

anuario sgae **2013**

de las artes

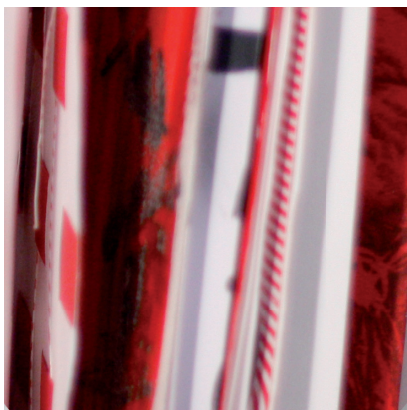
escénicas, musicales

y audiovisuales

RESUMEN EJECUTIVO



fundación sgae



RESUMEN EJECUTIVO

anuario sgae **2013**

de las artes

escénicas, musicales

y audiovisuales

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

EDICIÓN

Fundación SGAE

PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN SGAE

Antonio Onetti

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

Enrique Gómez Piñero. Director comercial de SGAE

Javier Campillo. Departamento de Contratación y Licencias de SGAE

REDACCIÓN Y DOCUMENTACIÓN

David Alameda. CIMEC

José Ángel Domínguez. CIMEC

Susana Hernández. CIMEC

Nuria Marcos. CIMEC

Víctor Martínez. 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 Y DE INTERIORES

José Luis de Hijes

AGRADECIMIENTOS

ADESE (Carlos Iglesias), AIMC (Raquel Píriz), Etxekandere (Gabriela González de Haro, Martín Gutiérrez González, Violeta Gutiérrez González), IFPI, Kantar Media (Ramón Gómez), Infocinema MEDIA Salles, Internet World Stats, PROMUSICAE (María Cantón), Screen Digest (Laura Bonalumi, Alex Donaldson), SGAE (Juan Manuel Bermejo Conde, Javier Campillo de Miguel, Carlos Casado, Ángel de la Vega y a todos los directores de departamento y zonas), Sinis Technology S.L. (Juan Torrejón), Tercer Mercado Vídeo (Raquel Peláez) y UVE (María Hevia).

DEPÓSITO LEGAL

M-21059-2013

MAQUETACIÓN, DESARROLLO MULTIMEDIA Y PROGRAMACIÓN WEB

Eventos y Sinergias, SL

© 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: 915036851

E-mail: informacion@fundacionsgae.org

www.fundacionsgae.org



Diagnosticar para mejorar

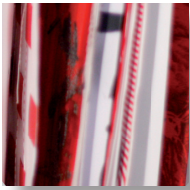
ANTONIO ONETTI Presidente de la Fundación SGAE



Para intervenir en la sociedad y transformarla, resulta conveniente contar con un diagnóstico previo sobre aquellos hechos que queremos corregir y mejorar. Esa labor suele ser ardua y poco gratificante, pero resulta imprescindible para tener información precisa y rigurosa que, dejando al margen prejuicios e intuiciones, guíe de manera eficaz nuestras acciones y estrategias.

Es precisamente a esa tarea a la que, entre muchas otras, se ha dedicado la Fundación Autor desde su puesta en funcionamiento en el ya lejano 1997. Muchas cosas han cambiado desde entonces. Entre ellas, y por señalar quizás la más reciente, el propio nombre de la organización, que justo días antes de la presentación pública del presente *Anuario* ha pasado a ser Fundación SGAE. Con el cambio de nombre, además de enfatizar el vínculo entre la Fundación y su fundadora, la SGAE, queremos explicitar la certificación de una nueva etapa que se cimienta sobre los cambios ya consolidados en los últimos meses.

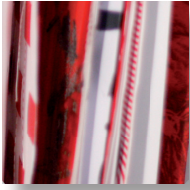
La Fundación cambia de nombre e incorpora a su quehacer nuevas líneas de trabajo, nuevas estrategias y nuevas orientaciones. Pero también conserva elementos de la etapa anterior que se convirtieron en puntos de referencia obligada para el conjunto del sector cultural. Uno de ellos es la ya citada labor de investigación y diagnóstico, que tiene en el *Anuario* SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales uno de los más relevantes ejemplos de su actividad. En su primera edición, correspondiente al año 1999, el *Anuario* tuvo una recepción aún fría por parte del sector cultural y de



los medios de comunicación, poco habituados a mezclar cifras e indicadores con la realidad de la cultura y las artes. Sin embargo, en apenas pocos años, el *Anuario* se constituyó en fuente de información (aún sigue siendo la única disponible para los sectores de las artes en vivo: artes escénicas y música popular y clásica) utilizada por los agentes culturales (autores, gestores, promotores, administraciones públicas, centros de estudio y de estadísticas) y demandada por los medios de comunicación para caracterizar la evolución de los sectores que estudia el *Anuario*, y que no son otros que aquellos que se basan en el repertorio cuyos derechos son gestionados por la SGAE: artes escénicas (teatro, danza y ópera), música (popular y clásica, en vivo y grabada), cine, vídeo, televisión, radio y nuevas tecnologías aplicadas a la cultura.

En 2013, y ya con el nombre de Fundación SGAE, lanzamos la decimotercera edición del *Anuario SGAE*, para el que contamos con la colaboración de numerosos departamentos de SGAE así como con la del instituto de investigación de mercados CIMEC. Esta última edición presenta más de 310 tablas y gráficos repartidos entre las más de 460 páginas que conforman este nuevo volumen, de libre acceso online. Los datos que presentamos recogen la evolución de los diferentes sectores analizados hasta el año 2012, último ejercicio completo, y señalan algo que no será ninguna sorpresa para todos aquellos que se interesen en la lectura de este *Anuario*: los principales indicadores muestran una tendencia negativa en el último lustro. Por citar tan solo algunas cifras de las que se recogen en este estudio, desde 2008, el número de espectadores de las artes escénicas ha descendido más del 30%, siendo los descensos del 24% y del 14% para los casos de la música popular en vivo y la música clásica, respectivamente. Otros sectores, como la música grabada o el vídeo, también afectados por procesos como el cambio de paradigma tecnológico, han visto descender sus ventas desde 2008 en torno al 50% (el 48% para la música grabada y el 60% para el vídeo). La exhibición del cine en salas acumula, desde 2007, una pérdida del 20% en el número de espectadores. Esta tendencia negativa ha continuado también en el año 2012, que lejos de apuntar modificaciones positivas ha mostrado fuertes decrementos. El incremento del tipo de IVA aplicado a los bienes y servicios culturales en septiembre de 2012 no tuvo como consecuencia una evolución al alza en las cifras de recaudación sino que, por el contrario, incluyendo estas el nuevo impuesto, muestran descensos respecto a ejercicios anteriores.

El sector cultural está afrontando unos enormes retos: descienden los presupuestos públicos; se reduce el consumo por parte de la ciudadanía; se incrementan los impuestos sobre el sector que redundan en un incremento de precios (o en una reducción del margen que pocos promotores se pueden permitir); la reforma de la



Ley de Propiedad Intelectual, de llevarse a cabo en los términos actualmente previstos, añadiría aún más incertidumbre en la gestión colectiva de los derechos de autor así como en otras cuestiones que afectan directamente a los propietarios de los derechos, los autores; la anunciada Ley de Mecenazgo, que podría suponer un complemento a la financiación de los proyectos culturales, aún no es una realidad. Confiamos en que la información que con gran esfuerzo aportamos en este volumen ayude a que los agentes culturales, tanto públicos como privados, orienten adecuadamente sus acciones y estrategias para que la cultura y las artes puedan seguir generando innovación y favoreciendo la cohesión social, desempeñando su papel. Un papel más relevante que nunca dadas las circunstancias de nuestro entorno económico y social.

Antonio Onetti

Presidente de la Fundación SGAE

anuario sgae **2013**

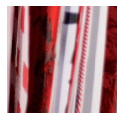
de las artes

escénicas, musicales

y audiovisuales **RESUMEN EJECUTIVO**



DIAGNOSTICAR PARA
MEJORAR, por Antonio Onetti 3



2012. LOS EFECTOS DE
LA CRISIS EN EL SECTOR
CULTURAL 8



ARTES ESCÉNICAS 13



MÚSICA CLÁSICA 20



MÚSICA POPULAR 24



MÚSICA GRABADA 28



CINE 30



VÍDEO 33



TELEVISIÓN 35



RADIO 37



NUEVAS TECNOLOGÍAS 39

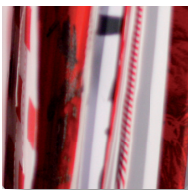


1

2012. Los efectos de la crisis en el sector cultural

En 2012, un año más, los descensos se acusan en todos los ámbitos del sector cultural analizados en este Anuario. Las cifras negativas, que en algunos casos se ralentizan respecto a años anteriores, se acumulan en todos los campos. Si analizamos los datos de 2012 en comparación con los correspondientes a los años 2007 y 2008, podremos observar unos descensos acumulados, en apenas cinco años, de grandes dimensiones. Además, la tendencia negativa continua y elementos coyunturales -aunque ya casi parecen estructurales-, como el descenso de los presupuestos públicos y las caídas en los niveles de renta de los ciudadanos, unidos a los efectos del cambio de paradigma tecnológico y de hábitos respecto a las artes, la cultura y el ocio y a la creciente oferta gratuita de contenidos, parecen indicar que tal tendencia no se modificará en los próximos años. Si a esa situación se añade el encarecimiento de los bienes y servicios culturales, muchos de los cuales experimentaron a partir del 1 de septiembre de 2012 un incremento del 8% al 21% del tipo impositivo de IVA, las perspectivas de recuperación a corto plazo se alejan, amenazando con preocupantes consecuencias para el desarrollo artístico y cultural del conjunto del Estado español.

Para analizar de manera acumulada los efectos de la crisis, establecemos comparaciones con el año 2008, aunque algunos indicadores del sector cultural comenzaron a experimentar caídas ya en 2007 y otros hasta 2009 no se llegaron a resentir. En 2012, además del efecto directo de la crisis que sufren la mayoría de los sectores, se perciben otras dificultades, como la mencionada subida del IVA y la reducción cada vez más acusada de la financiación pública, que afecta sobre todo a las artes escénicas y musicales y al cine, tanto en el campo de la exhibición como en el de la producción y creación. Estas condiciones afectan de manera negativa a la oferta, que se contrae -con lo que ello supone para el tejido profesional de la cultura-, y a la demanda, que también se reduce como consecuencia de los factores mencionados además del propio desplome de la oferta. Por otro lado, la coyuntura económica negativa afecta también a aquellos sectores que se desarrollan fundamentalmente en el mercado. En este sentido, además de la disminución de la renta de los ciudadanos destinada a la adquisición de productos y servicios culturales, debemos recordar los constantes descensos en la inversión publicitaria en radio y televisión, dificultando así la financiación de estos sectores.



A continuación ofrecemos, por sectores, un breve panorama de la evolución de los principales indicadores a lo largo de los últimos cinco años.

Artes escénicas

Un año más, todos los indicadores de las artes escénicas han experimentado un retroceso, iniciado en 2009, aunque algunos de los indicadores siguieron creciendo en ese año y el descenso comenzó en 2010. Si comparamos los datos de 2012 con los obtenidos en 2008, se observa que el número de funciones cayó desde entonces un 26,9%, que la asistencia disminuyó un 31,4% y que la recaudación se redujo un 20,2%. Si tenemos en cuenta el dato de recaudación de 2009, cuando se alcanzó el máximo, el descenso en estos años llega al 22% de lo recaudado en taquilla, incluyendo en el último cuatrimestre de 2012 el incremento del 8% al 21% del IVA aplicado a la venta de entradas. La diferencia entre los descensos en la asistencia y en la recaudación se explica por el hecho de que muchos espectáculos son gratuitos y por la fuerte influencia que tienen sobre la taquilla algunos espectáculos con precios de entrada muy elevados.

Teatro

El 92,8% de las funciones de artes escénicas en 2012 fueron de teatro, por lo que en buena medida reflejan lo expresado en los datos globales. Si comparamos las cifras obtenidas en 2012 con las que se consiguieron en 2008, observamos que el número de funciones descendió un 25,9%, que la asistencia bajó un 30,7% y que la recaudación disminuyó un 14,1%, porcentaje que se eleva al 16,7% si tenemos como referencia el dato máximo de 2009.

Danza

La danza representó en 2012 tan sólo el 4,8% del total de las funciones de artes escénicas. Desde 2008 se acumulan descensos muy acusados en todos los indicadores. Así, si comparamos los resultados obtenidos en 2012 con los de dicho año, tendremos que el número de funciones ha caído un 43,4%, que la asistencia ha descendido un 34,5% y que la recaudación ha perdido un 44,1%. Hay que decir, además, que la danza comenzó a sufrir los efectos de la crisis un año antes, por lo que estas pérdidas serían mayores si tomamos de referencia el año 2007: un 45,3% menos en el número de representaciones, un descenso del 35,4% para la asistencia y una disminución del 47% de la recaudación.

