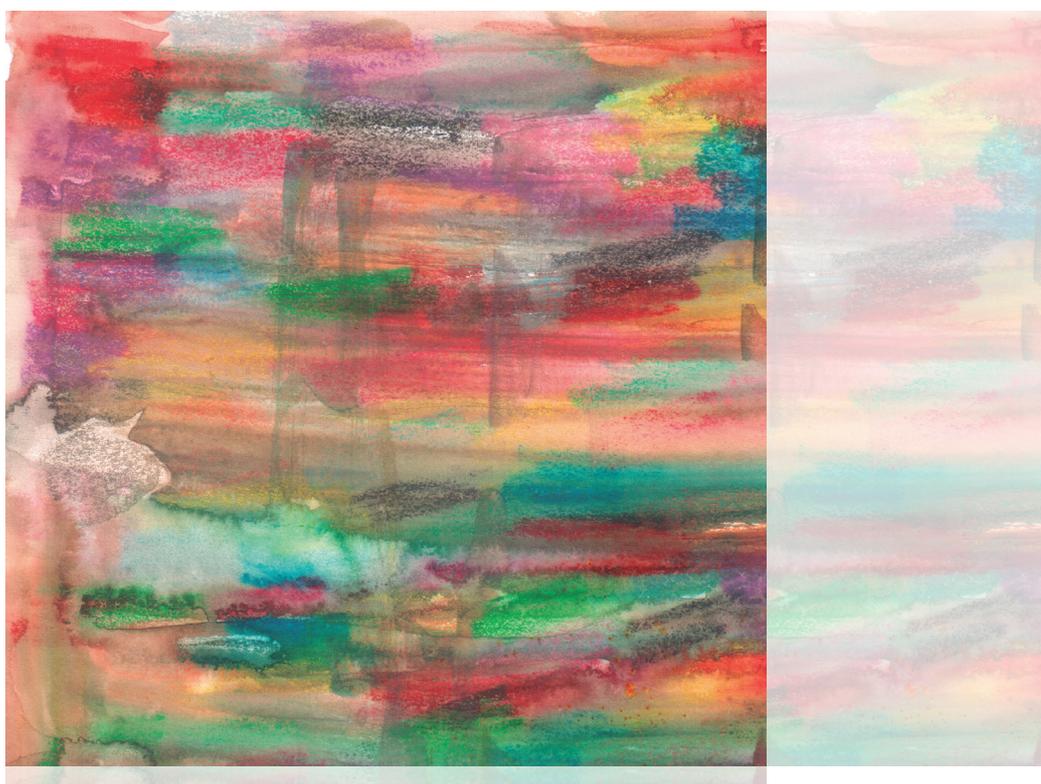


ANUARIO **SGAE**
DE LAS ARTES ESCÉNICAS,
MUSICALES Y AUDIOVISUALES
2022



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

EDICIÓN

Fundación SGAE

PRESIDENTE DE SGAE

Antonio Onetti

PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN SGAE

Juan José Solana

DIRECCIÓN TÉCNICA

Pilar Granados Martínez, directora general de CIMEC
Rubén Gutiérrez del Castillo, director General de la Fundación SGAE
Nuria Marcos Torres, técnico de Estudios de CIMEC
Soraya Sánchez Albardíaz, técnico de Estudios de la Fundación SGAE

REDACCIÓN Y DOCUMENTACIÓN

David Alameda. CIMEC
Nuria Marcos. CIMEC
Víctor Ortega. CIMEC
Sandra Campillo. CIMEC
Laura Campillo. CIMEC
Soraya Sánchez Albardíaz. Fundación SGAE

TRABAJO DE CAMPO, GRABACIÓN Y CODIFICACIÓN

SGAE (artes escénicas, música clásica, música popular, cine)
CIMEC

PROCESO INFORMÁTICO DE LOS DATOS

CIMEC

CORRECCIÓN DEL TEXTO

Fernando Peña Charlón

DISEÑO DE CUBIERTA E INTERIORES

José Luis de Hijes

AGRADECIMIENTOS

Grupo COPE (Natalia Salinas), SGAE (Francisco Bueno, Roberto Rodríguez, Paloma Romero, Carlos Casado, Carlos Compés, Carolina Rodríguez y a todos los directores de departamento y zonas), Sinis Technology S.L. (Juan Torrejón)

MAQUETACIÓN, DESARROLLO MULTIMEDIA Y PROGRAMACIÓN WEB

Eventos & Sinergias, S.L.

DEPÓSITO LEGAL

M-26392-2012

©de los artículos introductorios: sus autores.

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

PARA MÁS INFORMACIÓN

Fundación SGAE
C/Bárbara de Braganza, 7. 28004 MADRID
Teléfono: 915 03 68 51. E-mail: rgutierrez@fundacionsgae.org
www.fundacionsgae.org



El largo camino hacia *la normalidad*

Juan José Solana

Presidente de la Fundación SGAE

Hace ahora un año presentábamos las cifras correspondientes al año 2020. Eran unas cifras malas, muy malas, pero que, lamentablemente, convivían con otras cifras aún peores. En ese momento, otoño de 2021, ya sabíamos que ese ejercicio no iba a ser el de la inmediata recuperación que podíamos intuir en otoño de 2020, cuando parecía que la covid estaba ya vencida. En el momento de escribir esta introducción y pese a que nos encontramos en una situación sanitaria bien distinta a la de los años anteriores (empezamos ya a olvidar las restricciones de aforo, los conciertos escuchados sentados a una mesa, y a disfrutar de nuevo de sentarnos al lado de una persona desconocida en el teatro o en el cine sin desconfianza, sin mascarilla), afrontamos otras incertidumbres y, lo que es peor, los efectos de la sinrazón, los efectos de una guerra empezada ya hace más de ocho meses y cuyo final no se vislumbra. Son momentos convulsos en los que la cultura y el arte vuelven a ser más necesarios que nunca (como consuelo, como puente de culturas, como fuente de pensamiento crítico, como generadores de comunidades inclusivas y diversas). Por ello, resulta fundamental conocer el estado del sector.



En este 2022, la Fundación SGAE celebra su vigésimo quinto aniversario y es, precisamente, el *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales* uno de nuestros proyectos más longevos, permitiéndonos presentar ahora su vigésimo segunda edición. Les adelanto ya que las cifras que ahora presentamos no son las que nos gustaría mostrar ni las que imaginábamos en un año 2019 en que se estaba consolidando la recuperación de nuestro sector, tras una muy larga crisis comenzada en 2008, que alcanzó sus peores efectos a comienzos de la pasada década. Estas cifras siguen reflejando los cierres perimetrales, los aforos restringidos, las cancelaciones de última hora tras los pertinentes test, las restricciones en los viajes (internacionales, pero también dentro de nuestro Estado)...



Las cifras que encontrarán en las siguientes páginas suponen una leve mejoría respecto a las del primer año de la crisis covid, pero aún se quedan lejos de la senda marcada en los años anteriores. Confiamos, y esa es una de las razones que llevan a la Fundación SGAE a realizar este trabajo, en que estas cifras sirvan de ayuda para establecer políticas decididas para el impulso de un sector que, además de su enorme repercusión en riqueza económica y su gran capacidad generadora de empleo cualificado, resulta fundamental para crear una sociedad cohesionada, diversa, crítica y con valores humanistas. Debe ser prioridad de los Estados y de sus políticas generar las condiciones básicas para que los y las creadoras puedan desarrollar su trabajo, pues es expresión de nuestra identidad como sociedad, y que puedan considerar la creación una opción profesional viable y digna. Confiamos en que los datos que aquí presentamos muestren con cierto detalle las posibilidades de desarrollo, las urgencias y las prioridades, tanto a medio como a corto plazo, para volver a emprender el camino de recuperación sostenible desarrollado en nuestro sector antes de la covid. Parece que el horizonte que está por venir viene lleno de incertidumbres y es ahí cuando el arte y la cultura resultan más necesarios que nunca. Cuidémoslos.

ANUARIO **SGAE** DE LAS ARTES ESCÉNICAS, MUSICALES Y AUDIOVISUALES **2022**



El largo camino hacia la *normalidad*

3

Por JUAN JOSÉ SOLANA, presidente de Fundación SGAE



ARTES ESCÉNICAS

7



MÚSICA CLÁSICA

15



MÚSICA POPULAR

19



MÚSICA GRABADA

21



CINE

25



VÍDEO

29



TELEVISIÓN

31



RADIO

33



NUEVAS TECNOLOGÍAS

35



Artes escénicas

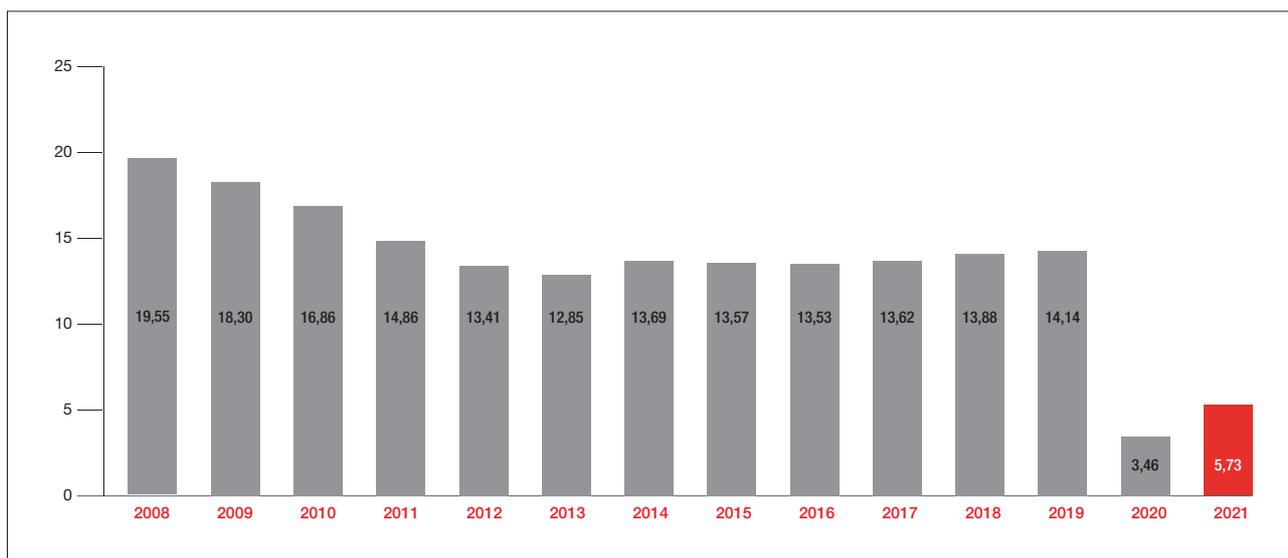
Iniciamos este resumen ejecutivo con un análisis de las cifras de artes escénicas en España en 2022, así como su evolución en los últimos años. Tras ello, entraremos en un mayor detalle deteniéndonos en los datos recogidos para el teatro, la danza y el género lírico, como viene siendo habitual en este trabajo.

