

2012

**SGAE**

# ANUARIO DE LAS ARTES ESCÉNICAS, MUSICALES Y AUDIOVISUALES

## RESUMEN EJECUTIVO



Con la colaboración de



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE

SECRETARÍA  
DE ESTADO  
DE CULTURA

INSTITUTO NACIONAL  
DE LAS ARTES  
ESCÉNICAS  
Y DE LA MÚSICA

2012

**SGAE**

# ANUARIO DE LAS ARTES ESCÉNICAS, MUSICALES Y AUDIOVISUALES

## RESUMEN EJECUTIVO

	2011. LA CRISIS Y EL SECTOR CULTURAL	4
	ARTES ESCÉNICAS	8
	MÚSICA CLÁSICA	15
	MÚSICA POPULAR	18
	MÚSICA GRABADA	20
	CINE	22
	VÍDEO	26
	TELEVISIÓN	28
	RADIO	30
	NUEVAS TECNOLOGÍAS	31

ANUARIO SGAE DE LAS ARTES ESCÉNICAS, MUSICALES Y AUDIOVISUALES  
UN PROYECTO DE FUNDACIÓN AUTOR-SGAE

EDICIÓN

Fundación Autor-SGAE

PRESIDENTE DE SGAE

Antón Reixa

PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN AUTOR

Antonio Onetti

SECRETARIO GENERAL DE SGAE

Francisco Galindo Villoria

SECRETARIO GENERAL DE LA FUNDACIÓN AUTOR

José María Segovia Murúa

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Francisco Galindo Villoria. Secretario general de SGAE

Pilar Granados Martínez. Directora general de CIMEC

Rubén Gutiérrez del Castillo. Coordinador del Área de Estudios de la Fundación Autor

DIRECCIÓN TÉCNICA

Pilar Granados Martínez. Directora general de CIMEC

Rubén Gutiérrez del Castillo. Coordinador del Área de Estudios de la Fundación Autor

Nuria Marcos. Técnico de Estudios. CIMEC

COORDINACIÓN CAMPO SGAE

Enrique Gómez Piñeiro. Director del Dpto. de Contratación y Licencias. SGAE

Javier Campillo. Dpto. de Contratación y Licencias. SGAE

REDACCIÓN Y DOCUMENTACIÓN

David Alameda. CIMEC

Jaime Biencinto. CIMEC

José Ángel Domínguez. CIMEC

Susana Hernández. CIMEC

Nuria Marcos. CIMEC

Ana Sally Molina. CIMEC

Rosa Pedrosa. CIMEC

Soraya Sánchez Albardíaz. Fundación Autor

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

José Luis de Hijes

DISEÑO DE INTERIORES

José Luis de Hijes

AGRADECIMIENTOS

ADESE (Carlos Iglesias), AIMC (Raquel Píriz), CMT, Etxekandere (Gabriela González de Haro, Martín Gutiérrez González, Violeta Gutiérrez González), Fundación Autor, IFPI (Laura Childs), Internet World Statistics, INWAY (Mar Sanchidrián y José Luis Somoza), Kantar Media (Ramón Gómez), Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (Rosa Moreno), PROMUSICAE (María Cantón y Fabiola García), Screen Digest (Laura Bonalumi, Richard Cooper y Jan Saxton), SGAE (Juan Manuel Bermejo Conde, Carlos Casado, Javier Trujillo, Ángel de la Vega y a todos los directores de departamento y zonas; Dpto. de Comunicación y Relaciones Institucionales), Sinis Technology S.L. (Juan Torrejón), Tercer Mercado Vídeo (Raquel Peláez), UVE (María Hevia).

Nuestro reconocimiento a la colaboración prestada por el Ministerio de Cultura a través del INAEM (Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música) y a todos aquellos profesionales y expertos que participaron en la fase cualitativa del estudio.

MAQUETACIÓN, DESARROLLO MULTIMEDIA Y PROGRAMACIÓN WEB

Eventos y Sinergias

DEPÓSITO LEGAL

M-26392-2012

Con la colaboración de:



© de los artículos introductorios: sus autores.

© Fundación Autor. 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 Autor/SGAE no se identifica necesariamente con las opiniones de los colaboradores expresadas en este volumen.

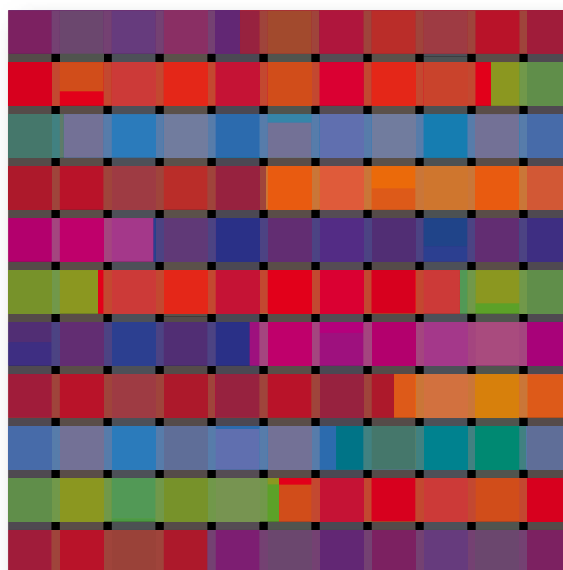
PARA MÁS INFORMACIÓN

Fundación Autor

C/ Bárbara de Braganza, 7. 28004 MADRID

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

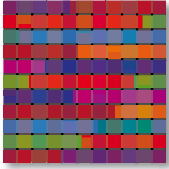
www.fundacionautor.org



## **Avance de contenidos del Anuario SGAE 2012 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales**

El *Anuario SGAE 2012* ofrece información rigurosa y detallada sobre los principales sectores de las artes escénicas, musicales y audiovisuales, con más de 300 gráficos y tablas estadísticas, la gran mayoría de elaboración propia.

A continuación se desglosan algunos de los datos que se ofrecen en el *Anuario SGAE 2012 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*.



# 1

## 2011. La crisis y el sector cultural

Los datos presentados a lo largo del Anuario nos permiten afirmar que el año 2011 se ha caracterizado por confirmar una tendencia de descenso en los sectores analizados. Estos descensos, por supuesto, son diferentes en grado como lo son también las causas que los provocan. En algunos sectores, como las artes en vivo, que llevaban desde comienzos del siglo XXI creciendo, el cambio de tendencia se adscribe principalmente a los efectos de la crisis económica, tanto en lo que se refiere a la demanda como en lo que se refiere a la oferta, ya que, no debemos olvidarnos, la implicación del sector público ha sido fundamental para el desarrollo de las artes escénicas y musicales. En otros sectores, como el cine, el video o la música grabada, los descensos experimentados en los últimos años se deben, principalmente, a la confluencia de dos factores. En primer lugar, a los ya mencionados efectos de la crisis económica. En segundo, a los efectos del cambio de paradigma tecnológico, con la sustitución de soportes, la aparición de nuevas alternativas de ocio y el consumo de música y películas en Internet, consumo en su mayor parte realizado infringiendo las leyes de propiedad intelectual. Por otro lado, la radio y la televisión aparecen ahora como alternativas de ocio y de cultura refugio, y es en estos sectores en los que podemos encontrar un crecimiento del tiempo dedicado a su consumo. Sin embargo, desde un punto de vista económico, la crisis también está afectando negativamente a estos sectores a través de los graves descensos en inversión publicitaria. En las próximas líneas mostramos la información relativa a los distintos sectores.

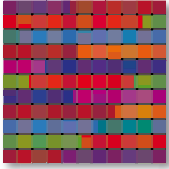
### Artes escénicas

Los indicadores de las artes escénicas encuentran su máximo en el año 2008. A partir de entonces, y aunque los descensos anuales son ligeros, se acumulan los efectos negativos. En concreto, y desde 2008, el número de representaciones se ha reducido un 18,7%, el número de espectadores ha bajado en estos años un total del 24,3% y la recaudación por ventas de entradas se ha visto reducida en un 13,24%.

Veamos ahora cómo se ha comportado cada uno de los ámbitos que componen las artes escénicas.

#### Teatro

Desde 2008, el teatro ha visto disminuida su oferta de representaciones en un 17,3%, el número de espectadores en un 23,8% y la recaudación en taquilla en un 11,3%. Sin duda, las grandes producciones y los principales musicales, con un fuerte poder de convoca-



toria y un elevado precio de las entradas, contribuyen al hecho de que la reducción en taquilla sea menor que la reducción total de espectadores.

### **Danza**

Si bien los descensos en este sector ya aparecen a partir de 2007, para presentar información homogénea podemos afirmar que, desde 2008, el sector de la danza ha perdido un 37,9% del número de representaciones, el 29,0% del público y el 38,0% de la recaudación en taquilla.

### **Ópera y zarzuela**

Desde el año 2008, las funciones se han reducido en un 19,9%, el número de espectadores ha descendido en un 24% y la recaudación se ha contraído en un 27,2%.

## **Música clásica**

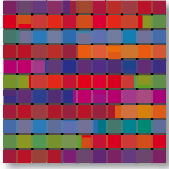
En estos últimos años, la música clásica ha mostrado descensos en todos sus indicadores. Desde el año 2008, el sector de la música clásica ha experimentado un descenso en el número de representaciones del 14,1%. En lo que se refiere al número de espectadores, este ha experimentado una reducción del 12,8%. Finalmente, la recaudación en taquilla ha disminuido en un 14,3%.

## **Música popular**

La música popular en vivo había sido objeto de un crecimiento continuado, crecimiento que se ve interrumpido en el año 2008, momento a partir del cual sus indicadores muestran un cambio de tendencia. Así, acumuladamente y desde el citado 2008, la música popular muestra un descenso en el número de conciertos del 12,2%, del 23,2% en el caso de los espectadores y del 11,3% en la recaudación, aún mantenida por algunos grandes eventos. En cualquier caso, debemos recordar que dada la importancia de los conciertos gratuitos promovidos por entidades públicas, el descenso en la contratación de conciertos así como la reducción en los presupuestos de los mismos están afectando gravemente al desarrollo de este sector.