Ópera y zarzuela

Este género representa un peso relativo del 2,4% del total de las artes escénicas. Si comparamos los datos obtenidos en 2012 con los del año 2008, encontramos que el número de representaciones ha caído un 23,7%, la asistencia ha perdido un 36,5% y la



recaudación ha decrecido un 38,9%, dato que asciende al 39,4% si se compara con el año 2009, en el que se alcanzó el máximo de recaudación.

Música clásica

La música clásica también ha acumulado pérdidas y, al igual que ocurría en el caso de la danza, los descensos ya se notaron en 2008, siendo 2007 el año que presentó los valores máximos de todos los indicadores. Si tomamos los datos de 2012 y los comparamos con los de 2008, podremos observar que el número de conciertos ha descendido un 15,9%, que la asistencia se ha reducido un 14,3% y que la recaudación cae un 15,4%. Los descensos son algo mayores si utilizamos como referencia los datos correspondientes a 2007: un 19,1% de conciertos menos, un 15,2% de espectadores menos y unas caídas en recaudación del 15,8%.

Música popular

Hasta 2008, el sector de la música popular en vivo experimentó una tendencia creciente en todos sus indicadores. Sin embargo, a partir de ese momento se empiezan a notar los efectos de la crisis. Si comparamos los resultados obtenidos en 2012 con los de ese año, tenemos unas pérdidas del 16% en el número de conciertos, del 23,6% en el número de espectadores y del 6,6% en recaudación. A la hora de valorar los datos, debemos tener en cuenta que estas cifras de espectadores y recaudación incluyen nuevos macrofestivales, como Rock in Rio (de carácter bienal), distorsionando de alguna forma las comparativas. En este sentido, si comparamos estrictamente los datos de asistencia y de recaudación correspondientes a los conciertos de música popular, dejando al margen los datos de los macrofestivales, podríamos concluir que el número de espectadores muestra un descenso acumulado desde 2008 del 27,1% y que, en lo referido a la recaudación obtenida por venta de entradas, esta ha disminuido en un 13,4% desde 2009, año en el que se alcanzó el máximo. Debemos además tener en cuenta que, en los datos correspondientes a 2012, la recaudación incorpora la subida del tipo de IVA del 8 al 21% a partir del 1 de septiembre.

Música grabada

Tras un periodo de 13 años de descenso ininterrumpido, en 2012 se produce, a escala internacional, una ligera recuperación de las ventas globales de música grabada, que ascendieron hasta los 16.481 millones de dólares. Pero lo importante no ha sido el aumento de 25 millones de dólares en las ventas (tan sólo el 0,15%) sino que en 2012 se ha frenado la caída que viene



sufriendo el sector durante años. No obstante, hay que señalar que el soporte físico sigue cayendo (un 2,1% en 2012), si bien el soporte digital ha subido un 8% en un solo año.

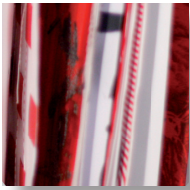
Si hacemos referencia a los datos obtenidos en España, debemos citar que en 2012 se ha obtenido un valor de ventas de 141,1 millones de euros. Si relacionamos esta cifra con la obtenida en 2008, se concluye que se ha reducido un 48,4%. Este descenso llega hasta el 53,8% en relación a 2007. Hay que destacar que el soporte físico es el que acumula todos los descensos: un 61,7% menos si comparamos la recaudación de 2012 con la que se obtuvo en 2008 y un 66,4% menos si la comparamos con la del año 2007. Estos descensos se suman, en cualquier caso, a los experimentados por el conjunto del sector desde comienzos de la primera década del siglo XXI. El nivel de ventas de música grabada en España alcanzó su máximo valor en el año 2001, suponiendo un total de 685,1 millones de euros, lo que significa que, desde entonces y hasta el año 2012, el sector ha experimentado un descenso del 79,4%.

Cine

El cine, aunque comenzó a sentir el efecto de la crisis en 2007 (en número de sesiones y espectadores), logró mantener el ascenso en la recaudación hasta 2009, fecha a partir de la cual empezaron a caer las cifras. Si bien es cierto que, si tomamos como referencia estos años, el descenso no ha sido tan elevado como en otras disciplinas, comparando los datos de 2012 con los obtenidos en 2008 tenemos una pérdida del 11% en el número de sesiones, del 13,5% en el número de espectadores (cifras que se elevan hasta el 12% y el 20,4% respectivamente si utilizamos para la comparación los datos máximos de 2007) y del 1,9% en la recaudación (que llega hasta el 9,7% menos si la comparamos con la de 2009, cuando se consigue el valor máximo). La menor reducción en términos porcentuales de la recaudación se explica porque el precio de las entradas se ha visto incrementado en los últimos años debido al uso de la tecnología 3D, consiguiendo así amortiguar el efecto de los descensos de espectadores. En cualquier caso, la tendencia de descenso en la recaudación y el público asistente no sólo continúa sino que parece agravarse en el año 2013, en el que, según los datos provisionales correspondientes al primer semestre, se han producido los más bajos niveles de asistencia y recaudación en diferentes fines de semana.

Vídeo

El mercado del vídeo, junto con los mercados de música grabada y del videojuego, es uno de los más afectados por los descensos de todos los analizados. Además de notar los efectos económicos de la crisis, este sector debe convivir con el cambio de paradigma tecnológico, los cambios en pautas de consumo de ocio y la oferta gratuita de contenidos digitales. En los últimos años se ha consolidado el Blu-ray, pero a pesar de ello no



se ha podido frenar el descenso, que continúa en 2012. En este sentido, si comparamos la recaudación obtenida (79,3 millones de euros) con la del año 2008, se puede observar que el valor de ventas de este sector ha descendido un 60,2%. Si, por otro lado, comparamos los datos actuales, de 2012, con los correspondientes al año 2003, en el que se consiguió el máximo valor de ventas (413,1 millones de euros), se puede concluir que el sector ha experimentado un descenso del 80,8%, lo que da una idea de las dimensiones de la contracción sufrida por este sector en apenas una década.

Televisión

El consumo televisivo volvió a aumentar en 2012, llegando a un consumo medio por habitante de 246 minutos diarios, 19 minutos más que en 2008. El desarrollo e implantación definitiva de la TDT, así como ciertos condicionantes económicos derivados de la situación actual de crisis se encuentran entre las causas de estos incrementos. No obstante, y a pesar del crecimiento en el consumo televisivo, los ingresos obtenidos en 2012 por publicidad se han reducido un 41,1% en relación a 2008, llegando ese descenso hasta el 47,7% si se hace la comparación con los datos correspondientes al año 2007, cuando se alcanzaron los valores máximos.

Radio

El consumo radiofónico, al igual que el televisivo, ha aumentado en 2012, llegando hasta los 114 minutos diarios de consumo de lunes a domingo. Desde 2008 se ha incrementado el promedio en 10 minutos diarios, lo que supone un crecimiento del 9,6%. Sin embargo, en radio tampoco se correlaciona el incremento en consumo radiofónico con los ingresos obtenidos por la publicidad, que desde 2008 han disminuido un 29,3% (el descenso es de un 33% si comparamos los datos con los correspondientes a 2007, año en el que se registraron los valores máximos de ingresos publicitarios).

Videojuegos

El mercado del videojuego experimentó, hasta el año 2007, un constante crecimiento, multiplicando sus soportes y diversificando públicos, llegando a amplios segmentos de la población española. Sin embargo, es a partir de ese año cuando sufre un retroceso muy acentuado en sus valores de ventas. Así, si comparamos el resultado obtenido en 2012 con la recaudación de 2008, se puede observar un descenso acumulado del 42,6%. Si observamos los datos máximos, correspondientes a 2007, se puede concluir que el descenso hasta 2012 es del 43,5%.



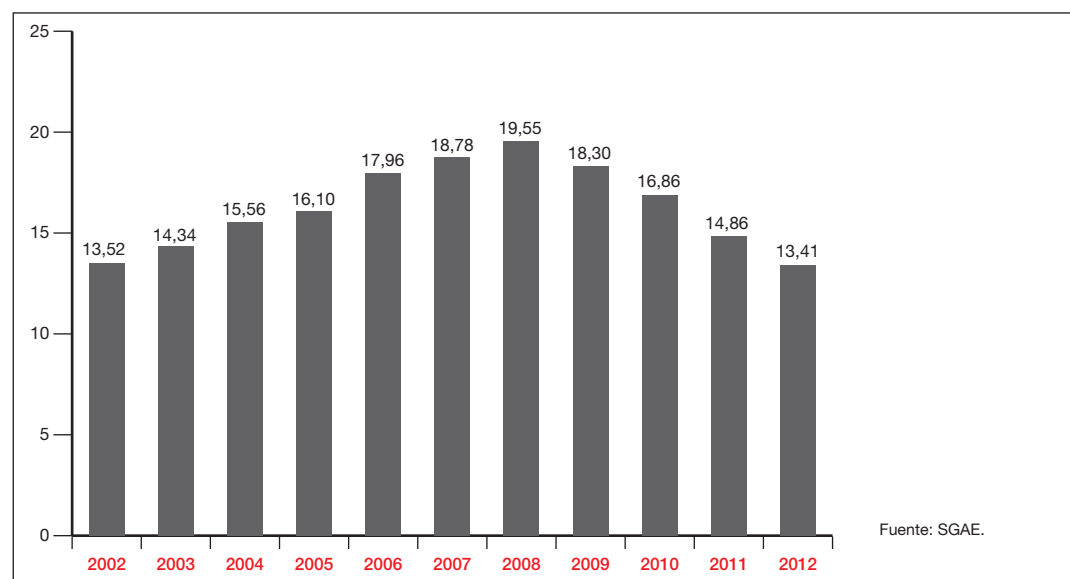
2

Artes escénicas

Hasta el año 2008, en España se experimentó un ascenso de las cifras de artes escénicas que, a partir de esa fecha, se transformó en un acusado descenso que ha puesto a las artes escénicas en una situación crítica. En 2012 se llevaron a cabo 54.780 representaciones, lo que supone un 10,12% menos que en el año anterior (en que hubo 60.948 funciones). Un 29,6% del total de funciones de artes escénicas, 16.214, se representaron en Madrid, un 23,1%, en Cataluña (12.649 funciones) y un 9,5%, en Andalucía (5.210).

La asistencia también experimentó este último año un importante descenso. Así, el número de espectadores pasó de los 14.862.697 en 2011 hasta los 13.406.189 en 2012, un 9,8% menos. En este punto, debemos señalar que el número de espectadores ha disminuido hasta situarse por debajo de los niveles correspondientes al año 2002. La distribución de espectadores por Comunidad Autónoma refleja una situación parecida a la distribución de las funciones, un 29,9% de los espectadores asistieron en Madrid (algo más de cuatro millones de asistentes), un 20,1%, en Cataluña (más de dos millones y medio de asistentes) y un 9,5%, en la Comunidad Valenciana (1,3 millones de espectadores).

Gráfico 1 Asistentes a espectáculos escénicos (millones). 2002-2012

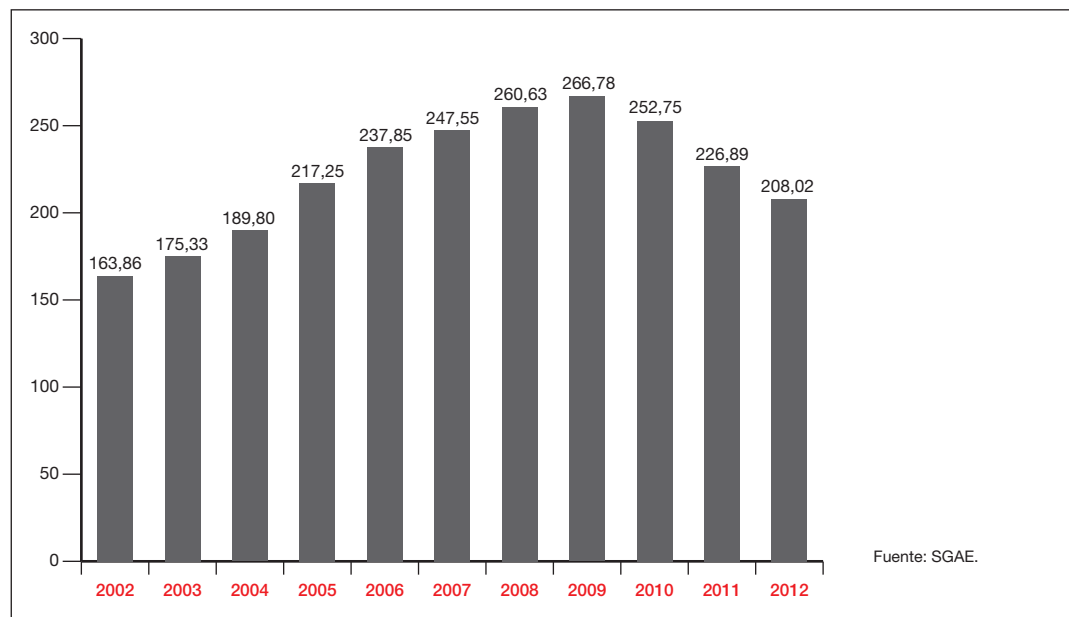


Unidad: Millones de espectadores.



