFICO 17 | Volumen total de archivos musicales descargados. 2007-2015



Nota: Los datos incluyen las descargas por ordenador hasta 2013, a partir de 2014 se añaden también las realizadas con *tablet* y móvil.  
Unidad: Millones de archivos audiovisuales 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 2015*, de Fundación SGAE.



## 5 CINE

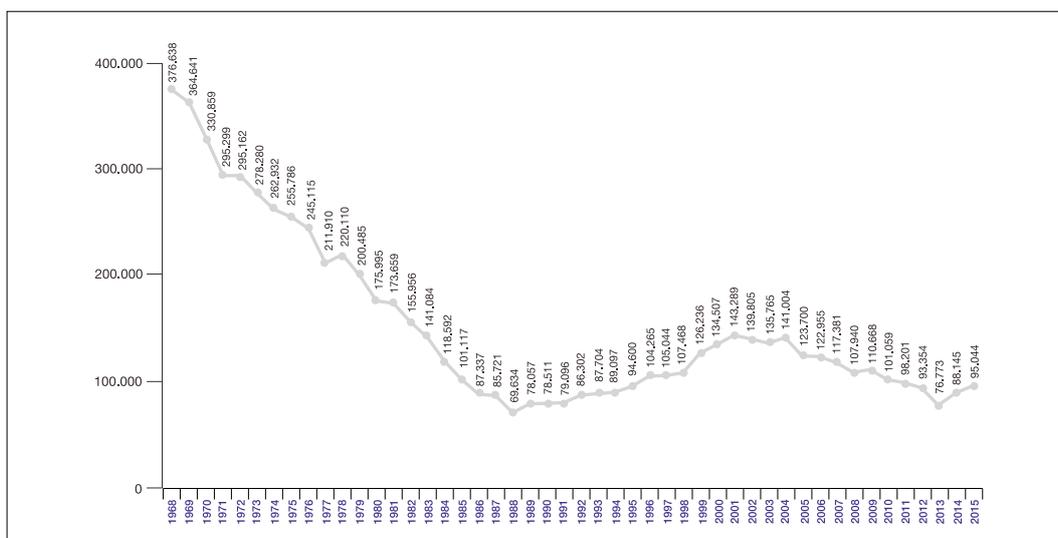
Desde 2004 se habían ido sucediendo descensos en todos los indicadores del cine en España, sin embargo, los dos últimos años han sido testigos de ascensos. No obstante, las cifras de 2015 se encuentran lejos de las obtenidas en 2008, año seleccionado para nuestras comparativas. Desde entonces se han perdido 372 pantallas de cine (un 13,7%), mientras el número de sesiones ha caído un 21,4% (38.201 menos). La asistencia también sigue siendo en 2015 un 12% inferior a la de 2008, pese a las cifras positivas de los dos últimos años (en 2013, esta diferencia llegó al 28,9% menos). La recaudación ha perdido un 8,6% desde el mismo año, lo que supone unos ingresos de 53,52 millones de euros menos en 2015 (en 2013, la diferencia alcanzó el -20,1%, lo que en recaudación supone 125,49 millones de euros menos al año).

En 2015 hemos asistido a un nuevo descenso en el número de pantallas, que han bajado hasta las 3.597 (se perdieron 64 pantallas, un 1,8% menos que en 2014). Siguen creciendo, por contra, el número de pantallas digitales en España, llegando en 2015 a las 3.502 (10,1% más que en 2014). También aumentan de nuevo el número de películas proyectadas, que llegan a las 2.040 (303 películas más que en 2014).



También el número de sesiones ha vuelto a caer, llegando a los 3.873.859, un 1% menos que un año antes (38.201 menos). En cambio, en 2015 se vendieron 95.043.710 entradas, incrementándose la cifra obtenida en 2014 un 7,8% (6.898.213 más). Las CCAA con más entradas vendidas fueron: Madrid, con 18.720.384 (el 19,7% del total); Cataluña, con 18.579.804 (el 19,5% del total), y Andalucía, con 13.817.850 (el 14,5% del total). La media anual de entradas por habitante del territorio español creció de las 1,88 de 2014 a las 2,01 de 2015. Seis CCAA superan esta media: Madrid (2,9), Cataluña (2,5), Aragón, Illes Balears, Comunidad Valenciana y Navarra (las cuatro últimas, con 2,2).