Durante 2021, pese a que las cifras son más optimistas que las del año anterior, la pandemia siguió condicionando los hábitos de consumo de los ciudadanos con restricciones más o menos severas según la comunidad autónoma y la evolución de la incidencia. No obstante, en dicho año, se mejoraron las cifras de los tres indicadores en comparación a los del año anterior: el número de funciones creció un 42,2%, la asistencia un 65,8% y la recaudación un 61,8%. A pesar de ello, si enfrentamos los datos obtenidos en 2021 a los de 2019, año previo a la pandemia, encontramos una evolución negativa, con retrocesos del 28% en la oferta, del 59,5% en el número de espectadores y del 55,2% en la recaudación.

En términos absolutos, en 2021, en España, se realizaron un total de 36.609 funciones de artes escénicas, a las que asistieron 5.729.579 personas.

Vuelven a ser Madrid y Cataluña las CCAA que concentraron mayores porcentajes de representaciones y espectadores de artes escénicas, aglutinando, de nuevo, más del 50% del total de España en ambos indicadores. Madrid acumuló el 32% de la oferta total, 11.718 funciones, y el 34,7% de la asistencia, 1.986.980 asistentes. Cataluña, por su parte, concentró el 22,3% de las representaciones, 8.161, y el 19,6% de los espectadores, 1.121.080.

GRÁFICO 1 ESPECTADORES DE ESPECTÁCULOS ESCÉNICOS (MILLONES). 2008-2021



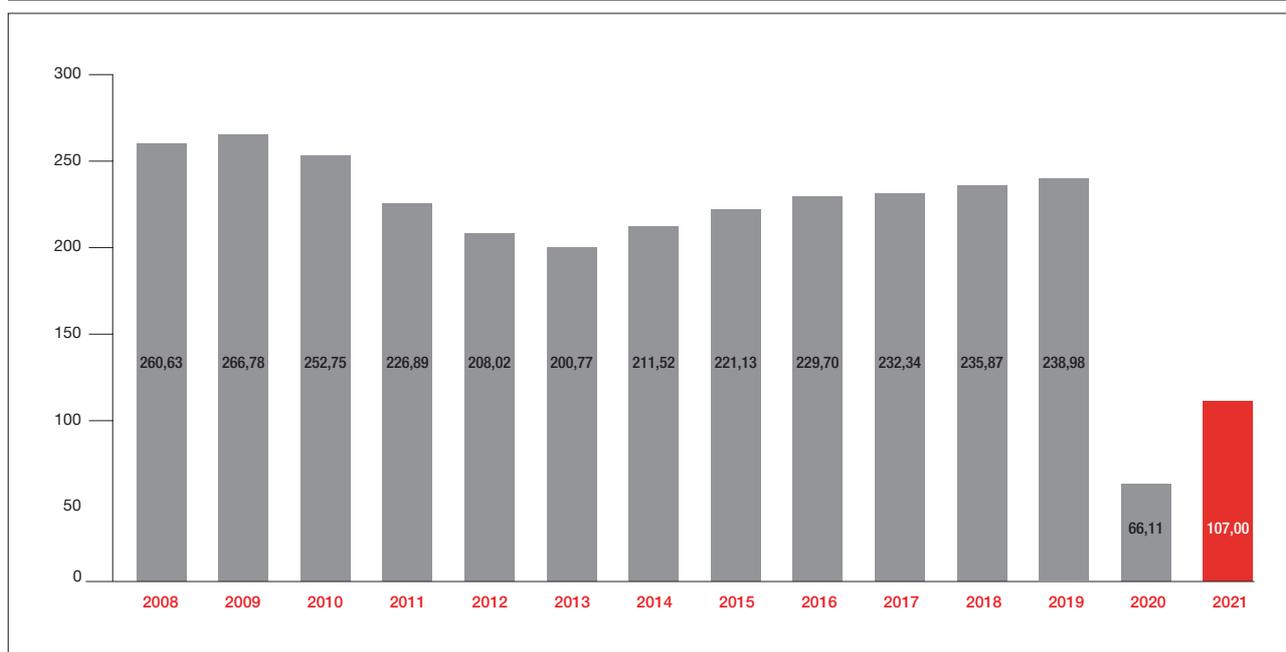
Unidad: millones de espectadores.
Fuente: SGAE.



Durante 2020, en España, se ingresaron por venta de entradas de espectáculos de artes escénicas un total de 106.995.718 euros.

Madrid y Cataluña fueron, una vez más, las comunidades que obtuvieron una mayor recaudación por espectáculos escénicos. En concreto, Madrid recaudó 47.401.642 euros, el 44,3% del total español. Cataluña ingresó por este concepto un total de 25.961.304 euros, el 24,3%.

GRÁFICO 2 RECAUDACIÓN TOTAL DE ESPECTÁCULOS ESCÉNICOS (MILLONES DE EUROS). 2008-2021



Unidad: millones de euros.
Fuente: SGAE.

TEATRO

Centrándonos en las cifras de teatro, vemos que, en 2021, sigue siendo la disciplina que más peso tiene sobre el total de las artes escénicas. De esta forma, concentró el 94,4% de la oferta, el 89,8% de los espectadores y el 89% de la recaudación. Es por este motivo que, como veremos, tiene una evolución parecida a la mencionada anteriormente para el conjunto de las artes escénicas.

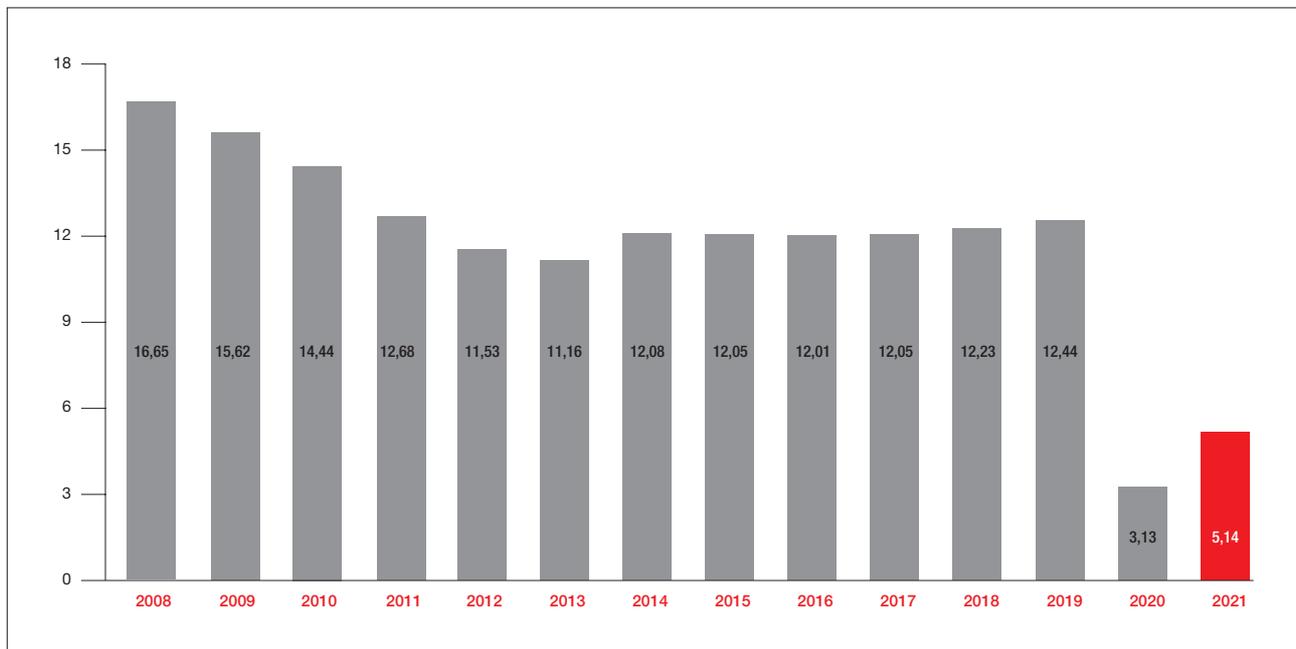
Si comparamos los resultados obtenidos en 2021 con los del año anterior, vemos un importante incremento de los tres indicadores, número de funciones, espectadores y recaudación. En concreto, se registraron subidas del 42,3%, del 64,2% y del 59,6%, respectivamente. Muy diferente resulta la evolución si enfrentamos los resultados de 2021 con los de 2019, en cuyo caso encontramos disminuciones del 27,1%, del 58,7% y del 54,1%, respectivamente.

Durante 2021, se realizaron un total de 34.548 representaciones de teatro, a las que acudieron 5.142.996 espectadores.

Madrid encabeza el *ranking* tanto de la oferta de teatro como de la asistencia. En concreto, concentró 11.145 de dichas funciones, el 32,3% del total estatal, que supusieron 1.864.977 asistentes, el 36,3% del total.

Cataluña, en segunda posición, albergó 7.732 funciones de teatro, un 22,4% del total de España, a las que acudieron 997.909 espectadores, el 19,4% del total.

GRÁFICO 3 ESPECTADORES DE TEATRO Y OTRAS ARTES ESCÉNICAS (MILLONES). 2008-2021



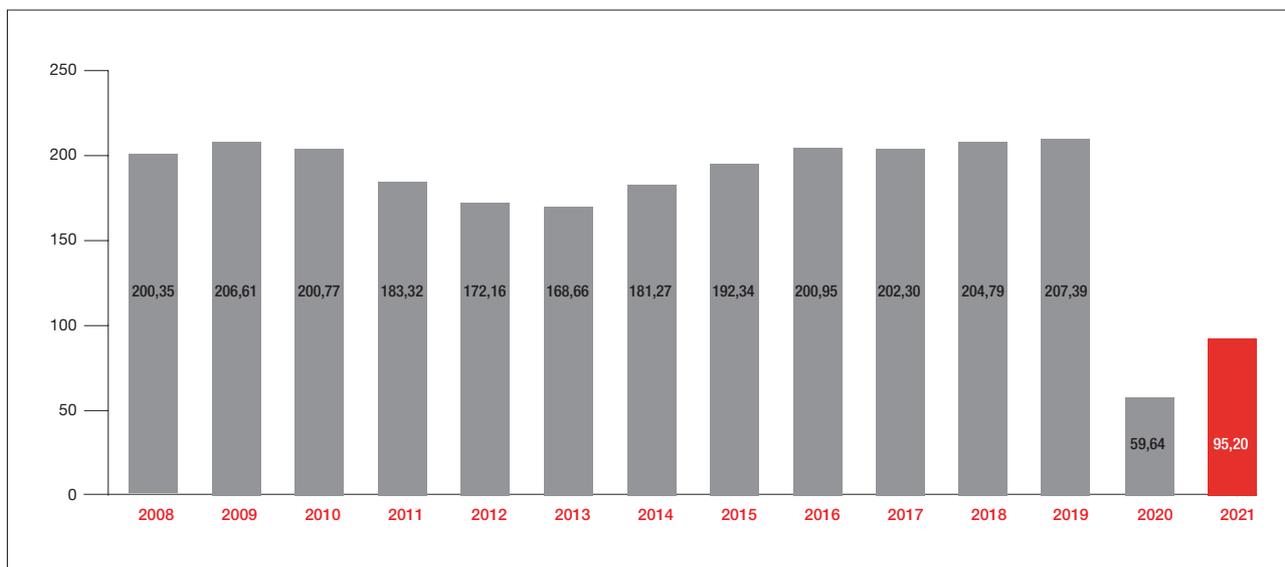
Unidad: millones de espectadores.
Fuente: SGAE.