## **Música grabada**

Pese al desarrollo del consumo de música en Internet y móviles dentro de los límites de las leyes de propiedad intelectual, el efecto de las nuevas tecnologías sobre el sector y, por supuesto, los efectos de la crisis económica están suponiendo una profundización en la evolución negativa de los indicadores de este sector. Si tomamos como referencia el año 2008, podemos afirmar que este sector ha experimentado unos descensos en el valor



de sus ventas por un total del 41,6%. Como comentábamos, el mercado digital ha crecido (en concreto, en estos años, ha experimentado un incremento del 58,6%). Sin embargo, este crecimiento no ha servido para compensar el descenso en los soportes, teniendo como resultado el descenso neto ya comentado del 41,6%.

## Cine

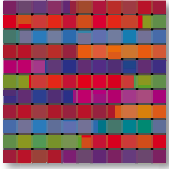
La exhibición de cine en nuestro país muestra también descensos, rompiendo una larga tendencia de crecimiento iniciada a finales de los años ochenta. Así, desde 2008, el número de funciones ha disminuido en un 8,3%, acumulando descensos paulatinos producidos cada año. El indicador que presenta una mayor evolución a la baja es el correspondiente a espectadores, que disminuye desde 2008 en un 9% (sin embargo, si hacemos extensivo esta comparación a 2007, veríamos como desde entonces el porcentaje de espectadores se redujo en un 16,3%). La evolución de la recaudación en taquilla muestra cierta estabilidad, encontrando incluso un ligero incremento (2,2%) en estos años. Este comportamiento se explica por el incremento en el precio de las entradas, subida que recoge además los nuevos precios asociados a las proyecciones en 3D.

## Video

En el caso del video, al igual que en lo referido a la música grabada, nos encontramos con la suma de dos componentes: los efectos de la crisis y los efectos del nuevo paradigma tecnológico. Así, a lo largo de estos últimos años, y pese a la consolidación de nuevos formatos como el Blu-ray, nos encontramos con descensos acumulados desde 2008 de un total del 58,5% sobre el valor de ventas. Este descenso alcanza la cifra del 69,6% si extendemos la comparación al año 2007.

## Televisión

La oferta televisiva, con la implantación de la TDT, ha mostrado un importante desarrollo. Bien por esta mayor oferta o bien por los efectos de la crisis sobre las economías domésticas, el consumo de televisión medido en minutos promedio por habitante al día se ha visto incrementado en estos años, pasando de los 227 minutos de 2008 a los 239 de 2011. Sin embargo, tal incremento no se ha visto acompañado por mayores ingresos publicitarios, sino que estos han mostrado una tendencia negativa. Así, la inversión publicitaria en televisión ha experimentado un descenso del 27,4% acumulado desde 2008. Si hacemos extensivo este análisis hasta 2007, el dato del descenso alcanza el 35,5%.



## Radio

Del mismo modo que el consumo en términos medios de televisión se ha incrementado, también lo ha hecho el de la radio. Así, el tiempo medio dedicado por persona al consumo diario de radio ha pasado de los 104 minutos correspondientes a 2008 a los 110 minutos de 2011. Sin embargo, la inversión publicitaria también se ha visto reducida. Así, si observamos las cifras desde 2008 se llega a la conclusión de que la inversión publicitaria en radio ha disminuido un total del 18,2%, porcentaje que llega al 22,6% si extendemos el análisis a 2007

## Videojuegos

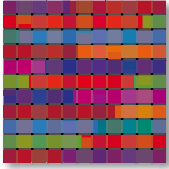
El mercado de los videojuegos también ha experimentado un fuerte retroceso en estos años. Si bien este era un sector en constante crecimiento a lo largo de los últimos años noventa y de los primeros de la década inicial del siglo XXI, vemos que desde el año 2008 el valor de las ventas asociadas al mercado de videojuegos disminuye un total del 32,6%.

### Una visión cualitativa

Para esta edición del Anuario se realizó una investigación cualitativa que complementara, gracias al discurso y la visión de profesionales y expertos, la información estadística presentada. Gracias a la colaboración de una treintena de relevantes expertos en los diferentes sectores analizados, podemos concretar algunas de las impresiones presentes en los ámbitos estudiados respecto a su evolución en los últimos años. Así, en términos generales, se tiene consciencia de que 2011 fue un año en el que se consolidaron las tendencias, negativas, que se iniciaron a partir de 2008. Los efectos de la crisis se manifiestan a través de diferentes elementos. En primer lugar, la financiación, que se reduce vía presupuestos públicos y que, a falta de implementarse nuevas regulaciones al respecto, no encuentra compensación por el lado de la empresa privada a través del patrocinio. Otro elemento a través del cual se manifiesta la crisis es la demanda, que si bien muestra comportamientos distintos según los sectores, muestra descensos generalizados. La producción, la oferta, se ve reducida también estos años, como consecuencia directa de la reducción de la financiación, lo que provoca espirales de cierres, expedientes de regulación de empleo, despidos y, en términos generales, un empeoramiento de las condiciones de trabajo de los profesionales de la cultura.

Es, siempre según se desprende de los discursos analizados, en este momento de crisis en el que se explicitan una serie de problemas, algunos de carácter estructural, que están pendientes de resolver. En primer lugar, se podría citar la dificultad de la industria cultural para acceder al mercado, para conseguir, vía mercado, el retorno de las inversiones realizadas. En segundo lugar, y directamente vinculado a lo anterior, la dependencia respecto al sector público, que hace que se trasladen con inmediatez y con tremenda fuerza al sector cultural las restricciones de índole económica y presupuestaria. La internacionalización de la cultura aparece también como uno de los elementos por resolver en los distintos sectores, ya que, además de los claros efectos positivos sobre la imagen de marca-país, acceder a mercados internacionales resulta prioritario para el desarrollo de la industria cultural de nuestro país. La falta de implicación de la sociedad a través del papel de las empresas (patrocinio) aparece también como un problema pendiente de resolución, a la espera de cambios en el marco legislativo. Por último, el consumo de contenidos culturales de manera fraudulenta respecto a las leyes de propiedad intelectual aparece también como un factor negativo para el desarrollo de este sector. Todos estos problemas, presentes en los últimos años, cobran, en el contexto de la crisis económica, una mayor relevancia.



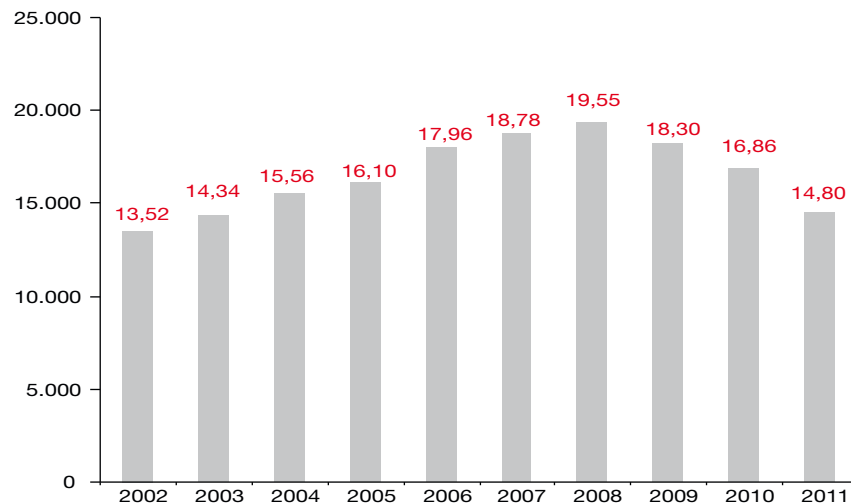


# 2

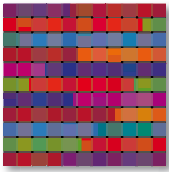
## Artes escénicas

La tendencia de crecimiento experimentada por las artes escénicas en España a lo largo de la primera década del siglo XXI en lo referido a los indicadores relativos a la exhibición se ve interrumpida en 2009, año en el que algunos indicadores comienzan a mostrar descensos con respecto al año anterior. Este cambio de tendencia se confirma en 2011, haciéndose mucho más profundo. En este sentido, en 2011, el número de funciones representadas fue un 9,8% menor que en 2010, y se registró una pérdida de espectadores del 12,2%. Analizando en primer lugar la actividad (número de funciones), se observa cómo en 2011 la actividad decrece (pasando de las 67.577 funciones celebradas en 2009 a las 60.948). Esta tendencia se repite en lo que a espectadores se refiere. De esta manera, el número de espectadores pasó de los 16.860.081 de 2010 a los 14.803.049 en 2011 (más de dos millones menos de entradas vendidas en solo un año). La recaudación en taquilla experimentó una tendencia similar, si bien ligeramente más atenuada: la cifra de ingresos por taquilla pasó de 252,75 millones de euros en 2010 a 226,11 millones en 2011, lo que supuso un descenso del 10,5%. La razón que explica el hecho de que la recaudación en

**GRÁFICO 1** Espectadores de espectáculos escénicos (millones). 2002-2011



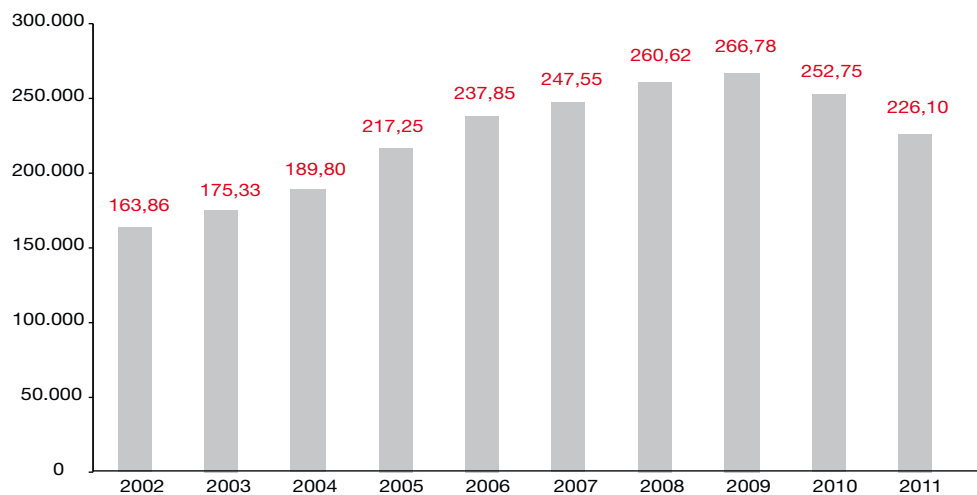
Unidad: Millones de espectadores.  
Fuente: SGAE.