Siguiendo la tónica general, la recaudación en 2012 cae hasta los 208.021.897 euros, lo que en relación al año anterior, en que se recaudaron 226.887.828 euros, supone una pérdida de un 8,3%. Debemos tener en cuenta que estas cifras de recaudación incluyen el IVA, cuyo tipo impositivo experimentó un incremento en aquellas funciones gravadas con esta tasa del 8% al 21% a partir del 1 de septiembre. Si comparamos estos datos con los resultados de 2009, en que la recaudación llegó hasta los 266.784.331 euros, tenemos un descenso del 22% en sólo tres años. Si analizamos las cifras por comunidades autónomas, tenemos que en Madrid se acumuló el 50,3% de la recaudación obtenida en 2012 (104.673.315 euros) y en Cataluña, un 22% (45.779.738 euros). A mucha distancia, Andalucía consiguió un 6,3% de la recaudación (13.070.124 euros).

Gráfico 2 Recaudación total de espectáculos escénicos (millones de euros). 2002-2012



Unidad: Millones.

Teatro

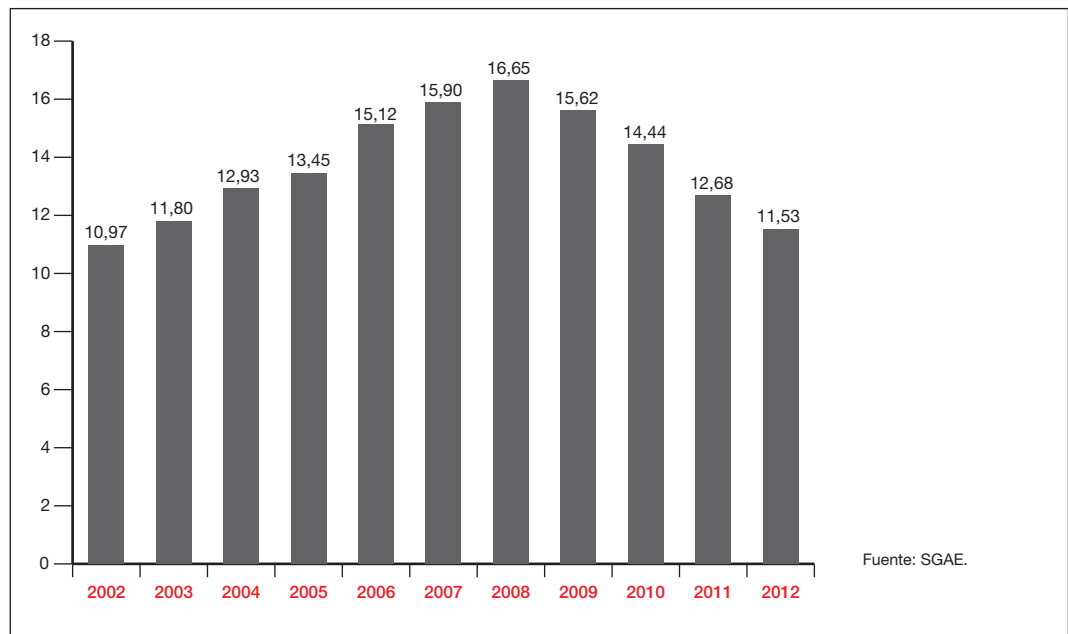
Las 50.833 funciones teatrales representan, como ya adelantábamos, el 92,8% del total de representaciones de artes escénicas. En 2012 se han perdido 5.850 funciones de teatro, lo que porcentualmente representa una pérdida del 10,32%. Del total de funciones de teatro, un 29,5% se desarrollaron en Madrid (15.014 funciones), un 23,2%, en Cataluña (11.783 funciones) y un 9,4%, en Andalucía (4.757 funciones).

En 2012 hubo 11.534.460 asistentes (un 86% del total de la asistencia de artes escénicas), perdiéndose 1.149.503 espectadores en un solo año, un 9,1%. Esta cifra está por debajo del nivel de asistencia conseguido en 2003. La asistencia se distribuye por comu-



nidades autónomas de una manera muy similar a la experimentada por el indicador anterior: Madrid tuvo en 2012 el 31,1% de la asistencia (3.583.880 espectadores), Cataluña, un 19,5% (2.251.504 espectadores) y la Comunidad Valenciana, un 10,1% (1.165.741 espectadores).

Gráfico 3 Espectadores de teatro y otras artes escénicas (millones). 2002-2012



La recaudación de teatro se redujo en un 6,1% respecto a la de 2011. Debemos insistir en que estas cifras incluyen el IVA, y dado que el tipo impositivo subió del 8 al 21% a partir del 1 de septiembre, la recaudación, si se hubiera mantenido constante el número de espectadores, las funciones ofrecidas y el precio antes de impuestos, debería haber experimentado un incremento, aumento que lejos de producirse acaba en un descenso global. La recaudación ha sido de 172.163.356 euros (un 82,8% del total recaudado en las artes escénicas), lo que supone una pérdida respecto al año anterior de 11.153.525 euros. Según la distribución de la recaudación en el territorio español, tenemos que en Madrid se recaudó el 53,2% del total (91.674.665 euros), Cataluña consiguió el 20,1% (34.621.803 euros) y Andalucía, el 6,1% (10.558.545 euros).

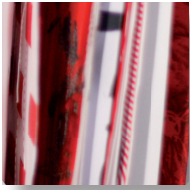
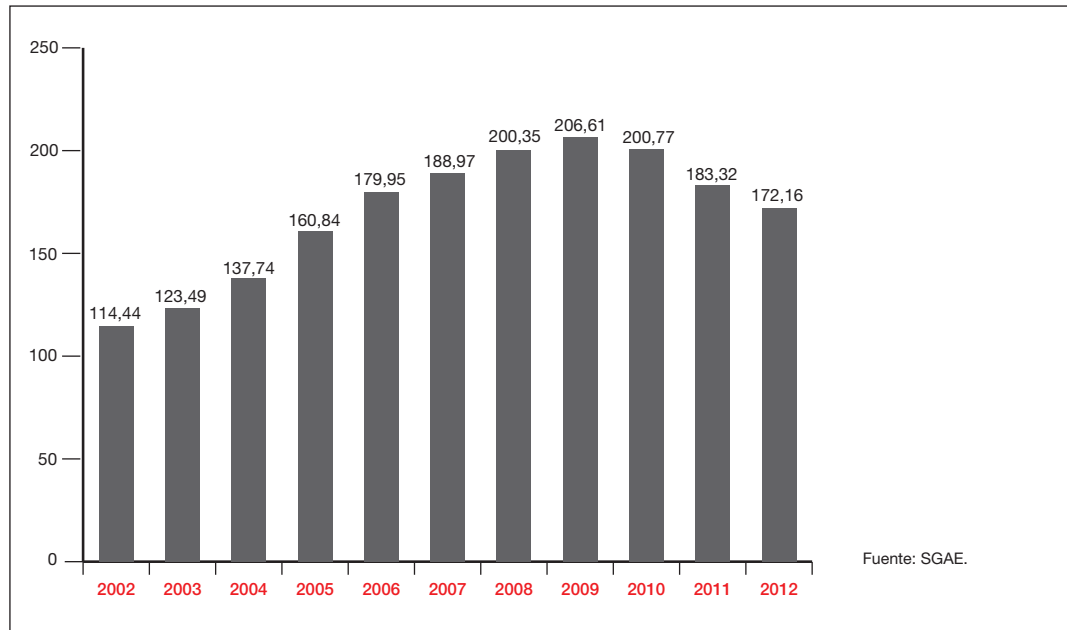
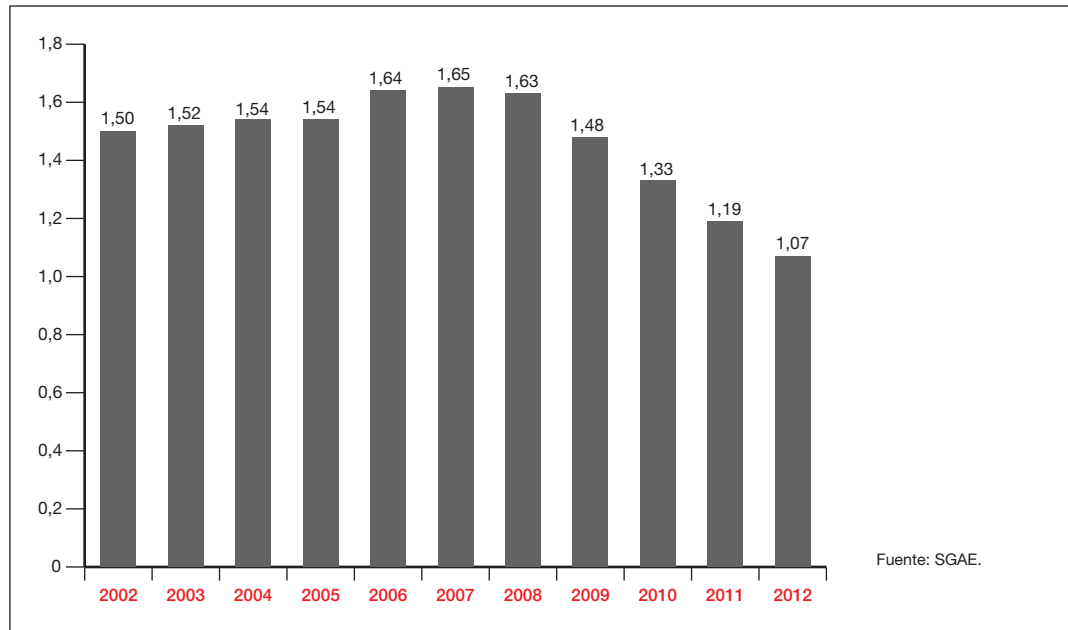


Gráfico 4 Recaudación de teatro (millones de euros). 2002-2012



Danza

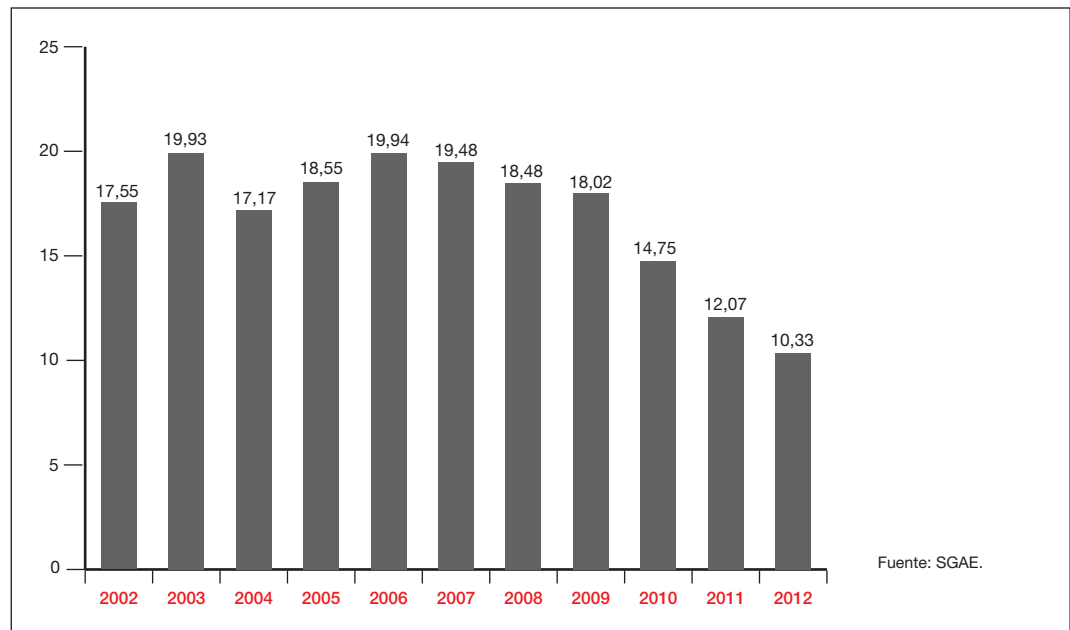
Las funciones de danza en 2012 representan un 4,8% del total de las artes escénicas, descendiendo hasta las 2.633, 406 funciones menos que en 2011 (un 13,4% menos). Atendiendo a la distribución de la oferta en el territorio español, Madrid centralizó el 28,9% del total (761 funciones), Cataluña acogió el 20,7% (545 funciones) y Andalucía, el 14% (368 funciones). La asistencia cae hasta 1.066.361 espectadores, lo que supone que en un año se han perdido 121.601 espectadores (un 10,2% menos que en 2011). Del total de los espectadores, Madrid congregó al 20,7% (220.270 asistentes), Cataluña, al 18,3% (195.525 espectadores) y Andalucía, al 13,2% (141.142 espectadores).