**GRÁFICO 18** | Evolución del número de espectadores. 1968-2015



Nota: A partir de 2002, no se han incluido películas exhibidas en salas con muy poca actividad.

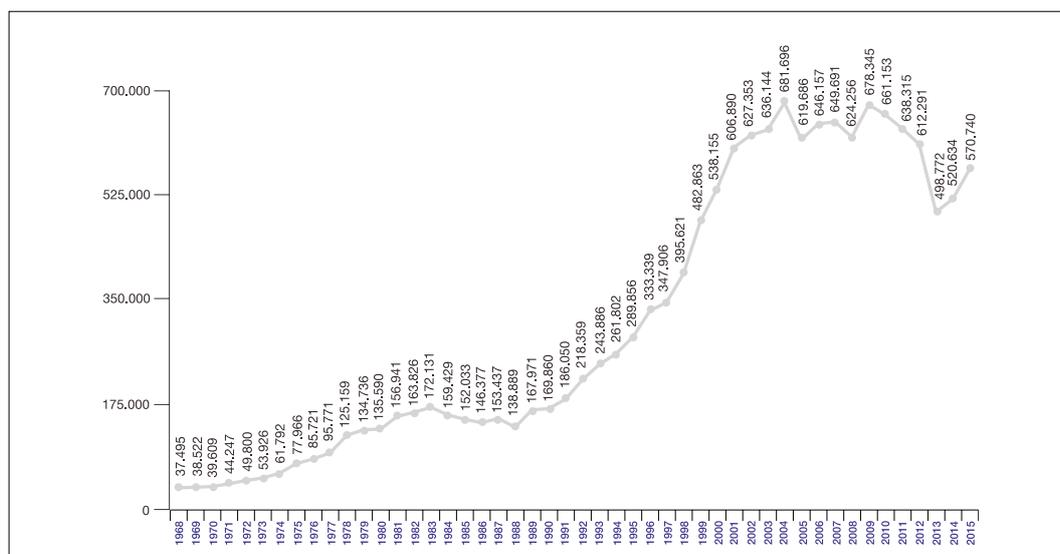
Unidad: Miles.

Fuente: De 1968 a 1995: Víctor Fernández Blanco: *El cine y su público en España*, Fundación Autor, Madrid, 1998, pág. 19. Los datos del número de películas de 1994 y 1995 han sido modificados de acuerdo con los datos de ICAA. De 1996 en adelante: SGAE.



Durante 2015 se recaudaron 570.739.592 euros, aumentando un 9,6% la cifra obtenida el año anterior, lo que equivale a 50.105.921 euros más. Las CCAA con más recaudación fueron Madrid, con 124.673.721 euros (un 21,8% del total); Cataluña, con 118.869.259 euros (un 20,8% del total), y Andalucía, con 76.252.181 euros (un 13,4% del total). El gasto medio por habitante fue durante 2015 de 12,2 euros. Comunidades como Madrid, con un gasto medio de 19,4 euros, o Cataluña, con 15,8 euros, superan en varios euros por habitante esta media. Illes Balears (13,1 euros), Comunidad Valenciana (12,6 euros) y Navarra (12,4 euros) son las otras CCAA que superan la media española.

**GRÁFICO 19** | Evolución de la recaudación anual en España (miles de euros). 1968-2015



Nota: IVA incluido.  
Unidad: Miles de euros.  
Fuente: SGAE.

Como ya adelantamos, durante 2015 se proyectaron 2.040 películas. De ellas, el 22,8% fueron de nacionalidad española (465), del resto de Europa el 32,9% (672) y el 36% de nacionalidad estadounidense (734). El porcentaje de las películas estadounidenses aumenta si analizamos el número de sesiones (56,8%), los espectadores (62,8%) y la recaudación (62,4%). Las películas españolas acaparan el 18,1% de las sesiones, el 19% de la asistencia y el 19,1% de la recaudación.



La película más taquillera durante 2015 fue de nacionalidad española, no siendo una casualidad que sea la segunda parte de la que lo fuera también el año anterior. Los dos títulos siguientes fueron películas de animación, en los últimos años es común encontrar este género entre los títulos más taquilleros. Y, a continuación, dos estrenos de sagas cinematográficas, *Jurassic Park* y *Star Wars*.