## 2 ARTES ESCÉNICAS

taquilla sea menor que el descenso de espectadores es el importante peso relativo que tienen, en la recaudación, algunos grandes espectáculos escénicos, como los musicales y algunas obras de gran formato, que pese a tener precios elevados consiguen atraer a un número importante de espectadores.

**GRÁFICO 2** Recaudación total en espectáculos escénicos (millones de euros).  
2002-2011



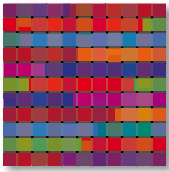
Unidad: Millones  
Fuente: SGAE

## Teatro

En el capítulo dedicado al teatro (que incluye también manifestaciones escénicas como el teatro musical, teatro de títeres, circo, performances, etc.) se puede observar que, dado que sus indicadores representan prácticamente el 90% del sector de las artes escénicas, su evolución es muy similar a la ya comentada correspondiente al conjunto de las artes escénicas.

En este sentido, debemos confirmar que a lo largo de la década primera del presente siglo, los indicadores relacionados con la exhibición teatral crecieron considerablemente, tanto los referidos al número de espectadores como a la recaudación en taquilla por venta de entradas. Sin embargo, esta tendencia alcanza su máximo en 2008, iniciándose a partir de entonces un descenso en los citados indicadores.

Así, el número de funciones celebradas presenta una evolución a la baja. En 2011 hubo un total de 56.683 funciones frente a las 62.560 del año anterior (un 9,4% menos). Sobre el conjunto de funciones, Madrid, con el 29,4% del total, y Cataluña, con el 23%, concentran más del 50% de la oferta teatral en el conjunto del Estado español. Andalucía (9,1%) y Castilla y León (6,9%) son las dos comunidades con mayor oferta después de las ya citadas.



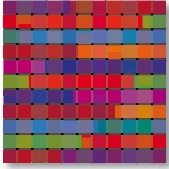
## 2 ARTES ESCÉNICAS

En lo que se refiere al número de espectadores, en 2011 se produjo una caída respecto a 2010 del 12,2%, con 12.683.962 espectadores (1.759.053 menos). Por comunidades autónomas, debemos destacar que Madrid representa el 29% del total y Cataluña, el 19,7%, lo que supone, entre estas dos comunidades, el 48,7% del conjunto de espectadores. La Comunidad Valenciana (11%), Andalucía (7,9%) y País Vasco (7%) siguen, en número de espectadores, a las dos primeras.

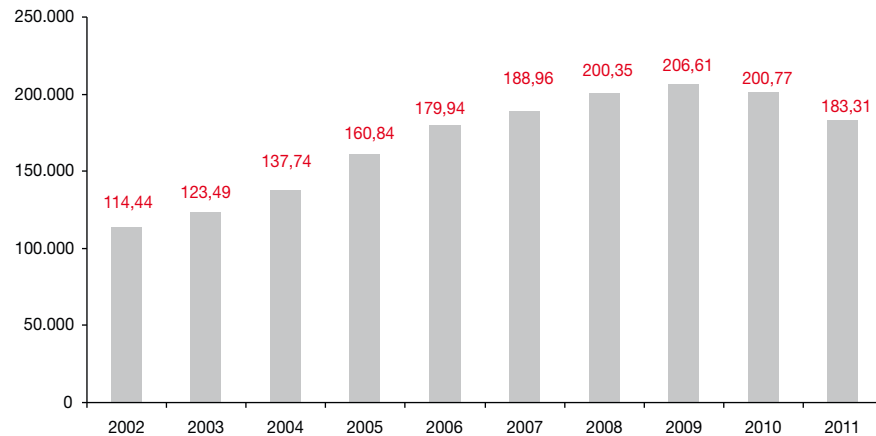
La recaudación obtenida por el teatro en taquilla también experimentó una tendencia negativa, si bien el descenso es menor que en el caso de los espectadores (8,7%). Así, si en 2010 se recaudaron 200,77 millones de euros, en 2011 se ingresaron 183,31. El hecho de que este descenso sea inferior al experimentado en el número de entradas se debe al peso relativo que, sobre el total de la recaudación, tienen los espectáculos con un precio de entrada mayor, con fuerte impacto comercial. Los datos por comunidades autónomas ponen aún de mayor relieve el efecto de concentración en Madrid y Cataluña. Solo la Comunidad de Madrid recogió el 51,4% del total recaudado en todo el Estado. Cataluña, el 20,6%. El 28% restante de lo recaudado en taquilla se repartió entre las otras CC AA, destacando Andalucía (6,5%), Comunidad Valenciana (5%) y País Vasco (9%).

**GRÁFICO 3 Espectadores de teatro y otras artes escénicas (millones). 2002-2011**

Fuente: SGAE



## 2 ARTES ESCÉNICAS

**GRÁFICO 4 Recaudación del teatro (millones de euros). 2002-2011**

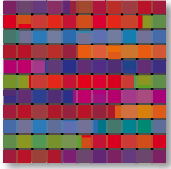
Fuente: SGAE.

## Danza

La danza, en términos relativos, representa menos de un 8% de las artes escénicas, medido en términos de espectadores o recaudación. A lo largo de la última década, la danza mostró un crecimiento ligero sostenido hasta 2007 y 2008, años en los que algunos de sus indicadores comenzaron a mostrar leves descensos. Es en este sector donde los descensos experimentados por los principales indicadores han sido mayores. En el año 2011 se redujeron 533 funciones, hasta situarse en las 2.996 funciones (un 15,1% menos). Como en años anteriores, las comunidades autónomas que aglutinaron el mayor número de sesiones fueron Madrid (31,6%) y Cataluña (21,7%).

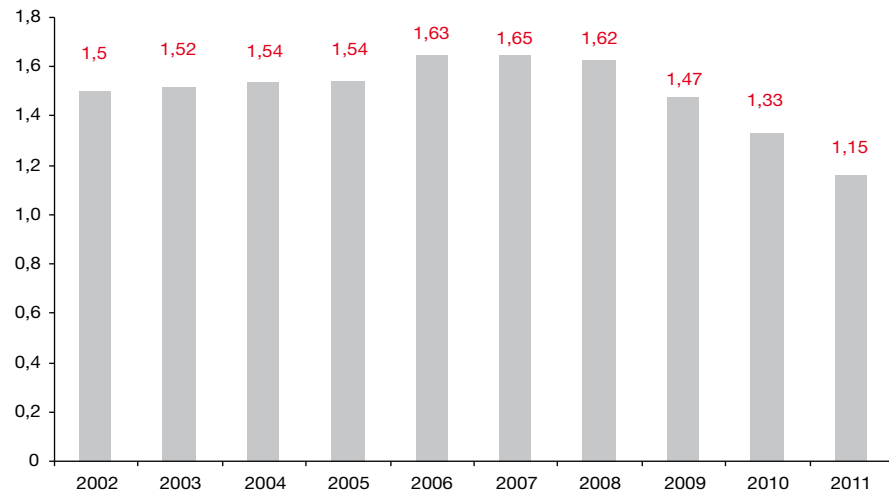
En lo referido al número de espectadores, también nos encontramos con que el descenso, iniciado en 2008, continúa en 2011. En concreto, el número de asistentes a espectáculos de danza en 2011 se redujo un 13,3%. En este sentido, en 2011, 1,5 millones de espectadores fueron a ver espectáculos de danza, siendo esta cifra la más baja desde 2001. Los espectadores se concentran sobre todo en Madrid (22,1%) y Cataluña (18,3%), si bien se debe destacar el peso relativo de Andalucía (13,6% del total de espectadores de danza de España), del País Vasco (11,6%) y Aragón (11%).

Las cifras de recaudación de danza registraron en 2011 los peores datos de estos últimos años: se recaudaron algo más de 12 millones de euros, un 18% menos que en 2010. Madrid y Cataluña concentraron más de la mitad de la recaudación (casi un 56,3%) como en años anteriores. Les siguen Andalucía (10,1%) y País Vasco (10%).



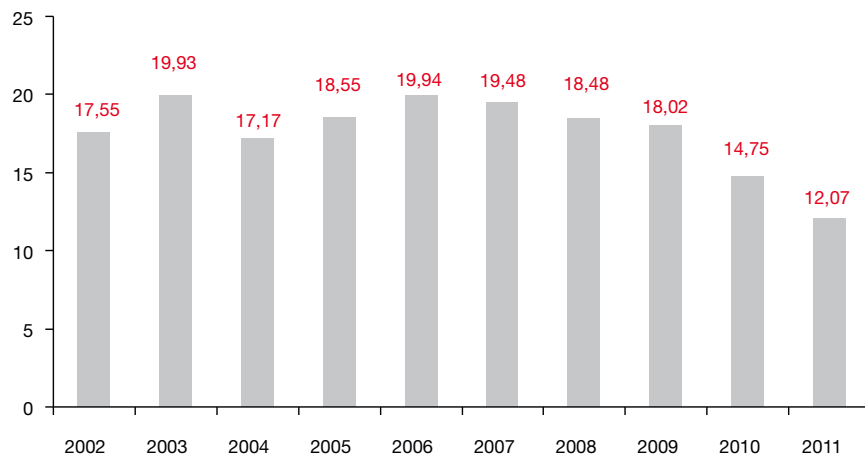
2 ARTES ESCÉNICAS

**GRÁFICO 5** Espectadores de danza (millones). 2002-2011

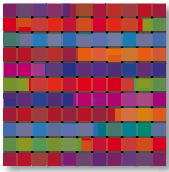


Fuente: SGAE.

**GRÁFICO 6** Recaudación de la danza (millones de euros). 2002-2011



Fuente: SGAE.