Los ingresos por ventas de entradas de teatro en España, durante 2021, fueron de 95.202.228 euros, lo que implica un incremento de 35,56 millones respecto a un año antes.

Madrid reunió el 45,2% de dichos ingresos, lo que se traduce en una recaudación por funciones de teatro de 43.047.398 euros. Cataluña, por su parte, concentró el 24,1% del total, 22.917.119 euros.



GRÁFICO 4 RECAUDACIÓN DE TEATRO (MILLONES DE EUROS). 2008-2021



Unidad: millones de euros.
Fuente: SGAE.

DANZA

La danza continúa teniendo, en 2021, un peso relativo sobre el total de las artes escénicas mucho más pequeño que la anterior disciplina en los tres indicadores. Aglutina el 4,2% de las representaciones, el 7,2% de la asistencia y el 4,7% de la recaudación.

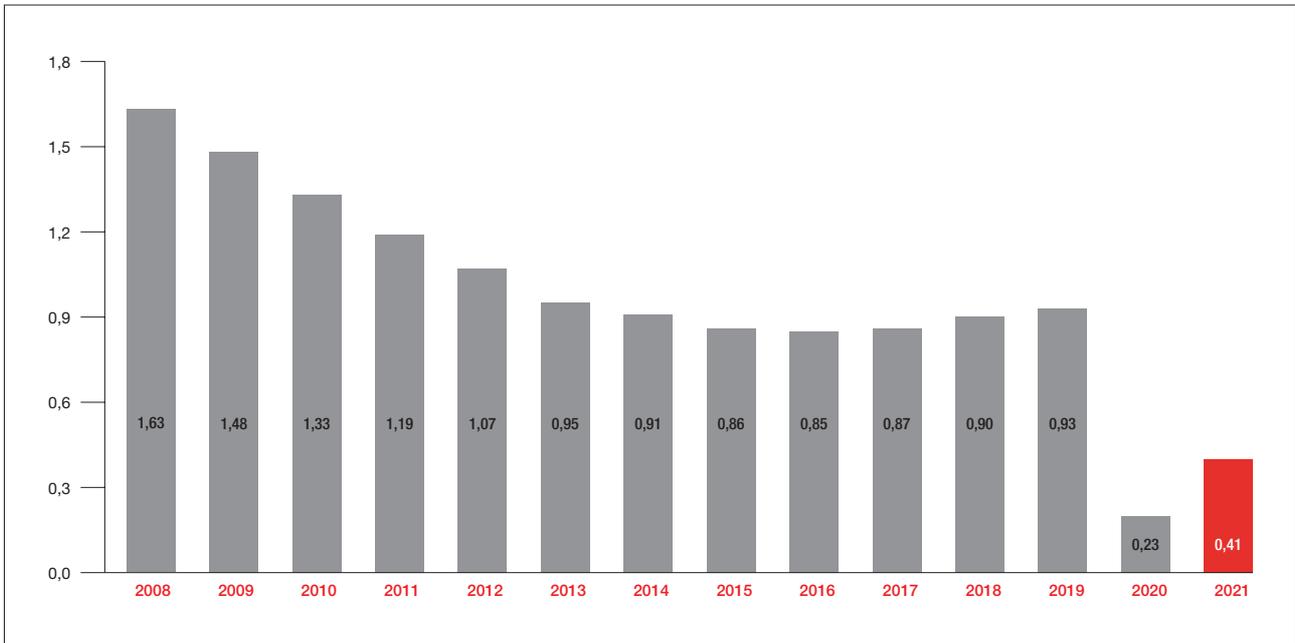
Si nos detenemos en comparar los resultados de 2021 frente a los de 2020, observamos ascensos del 40,2% en el número de funciones, del 78,7% en el número de espectadores y del 80,1% de la recaudación. Pero, igual que en los casos anteriores, todavía se mantiene un retroceso en los resultados si nos remontamos al año previo a la pandemia, con un 29% de funciones menos, una asistencia un 55,8% inferior y un descenso de la recaudación del 42,8%.

Durante 2021, se registraron un total de 1.534 representaciones de danza y 409.799 espectadores de esa misma disciplina.

Madrid, con 391, fue la comunidad española con una mayor oferta, aglutinando el 25,5% del total. La sigue Cataluña, con 313 funciones y el 20,4% del total. Estas mismas comunidades fueron las que concentraron más espectadores de danza: en el primer caso, 76.068 y un 18,6% del total estatal, y en el segundo, 75.424 y el 18,4% del total.



GRÁFICO 5 ESPECTADORES DE DANZA (MILLONES). 2008-2021

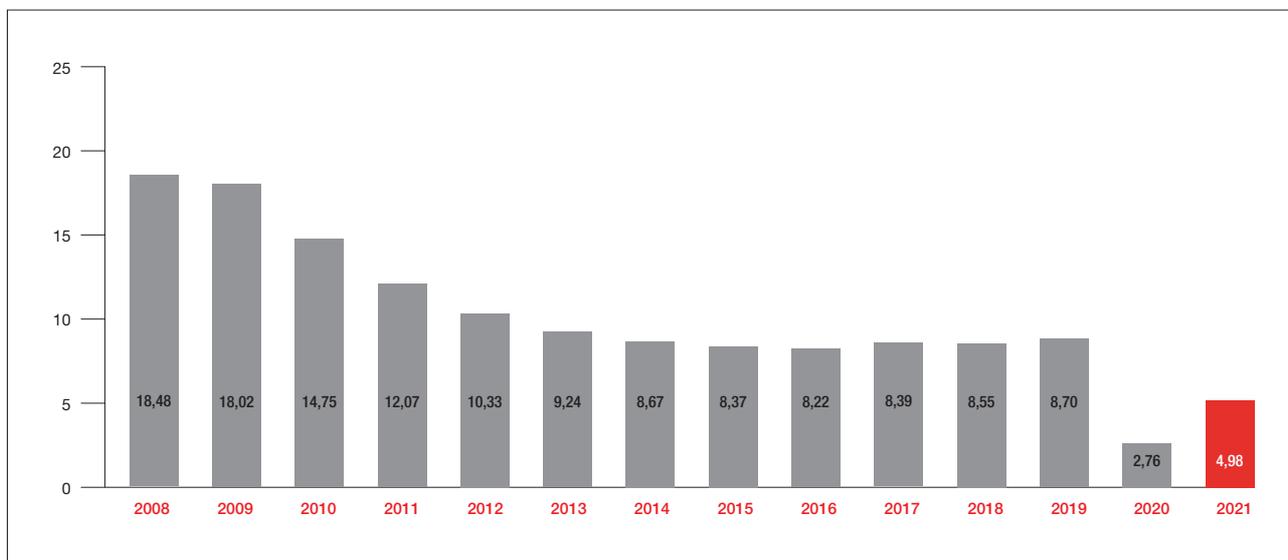


Unidad: millones de espectadores.
Fuente: SGAE.

Los ingresos por venta de entradas a espectáculos de danza durante el año 2021 fueron de 4.977.427 euros. Madrid, con 1.452.899 euros y el 29,2% del total, y Cataluña, con 1.131.945 euros y el 22,7% del total, fueron las comunidades españolas con más recaudación de 2021.



GRÁFICO 6 RECAUDACIÓN DE DANZA (MILLONES DE EUROS). 2008-2021



Unidad: millones de euros.
Fuente: SGAE.

ÓPERA Y ZARZUELA

El género lírico es la disciplina de artes escénicas con menos oferta y espectadores, aunque en recaudación supera a la danza. Las representaciones de ópera y zarzuela, durante 2021, concentraron un peso relativo del 1,4%, los espectadores supusieron el 3,1% y la recaudación fue el 6,4%.

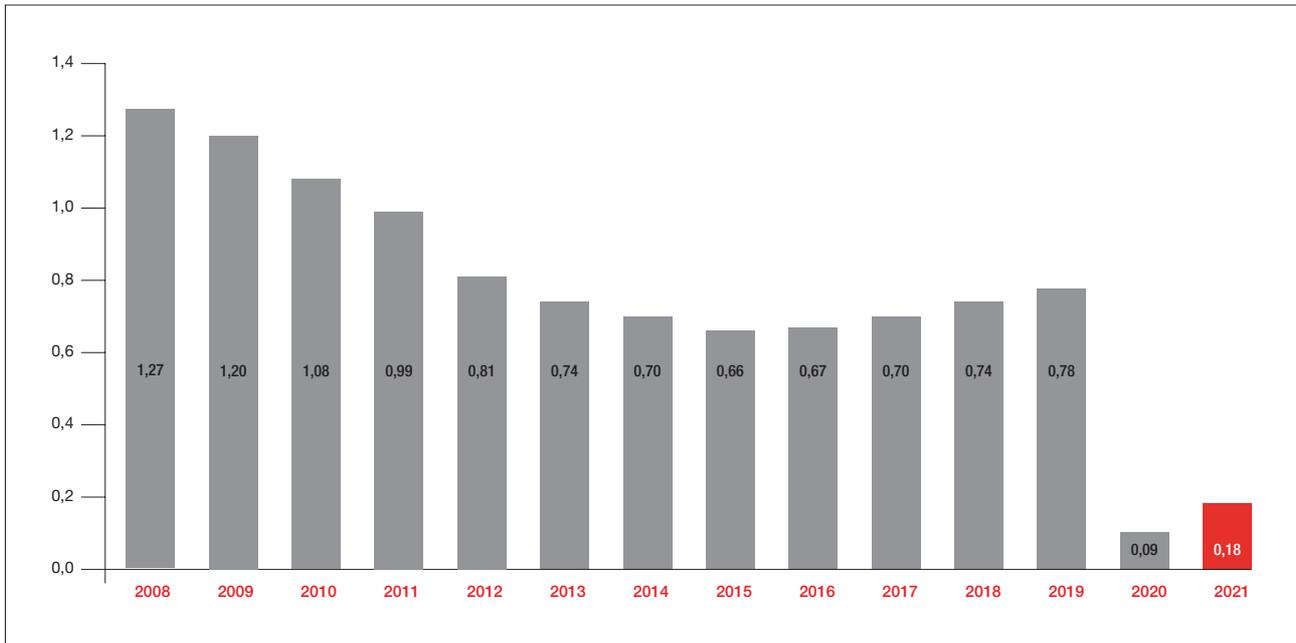
Igual que en los anteriores, el género lírico muestra un incremento de los tres indicadores en relación a los de 2020. En concreto, las funciones crecieron un 39,1%, los espectadores un 86,6% y la recaudación un 83,9%. Pese a parecer que es la disciplina que logra una mayor recuperación, en realidad es la que está más lejos de las cifras obtenidas en 2019. Comparando los resultados de 2021 y los del año anterior a la pandemia, tenemos descensos del 60,5% de las funciones, del 77,3% de los espectadores y del 70,2% de la recaudación.