**TABLA 1** | Películas con más recaudación en taquilla en 2015

Título	Espectadores	Recaudación
OCHO APELLIDOS CATALANES	4.895.370	30.654.328
LOS MINIONS	4.214.358	23.700.220
DEL REVÉS	3.877.613	21.837.495
JURASSIC WORLD	3.505.887	21.491.525
STAR WARS: EL DESPERTAR DE LA FUERZA	3.027.611	20.287.982

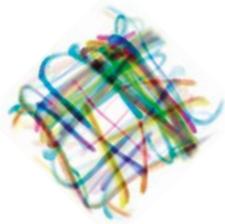
Fuente: SGAE.

**TABLA 2** | Películas españolas con mayor recaudación en 2015

Título	Espectadores	Recaudación
OCHO APELLIDOS CATALANES	4.895.370	30.654.328
ATRAPA LA BANDERA	1.932.486	10.979.883
PERDIENDO EL NORTE	1.655.725	10.445.973
REGRESIÓN	1.441.664	9.013.137
AHORA O NUNCA	1.250.741	7.406.974

Nota: Se incluyen en este listado aquellas películas consideradas españolas según los criterios ICAA, que atienden a la participación de capital español en la producción de la película.

Fuente: SGAE.



## 6 VÍDEO

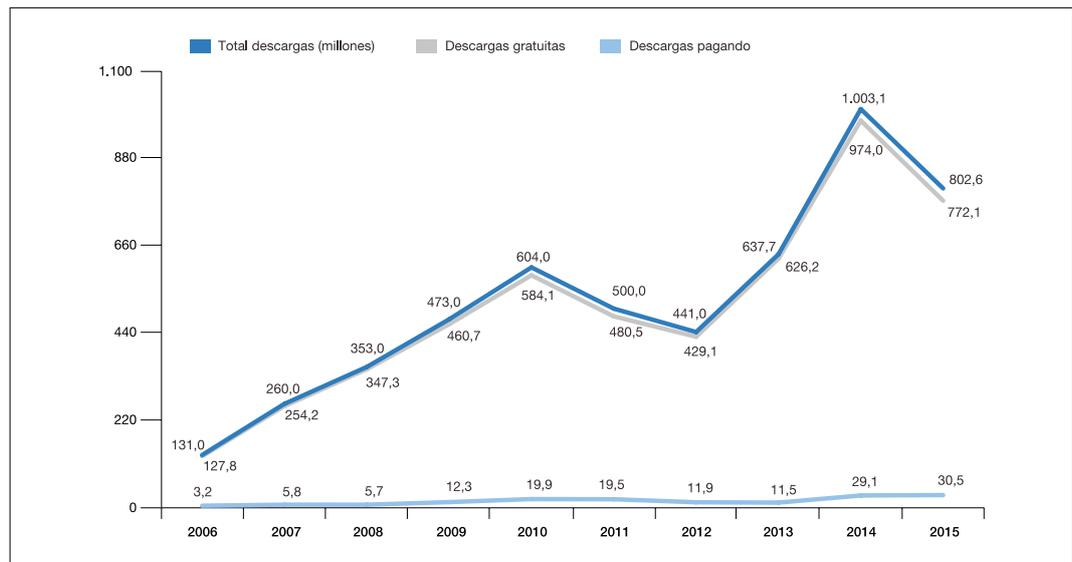
La crisis del sector videográfico se inició en fechas similares a las que recordábamos al hablar del cine, es por ello que se acumulan pérdidas desde los años 2003 y 2004, según el indicador que analicemos. Al igual que en los epígrafes anteriores, compararemos los resultados de 2015 con los de 2008, encontrando una pérdida del 66,2% de la recaudación (131 millones de euros menos). Esta disminución llega al 75,3% si comparamos las cifras con las de 2007.

No obstante, a pesar de lo expuesto, llevamos dos años consecutivos de subidas. En 2015 se recaudaron 67,15 millones de euros, 1,85 millones más que un año antes (crece un 2,8%). De esta cifra, tan solo el 3,2% pertenece a la recaudación obtenida por el alquiler (2,12 millones de euros), que vuelve a descender respecto al año anterior (un 18,2% menos). La recaudación obtenida de la venta es, por tanto, del 96,8% (65,03 millones de euros, creciendo un 3,7% respecto a 2014).