## Ópera y zarzuela

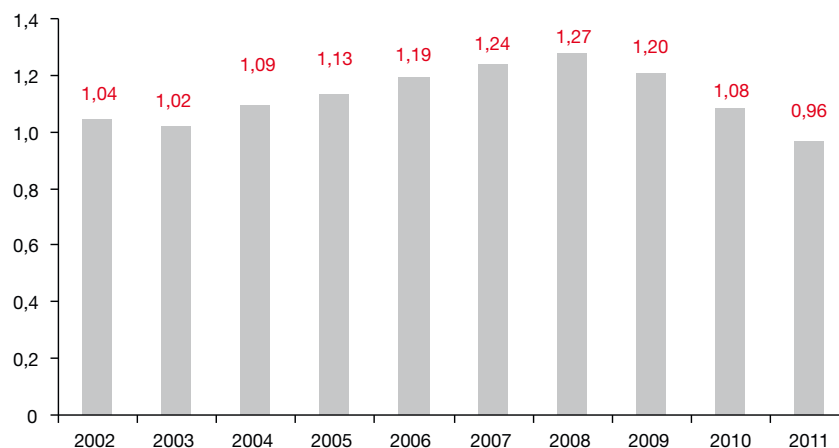
Al igual que ocurre en teatro y danza, durante la primera década del presente siglo los principales indicadores respecto a la asistencia a espectáculos de ópera y zarzuela experimentaron un leve aumento. Este crecimiento se frenó en el año 2008, a partir del cual nos encontramos con descensos en 2009, 2010 y 2011.

Así, en este último año se ofrecieron 1.379 representaciones, 168 menos que en el año anterior (un descenso del 10,9%). Del total de sesiones, el 33,8% se representó en Madrid, el 24,9% en Cataluña, el 7,9% en el País Vasco y el 6,8% en Andalucía.

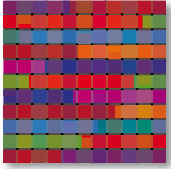
El número de espectadores descendió un 11,1% (se pasó de 1.084.164 espectadores en 2010 a 963.363 en 2011). Cataluña (32%) y Madrid (26%) representan el 57% del total de espectadores. Las siguientes comunidades autónomas con mayor peso relativo en el total de espectadores son el País Vasco (11%), Andalucía (7%), la Comunidad Valenciana (6%) y Asturias (6%).

En 2011 se recaudaron 30,7 millones de euros, seis millones y medio menos que en el año anterior, lo que supone una pérdida del 17,5%. Madrid (39%) y Cataluña (34%) concentraron más del 73% del total de recaudación, siguiéndoles País Vasco (10%), Andalucía (6%) y Asturias (4%).

**GRÁFICO 7** Espectadores del género lírico (millones). 2006-2011



Fuente: SGAE.

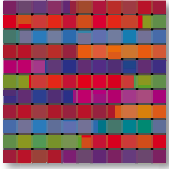


2 ARTES ESCÉNICAS

GRÁFICO 8 Recaudación del género lírico (millones euros). 2002-2011



Fuente: SGAE.



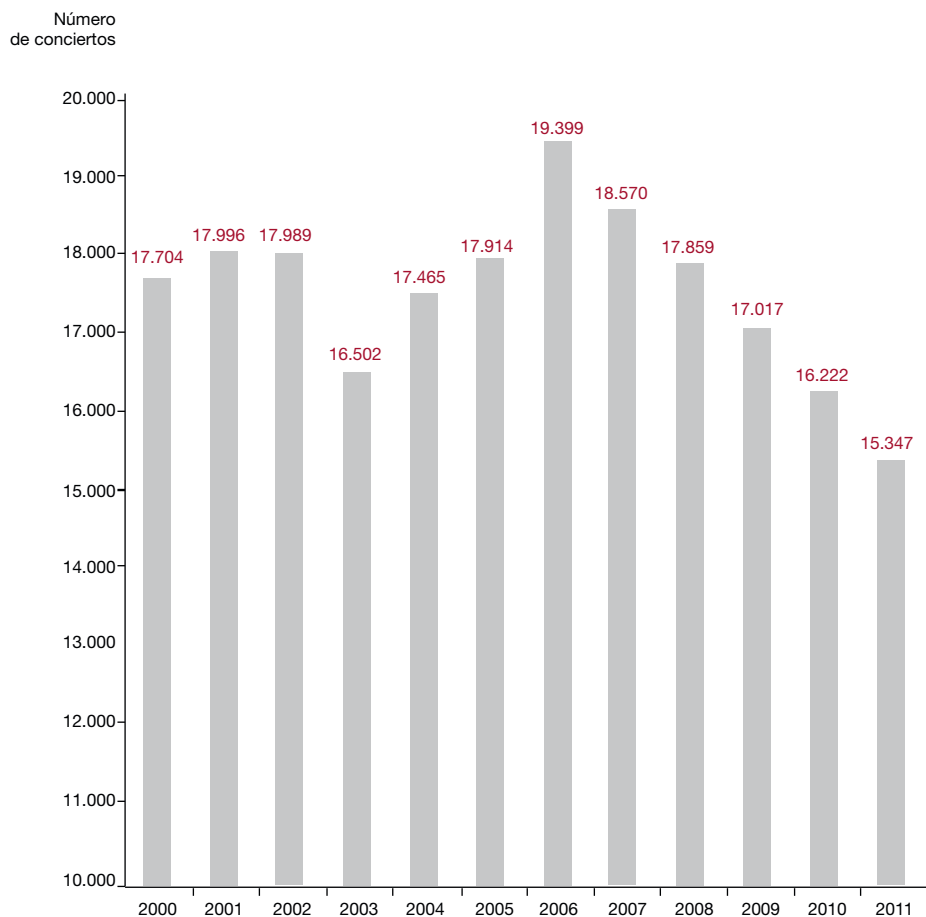
3 MÚSICA CLÁSICA



## Música clásica

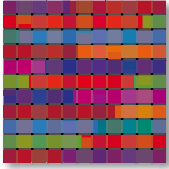
También en este sector nos encontramos con que el cambio de tendencia experimentado en los últimos años se hace cada vez más evidente. Así, mientras que el sector de la música clásica en directo mostró signos de estabilidad durante los primeros años del siglo XXI, a partir del año 2006 (que supone el máximo en lo relativo a número de conciertos, espectadores y recaudación) se experimenta un descenso continuado en los tres indicadores.

GRÁFICO 9 Conciertos de música clásica



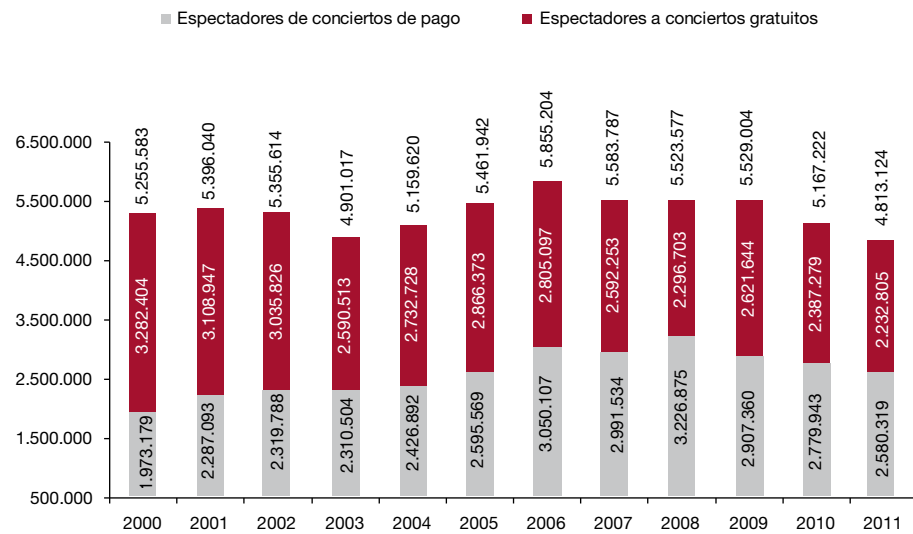
Fuente: SGAE.





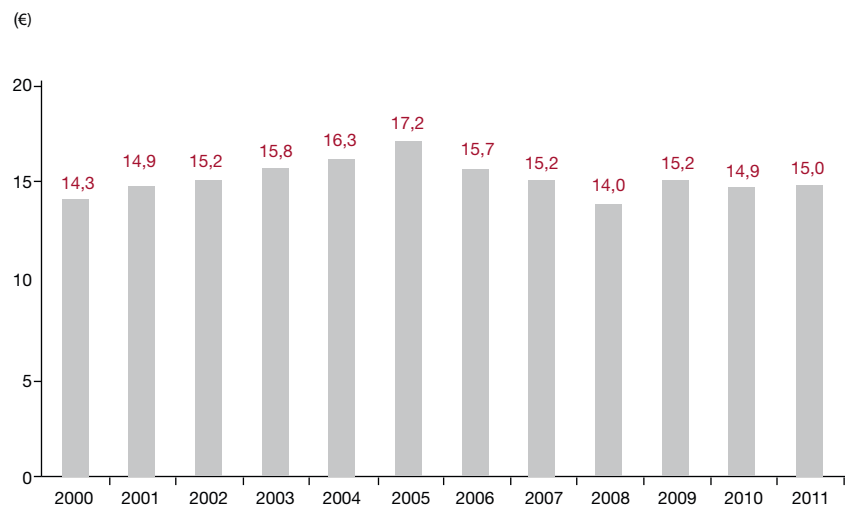
3 MÚSICA CLÁSICA

GRÁFICO 10 Espectadores a conciertos de música clásica

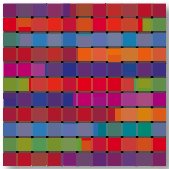


Fuente: SGAE.

GRÁFICO 11 Precio medio de las entradas a los conciertos (de pago) de música clásica (en euros). 2000-2011



Fuente: SGAE.

**3 MÚSICA CLÁSICA**

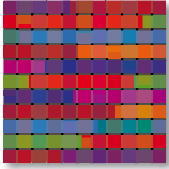
Este descenso se observa con mayor claridad en los últimos dos años. Así, tanto en número de conciertos (un 5,4% menos en 2011 que en 2010) como en espectadores (6,9% menos), agudiza un descenso que ya preocupaba el año anterior. En cuanto a recaudación por venta de entradas, los casi 38,8 millones ingresados supusieron el 6,3% menos que en 2010.