En 2021, se celebraron un total de 527 funciones de ópera o zarzuela, que reunieron a 176.784 asistentes.

Madrid fue la comunidad con más representaciones de ópera y zarzuela durante 2021, 182, el 34,5% del total estatal. A continuación, encontramos a Cataluña, que aglutinó el 22%, 116 funciones.

Por el contrario, Cataluña superó en número de espectadores a todas las demás CCAA de España, con 47.747, lo que supone el 27% del total. Madrid, en segunda posición, registró 45.935 asistentes, el 26% del total.

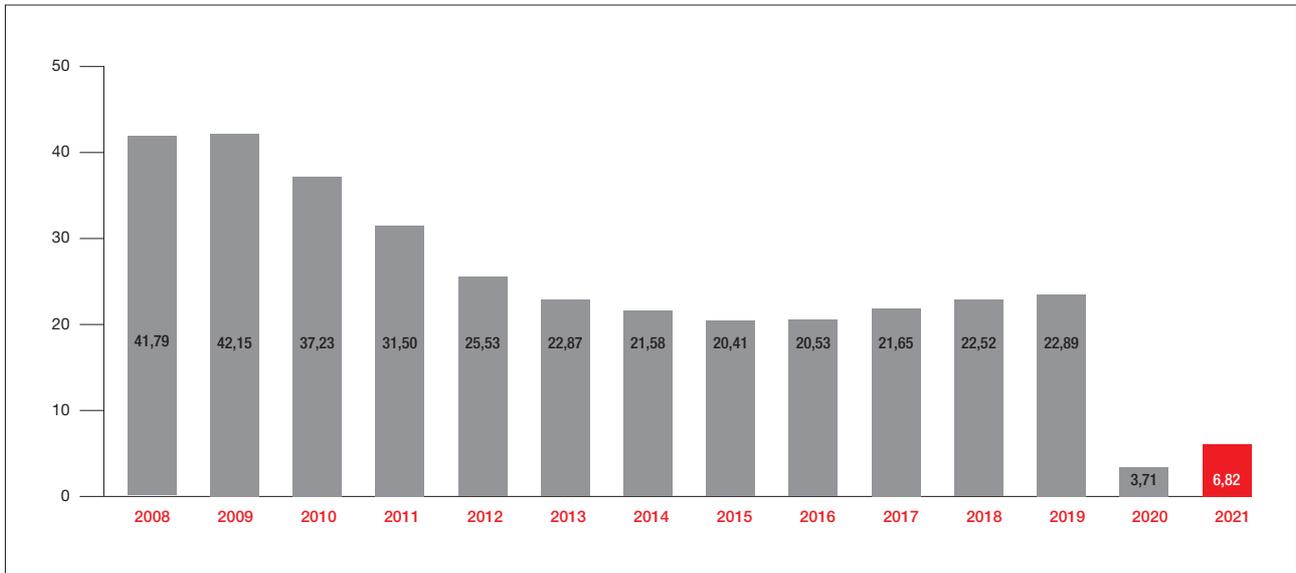
GRÁFICO 7 ESPECTADORES DE GÉNERO LÍRICO (MILLONES). 2008-2021



Unidad: millones de espectadores.
Fuente: SGAE.

Con la venta de entradas de ópera y zarzuela se acumularon, durante 2021, 6.816.063 euros, 3,1 millones más que un año antes, pero más de 16 millones menos que en 2019.

Madrid es la comunidad que más recaudó por dicho concepto, 2.901.255 euros, el 42,6% del total estatal. La sigue Cataluña, con un 28,1% del total, lo que supone 1.912.240 euros.

**GRÁFICO 8 RECAUDACIÓN DE GÉNERO LÍRICO (MILLONES DE EUROS). 2008-2021**

Unidad: millones de euros.
Fuente: SGAE.



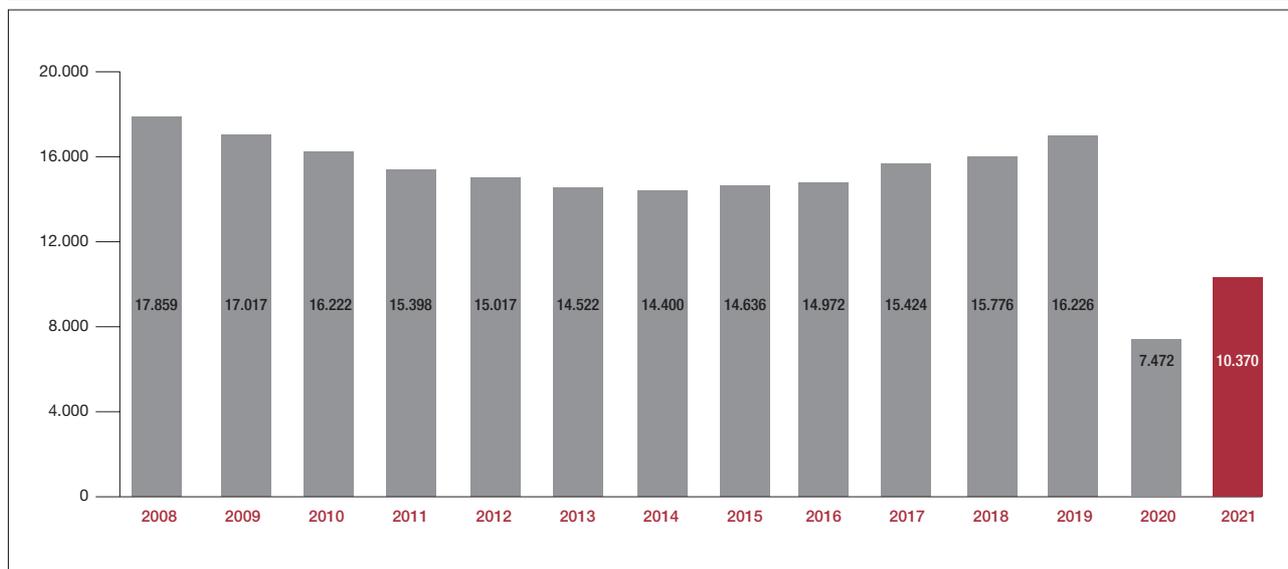
Música clásica

A continuación, iniciamos el estudio de las cifras de música clásica comparando los resultados obtenidos en 2021 con los del año anterior. De la misma forma que en las artes escénicas, observamos un incremento en los tres indicadores: del 38,8% en el número de conciertos, del 45,2% en el número de espectadores y del 38,8% en la recaudación. Pero esto no implica que se haya alcanzado todavía la recuperación hasta los valores previos a la pandemia. En realidad, respecto a los datos de 2019, se ha reflejado un decrecimiento en todos los casos, con bajadas del 36,1% en la oferta, del 69,3% en la asistencia y del 64,7% en la recaudación.

En España, durante el año 2021, se organizaron un total de 10.370 conciertos de música clásica. Esta cifra implica que hubo 2.898 conciertos más en comparación al año anterior.

Las comunidades que contaron con más conciertos de música clásica en 2021 volvieron a ser: Comunidad Valenciana, que celebró 1.661 conciertos, el 16% del total; Madrid, donde hubo 1.612 conciertos, el 15,5%, y Andalucía, con 1.355 conciertos, el 13,1%.

GRÁFICO 9 CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA. 2008-2021



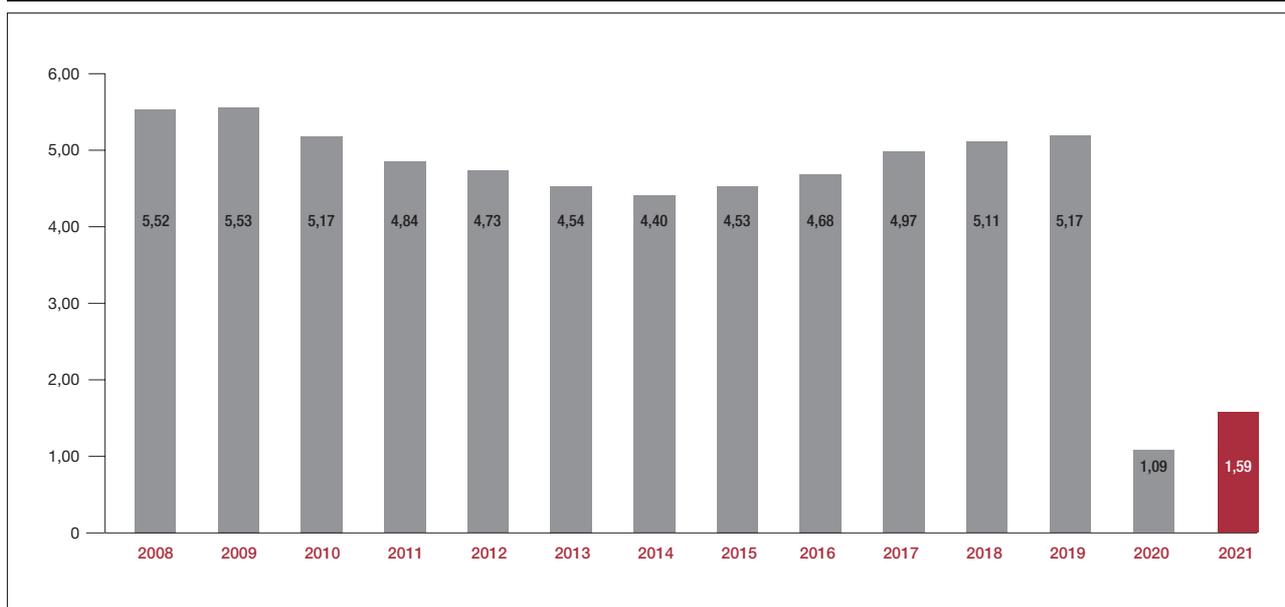
Fuente: SGAE.



A dichos conciertos acudieron un total de 1.587.430 espectadores, más de tres millones y medio menos que en 2019.

Igual que el año anterior, las comunidades con mayor asistencia a este tipo de conciertos fueron, por este orden: Madrid, con 344.433 espectadores y un 21,7% del total; Comunidad Valenciana, que reunió a 260.467 asistentes, el 16,4% del total, y País Vasco, con una asistencia de 189.058 personas, el 11,9% del total.