Después de dos años de subidas, el número de archivos audiovisuales descargados ha descendido un 20,7%, llegando a los 772,10 millones de archivos audiovisuales descargados en 2015. De ellos, la mayoría siguen siendo descargas gratuitas, en concreto el 96,2%. A pesar de ello, observamos un hecho positivo, las descargas de pago suben por tercer año consecutivo, un 4,8% respecto a 2014, obteniendo la cifra más elevada de la serie (30,5 millones de descargas de pago de este tipo de archivos).



GRÁFICO 20 | Total archivos audiovisuales descargados al año. 2006-2015



Nota: Se ha procedido a realizar una modelización de la serie temporal de datos históricos (modelo ARIMA –Autoregressive Integrated Moving Average–), lo que ha dado lugar a ligeras modificaciones de los datos de 2013 y 2014 respecto de los que se publicaron en el Anuario SGAE 2015. Además, del año 2006 a 2012, los datos son de descargas por ordenador; a partir del año 2013 los datos que se muestran corresponden a descargas por ordenador, móvil y tablet.

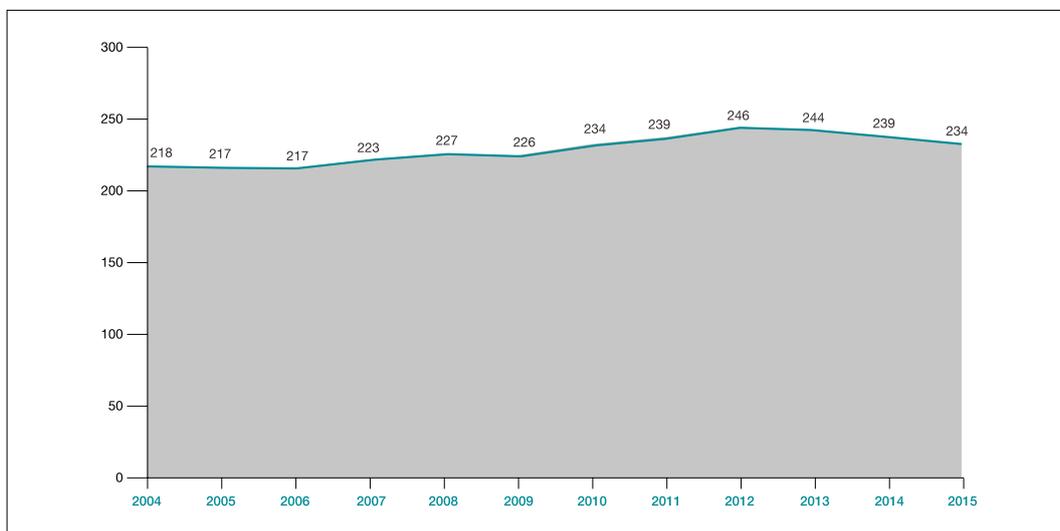
Unidad: Millones de archivos audiovisuales descargados por individuos de 14 a 70 años en los últimos tres meses o menos.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Antecedentes y alternativa metodológica 2015*, de Fundación SGAE.



## 7 TELEVISIÓN

En 2015, por tercer año consecutivo, se reduce el consumo televisivo, que cae hasta los 234 minutos por persona al día (cinco minutos menos que en 2014). A pesar de ello, esta cifra sigue estando siete minutos por encima de la que se obtuvo en 2008 (227 minutos). Entre las CCAA con una media de consumo televisivo más alto se encuentran Castilla-La Mancha (251 minutos) y Andalucía (244). En el lado opuesto encontramos a Canarias (220), Madrid (221) y País Vasco (224).

**GRÁFICO 21** | Evolución del consumo de TV en España. 2004-2015



Unidad: Minutos diarios promedio por persona.

Base: Individuos de cuatro y más años.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del *Anuario de audiencia 2015* de TV Kantar Media, varios años.