El número de conciertos en 2011 fue de 15.347 frente a los 16.222 de 2010. En lo que se refiere a espectadores, se pasó de 5.167.222 en 2010 a 4.813.124 en 2011, observándose un descenso tanto en los espectadores a conciertos gratuitos como a conciertos de pago en términos muy similares. El descenso de la recaudación fue de 2.623.523 euros, alcanzando 38.789.637 euros en 2011.

► En cuanto a la música sinfónica, en 2011 se celebraron 2.144 conciertos, 209 menos que en 2010 (un 8,9% menos), la gran mayoría de pago. A los conciertos asistieron un total de 1,6 millones de espectadores, con un descenso algo menor que el del número de conciertos (8,3%). La recaudación también experimentó un descenso del 7,2% (menos de 1,8 millones de euros), porcentaje inferior al correspondiente a las anteriores variables. Con la venta de entradas se ingresaron 23,9 millones de euros. La actividad sinfónica se concentró en Cataluña (19,5% de los conciertos, 16,7% de los espectadores y 21,7% de la recaudación), Madrid (16,2% de los conciertos, 26,2% de los espectadores y el 31,3% de la recaudación) y País Vasco (12,1% de los conciertos, 17,2% de los espectadores y 11,9% de la recaudación).

► En música de cámara, en 2011 se llevaron a cabo 7.850 conciertos, cifra inferior a los 8.143 conciertos de 2010 (un descenso del 3,6%), de los cuales 5.094 (el 64,9%) fueron gratuitos. En total, estos conciertos atrajeron a 1.887.202 espectadores (97.085 espectadores menos que en 2010, un 4,9% de descenso) y supusieron una recaudación en taquilla de 12,21 millones de euros (un 6% menos que en 2010). La actividad se concentró en Madrid (16,8% de los conciertos, 20% de los espectadores y 30,4% de la recaudación), Andalucía (15,3% de los conciertos, 9,6% de los espectadores y un 5% de la recaudación) y Cataluña (14,5% de los conciertos, 15,6% de los espectadores y 36,6% de la recaudación).

Los datos se completan con los referidos a la música coral y de bandas y rondallas.



## 4 MÚSICA POPULAR

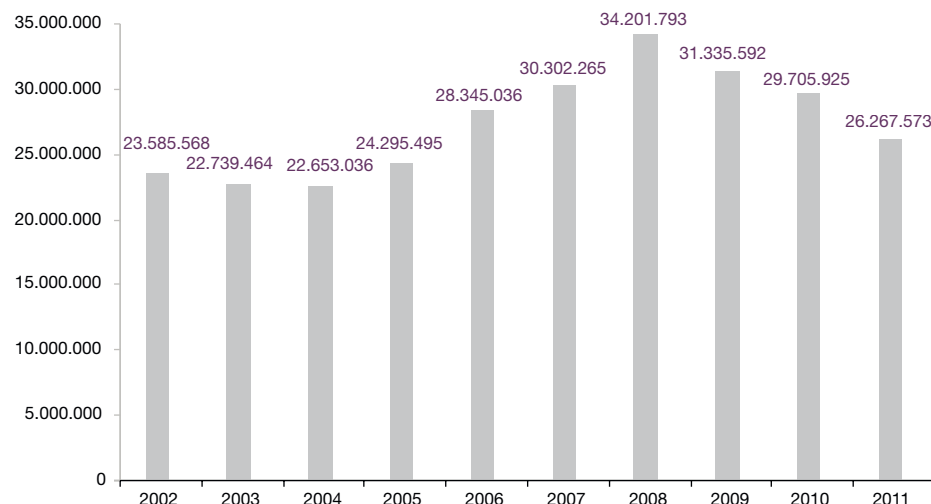
## 4

## Música popular

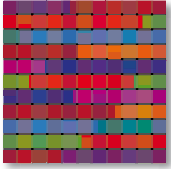
En lo referido a la música popular en vivo nos encontramos con un comportamiento similar al experimentado en otros sectores de las artes en vivo, mostrando un importante descenso en los últimos años frente al crecimiento experimentado durante los primeros años del siglo XXI. En esos años, tanto el número de conciertos y los espectadores como, en mayor medida, la recaudación en taquilla crecieron de manera considerable, poniendo de manifiesto un cambio en los hábitos de ocio y extendiendo la asistencia a conciertos de música popular a amplias capas sociales. Durante estos años, la oferta, sostenida también por el apoyo de las administraciones públicas (principalmente ayuntamientos), fue cada vez más amplia, llamando también la atención el auge de los macrofestivales en nuestro país. Sin embargo, esta tendencia cambia de a partir de 2008, mostrando desde entonces descensos significativos

Durante 2011 hubo 121.724 conciertos en el territorio español (un 4,1% menos que en 2010). La tendencia decreciente en el número de conciertos se va agravando a partir del año 2008, desde esa fecha hasta ahora ha habido casi 17.000 conciertos menos. En cuanto al número de espectadores, incluyendo los de macrofestivales, en el año 2011 asistieron 26.267.573 personas a conciertos de música popular (un 11,6% menos que en 2010). Hay que destacar que en 2011 no se celebró Rock in Rio (de carácter bianual), hecho que influye significativamente, sobre todo en la recaudación. Este último indicador experimentó un desplome del 10,8% en 2011 respecto al año 2010 (de 182.670.666 en 2010 a 163.103.914 en 2011).

**GRÁFICO 12** Espectadores de música popular en vivo

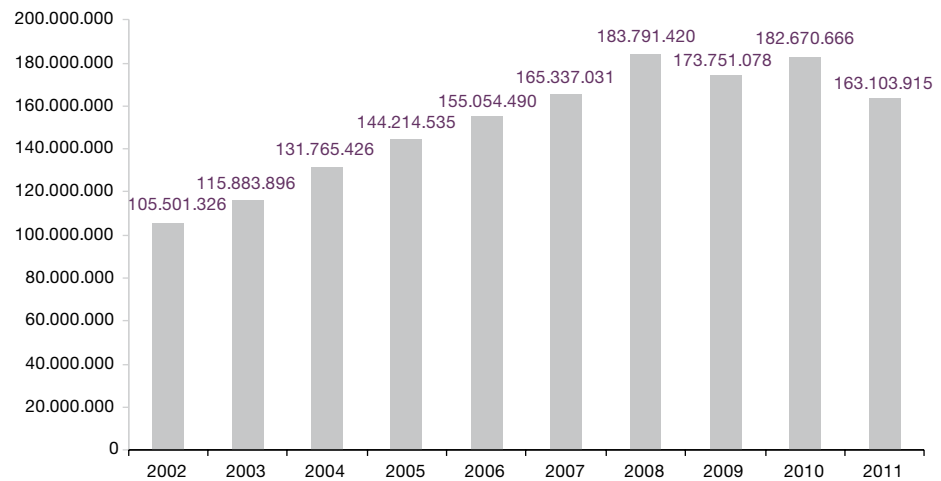


Incluye los datos de conciertos, macrofestivales y grandes festivales.  
Fuente: SGAE.



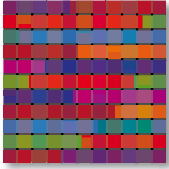
4 MÚSICA POPULAR

GRÁFICO 13 Recaudación de la música popular en vivo (euros)



Incluye los datos de conciertos, macrofestivales y grandes festivales.  
Fuente: SGAE.

Andalucía (19,5%), Cataluña (17,7%) y Madrid (16,2%) fueron las comunidades que presentaron una mayor concentración de de espectadores, mientras que las cifras más altas de recaudación se dieron principalmente en Madrid (20,2%), Cataluña (19,2%) y Andalucía (12,4%).



# 5

## Música grabada

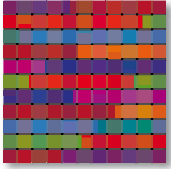
El sector de la música grabada a nivel mundial sigue sufriendo una situación delicada con el descenso constante de los últimos años, aunque en 2011 se ha producido un estancamiento absoluto en el decrecimiento. En este sentido, y desde una perspectiva internacional, en 2011 este sector facturó 23.336 millones de dólares (tan solo un 0,16% menos que en 2010). Los soportes digitales siguen ganando terreno a nivel mundial (31% en 2011 frente al 29% de 2010) aunque, a pesar de su acusado descenso, los soportes físicos continúan teniendo un 61% de la cuota de mercado (66% en 2010).

En España, al igual que en años anteriores, la situación es mucho más difícil, ya que las cifras de descensos continúan siendo mucho mayores que las correspondientes al conjunto del mercado mundial. Así, en 2011, este sector facturó 159,8 millones de euros (un 10,7% menos que en 2010). Sin embargo, en consonancia con las cifras mundiales, la facturación del mercado digital asciende, situándose en 2011 en los 49,9 millones de euros (41,6 en 2010), mientras que la cuota de mercado ya supone el 31,2% del total de facturación de la música grabada en España (23,2% en 2010). En cualquier caso, y pese a este incremento, las cifras totales presentan descensos netos, en concreto, el ya citado 10,7% respecto a 2010. En cuanto a las unidades vendidas, se mantiene la tendencia de años anteriores. En 2011 se vendieron 15,2 millones de unidades (13,9 millones fueron CD), dos millones y medio menos que en 2010, lo que supone un descenso del 14,3%. La venta de sencillos ha acusado aún más el descenso, cayendo hasta las 32.000 unidades (frente al repunte del año 2010 en el que se vendieron 123.000 unidades).

A pesar de este fuerte descenso, España se mantiene en buenas posiciones en lo que se refiere a la clasificación mundial de mercados de música grabada, situándose en la duodécima posición (bajando un puesto de 2010 a 2011). Quedan por delante de España los siguientes países, por este orden: EE UU, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Australia, Canadá, Brasil, Países Bajos, Italia y Corea del Sur.