**Gráfico 5** Espectadores de danza (millones). 2002-2012

La recaudación de danza también se ha visto muy afectada, perdiendo un 14,5% respecto a 2011, disminuyendo en 1.748.058 euros en un solo año. Lo ingresado en danza en 2012 fue de 10.325.890 euros, un 5% de la recaudación total de artes escénicas. En su distribución en el territorio español, la recaudación de danza se encuentra más concentrada que los dos índices anteriores. Así, Madrid acumula el 32,8% (3.387.225 euros), Cataluña, el 24,6% (2.535.930 euros) y Andalucía, el 10,2% (1.049.762 euros).



Gráfico 6 Recaudación de danza (millones de euros). 2002-2012



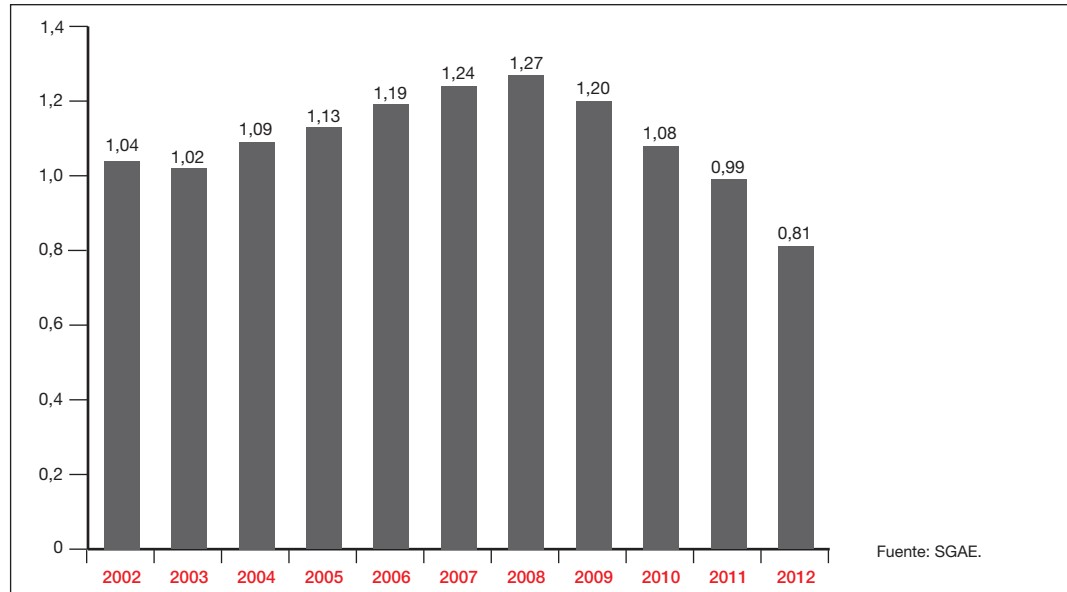
Ópera y zarzuela

La ópera y la zarzuela han acusado un descenso del 9,1% en su actividad, perdiendo 132 funciones respecto a 2011 y quedándose con 1.314 funciones. Es el género que menos peso relativo tiene en el total de las artes escénicas, sólo un 2,4%. En el territorio español, encontramos en los dos primeros puestos una distribución similar a la de los géneros anteriores, Madrid alcanza un 33,4% del total (439 funciones), Cataluña, un 24,4% (con 321 representaciones) y el País Vasco, un 7,3 %.

El número de espectadores se redujo un 18,7% respecto a 2011, perdiendo 185.404 asistentes en un año. En 2012 asistieron a espectáculos de género lírico 805.368 personas. Cataluña fue la Comunidad Autónoma que aglutinó un mayor número de espectadores, 246.343 (un 30,6% del total), seguida de Madrid, con 200.238 espectadores (un 24,9%), y País Vasco, con 85.830 espectadores (un 10,7%).

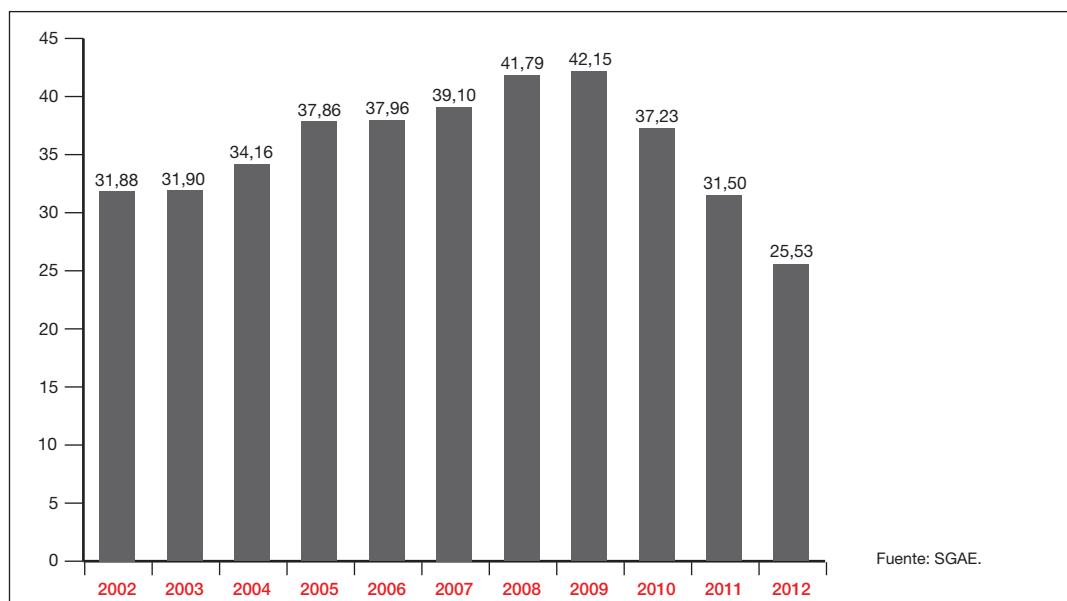


Gráfico 7 Espectadores de género lírico (millones). 2002-2012



En 2012 se recaudaron 25.532.651 euros (un 12,3% del total de las artes escénicas), perdiéndose un 18,9% respecto al año anterior, lo que equivale a 5.964.348 euros menos. Madrid ocupa de nuevo la primera posición en la distribución de la recaudación por comunidades autónomas, acumulando un 37,6% del total (9.611.424 euros). Le siguen Cataluña, con un 33,8% del total (8.622.005 euros), y País Vasco, con un 9,4% (2.401.884 euros).

Gráfico 8 Recaudación de género lírico (millones de euros). 2002-2012



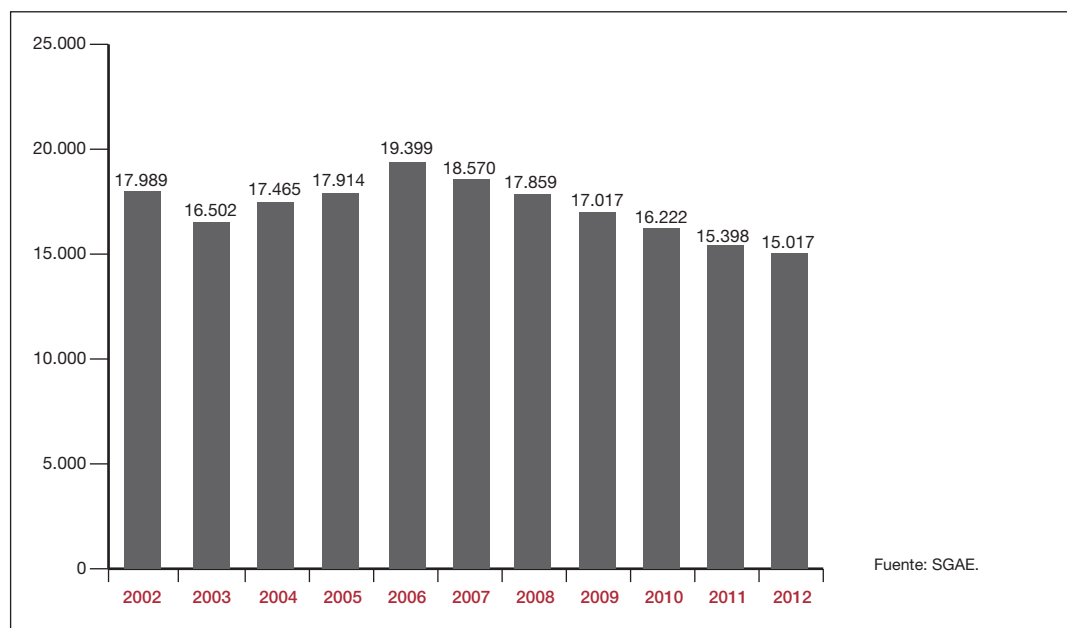


3

Música clásica

En 2012 se mantiene una clara tendencia a la baja, iniciada entre los años 2007 y 2009, en todos los indicadores de música clásica, si bien los descensos experimentados este año han sido menos acusados que en ejercicios anteriores. El número de conciertos cayó un 2,5%, pasando de 15.398 conciertos ofrecidos en 2011 a 15.017 en 2012. Desde 2006, año en que se consiguió el dato máximo en cuanto a número de conciertos, se ha acumulado un descenso del 22,6%.

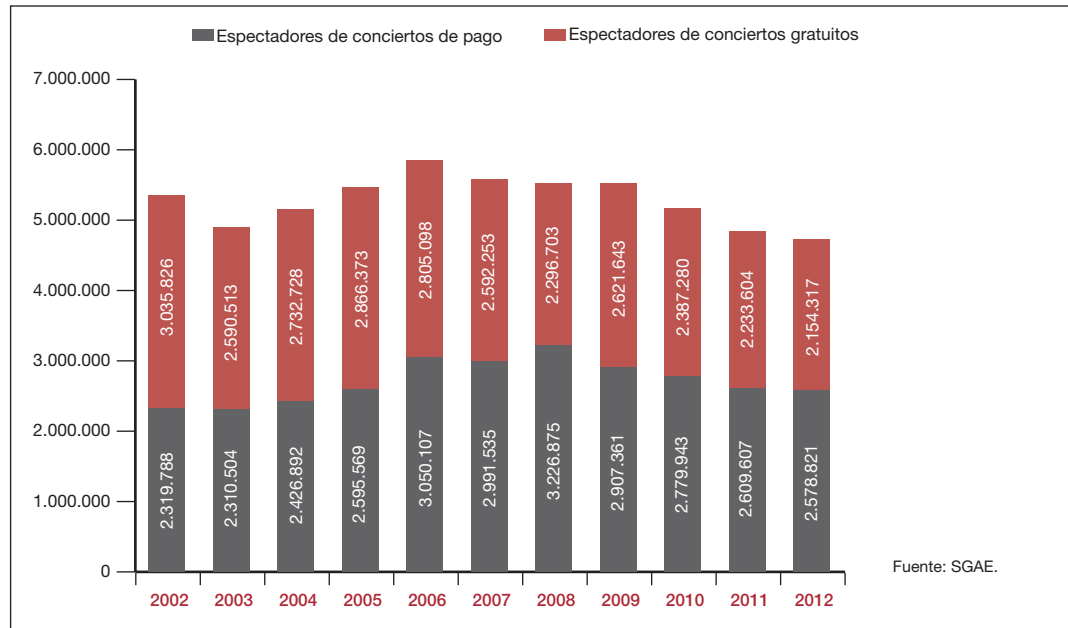
Gráfico 9 Conciertos de música clásica. 2002-2012



Esta tendencia a la baja se observa también en 2012 en lo referido al número de asistentes, que se ha reducido de 4.843.211 espectadores en 2011 a 4.733.138 en 2012, perdiéndose así un 2,3% en el último año. Si comparamos la cifra conseguida en 2012 con la que se obtuvo en 2006 (fecha de máxima asistencia), se observa que se han perdido 1.122.066 espectadores, lo que supone una reducción del 19,2%.