GRÁFICO 10 ESPECTADORES DE CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA (MILLONES). 2008-2021

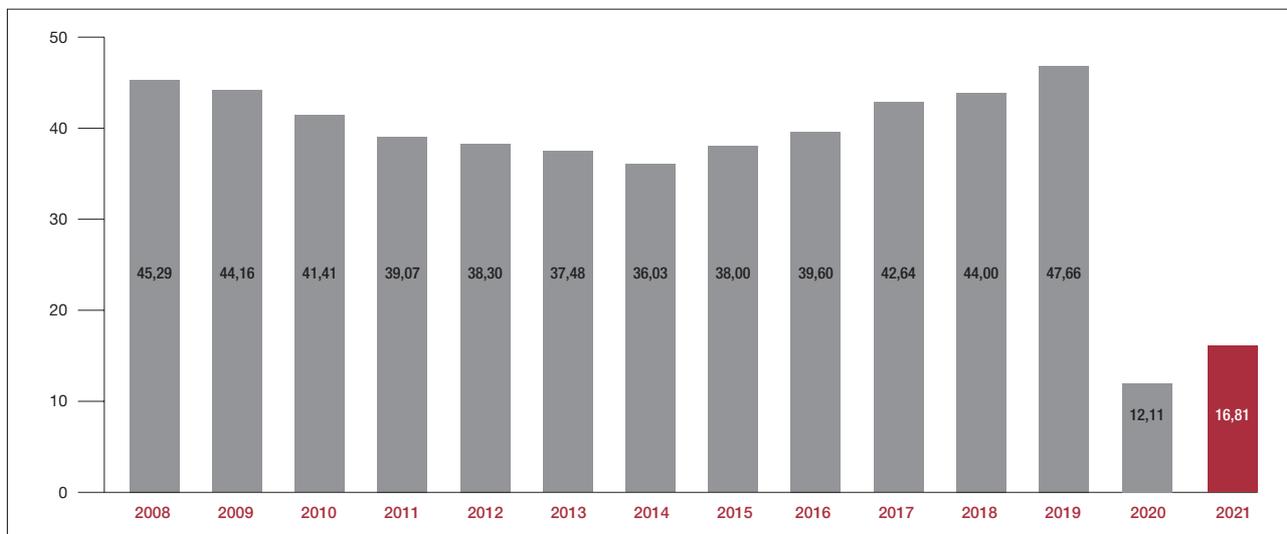


Fuente: SGAE.

Con la venta de entradas a conciertos de música clásica en España en 2021 se recaudaron 16.807.434 euros.

Las CCAA españolas que concentraron una mayor recaudación por los conciertos de música clásica durante 2021 fueron: Madrid, con 5.000.390 euros, el 29,8% del total; Cataluña, con 3.056.418 euros, el 18,2%, y Comunidad Valenciana, con 1.922.561 euros, el 11,4%.

GRÁFICO 11 RECAUDACIÓN DE LOS CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA (MILLONES DE EUROS). 2008-2021



Fuente: SGAE.

Como viene siendo habitual en estos informes, desglosamos, a continuación, las cifras mencionadas por cada una de las subcategorías de música clásica.

En España, se realizaron 1.833 conciertos de **música sinfónica** durante 2021, el 17,7% de la oferta de música clásica. Dichos conciertos concentraron el 35% de la asistencia total, lo que equivale a 555.366 espectadores. Este tipo de música, sin ser el que más oferta tiene ni al que acude más público, sí es el que más recauda, con un peso sobre la recaudación total del 59,1%, 9.933.462 euros. En los tres indicadores se observan incrementos respecto al año anterior. Más concretamente, hablamos de un 38,8% de funciones más, el 44,4% de espectadores más y una recaudación un 37,9% superior. Madrid es la comunidad que tuvo cifras más altas en los tres indicadores: con 310 conciertos (el 16,9% del total estatal), 162.613 espectadores (el 29,3%) y 2.950.356 euros (el 29,7%). La siguen País Vasco, en oferta y asistencia, con 253 conciertos (el 13,8%) y 88.271 espectadores (15,9%), y Comunidad Valenciana, en recaudación, con 1.450.865 euros (el 14,6%).

Ese mismo año se registraron 5.360 conciertos de **música de cámara y solistas**, cifra que implica un peso del 51,7% sobre la oferta de música clásica. A ellos acudieron 653.886 personas, lo que supone el 41,2% del total de espectadores. En ambos indicadores, la música de cámara y solistas predomina sobre las otras subcategorías de música clásica. Como ya adelantamos, no ocurre lo mismo con la recaudación, aunque ostenta el segundo porcentaje más alto, con el 35,2% del total, lo que se traduce en unos ingresos de 5.911.978 euros. En los tres indicadores se aprecian subidas respecto a 2020, en concreto, del 38,9%, del 44,2% y del 40,6%. En 2021, Cataluña es la comunidad que concentró una mayor recaudación por conciertos de música de cámara y solistas, 1.828.120 euros (el 30,9% del total). En cambio, Madrid fue la comunidad con mayor oferta de conciertos y espectadores, con 1.026 conciertos (el 19,1% del total) y 152.514 espectadores (el 23,3% del total), y la segunda por recaudación, con 1.816.388 euros (30,7% del total). La siguen por volumen de conciertos Andalucía, con 763 conciertos (el 14,2%), y por espectadores Comunidad Valenciana, con 88.510 asistentes (el 13,5% del total).



Durante 2021, se celebraron 1.232 conciertos de **música coral**, lo que equivale al 11,9% de la oferta de música clásica. A ellos asistieron 140.512 espectadores, el 8,9% de la asistencia total, y se recaudaron 644.094 euros, el 3,8% del total. También podemos hablar de un aumento en los tres casos en comparación a las cifras de un año antes. Crecen la oferta, un 34,5%, la asistencia, un 42,9%, y la recaudación, un 38,3%.

En 2021, el peso relativo de la **música de bandas y rondallas** sobre el total de la música clásica fue del 18,8% de los conciertos, el 15% de la asistencia y el 1,9% de la recaudación. En términos absolutos, hablamos de 1.945 conciertos celebrados en dicho año a los que asistieron 237.666 personas y con los que se recaudaron 317.900 euros. Los incrementos, en este caso, fueron del 41,3%, del 51,7% y del 34,1%, respectivamente.



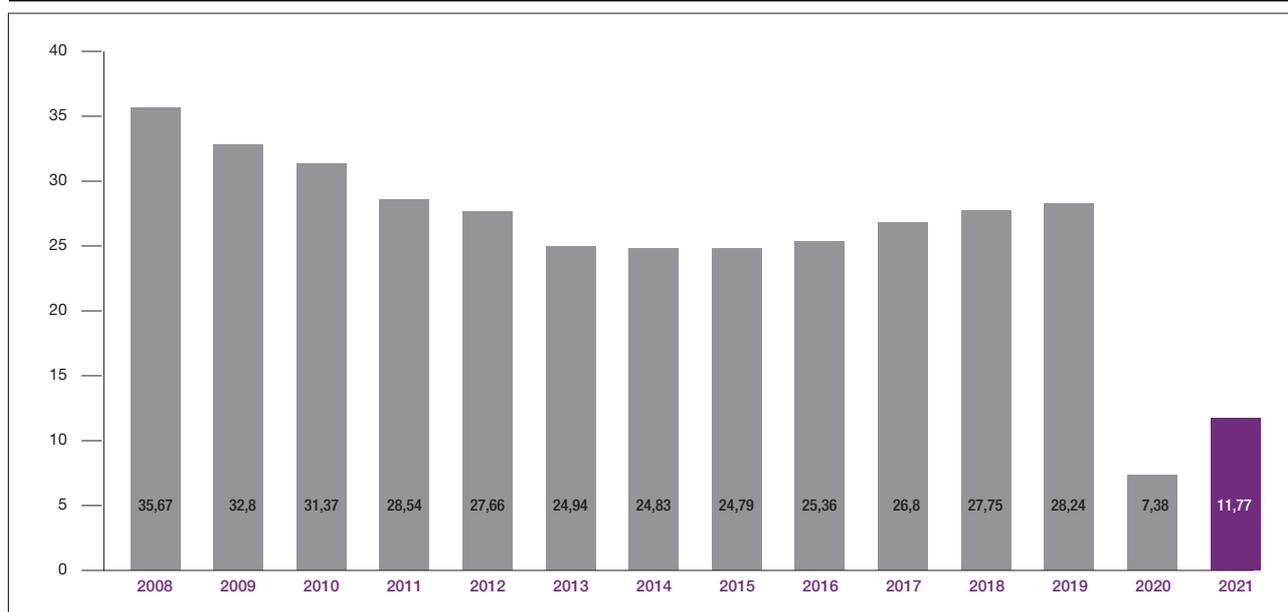
Música popular

La misma situación que veíamos para las artes escénicas y para la música clásica ocurre en la música popular en vivo. Observamos una mejoría de la situación en 2021 si la comparamos con 2020, con un aumento del número de conciertos del 40%, del 59,4% en la asistencia y del 49,5% en la recaudación, incrementos en las cifras que incluyen datos de macrofestivales. Si, por el contrario, enfrentamos los resultados de 2021 con los de 2019, todavía se aprecian notables diferencias. Entre ambos años encontramos pérdidas del 29% en el número de conciertos celebrados, del 58,3% en el número de asistentes y del 62,1% de la recaudación.

Durante 2021, hubo 64.682 conciertos de música popular en vivo, 18.476 más que un año antes. Las CCAA que celebraron más conciertos de dicho tipo en 2021 fueron: Madrid, con una oferta de 14.258, el 22% del total estatal; Andalucía, con 12.842 conciertos, el 19,9% del total, y Cataluña, con 10.543 conciertos, el 16,3% del total.

El número de espectadores a los mencionados conciertos, incluyendo los asistentes a macrofestivales, fue de 11.770.169, 4,39 millones más que en 2020. También es Madrid la que concentra un mejor resultado en este indicador, con 2.356.753 asistentes, el 20% del total de España. La siguen, una vez más, Andalucía, con 2.179.424 espectadores, el 18,5% del total, y Cataluña, con 2.055.844 asistentes, el 17,5% del total.

GRÁFICO 12 ESPECTADORES DE MÚSICA POPULAR EN VIVO (MILLONES). 2008-2021

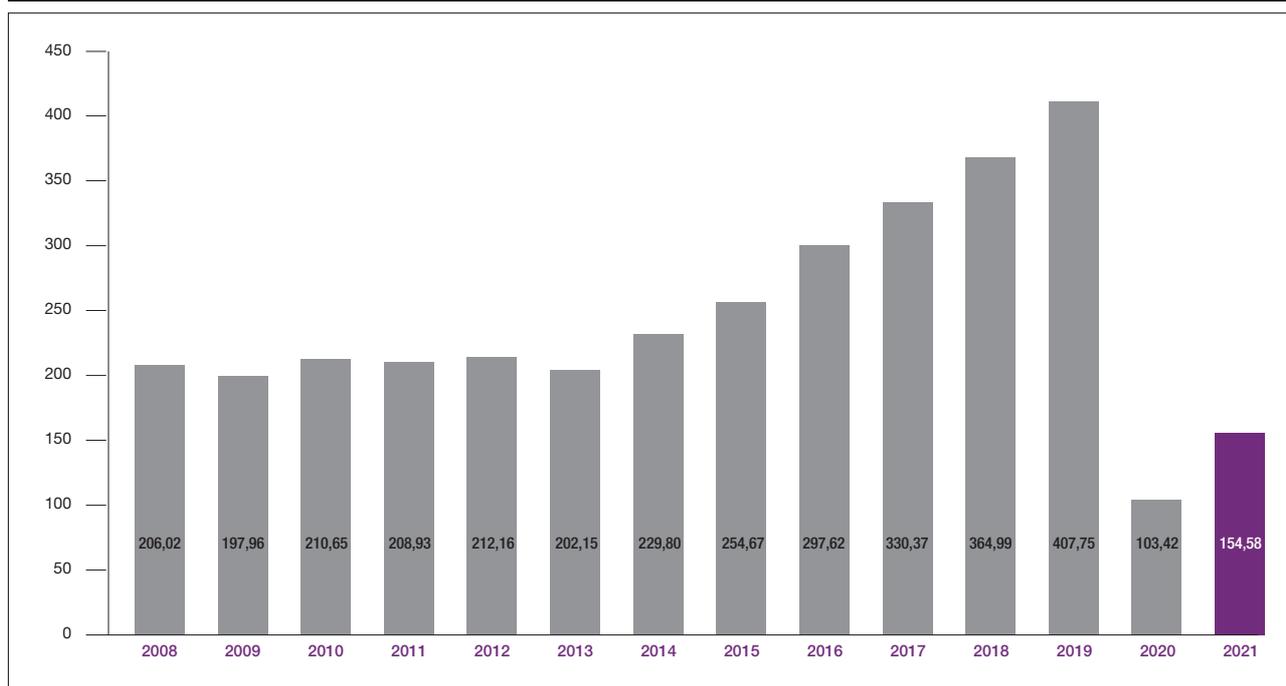


Nota: incluye los datos de conciertos y macrofestivales.
Fuente: SGAE.