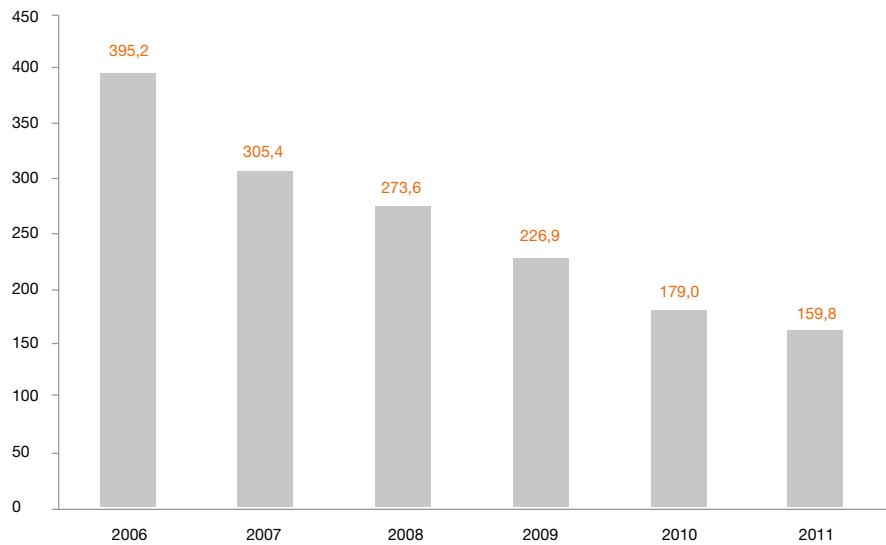
En relación a las descargas de música en Internet, en 2011 un 18,7% de la población de entre 14 y 70 años se descargó música, en los últimos tres meses, lo que supone un descenso de 0,8 puntos porcentuales respecto a 2010, cuando el 19,5% se descargó música. El número de archivos descargados también ha experimentado un descenso de un 12,3% después de varios años de subida, situándose en 3.061 millones de archivos (3.490 millones en 2010).

De entre los 50 discos más vendidos en España en 2011, 30 corresponden al repertorio español.



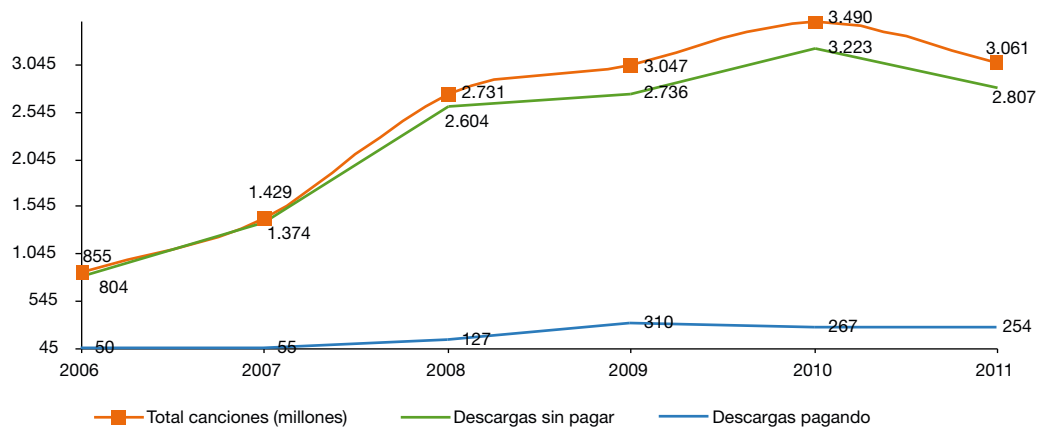
5 MÚSICA GRABADA

**GRÁFICO 14** Evolución del valor de ventas de música grabada (millones de euros). 2006-2011

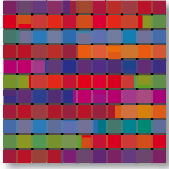


Fuente: Elaboración propia en base a datos de Promusicae.

**GRÁFICO 15** Volumen total de archivos musicales descargados al año



**Unidad:** Millones de archivos digitales descargados en los tres últimos meses, por individuos de 14 a 70 años usuarios de Internet.  
**Base:** Media móvil calculada a partir de los últimos cuatro trimestres.  
**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de SGAE en *Estudio de descargas de Internet*, realizado por CIMEC.



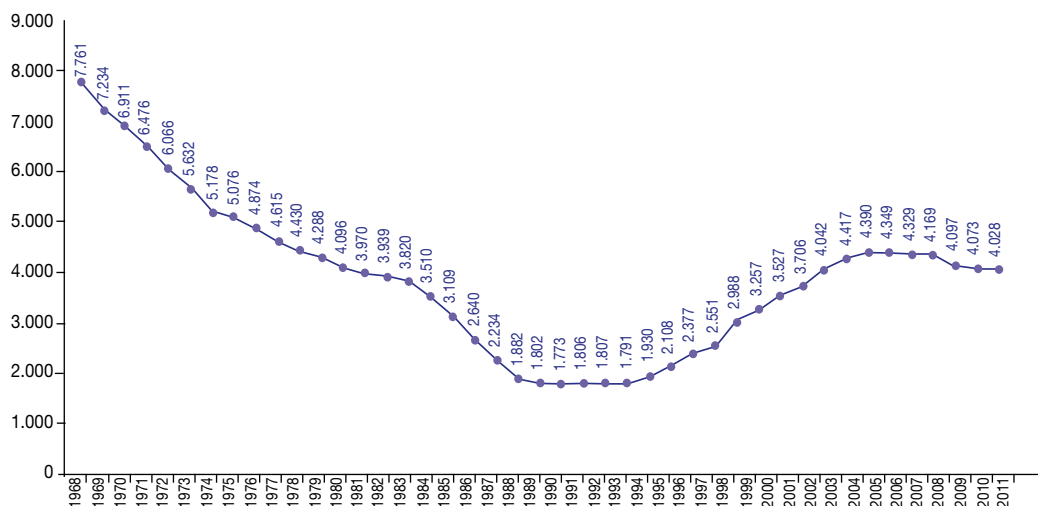
## 6 CINE

## 6

## Cine

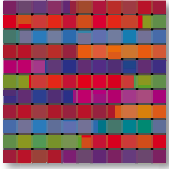
El año 2011 supone, para la exhibición cinematográfica, la continuación de la tendencia negativa experimentada desde años anteriores que, si bien muestra descensos más leves que en otros sectores parece poner fin de manera decidida a la tendencia positiva experimentada desde comienzos de los años 90. En 2011 se perdieron 45 pantallas respecto al año anterior (un 1,1% menos), que quedaron en 4.028. Un 77,5% del total se distribuyeron en complejos de cine con más de cinco pantallas. Cataluña (19,8%), Madrid (13,6%) y la Comunidad Valenciana (11,3%) fueron las CC AA con mayor número de pantallas de cine. En cuanto a la introducción de pantallas de cine digitales, España está en la cuarta posición del ranking de los países europeos (con 1.545), por debajo de Francia, Reino Unido y Alemania.

GRÁFICO 16 Evolución del número de pantallas de 1968 a 2011



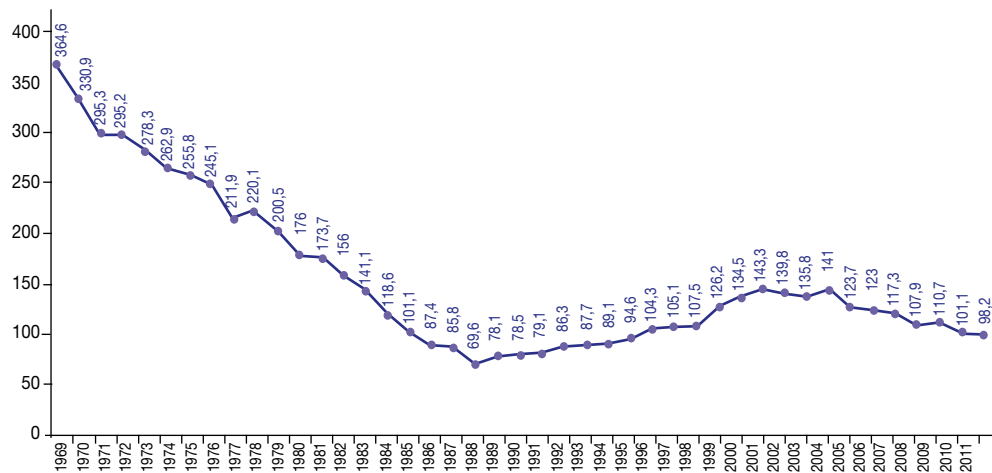
Unidad: Número de pantallas.

Fuente: De 1968 a 1995: Víctor Fernández Blanco: *El cine y su público en España*, Fundación Autor, Madrid 1998, pág. 19.  
De 1996 a 2010: SGAE.



## 6 CINE

El número de sesiones, siguiendo la tendencia anteriormente citada, se redujo ligeramente, pasando de 4.581.803 millones en 2010 a 4.518.778 en 2011 (un 1,4% menos). Estas sesiones atrajeron a 98,2 millones de espectadores, lo que frente a los 101,1 millones de 2010 supone un descenso de 2,9 millones de espectadores en un año (pérdida del 2,8%). El total de espectadores se concentra principalmente en Madrid (20,9%), Cataluña (20,6%) y Andalucía (14,57%), sumando entre las tres comunidades más del 55% de la audiencia. En términos per cápita, la asistencia por habitante al año es de 2,1 películas con un gasto medio por entrada de 6,5 euros.

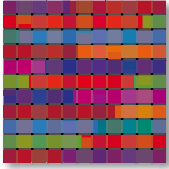
**GRÁFICO 17 Evolución del número de espectadores (1969 a 2011)**

Unidad: Millones de espectadores.