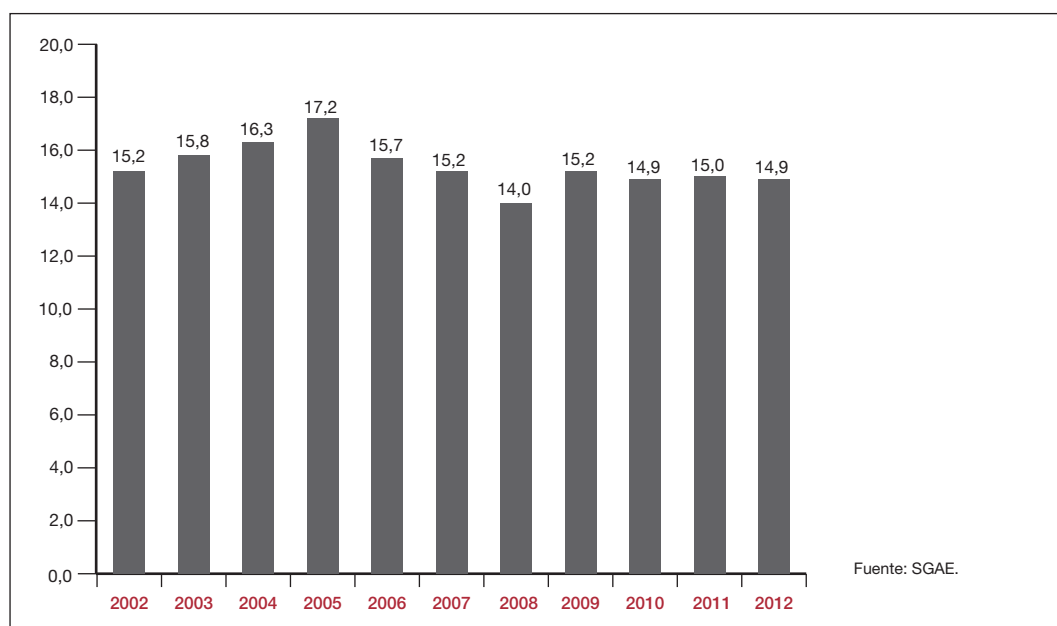
Gráfico 10 Espectadores de conciertos de música clásica. 2002-2012



La recaudación en 2012 fue de 38.304.713 euros, experimentando también un descenso, en este caso del 2%, perdiendo 29.038 euros respecto al año anterior. El descenso acumulado de la recaudación respecto al año 2006 es del 19,3%, caída muy similar a la experimentada por los anteriores indicadores. El precio medio de las entradas de los conciertos de pago se ha mantenido constante en los últimos cuatro años, en torno a los 15 euros.



Gráfico 11 Precio medio de las entradas a los conciertos (de pago) de música clásica (en euros). 2002-2012



Si analizados en detalle cada género, encontramos un panorama muy similar al ofrecido para el conjunto de la música clásica, con descensos constantes en todos los indicadores en los últimos años.

La **música sinfónica** tiene, en 2012, un peso relativo del 14% del total de conciertos de música clásica, un 33,2% en lo que se refiere a la asistencia, y llega hasta el 60,7% en recaudación, poniendo de manifiesto la influencia de los conciertos sinfónicos sobre el conjunto de la taquilla para el global de la música clásica. En 2012, se ofrecieron 2.105 conciertos de música sinfónica (un 1,8% menos que en 2011). La actividad se concentra en Cataluña, con 404 conciertos (un 19,2% del total), Madrid, que acumuló el 17% (358 conciertos), y País Vasco, que ofreció 246 conciertos (el 11,7%). Las comunidades autónomas que tienen mayor número de espectadores son: Madrid, con 408.558 espectadores (un 29,8% del total), País Vasco, con un 17% del total (266.391 espectadores), y Cataluña, con 261.698 espectadores (un 16,7% del total). Las CC AA con más recaudación fueron Madrid, con una recaudación de 7.332.544 euros (un 31,5% del total), Cataluña, con 5.067.310 euros (un 21,8% del total), y País Vasco, con 2.799.370 euros (un 12% del total).



La **música de cámara y solistas** acumula más del 50% de la oferta de música clásica en 2012; sin embargo, el peso relativo en asistencia es del 40,1% y el de la recaudación es del 34,9%. La oferta de música de cámara y solistas se concentra en Madrid (1.307 conciertos, un 16,8% del total), Andalucía (1.217 conciertos, un 15,6%) y Cataluña (1.132 conciertos, un 14,5%). La asistencia se concentra en Madrid (375.241 espectadores, un 19,8% del total), Cataluña (293.929 espectadores, un 15,5%) y la Comunidad Valencia (240.120 espectadores, un 12,6% del total). Las comunidades autónomas con más recaudación son Cataluña (4.716.731 euros, un 35,3%), Madrid (3.970.369 euros, un 29,7%) y País Vasco (908.493 euros, un 6,8%).

La **música coral** tiene un peso relativo del 12,3% en el número de conciertos, del 8,5% en asistencia y del 3% en recaudación. La **música de bandas y rondallas** tiene un peso relativo del 21,8% en el número de conciertos, del 18,2% en asistencia y del 1,4% en recaudación. Estos dos géneros tienen muy poca representatividad en la recaudación, ya que en su mayoría se trata de conciertos gratuitos y los conciertos de pago tienen un precio medio de entradas muy bajo.



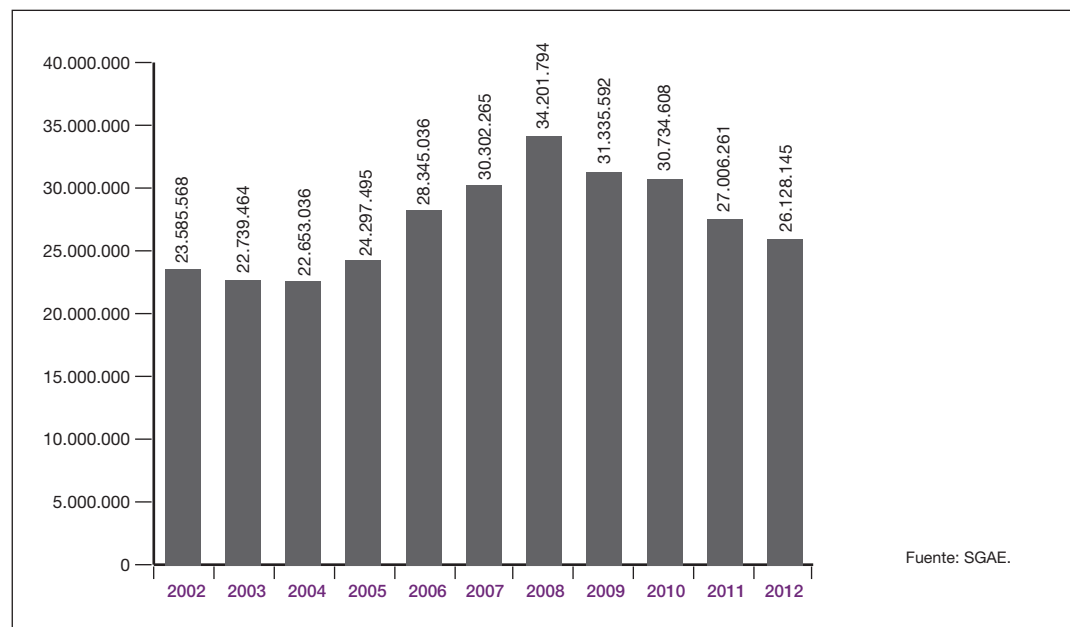
4

Música popular

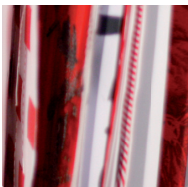
La música popular en vivo, como otros sectores, también ha experimentado descensos significativos en los últimos cuatro años. Hemos de recordar que aunque la recaudación parezca variar poco si la comparamos con otros indicadores, este año, además de la habitual presencia de grandes festivales, las cifras incluyen el IVA con la correspondiente subida del tipo impositivo al 21% el 1 de septiembre de 2012.

En 2012 se celebraron 116.446 conciertos en el territorio español, 5.276 menos que en el año anterior, lo que supone un descenso del 4,3%. Desde 2008 se han perdido 22.167 conciertos. Las comunidades que más conciertos celebraron fueron, por este orden, Madrid (27.464 conciertos), Andalucía (25.733) y Cataluña (16.153).

Gráfico 12 Espectadores de música popular en vivo. 2002-2012
(incluye datos de macrofestivales)



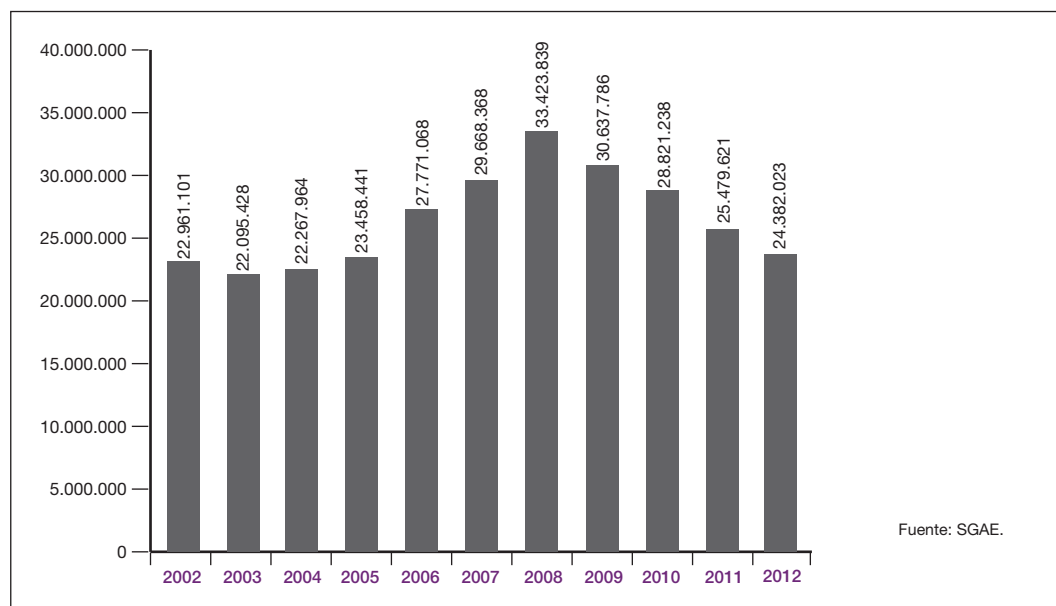
Nota: Incluye los datos de conciertos, macrofestivales y grandes conciertos.



El número de espectadores también se ha visto reducido, aunque en menor medida si comparamos con los datos de 2011, perdiendo 878.116 asistentes (un 3,3% menos). Las comunidades autónomas con mayor número de asistentes fueron Andalucía, con 5.094.604 espectadores (un 19,5% del total), Madrid, con 4.532.483 (17,3%), y Cataluña, con 4.524.186 (un 17,3%).

No obstante, si comparamos la asistencia a conciertos de música popular en vivo sin incluir a los espectadores de macrofestivales y grandes conciertos, la tendencia descendente es más acusada, con una pérdida de 1.097.598 espectadores respecto a 2011 (un 4,3% menos). En este caso, el número de espectadores para todo el territorio español fue de 24.382.023. Desde el año 2008 la asistencia ha caído un 27,1%, 9.041.816 espectadores menos en cuatro años.

Gráfico 13 Espectadores a conciertos de música popular en vivo. 2002-2012

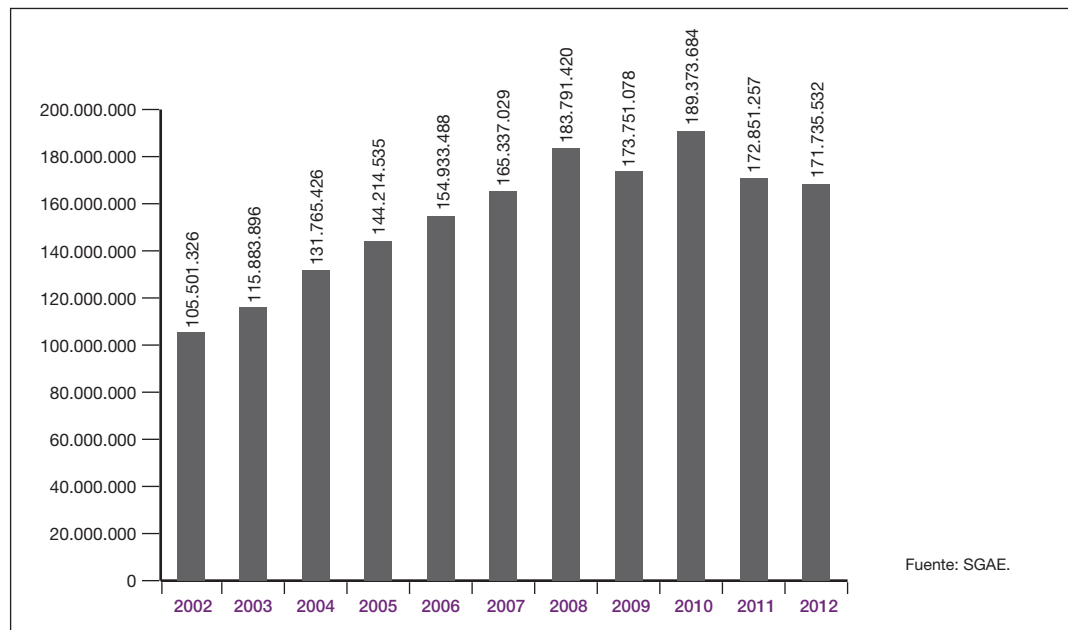


Nota: No incluye los datos de macrofestivales y grandes conciertos.

La recaudación, incluyendo la obtenida en macrofestivales y grandes conciertos, en 2011 fue de 171.735.532 euros, perdiendo un 0,7% respecto a 2010 (1.115.725 euros menos). Respecto al año 2008, se han recaudado 12.055.888 euros menos, lo que supone un descenso del 6,6%. Madrid, con 42.132.434 euros (un 24,5% del total), Cataluña, con 31.584.358 euros (un 18,4%), y Andalucía, con 19.851.627 euros (un 11,6%), son las comunidades autónomas con más recaudación. Hemos de tener en cuenta, además del incremento del tipo del IVA, la celebración en 2012 de festivales como Rock in Rio, que se celebra cada dos años, con una fuerte repercusión en las cifras de recaudación.