Los ingresos obtenidos en 2021 en España por la venta de entradas a conciertos de música popular, incluyendo las cifras de macrofestivales, fueron de 154.578.696 euros, más de 51 millones más que un año antes. La mayor recaudación correspondió a Cataluña, que registró unos ingresos de 38.651.155 euros por este concepto, el 25% del total. A continuación, se encuentra Madrid, con una recaudación de 27.705.293 euros, el 17,9% del total. Y en tercer lugar Andalucía, que recaudó 22.454.112 euros, el 14,5% del total.

GRÁFICO 13 RECAUDACIÓN DE MÚSICA POPULAR EN VIVO (MILLONES DE EUROS). 2008-2021



Nota: incluye los datos de conciertos y macrofestivales.
Fuente: SGAE.

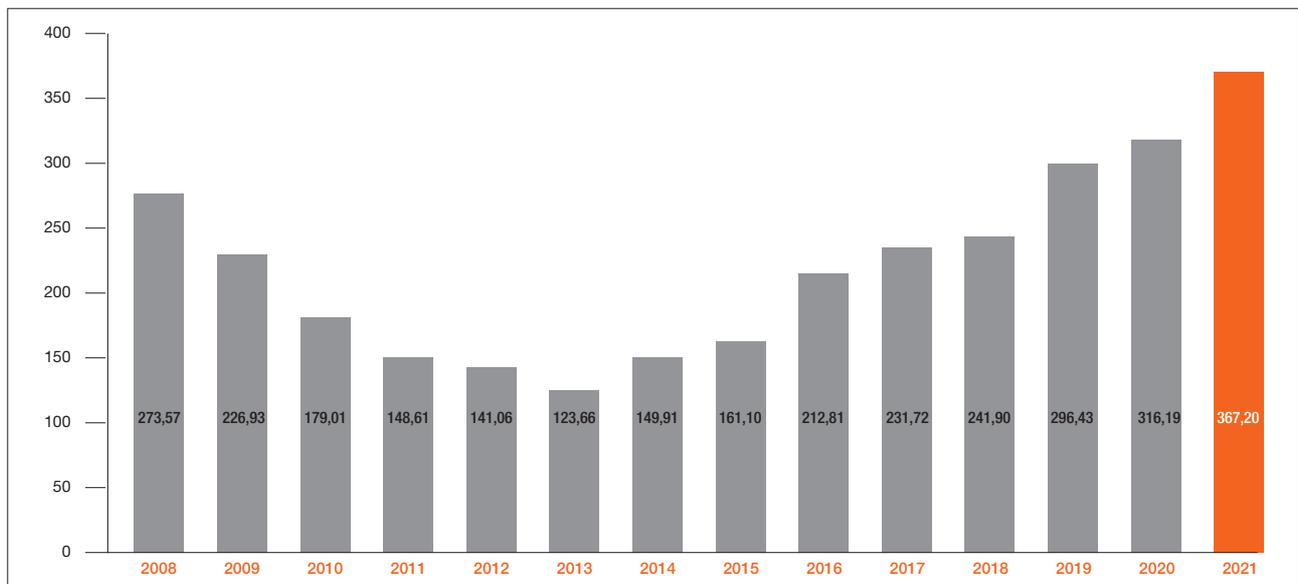


Música grabada

La música grabada en 2021 mantuvo la tendencia creciente. Tomando los datos del *Global Music Report*, el mercado mundial de la música grabada registró un incremento de 4.000 millones de dólares en comparación a un año antes, un 18,3% más, lo que se traduce en unos ingresos totales de 25.900 millones de dólares. El 69,3% de los cuales corresponde al mercado digital.

En España, durante 2021, se recaudaron entre el mercado digital y el físico de la música grabada 367,20 millones de euros, según datos de Promusicae. Y se experimentan subidas en los citados mercados, rompiendo con la tendencia decreciente de los últimos años del mercado físico y manteniendo la alcista del mercado digital. En total, el mercado de la música grabada subió, respecto a 2020, un 16,1%.

GRÁFICO 14 EVOLUCIÓN DEL VALOR DE LAS VENTAS DE MÚSICA GRABADA EN ESPAÑA. 2008-2021



Unidad: millones de euros.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Promusicae.



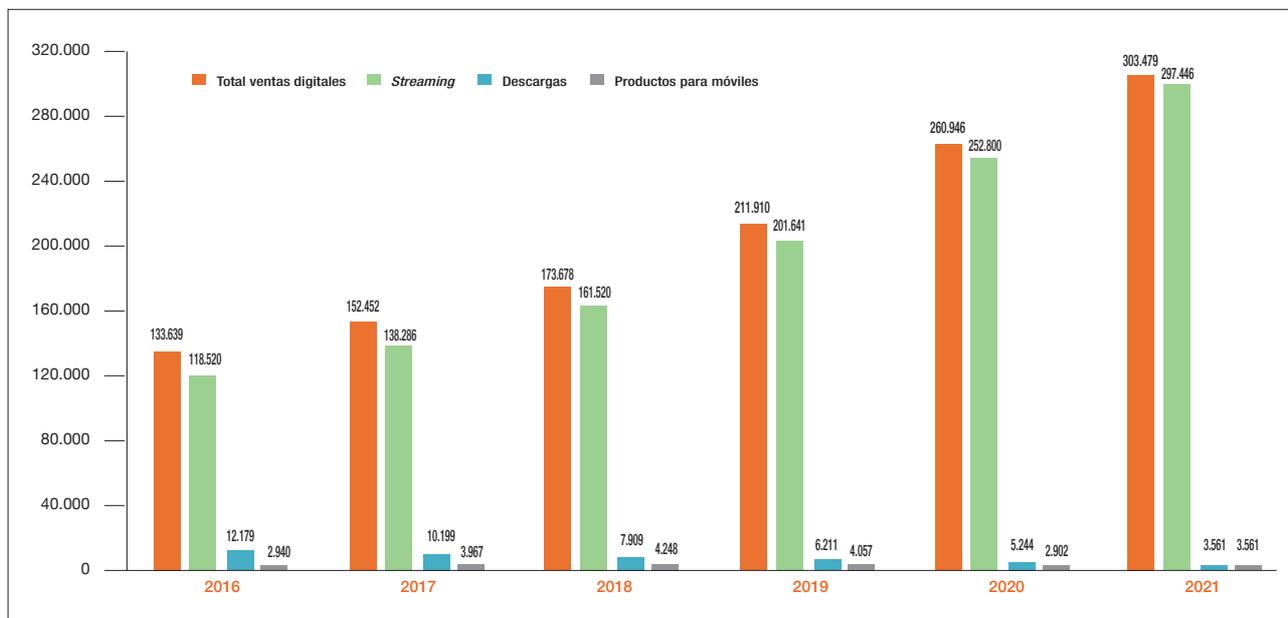
Durante 2021, el mercado físico ingresó un total de 63,72 millones de euros, cifra que supone un incremento del 15,4%. El mercado digital, por su parte, recaudó 303,48 millones de euros, un 16,3% más. A pesar de la subida del mercado físico, el peso del mercado digital en España sigue creciendo, acumulando ya el 82,6% de las ventas totales.

Centrándonos en el mercado digital, el *streaming* acumuló, durante 2021, el 98% (el 81,1% el audio y el 16,9% el vídeo). Las descargas permanentes de audio concentraron el 1,2% y los productos de móvil y otros, el restante 0,8%.

En cifras absolutas, el *streaming* (que incluye no solo las suscripciones sino, además, los ingresos por publicidad en este medio) produjo unos ingresos en España de 297,45 millones de euros. Con las descargas de música se recaudaron 3,56 millones de euros y con otros productos para móviles, como tonos o *ringbacktonos*, 2,47 millones de euros.

Como se aprecia en la evolución, el *streaming* sigue ganando relevancia, mientras que los ingresos por descargas digitales de archivos musicales y los productos para móviles siguen una tendencia decreciente.

GRÁFICO 15 RECAUDACIÓN DE LAS VENTAS DIGITALES DE MÚSICA GRABADA SEGÚN SOPORTE (MILES DE EUROS). 2016-2021



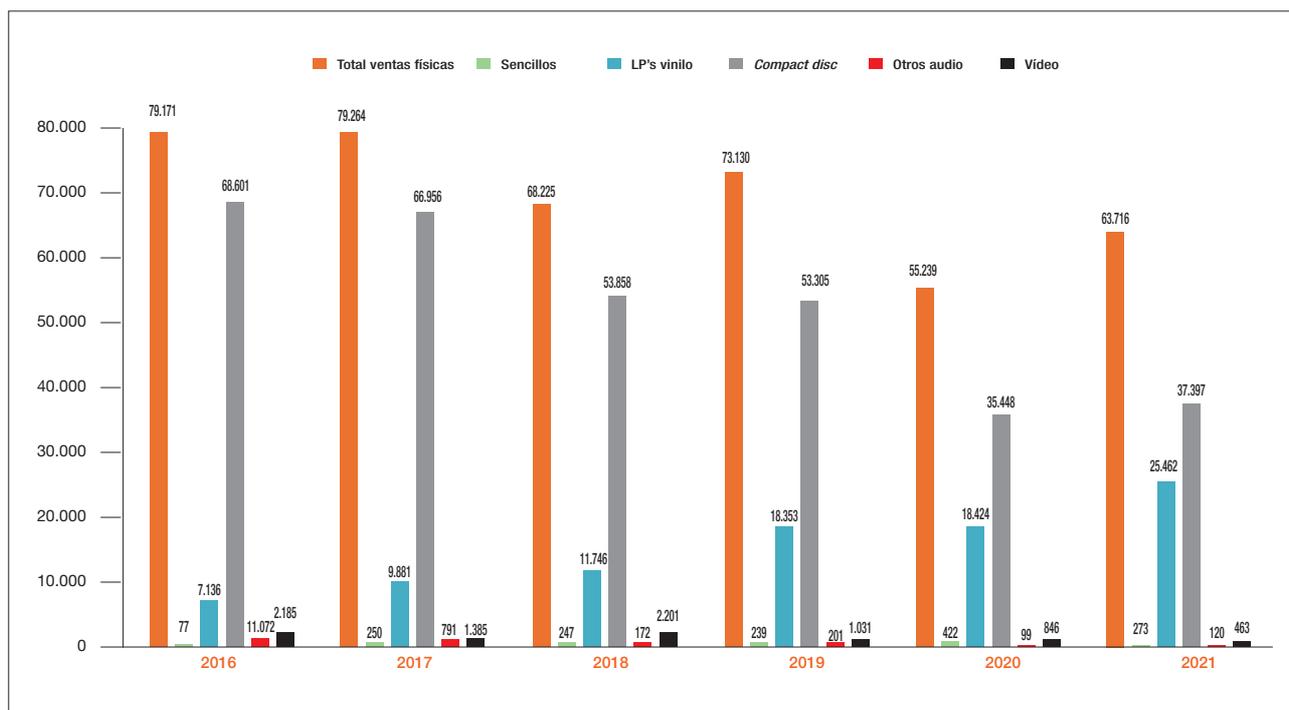
Unidad: valor de ventas expresado en PVP-miles de euros.
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Promusicae.