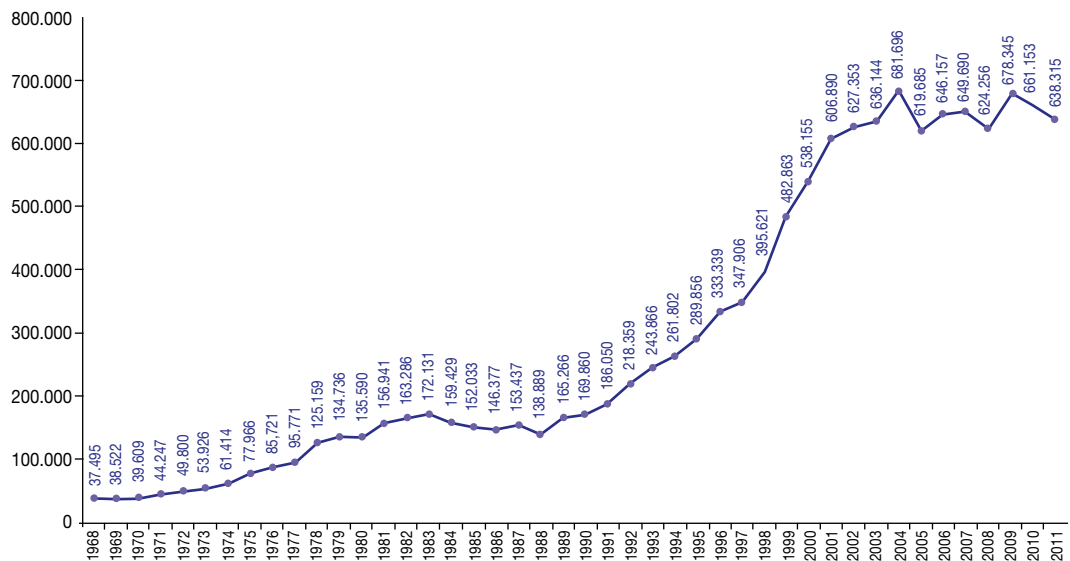
Fuente: De 1968 a 1995: Víctor Fernández Blanco: *El cine y su público en España*, Fundación Autor, Madrid 1998, pág. 19.  
De 1996 a 2010: SGAE.

Tras el repunte producido en la recaudación en 2009, asociado a la introducción de la tecnología 3D y a los precios más elevados de las sesiones con esta tecnología, en 2010 volvió a descender un 2,5% respecto a 2009 y en 2011 se produjo un nuevo descenso, en este caso del 3,5% respecto al año anterior. En el año 2011 se alcanza una recaudación de 638.315.018 euros. Madrid (22,4%), Cataluña (21,3%) y Andalucía (13%) encabezan la lista por CC AA.



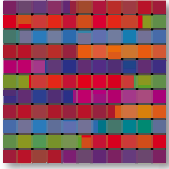


## 6 CINE

**GRÁFICO 18 Evolución de la recaudación anual en España (1968-2011)**  
(miles de euros)

Unidad: Euros.  
Fuente: SGAE.

El número de largometrajes exhibidos en las salas españolas durante 2011 ha descendido ligeramente con respecto al año 2010 (un 1,5% menos). Un 38,8% del total fue de nacionalidad estadounidense y el 24,3%, española. El único elemento positivo en la exhibición cinematográfica se encuentra en el hecho de que la asistencia y recaudación al cine español mostraron incrementos respecto al año 2010: un 22,6% en el número de espectadores y un 26% en la recaudación, debido al estreno de de filmes españoles con un gran poder de convocatoria



## 6 CINE

TABLA 1 Películas más taquilleras en 2011

Título	Espectadores	Recaudación
TORRENTE 4	2.646.550	19.493.121
LA SAGA CREPÚSCULO AMANECER (PARTE 1)	2.976.777	19.057.090
PIRATAS DEL CARIBE EN MAREAS MISTERIOSAS	2.723.852	18.970.662
AVENTURAS DE TINTÍN SECRETO DEL UNICORNIO	2.458.191	17.802.988
HARRY POTTER Y LAS RELIQUIAS MUERTE 2	2.113.035	14.642.502

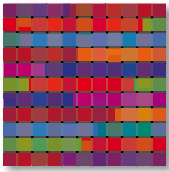
Fuente: SGAE.

TABLA 2 Películas españolas más taquilleras en 2011

Título	Espectadores	Recaudación
TORRENTE 4	2.646.550	19.493.121
MIDNIGHT IN PARIS	1.235.254	7.922.153
FUGA DE CEREBROS 2	791.141	5.004.008
LA PIEL QUE HABITO	723.807	4.602.195
NO HABRÁ PAZ PARA LOS MALVADOS	642.603	4.057.313

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

Fuente: SGAE.



## 7 VIDEO

## 7

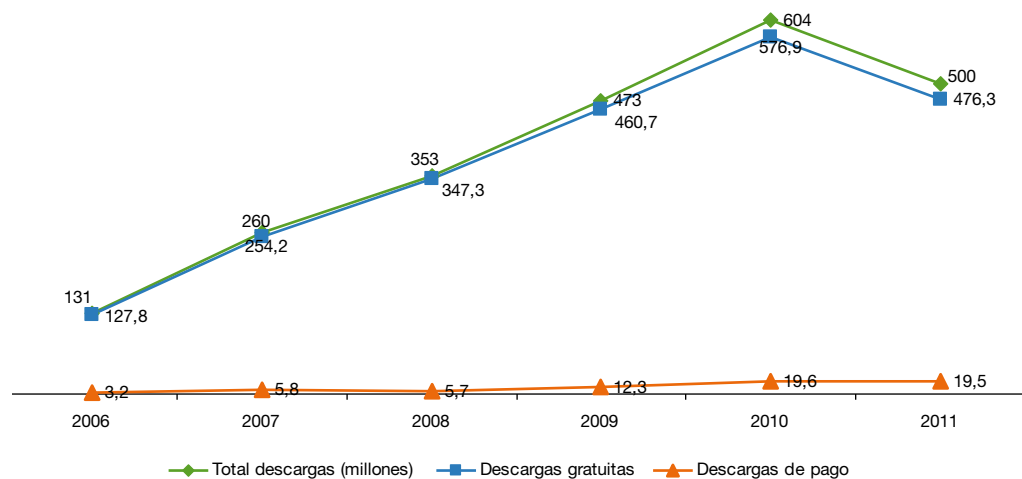
## Video

El mercado español continúa el descenso iniciado entre los años 2004 y 2005. Todas las cifras han experimentado un retroceso en 2011.

La recaudación ha experimentado una caída del 35%, con unos resultados de 82 millones de euros. Si analizamos con más detalle este indicador observamos que la venta ha disminuido en mayor medida (un 38% menos) que el alquiler (9% menos). No obstante, el peso relativo de la venta es mucho mayor que el del alquiler, un 88% del total de la recaudación frente a un 12%.

En 2011 hubo 338 lanzamientos de alquiler y 2.333 de venta, lo que supone una pérdida respecto a 2010 de 31 títulos en alquiler y 783 en venta, con un descenso del 8% y 25%, respectivamente. Pero aún se ha acentuado más la caída en el número de unidades que ha sido en 2011 de 370.525 en alquiler y 9.463.758 frente a las 536.546 y las 13.452.088 del año anterior, respectivamente. Esto supone un descenso del 31% en alquiler y 30% en venta.

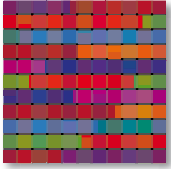
**GRÁFICO 19** Total archivos audiovisuales descargados al año (millones de películas). 2006-2011



**Unidad:** Millones de archivos audiovisuales descargados por individuos de 14 a 70 años en los últimos 3 meses o menos.

**Base:** Media móvil calculada a partir de los últimos cuatro trimestres.

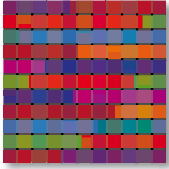
**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de SGAE en *Estudio descargas de Internet. Síntesis de resultados II semestre 2011* elaborado por CIMEC.



7 VIDEO

Pero si comparamos las cifras de 2011 con las del 2005 (fecha en la que se ha iniciado el retroceso en el sector del video) podemos hablar de pérdidas de hasta el 89% en alquiler y del 64% en venta. Estos datos nos demuestran el retroceso que ha experimentado el mercado en España

En este contexto habría que nombrar las prácticas fraudulentas respecto a la ley de propiedad intelectual relativas al consumo de películas tanto offline en un principio, como online según iba aumentando el ancho de banda. Para el 2010 se descargaron un total de 604 millones de archivos de películas, de los cuales 576 millones fueron descargas gratuitas. Sin embargo, para el 2011 hubo una reducción de las descargas (104 millones menos que en 2010) con un total de 500 millones, de los cuales 476,3 fueron gratuitas. Así mismo se observa una leve reducción de descargas con pago previo, ya que en el 2010 observamos 19,6 millones y en el 2011 hubo 19,5 millones.

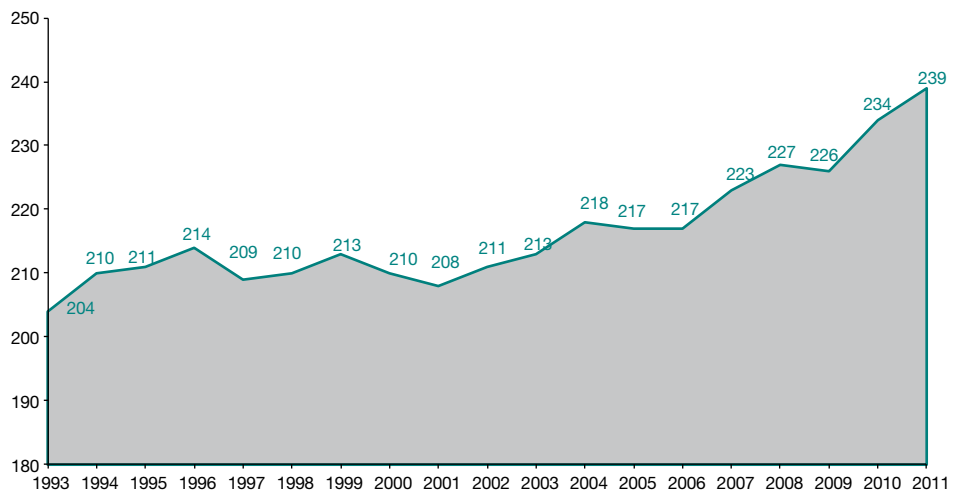


## 8 TELEVISIÓN



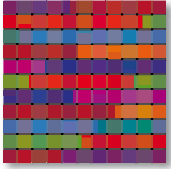
## Televisión

El sector de la televisión, tras las fusiones llevadas a cabo en los últimos años y realizada la transición a la TDT se encuentra en un momento muy delicado, ya que el consumo de televisión se ve afectado por otras ofertas de ocio y por la multiplicidad de ventanas que el espectador tiene a su disposición actualmente. Por otro lado, la crisis económica convierte a la televisión en una alternativa de ocio más accesible a distintas capas sociales, por lo que no resulta sorprendente encontrar un incremento del consumo televisivo en estos años. Así, aunque la audiencia esté fragmentada y sea más difícil acceder de golpe a muchos espectadores (con pocos canales de televisión), el dato de consumo medio diario muestra una tendencia de aumento en la demanda de televisión que, si bien ya se venía produciendo desde el año 2001 -salvo un pequeño retroceso de 2008 a 2009- se ve mucho más acentuado en los años marcados por la crisis económica. En 2011 las cifras han aumentado, logrando entre semana 236 minutos diarios y, durante el fin de semana, que abarca los días de mayor consumo televisivo, pasó a 247 minutos/persona. La cifra promedio de este nuevo año pasa a ser la más alta de los últimos 19 años: 239 minutos de media por persona y día.