Gráfico 14 Recaudación de música popular en vivo. 2002-2012
(incluye datos de macrofestivales)

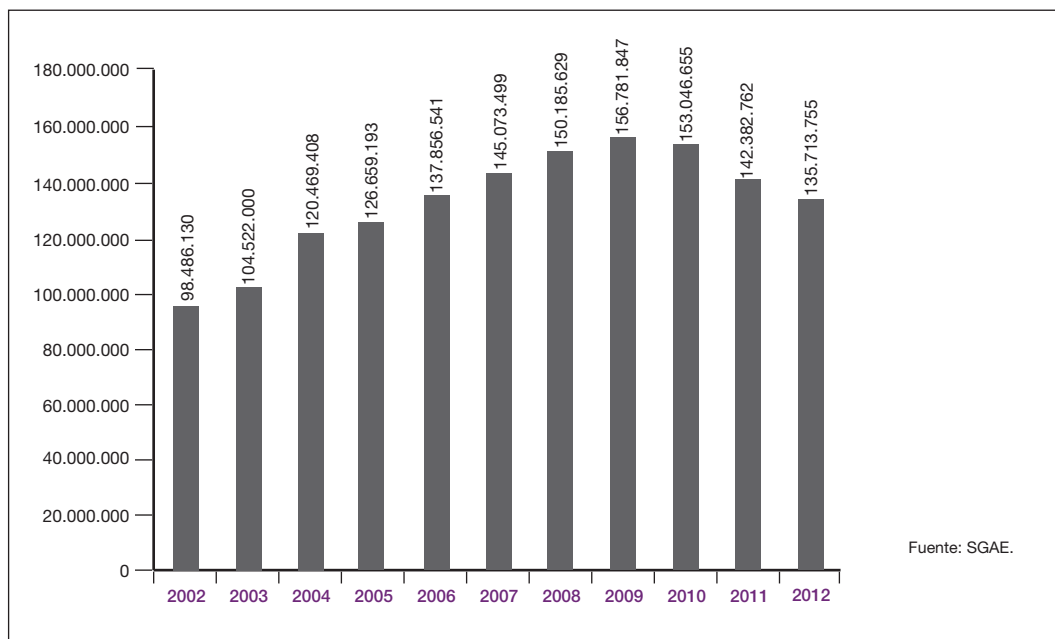


Nota: Incluye los datos de conciertos, macrofestivales y grandes conciertos.
Unidad: Euros.

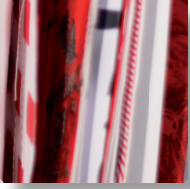
Analizando los datos de recaudación sin incluir macrofestivales, la evolución es negativa: en 2012 se recaudaron 135.713.755 euros, 6.669.007 menos que en el año anterior (un 4,7% menos). Estas pérdidas llegan hasta el 13,4% (21.068.092 euros menos) si comparamos los datos de 2012 con los de 2009, año en el que se alcanzó el volumen máximo.



Gráfico 15 Recaudación de los conciertos de música popular en vivo. 2002-2012



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



5

Música grabada

Las cifras de 2012 nos muestran que, tras un largo periodo de descenso continuado, las ventas globales de música grabada se están estabilizando. No obstante, el sector ha acusado una fuerte crisis, sufriendo fuertes descensos que, teniendo en cuenta los datos mundiales correspondientes a 1999, llegan hasta el 40,58% menos, perdiendo aproximadamente 11.200 millones de dólares respecto a ese año. En 2012 se recaudaron un total de 16.481 millones de dólares, de los cuales 9.403 millones corresponden al mercado físico (un 57% del total) y 5.798 millones al mercado digital (un 35% del total). La tendencia del mercado de la música grabada continúa estable, el mercado físico sigue perdiendo terreno, ha retrocedido un 5% respecto a 2011, mientras que el mercado digital ha ganado un 8% respecto al año anterior.

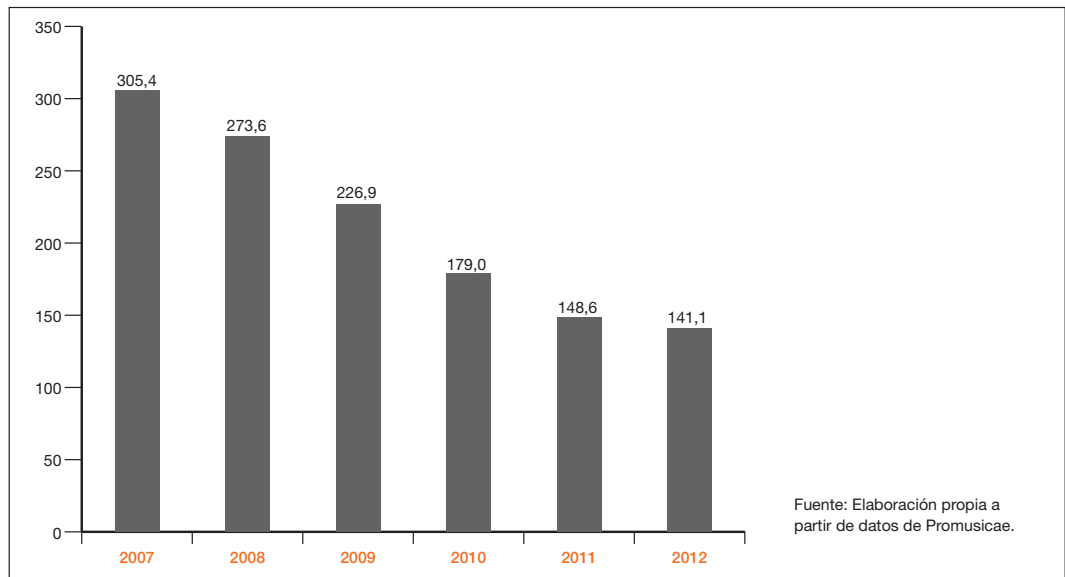
Si analizamos el mercado de música grabada en España, esa estabilidad conseguida a nivel global contrasta con la continuación de la tendencia de descenso: así, si comparamos los resultados obtenidos en 2012 (141.064.000 euros) con los del año 2011 (148.614.000 euros) observamos un descenso del 4,1%. Hemos de destacar que estas pérdidas se acumulan en el mercado físico (9,3% respecto al año 2011), y que el mercado digital continúa aumentando sus resultados, aunque no es capaz de compensar las pérdidas del mercado físico (el mercado digital ganó un 4,1% respecto a los datos de 2011). A pesar de la situación descrita, el mercado físico sigue acumulando el 65,8% de la recaudación total de música grabada, según datos de Promusicae.

De las ventas que tuvieron lugar en 2012 en formato digital, fueron las suscripciones las que experimentaron una mayor subida (un 96,7% en un solo año), alcanzando los 18.556.000 euros y conquistando la primera posición por volumen de venta.

De los 50 títulos más vendidos en España, 32 fueron de artistas españoles.



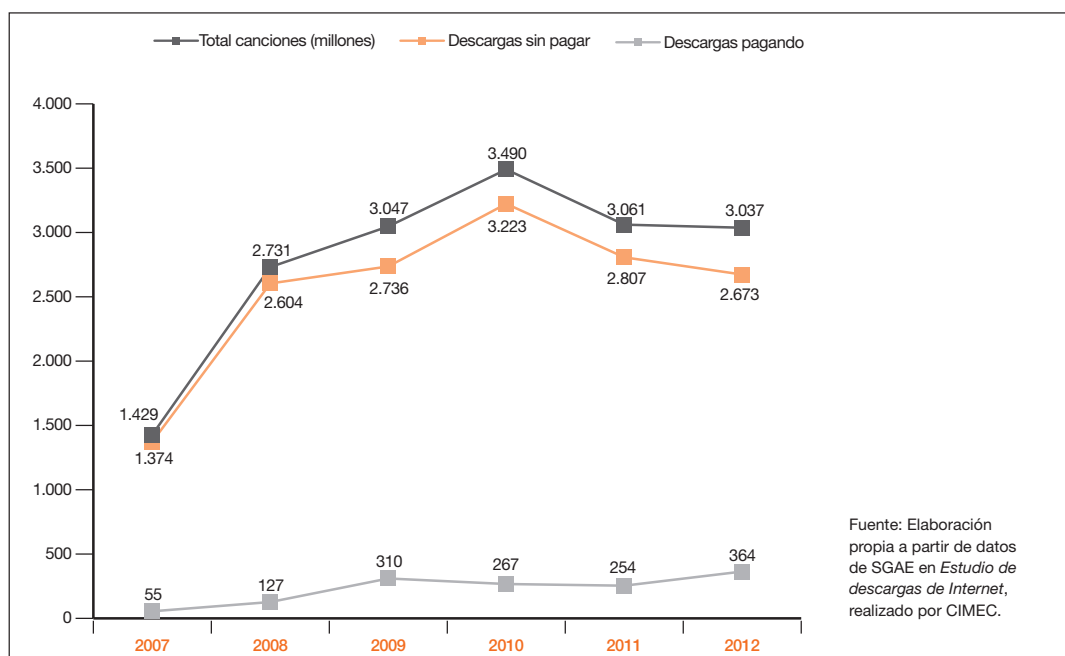
Gráfico 16 Evolución del valor de las ventas de música grabada en España. 2007-2012



Unidad: Millones de euros.

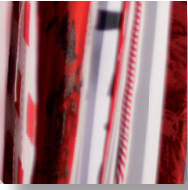
De las descargas registradas en 2012, un 88% del total fueron gratuitas y un 12%, de pago (si bien experimentaron un ligero incremento de su peso relativo respecto al total de descargas en un 3,7% respecto al año 2011).

Gráfico 17 Volumen total de archivos musicales descargados al año. 2007-2012



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

Unidad: Millones de archivos digitales descargados en los últimos tres meses, por individuos de 14 a 70 años usuarios de Internet.

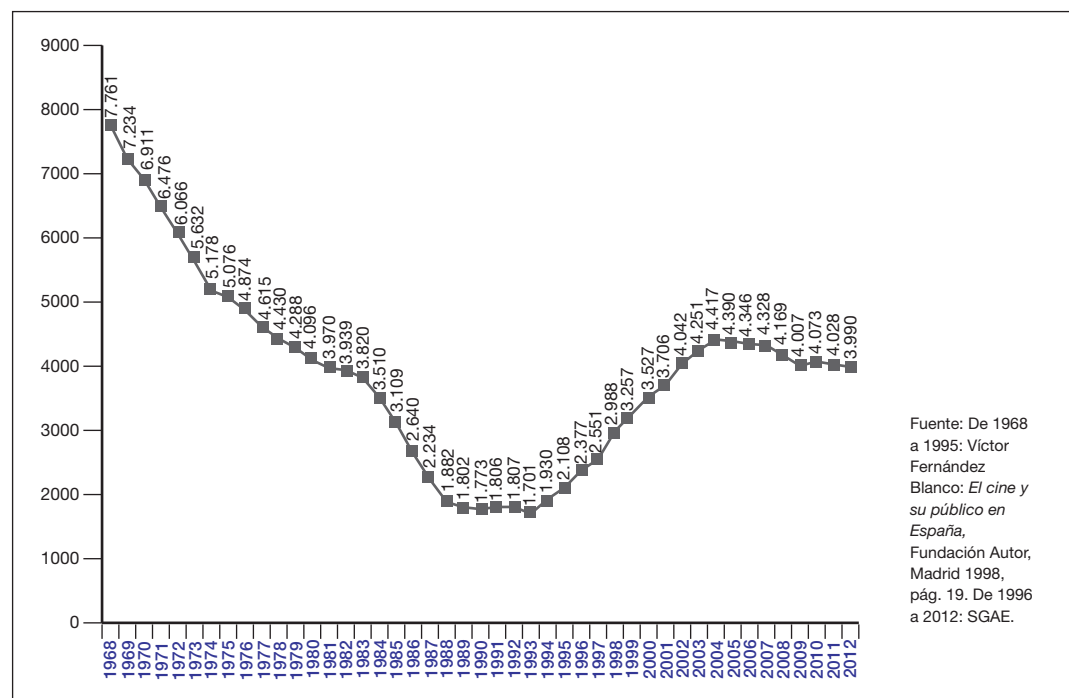


6

Cine

En 2012, y por octavo año consecutivo, se volvieron a perder pantallas de exhibición cinematográfica en España (38 menos), quedando por debajo de las 4.000. Este indicador, que muestra la evolución de la infraestructura disponible para la exhibición de cine en España, muestra, pues, una tendencia a la baja que se observa también en el resto de indicadores: películas exhibidas, asistencia a las salas y recaudación en taquilla. Así, en lo que al número de películas exhibidas se refiere, cabe señalar que en 2012 se exhibieron 1.537 películas, 60 menos que en 2011, lo que supone un descenso del 3,8%.