La venta de CD sigue siendo la que produce mayores ingresos para el mercado físico, exactamente, un 58,7%. La sigue, aumentando su peso, la venta de vinilos, con un 40%. Por último, la venta de vídeos (0,7%), sencillos (0,4%) y otros (0,2%).

Si nos centramos en los valores absolutos, las ventas físicas de soportes de audio equivalen a un total de 63,25 millones de euros que se dividen de la siguiente forma: 37,40 millones de euros por CD's, 25,46 millones de euros por vinilos, 273.000 euros por sencillos y 120.000 euros por otros conceptos. El resto, 463.000 euros, se obtuvo por la venta de vídeos.

La categoría que más crecimiento refleja es la de ventas de vinilos, a pesar de lo cual las de *compact discs* continúan siendo las mayoritarias. Por el contrario, las ventas que tienen una tendencia decreciente más acusada son las de los vídeos musicales.

GRÁFICO 16 RECAUDACIÓN DE LAS VENTAS FÍSICAS DE MÚSICA GRABADA SEGÚN SOPORTE (MILES DE EUROS), 2016-2021

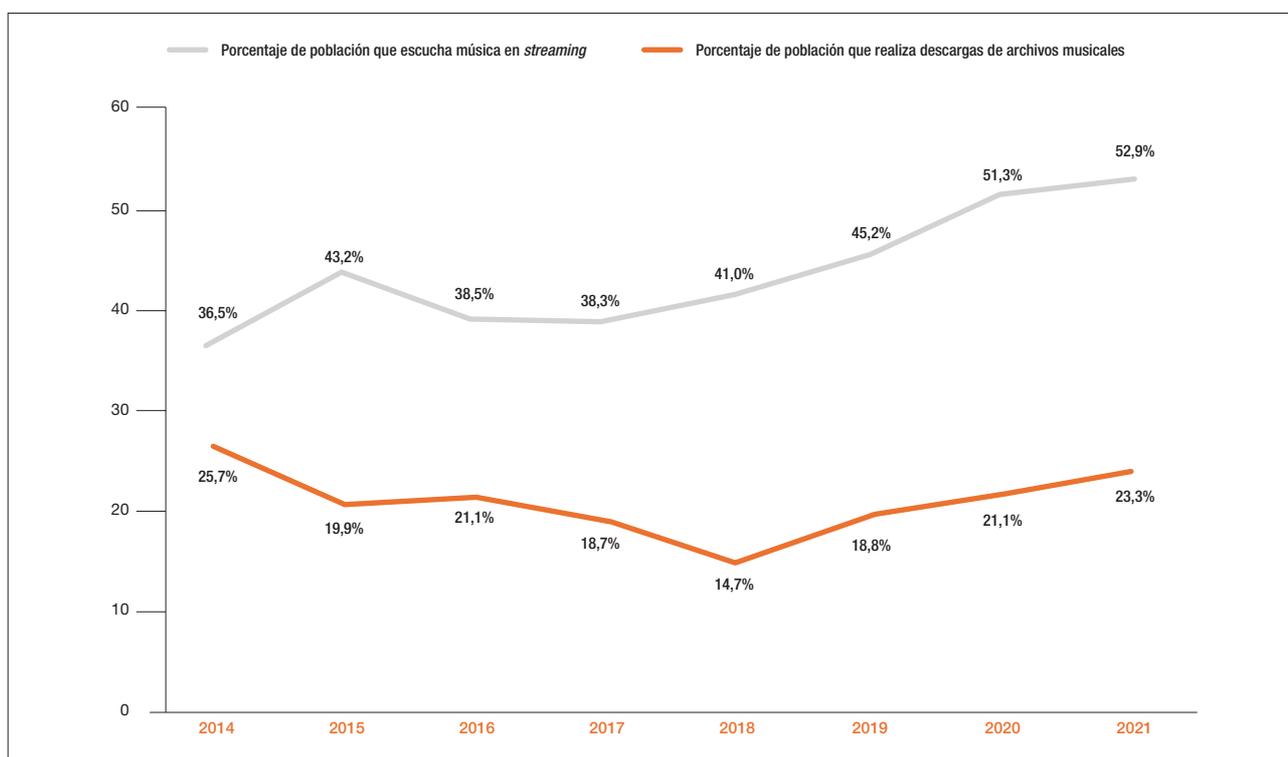


Unidad: valor de ventas expresado en PVP-miles de euros.
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Promusicae.



Durante 2021, siguieron aumentando tanto el porcentaje de población que escuchó música a través de *streaming*, que llega hasta el 52,9%, como el de la que descargó música, que alcanzó el 23,3%. En el primer caso, crece 1,6 puntos respecto al año anterior, y en el segundo, 2,2 puntos en comparación a ese mismo año.

GRÁFICO 17 EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN QUE DESCARGÓ/ESCUCHÓ EN *STREAMING* ARCHIVOS MUSICALES. 2014-2021



Unidad: % de individuos de 14 a 70 años. A partir de 2019, % de individuos de 15 a 70 años.

Fuente: *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2021*. Cimec.

Nota: dada la diferente naturaleza de los datos, los de descargas se refieren a los últimos tres meses, mientras que los de *streaming* hacen referencia a la última semana.



Cine

El cine, en España, también sufre una situación similar a la mencionada para las artes en vivo. Si comparamos los resultados de los tres indicadores de cine en 2021 con los de 2020, encontramos importantes subidas. En concreto, hablamos de unas subidas del 44,9% en el número de sesiones programadas, del 55,4% en el número de espectadores y del 56,6% en la recaudación. Sin embargo, si la comparativa enfrenta las cifras de 2021 a las del año previo a la pandemia, 2019, los resultados son muy diferentes. En ese caso, se observan descensos del 38,3% en las sesiones ofertadas, del 60,7% en la asistencia y del 59,5% en la recaudación.

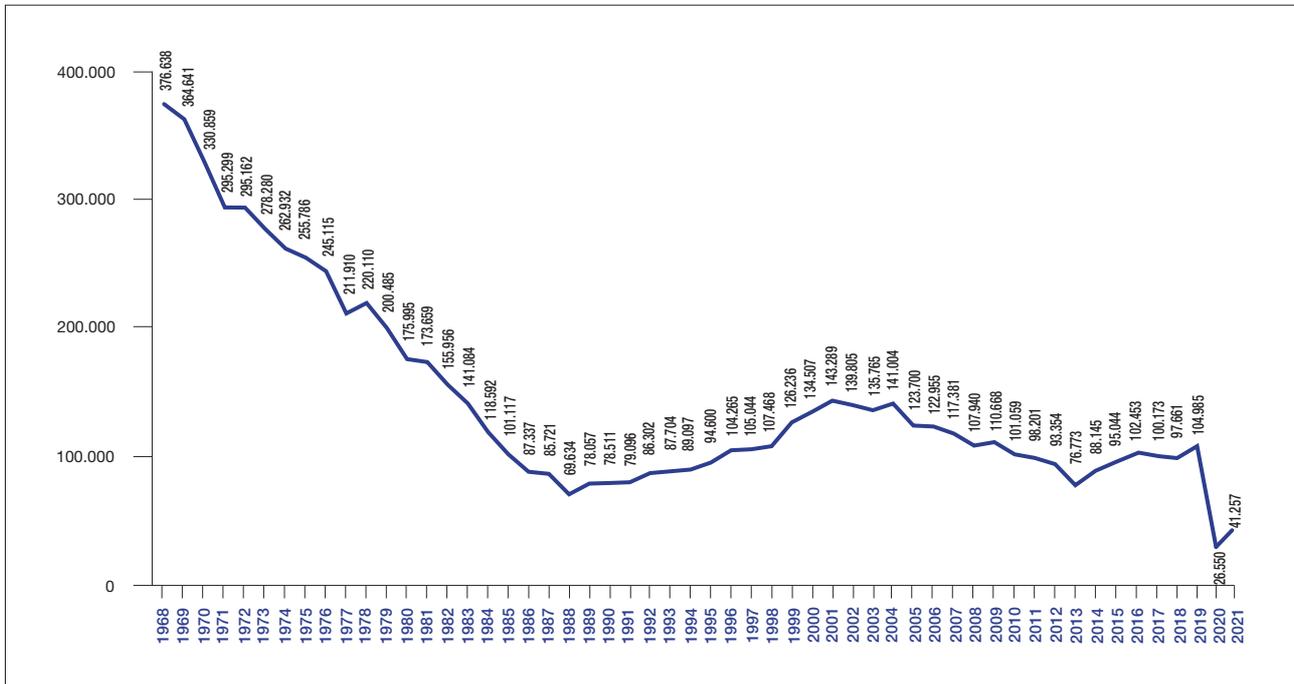
Durante 2021, en España se programaron 2.105 películas (519 más que el año anterior) en 2,38 millones de sesiones distribuidas en 3.633 pantallas (48 más que un año antes). A ellas asistieron 41.257.293 espectadores, 14,71 millones más que en 2020.

Cataluña es la comunidad con mayor número de sesiones, 455.256, el 19,2% de todas las sesiones programadas en España durante 2021. La sigue Madrid, con 415.038 sesiones, el 17,5% del total. Y, en tercer lugar, Andalucía, con 406.041 sesiones, el 17,1%. Precisamente fueron estas mismas comunidades las que concentraron mayor número de espectadores, aunque en un orden diferente. Madrid fue la comunidad con más asistencia al cine en España durante 2021, con 8.657.495 espectadores, el 21% del total estatal. A continuación, Cataluña, que, con 7.805.760 entradas vendidas, aglutina el 18,9% del total. Andalucía vuelve a ocupar la tercera posición, con 6.159.976 asistentes, el 14,9% del total.

La media de entradas compradas por habitante en 2021, en España, llega hasta las 0,86, 0,30 más que un año antes, aunque 1,37 menos que en 2019. Solo en dos comunidades se superó la media de asistencia de una vez al año: Madrid, con 1,28, y Cataluña, con 1,01.