**GRÁFICO 20** Evolución del consumo de TV en España

Unidad: Minutos diarios promedio por persona.

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

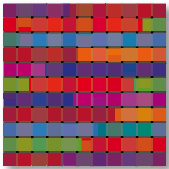


## 8 TELEVISIÓN

Sin embargo, y pese al crecimiento en el consumo televisivo, en 2011 el descenso de la inversión publicitaria continuó. El año cerró con una cifra de inversión final de 2.237,2 millones de euros (234,7 millones menos respecto a 2010). Este declive (del 9,5% respecto a 2010) fue consecuencia directa de los efectos de la crisis económica y de los recortes en inversiones publicitarias por parte de los anunciantes.

Entre los 10 programas con mayor audiencia en 2011, encontramos que el más visto corresponde al encuentro Barcelona-Real Madrid del 3 de mayo. En general, entre los 10 primeros encontramos las retransmisiones futbolísticas (partidos de la Liga española y de la Eurocopa) y la serie de TVE Águila Roja, que ocupa el puesto número 9. Entre los 20 más vistos, se suman las campanadas de fin de año y las votaciones de Eurovisión, programas de la cadena pública.

La lista de las 10 películas más vistas y emitidas por televisión la encabezan El intercambio y Iron Man.



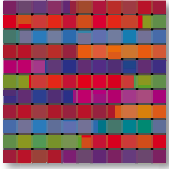
## Radio

El modelo de radiodifusión español está compuesto por diferentes grupos privados y emisoras de ámbito nacional. La mayoría de las emisoras más relevantes pertenecen a grupos de comunicación nacionales. En esta línea encontramos que Cadena Ser tiene 216 emisoras, RTVE, 182, Onda Cero, 161 y Cadena COPE, 144.

En lo que se refiere a su audiencia, y según la información elaborada sobre los datos del EGM, hay que decir que varía poco a poco de año en año y que está en torno al 58,5% de cobertura, si bien, muestra ligeros incrementos. Así, si en 2010 un 56,9% de los españoles mayores de 14 años escuchaba alguna vez la radio, en 2011 ese porcentaje asciende al 58,5%. El tiempo de escucha por habitante ha aumentado en tres minutos: de 107 minutos diarios en 2010 se ha pasado a 110 en 2011. La Rioja (con 144 minutos diarios de escucha de lunes a viernes) encabeza la lista por CC AA, seguida de Aragón (con 140) y Cantabria y Castilla y León (ambas comunidades con 139).

En relación a las franjas horarias con más audiencia, éstas siguen siendo las mañanas de los días laborables (con un 73%) y las mañanas de los sábados (58,7%) y domingos (53,4%). Entre los oyentes de radio predominan las siguientes características del perfil: hombre, de entre 35 y 44 años, casado y con un nivel de estudios secundarios o de Formación Profesional y residente en zonas de entre 10.001 y 50.000 habitantes.

Respecto a la inversión que el mercado de la publicidad realiza en la radio, hay que decir que: a pesar de tratarse del segundo medio con mayor audiencia en España, a pesar de tener una audiencia en crecimiento, a pesar de que ofrece buenas oportunidades para la segmentación de targets y contenidos, a pesar de su capacidad de consumo ubicuo y de la gran lealtad que generan muchas de sus figuras y locutores (y su enorme capacidad de prescripción), la radio, durante 2011, generó por ingresos publicitarios un 4,4% menos que los ingresos obtenidos por publicidad en 2010 (525 millones de euros).



# 10

## Nuevas Tecnologías

Las nuevas tecnologías están experimentando en los últimos años un avance vertiginoso. Han ido introduciéndose en la sociedad y formando parte de las acciones y relaciones sociales más cotidianas, convirtiéndose en un elemento casi imprescindible en todos los ámbitos de la vida moderna.

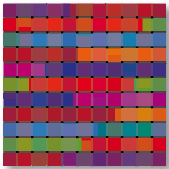
Haciendo balance de los equipos que mayor presencia tienen en los hogares españoles, destacamos la casi universalidad de la televisión (99,3%), seguida muy de cerca por la telefonía móvil, con una presencia en el 92,9% de los hogares, cuyo constante incremento está produciendo una disminución de la presencia de la telefonía fija, que se sitúa en el 78,8%. El ordenador y la conexión a Internet tienen un crecimiento en paralelo, situándose en el 62,4% y el 50,4%, respectivamente. La presencia de videoconsolas, en cambio, ha sufrido un descenso de 6,6 puntos, descendiendo hasta el 26,1%, lo que se explica por la oferta en el mercado de múltiples dispositivos con distintas opciones de ocio.

Otra cifra que aumenta año tras año es el número de usuarios de Internet a nivel nacional y europeo. Alemania (67 millones de usuarios) y Rusia (61 millones y medio) encabezan el top 10 de usuarios de Internet en Europa. España ocupa el séptimo puesto con 30,7 millones de usuarios. Nuevos dispositivos están comiendo terreno a otros como la PDA, que van disminuyendo a favor de otros como las tablets o los smartphones. A excepción de este caso, el porcentaje de usuarios que se conecta a Internet a través de todos los dispositivos se mantiene al alza. Un dato curioso es que el ordenador de sobremesa (78,3%) ha sido desbancado hasta la segunda posición por el ordenador portátil y el net-book, que se ha convertido en el preferido por los usuarios para conectarse a Internet (79,5%).

También van evolucionando los hábitos de ocio, aunque la frecuencia de uso de Internet se ha mantenido en un porcentaje muy similar al del año anterior. Más del 99% de los usuarios se conecta varias veces a la semana o más. El lugar más frecuente para conectarse a Internet es el domicilio, utilizado por casi el 90% de los usuarios, seguido de lejos por el trabajo, con un 20% de usuarios (cifra que ha descendido en 3,7 puntos con relación a 2010). El correo electrónico es la actividad más digitalizada por un 55% de usuarios (incrementándose en 6,5 puntos), seguida de cerca por las actividades relacionadas con el área audiovisual (escuchar música, ver videos y ver y compartir fotos).

El porcentaje de usuarios de Internet que tienen web/weblog/bitácora ha descendido en tres puntos con relación al año anterior (del 28% al 25%), aunque un 10% sigue sin actualizar sus contenidos. Sin embargo, ha crecido el registro de usuarios de Internet a redes





## 10 NUEVAS TECNOLOGÍAS

sociales como Twitter, que ha alcanzado un 36,9% (aumentando en 10,7 puntos en el último año), y Tuenti, que ha conseguido un 25,4%, situándose en segundo y tercer lugar. Porque la primera red social en número de registros es Facebook, que se mantiene estable con un 89,9%. Resulta muy significativo que un 84,1% de usuarios utiliza estas redes para mantener relaciones sociales y de amistad, seguido de lejos para compartir aficiones (36,7%) y mantener relaciones profesionales (31,7), siempre según los datos del estudio de AIMC Navegantes en la Red.

La empresa española sigue incorporando operativos básicos en el campo de las nuevas tecnologías, subiendo todos los indicadores: posesión de ordenadores (98,6%), acceso a Internet (97%) y disposición de web corporativa (67%, ascendiendo 19 puntos con respecto a 2010), salvo el uso del comercio electrónico, que ha perdido 12 puntos con relación a 2010. Debemos resaltar que el equipamiento tecnológico está directamente relacionado con el tamaño de la empresa, reduciéndose las diferencias en los equipamientos más básicos (disposición de ordenadores y correo electrónico). Esto se traslada a las CC AA: aquellas con mayores poblaciones (Madrid y Cataluña) tienen empresas mejor equipadas.

En España, a finales de 2011, las conexiones de banda ancha superaban los 10,4 millones de líneas, es decir, 41 líneas por cada 100 habitantes, un incremento de más de 1.200 líneas en tan solo dos años. Telefónica conserva su hegemonía en este mercado (con un 53% de líneas de banda ancha), seguida de Ono (15%) y Orange (12%).

La telefonía móvil tiene tendencia a la universalidad, alcanzando los 53 millones de líneas en el cuarto trimestre de 2011 (consiguiendo un crecimiento anual del 3,5%). Movistar sigue siendo la compañía en España que aglutina un mayor número de líneas de telefonía móvil (40%), seguida por Vodafone (28%) y Orange (20%).

El mercado español de los videojuegos ha experimentado un descenso en los ingresos de todos sus productos siguiendo la tónica de 2010. La venta de videojuegos en 2011, según datos de ADESE, supone una recaudación de 499 millones de euros (un 13% menos que en 2010), la de consolas, 373 millones (desciende un 16% en relación al 2010) y la de los periféricos y accesorios, 107 (un 19% menos que en el año anterior). El número de unidades vendidas también se ha reducido, aunque la tendencia a la baja ha sido menos acusada en los dos primeros productos. Descendió entre un 9 y un 10% la venta de videojuegos y consolas, y casi un 19% la de periféricos y accesorios.

El volumen de negocio del comercio electrónico de España todavía no alcanza al de los países vecinos europeos. Pero comprobamos que la tendencia es alcista, alcanzando los 2.421,80 millones de euros en el tercer trimestre del año 2011, que se reparten en un 43,5% de operaciones realizadas dentro de España, un 42,1% desde España con el exterior y un 14,4% desde el exterior con España. El 90% de las operaciones comerciales realizadas en España con el exterior se realiza dentro de la Unión Europea. El 87% de usuarios realizó alguna transacción en el último trimestre de 2011, cifra que ha caído 1,2 puntos en un año. Los productos o servicios más demandados son los billetes (comprados por un 12,5% de usuarios), seguidos por alojamiento (10,9%), aparatos electrónicos y electrodomésticos (10%) y ocio y tiempo libre (9,6%).