Gráfico 18 Evolución del número de pantallas. 1968-2012

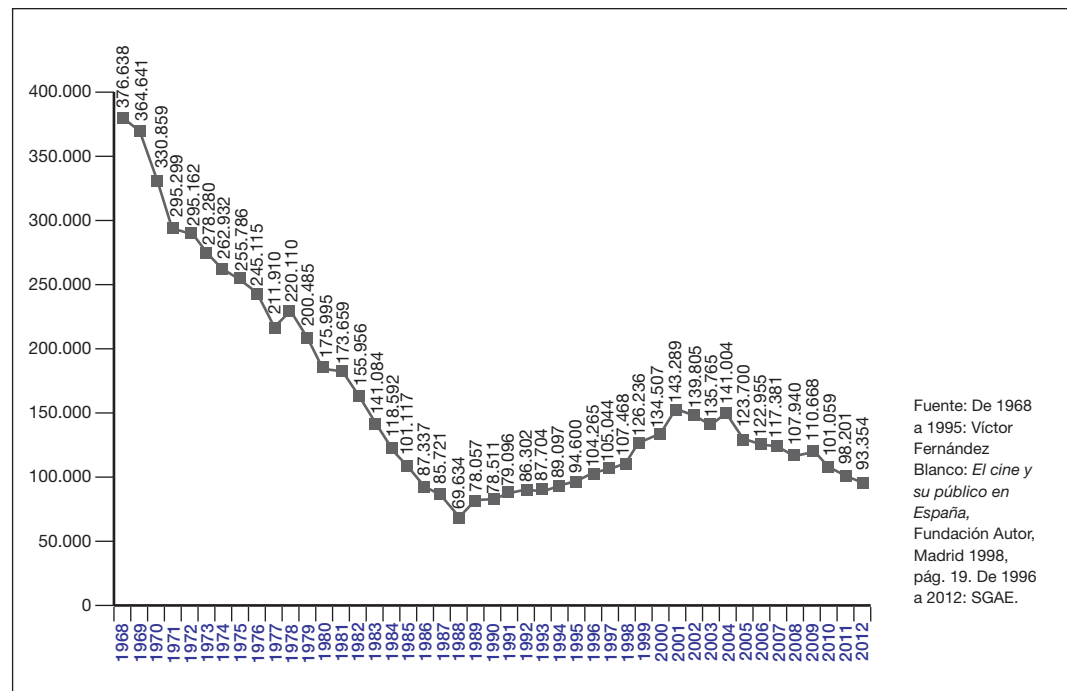


Unidad: Número de pantallas.



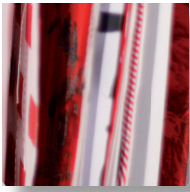
En 2012 hubo 130.861 sesiones menos que en 2011 (un 2,9% menos), y en total se programaron 4.387.917 sesiones. A ellas asistieron 93,4 millones de espectadores, 4.847.030 menos que en 2011 (lo que supone un descenso del 4,9%). Las comunidades autónomas que tuvieron mayor número de espectadores fueron Madrid, con 18.894.463 espectadores (un 20,2% del total), Cataluña, con 18.076.452 (un 19,4% del total), y Andalucía, con 13.865.721 (un 14,9%). Las comunidades autónomas con una media mayor de entradas anuales vendidas por habitante fueron Madrid (2,9 entradas anuales), Cataluña (2,4) e Illes Balears y País Vasco (ambas con una media de 2,2). Podemos concluir que la asistencia es mayor en periodos vacacionales (Semana Santa, verano y Navidad); en 2012 la mayor asistencia se produjo en agosto (con un 10,5% del total), mientras que junio fue el mes con menos asistencia (un 5,9%).

Gráfico 19 Evolución del número de espectadores. 1968 a 2012



Unidad: Miles de espectadores.

La recaudación se redujo un 4,1%, perdiéndose más de 26 millones en relación con el año 2011. Es importante recordar en este punto que esa cifra incluye el IVA de las entradas, cuyo tipo impositivo subió del 8% al 21% a partir del 1 de septiembre. Es decir, que si se hubieran mantenido la asistencia, el precio y la oferta, la recaudación debería haber aumentado. Sin embargo, las cifras correspondientes al total de 2012, lejos de reflejar incremento alguno, muestran un descenso global. Se recaudaron 612.290.599



euros. Madrid es la Comunidad Autónoma con un mayor precio medio de la entrada (7,2 euros) y más gasto medio por habitante anual (21 euros). Le sigue Cataluña, con un precio medio de 6,9 euros por entrada y un gasto medio anual por habitante de 16,5 euros.

De las películas exhibidas en 2012 en el territorio español, 349 fueron de nacionalidad española (un 22,7% del total), porcentaje que pierde 1,6 puntos respecto al año anterior, en que un 24,3% del total de las películas exhibidas fueron de esta nacionalidad. El porcentaje de películas de nacionalidad estadounidense se mantiene en torno al 39%.

Tabla 1 Películas más taquilleras en 2012

TÍTULO	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN
LO IMPOSIBLE	5.841.630	40.682.647
LA SAGA CREPÚSCULO: AMANECER	3.126.072	21.496.995
LAS AVENTURAS DE TADEO JONES	2.685.767	17.901.445
EL HOBBIT: UN VIAJE INESPERADO	2.161.981	16.724.620
INTOCABLE	2.574.421	16.494.636

Fuente: SGAE.

Tabla 2 Películas españolas más taquilleras en 2012

TÍTULO	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN
LO IMPOSIBLE	5.841.630	40.682.647
LAS AVENTURAS DE TADEO JONES	2.685.767	17.901.445
TENGO GANAS DE TI	1.971.247	12.168.850
IRA DE TITANES	837.103	5.957.152
LUCES ROJAS	466.054	3.011.776

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

Fuente: SGAE.



7

Vídeo

En 2012 continúa el descenso iniciado entre los años 2004 y 2005. El valor total de las ventas y alquileres se ha resentido un año más, perdiendo 10.708.000 euros (casi un 12%) respecto al año 2011. El alquiler, porcentualmente, se resiente más que la venta, con una pérdida del 24,5% en alquiler (1.992.000 euros menos) respecto a 2011, frente al 10,7% de descenso en la recaudación por venta (se pierden 8.716.000 euros). Si bien la intensidad de las pérdidas se va atenuando, es cierto que el mercado videográfico lleva más años que otros sectores sufriendo constantes descensos de gran envergadura, por lo que las pérdidas acumuladas son muy altas.

Un año más, ha bajado el número de lanzamientos. Así, mientras que se han ganado 11 lanzamientos en alquiler (un 3,3% más), que llegaron hasta los 349, en venta se han reducido 405 lanzamientos (un 17,4% menos) con respecto al año 2011, descendiendo hasta los 1.928. El número de unidades de alquiler y venta ha disminuido en ambos casos en relación al año 2011. En 2012, en alquiler se han perdido 51.628 unidades, un 13,8% menos (bajando hasta las 322.316 unidades de alquiler), y en venta se han perdido 572.124 unidades, un 5% menos (10.993.765 unidades vendidas en 2012).

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. En 2011 se descargaron 500 millones de archivos de películas, de los cuales 476,3 millones fueron descargas gratuitas. Sin embargo, en 2012 hubo una reducción de las descargas (59 millones menos que en 2011) por segundo año consecutivo, con un total de 441 millones, de los cuales 429,1 millones fueron gratuitas. Así mismo se observa una notable reducción de las descargas con pago previo, ya que en 2010 observamos 19,5 millones y en 2011 hubo 11,9 millones.

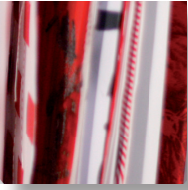
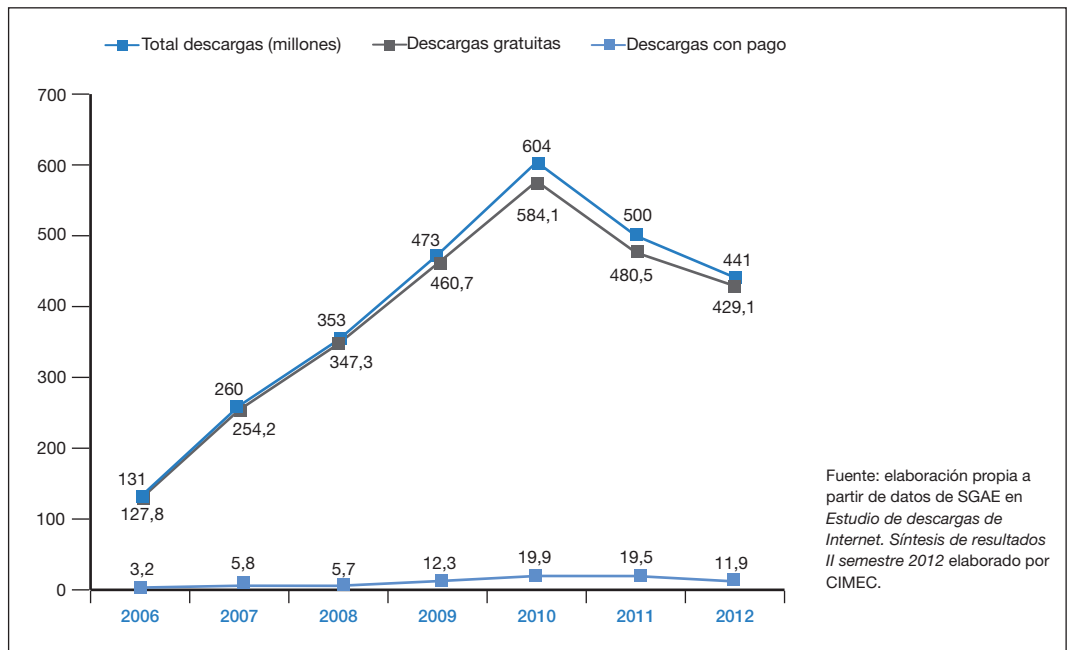


Gráfico 20 Total archivos audiovisuales descargados al año (millones de películas). 2006-2012



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

Unidad: Individuos de 14 a 70 años que han realizado una descarga audiovisual en los últimos 3 meses o menos.



8

Televisión

En lo que se refiere al consumo televisivo, nos encontramos con que, tras la estabilización del modelo de TDT y la ampliación de la oferta, el tiempo medio per cápita destinado a ver la televisión está aumentando. Así, en 2012 se registró, en términos medios, un consumo situado en los 246 minutos diarios, muy por encima de los 239 minutos correspondientes a 2011, continuando así la tendencia de ascenso experimentada en los últimos años. Además de la multiplicación y diversificación de la oferta, la situación de crisis económica acentúa su carácter de ocio accesible para un conjunto muy amplio de la sociedad española, lo que puede contribuir a explicar el incremento mostrado en estos últimos años.

Sin embargo, y pese a que el consumo televisivo ha ido aumentando progresivamente, también se ha fragmentado la audiencia, ya que se han incrementado el número de canales disponibles, muy lejos de la dualidad de la televisión pública hasta 1990. También ha cambiado el modo de acceder a los contenidos, ya que, con la TDT, se está flexibilizando y permite al consumidor seleccionar el horario en el que disfrutar de determinados programas y series.

Con este panorama de competencia televisiva, las televisiones privadas nacionales están optando por aunar esfuerzos y se están formando grupos televisivos muy fuertes: Mediaset (fruto del acuerdo entre Telecinco y Cuatro firmado en 2010) y el Grupo Antena 3 (que firmó un acuerdo entre Antena 3 TV y La Sexta a finales de 2012), que, junto con las cadenas de RTVE, ocupan las primeras posiciones en el *ranking* de programas más vistos en 2012.

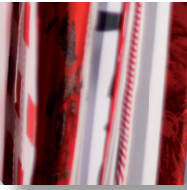
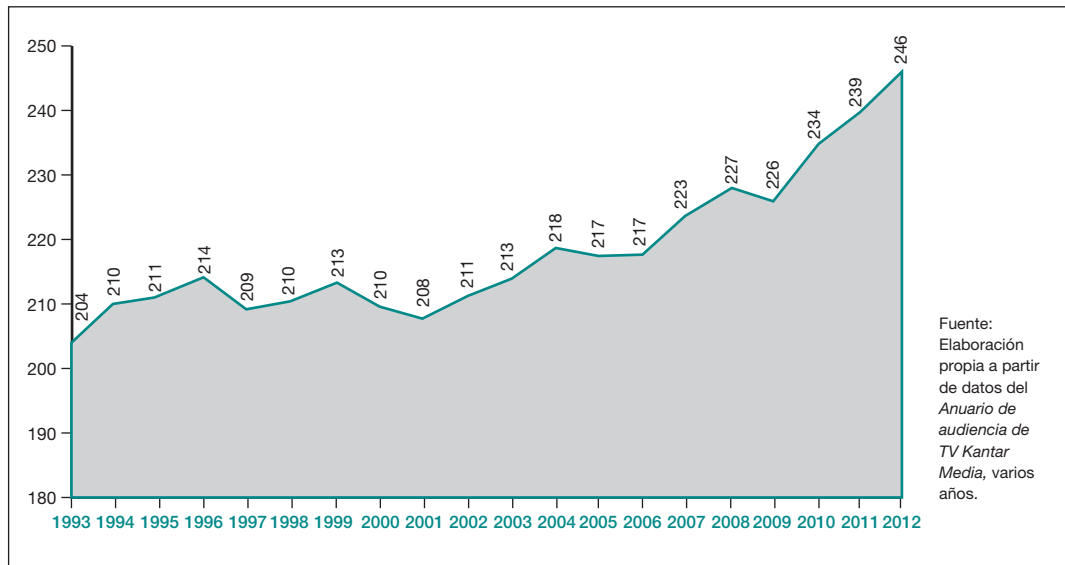


Gráfico 21 Evolución del consumo de TV en España. 1993-2012



Unidad: Minutos diarios promedio por persona.