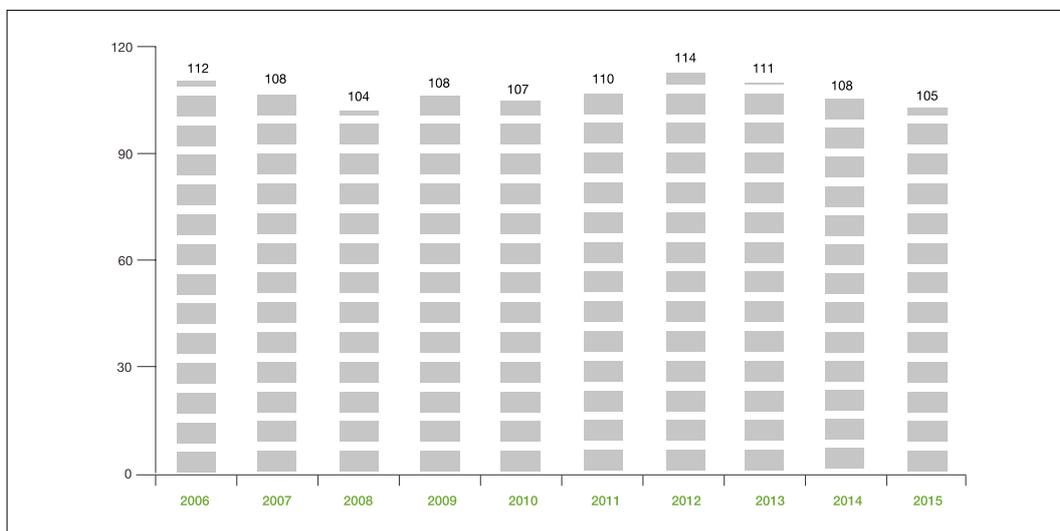
A pesar de este retroceso del consumo televisivo, los ingresos publicitarios crecen al igual que ocurría el año anterior. Durante 2015 se obtuvieron 2.011,3 millones de euros por ingresos publicitarios en televisión. Esta cifra, a pesar de aumentar un 6,4% respecto al año 2014 (121 millones de euros más), aún sigue siendo un 29,3% inferior a la que se obtuvo en 2008. De los ingresos publicitarios, el 89,8% se obtiene de las televisiones nacionales en abierto, seguidas de las cadenas autonómicas, que recaudan un 6,6% por este concepto. Los ingresos que más suben porcentualmente son los de las televisiones locales, que ganan un 53,9% respecto al año anterior. También los de las televisiones de pago vuelven a crecer un 21,3%, superando ya las cifras obtenidas en 2010.



## 8 RADIO

El consumo radiofónico imita la tendencia del consumo televisivo, cayendo de nuevo hasta los 105 minutos diarios por habitante de lunes a domingo (tres menos que en 2014), solo le falta descender un minuto más para alcanzar la cifra de 2008. Las CCAA con un mayor consumo radiofónico (de lunes a viernes) son La Rioja (136 minutos), Navarra (128) y País Vasco (124). En el lado opuesto, las CCAA con menos consumo son Illes Balears y Extremadura (ambas con 102) y Andalucía (103).

GRÁFICO 22 | Tiempo de escucha por habitante. 2006-2015



Unidad: Minutos diarios.

Fuente: EGM. Marco general de los medios en España 2016.



El comportamiento de los oyentes de radio sigue siendo parecido a otros años, la franja que acumula más audiencia es la de los días laborables por la mañana (el 74,4% del total, sube un punto porcentual respecto a 2014). También las mañanas de los sábados y los domingos acumulan más oyentes de radio que el resto de franjas horarias (el 65,3% y el 56,1% respectivamente).

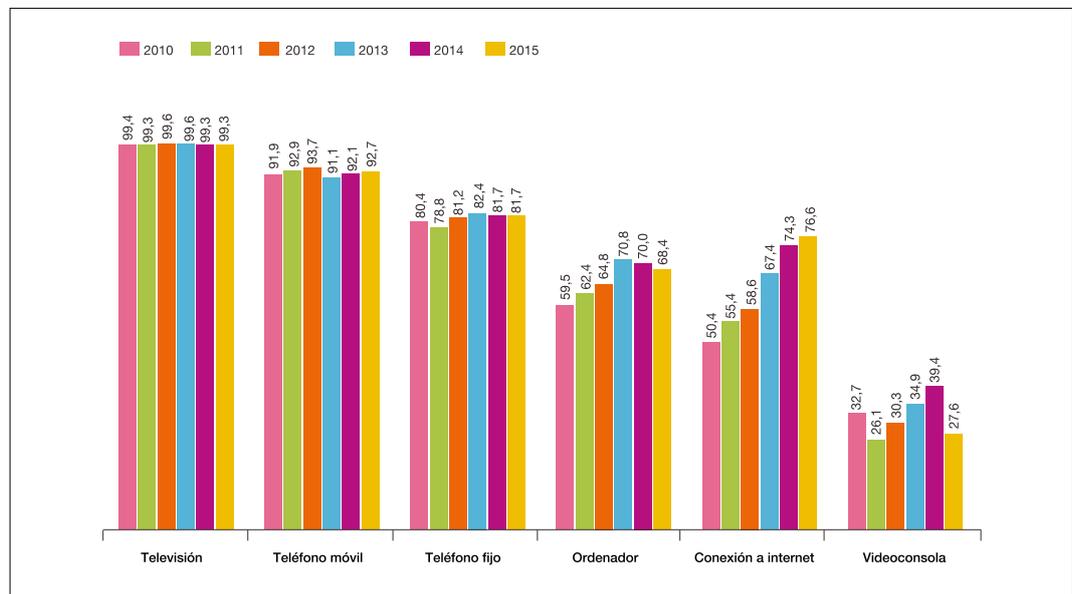
Los ingresos publicitarios también se incrementaron un 8% en 2015 respecto al año anterior, tendencia que se mantiene por segundo año consecutivo, alcanzando los 454 millones de euros. A pesar de aumentar estos ingresos un 12,4% en dos años, se está lejos de alcanzar los 642 millones de euros de 2008 (un 29,3% menos en 2015 en relación a dicho año).



## 9 NUEVAS TECNOLOGÍAS

El cambio más significativo en relación al equipamiento tecnológico en los hogares en España es el descenso del porcentaje de hogares que disponen de videoconsolas, que ha pasado del 39,4% al 27,6% (11,8 puntos porcentuales menos que en 2014). La televisión sigue siendo el equipamiento más común, seguida del teléfono móvil, en ambos casos con porcentajes superiores al 92% de los hogares. La conexión a internet sigue su ascenso, alcanzando una presencia en el 76,6% de los hogares (2,3 puntos porcentuales más que un año antes).

GRÁFICO 23 | Equipamiento tecnológico del hogar en España



Unidad: % hogares.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del EGM. Evolución anual resumen años 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015.



El equipamiento preferido por los usuarios para acceder a internet fue el teléfono móvil, utilizado por el 93,9% (2,1 puntos porcentuales más que en 2014). Otros equipamientos muy utilizados para este fin fueron el ordenador portátil (76,1%), ordenador fijo (71,4%) y la *tablet* (59,1%). El uso de la televisión creció 4,9 puntos porcentuales, llegando hasta el 26,1%. Se incorpora un nuevo dispositivo (aproximándose su uso al de la videoconsola portátil, un 3,5%): el reloj inteligente o *smartwatch*.

La penetración del *smartphone* en España supera, con un 88%, la media de la Unión Europea, que se sitúa en el 78%. La wifi privada en España también supera con un 87% la de la Unión Europea, del 82%. En cambio, la penetración de la banda 4G es inferior en España, con un 26% frente al 29% de la Unión Europea.

Según los datos de Internet World Stats, la media de la tasa de penetración de internet en la Unión Europea es del 79,3% y, otro año más, España se sitúa por debajo, con un 76,9%, aunque esta cifra es 2,1 puntos porcentuales mayor que la del año anterior.

El mercado físico del videojuego en España aumenta en 2015, alcanzando 791 millones de euros de recaudación, un 4,8% más que un año antes. No obstante, si comparamos este dato con el de 2008, se han visto reducidos los ingresos un 44,8% (641 millones de euros menos). El incremento de 2015 se refleja en la venta de consolas y periféricos, mientras que la venta de videojuegos vuelve a caer respecto a años anteriores. No obstante, las ventas de videojuegos aún conservan la mayoría sobre el global, con un 44,5%, frente al 42,2% de las ventas de consolas y del 13,2% de los periféricos.

Con la colaboración de  **sgae**