En 2012, de los 12 programas más vistos, 11 son retransmisiones deportivas, sólo las votaciones de Eurovisión, en octavo lugar, se salen de esta tónica. Los siete primeros puestos, así como el noveno y el décimo, están ocupados por partidos de fútbol. Hasta el puesto vigésimo séptimo no encontramos la primera película (*Amanecer. Parte I*), anteriormente sólo encontramos deportes, programas de entretenimiento y series televisivas (como *Águila Roja*, en el puesto 14).

Sin embargo, a pesar del aumento del consumo televisivo, la inversión publicitaria en televisión se ha visto reducida un 18,9% en relación a 2011, obteniéndose, por este concepto, unos ingresos de 1.815,3 millones de euros (desde 2007 se acumula un descenso del 47,7%). También se ha visto reducido un 5,7% el número de spots (4.305.853 anuncios en 2012) y un 2,9% el número de minutos de publicidad emitidos en cadenas nacionales y autonómicas (1.441.997 minutos en 2012).



9

Radio

El sector radiofónico mantiene a grandes rasgos la misma estructura que en los últimos años. En 2012, el grupo RTVE mantiene las mismas emisoras que en 2011, el grupo Unión Radio incrementa nueve emisoras, el grupo COPE aumenta 12 emisoras y Onda Cero mantiene el mismo número de emisoras aunque internamente ha habido algún cambio de distribución.

En relación a la audiencia, el tiempo medio de escucha diario por habitante ha subido de 110 a 114 minutos, cuatro minutos más. Illes Balears es la Comunidad Autónoma que más ha aumentado su tiempo medio de escucha de lunes a domingo por habitante y día respecto a 2011, de 110 a 122 minutos diarios (un 10,9% más). Le siguen Castilla y León, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana y Extremadura, que incrementan seis minutos diarios. En el extremo opuesto, cuatro comunidades autónomas han sufrido descensos en los tiempos de escucha de entre cuatro y un minuto diario: La Rioja, Cantabria, Asturias y País Vasco.

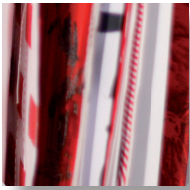
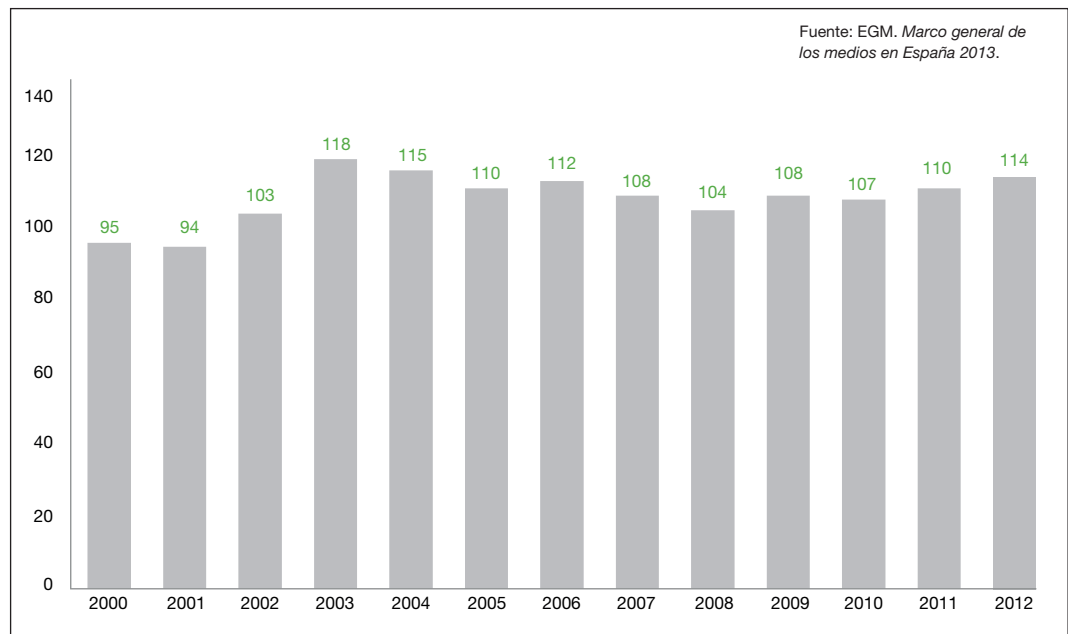


Gráfico 22 Tiempo de escucha por habitante (minutos diarios de lunes a domingo). 2000-2012



Unidad: Minutos diarios.

La franja horaria con más audiencia en 2012 continuó siendo las mañanas, tanto en los días laborables (un 74,5% del total de oyentes), como los sábados (60,7%) y los domingos (54,1%).

Pese al incremento de la audiencia mencionado anteriormente, en 2012 han vuelto a descender los ingresos por publicidad. En concreto, se registraron 454 millones, lo que supone una pérdida del 13,5% respecto al año anterior (71 millones de euros menos que en 2011).



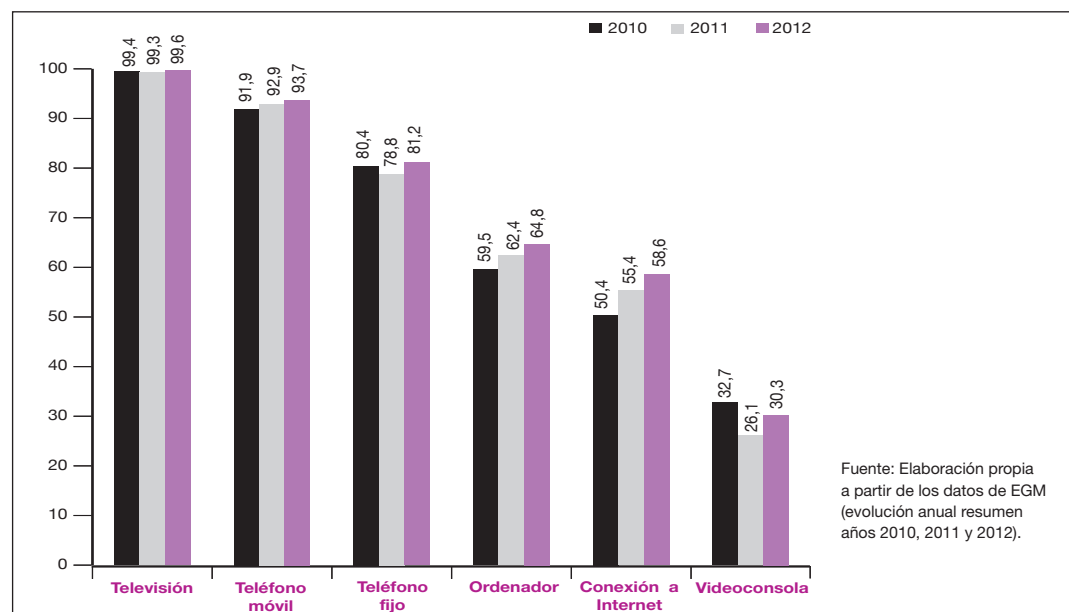
10

Nuevas tecnologías

Las nuevas tecnologías han ido ganando terreno en las actividades de nuestra vida cotidiana año tras año. El imparable desarrollo de las nuevas tecnologías, en el que nuestra sociedad se ha visto inmersa en la última década, ha implantado lo que algunos expertos ya vienen llamando el fenómeno de la *hiperconectividad*.

El equipamiento tecnológico en los hogares españoles ha crecido en todas las categorías analizadas, recuperando incluso parte de las bajadas experimentadas en 2011 en telefonía fija y videoconsolas, llegando, respectivamente, al 81,2% y al 30,3% de los hogares españoles. Otros equipamientos, como la televisión o el teléfono móvil, continúan su imparable ascenso, que roza cifras cercanas al 100% en el primer caso y por encima del 93% en el caso del teléfono móvil. El ordenador llega a estar presente en un 64,8% de los hogares españoles y la conexión a Internet alcanza el 58,6%, en ambos casos han aumentado respecto a años anteriores.

Gráfico 23 Equipamiento tecnológico del hogar en España (% de hogares). 2010-2012



Unidad: % hogares.



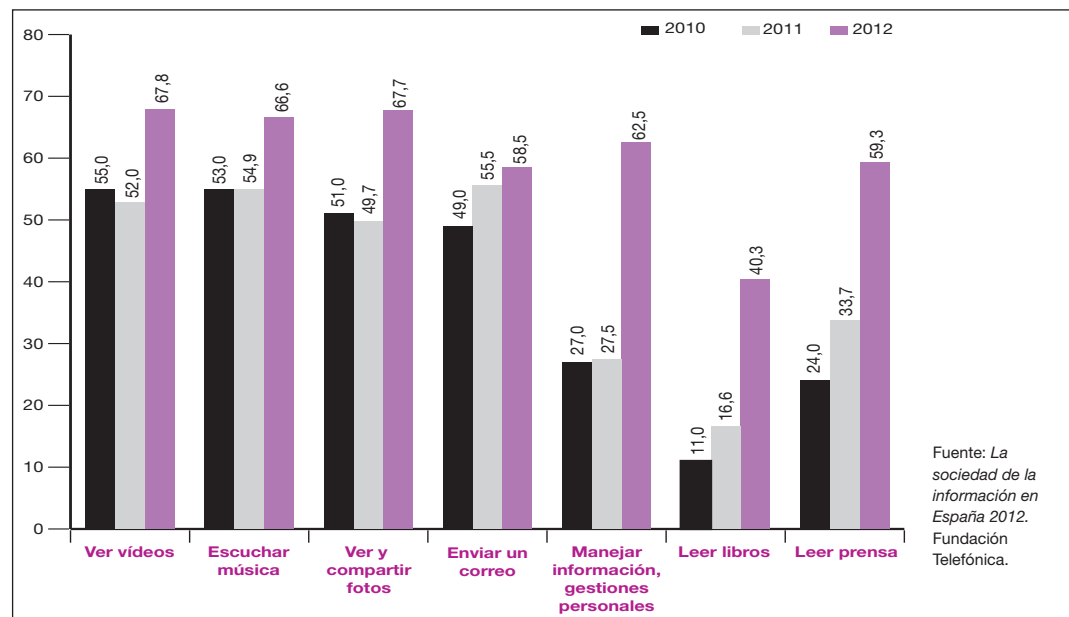
El ordenador portátil se ha convertido en el dispositivo más utilizado para acceder desde casa a Internet (utilizado por un 80,9% de los usuarios). El teléfono móvil ocupa ya la segunda posición, con un porcentaje del 79% (ha ganado 15 puntos en 2012), seguido de cerca por el ordenador fijo, que es usado por el 78,8%. La *tablet* (tipo iPad) ha desbancado a la videoconsola, ocupando el cuarto puesto con un porcentaje de usuarios del 30,7% (incremento en un solo año de 16,4 puntos).

El *smartphone* ha penetrado con mucha fuerza en España, que, con un 66% de la población mayor de 13 años usuaria de telefonía móvil (gana 15 puntos respecto a 2011), se ha posicionado en primer lugar en la Europa de los Cinco y está en primeras posiciones a nivel mundial.

En cuanto al porcentaje de penetración de Internet, España ha descendido una posición en el *ranking* de la Unión Europea, adelantada por Malta y quedando en décimo octava posición, 5,8 puntos por debajo de la media europea (que se sitúa en el 73%). A pesar de tener un crecimiento más lento que otros países, el porcentaje de penetración de Internet en los hogares españoles se ha incrementado de un 65,6% en 2011 al 67,2% en 2012.

La frecuencia de acceso a Internet ha perdido fuerza respecto al año anterior, el 72,6% de los usuarios se conectan diariamente (al menos cinco días a la semana) y el 20,5% lo hace semanalmente pero no todos los días.

Gráfico 24 Evolución de las actividades realizadas en Internet. 2010-2012



Unidad: % de población.

El mercado del videojuego, como ya adelantábamos, está experimentando importantes descensos. En 2012 se recaudaron 822 millones de euros (428 en videojuegos, 297 en consolas y 97 en periféricos y accesorios). Respecto al año anterior, las cifras obtenidas en 2012 experimentan una caída de 157 millones de euros, lo que supone un descenso del 16%.