GRÁFICO 18 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESPECTADORES (MILLONES). 1968-2021



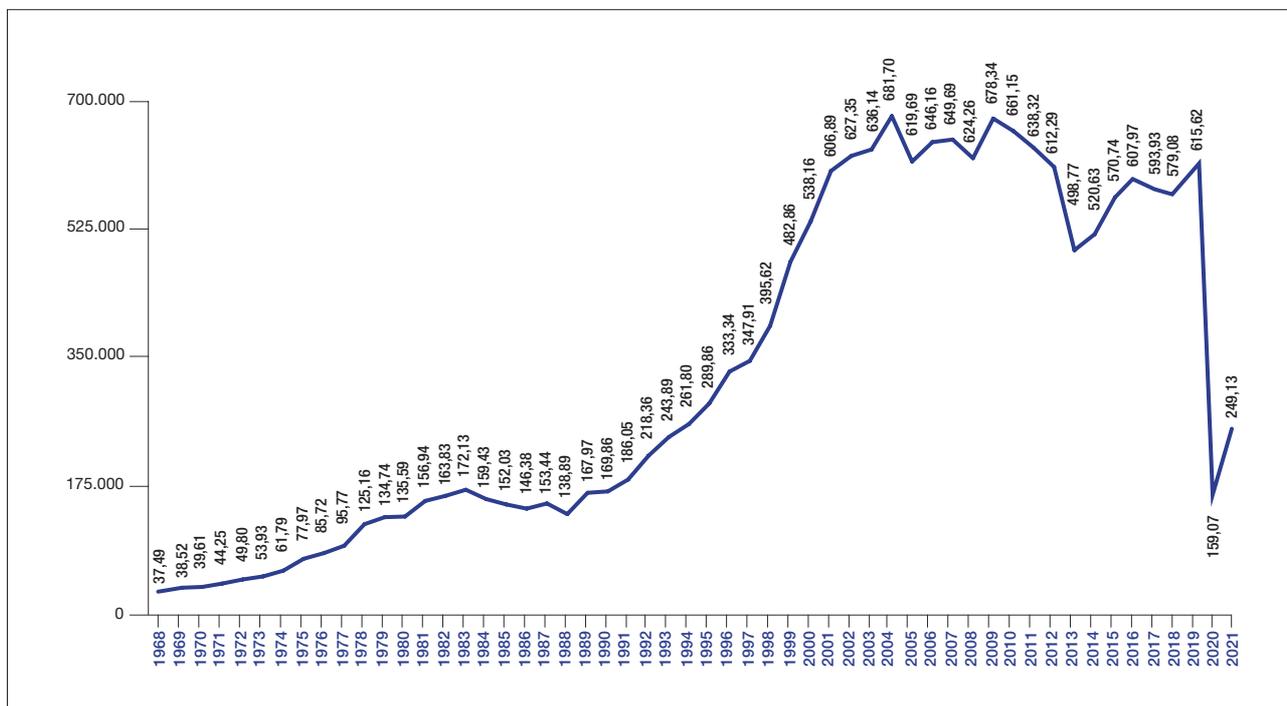
Unidad: millones de espectadores.
Fuente: de 1968 a 1995: Víctor Fernández Blanco: *El cine y su público en España*, Fundación Autor, Madrid, 1998, pág. 19. De 1996 a 2021: SGAE.

En España, por la venta de entradas de cine se ingresaron, durante 2021, 249.130.708 euros, 90,06 millones más que un año antes.

Madrid concentró el 23% de dicha recaudación, lo que en términos absolutos se traduce en unos ingresos de 57.178.378 euros. A continuación, Cataluña recaudó 50.918.854 euros, aglutinando el 20,4% del total. En tercera posición, Andalucía, con una recaudación de 34.226.874 euros, el 13,7% del total.

El precio medio de la entrada sigue subiendo, alcanzando en 2021 los 6,04 euros, cinco céntimos más que el año anterior. Madrid es la comunidad de España con el precio medio más alto en 2021, 6,60 euros. En segundo lugar se sitúa Cataluña, con una media del precio por entrada de 6,52 euros.

GRÁFICO 19 EVOLUCIÓN DE LA RECAUDACIÓN ANUAL EN ESPAÑA (MILLONES). 1968-2021



Unidad: miles de euros.
Fuente: de 1968 a 1995: Víctor Fernández Blanco: *El cine y su público en España*, Fundación Autor, Madrid, 1998, pág. 19. De 1996 a 2021: SGAE.
Nota: IVA incluido.

La película que obtuvo unos mayores ingresos por venta de entradas en España durante 2021, doblando en recaudación a la segunda, fue la nueva secuela estadounidense del personaje de Spiderman, de Marvel. En concreto, este nuevo largometraje, *Spiderman no way home*, recaudó 18.388.849 euros gracias a la venta de 2.955.829 entradas.

En segundo lugar, aparece la novena entrega de la saga de acción *Fast & Furious*, dirigida por Justin Lin, que vieron en el cine en 2021 1.423.812 espectadores y que recaudó 8.855.911 euros.

La segunda entrega de otro personaje de ficción de Marvel, *Venom: habrá matanza*, dirigida por Andy Serkis, reunió en el cine, en ese mismo año, a 1.363.679 personas y obtuvo unos ingresos por venta de entradas de 8.715.843 euros.

La primera parte de las dos que componen la adaptación de la novela de ciencia ficción del mismo nombre —*Dune*— aparece en cuarta posición con 1.374.838 asistentes y 8.168.205 euros.

Cerramos este listado de las cinco películas con más recaudación de taquilla en 2021 con *Sin tiempo para morir*, la vigésimo quinta entrega de James Bond, dirigida por Cary Fukunaga, que concentró a 1.162.877 personas ante las pantallas de cine e ingresó 7.834.131 euros por venta de entradas durante dicho año.


TABLA 1 PELÍCULAS CON MÁS RECAUDACIÓN EN TAQUILLA. 2021

TÍTULO	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN (€)
SPIDERMAN NO WAY HOME	2.955.829	18.388.849,00
FAST & FURIOUS 9	1.423.812	8.855.911,00
VENOM: HABRÁ MATANZA	1.363.679	8.715.843,00
DUNE	1.374.838	8.168.205,00
SIN TIEMPO PARA MORIR	1.162.877	7.834.131,00

Fuente: SGAE.

La secuela de la película de cine familiar *Padre no hay más que uno, ¡A todo tren! Destino Asturias*, dirigida y protagonizada por Santiago Segura, encabeza el listado de las películas españolas con mayor recaudación en España durante 2021. Dicho largometraje contó con 1.379.346 espectadores y una recaudación de 7.775.508 euros.

El *thriller* dirigido por Jaume Balagueró y que obtuvo el Premio Goya a mejores efectos especiales, *Way Down*, se situó en segunda posición, con 868.499 espectadores y una recaudación de 5.503.974 euros.

La selecciona por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España como representante española a los Óscar en su 94ª edición, *El buen patrón*, que fue dirigida por Fernando León de Aranoa, concentró a 510.178 espectadores en las salas, con lo que se obtuvo una recaudación de 3.221.052 euros.

La comedia española dirigida por Carlos Therón *Operación Camarón* contó con 519.407 espectadores y una recaudación de 3.054.874 euros.

Por último, la película dirigida por Icíar Bollaín, basada en el encuentro real entre Maixabel Lasa y Juan María Jáuregui, *Maixabel*, cierra el listado con 499.114 asistentes y una recaudación de 2.737.112 euros.

TABLA 2 PELÍCULAS ESPAÑOLAS CON MAYOR RECAUDACIÓN EN 2021

TÍTULO	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN (€)
A TODO TREN: DESTINO ASTURIAS	1.379.346	7.775.508,30
WAY DOWN	868.499	5.503.974,10
EL BUEN PATRÓN	510.178	3.221.051,77
OPERACIÓN CAMARÓN	519.407	3.054.873,95
MAIXABEL	499.114	2.737.112,17

Fuente: SGAE.

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



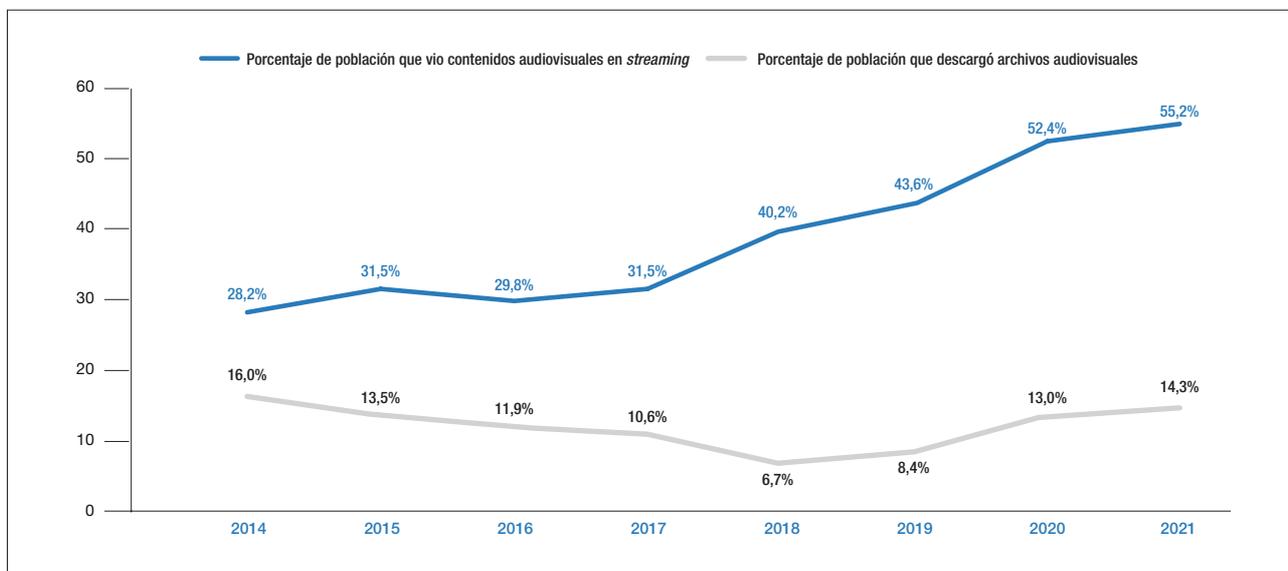
Vídeo

En el caso del vídeo, por el cambio de los hábitos de consumo que se han venido sucediendo en los últimos años, nos centraremos en el mercado digital.

El *streaming*, igual que ocurría en la música grabada, está muy extendido entre la población española. En 2021, el 55,2% de la población visualizó algún contenido audiovisual de esta forma. Dicho porcentaje ha aumentado en 2,8 puntos respecto al de 2020.

También crece, en relación al año anterior, aunque en menor grado, 1,3 puntos en este caso, el porcentaje de personas que descargaron vídeos durante 2021. Concretamente, hablamos de un 14,3% de la población, frente al 13% de un año antes.

GRÁFICO 20 EVOLUCIÓN POBLACIÓN QUE DESCARGÓ/VIO EN *STREAMING* CONTENIDOS AUDIOVISUALES. 2014-2021

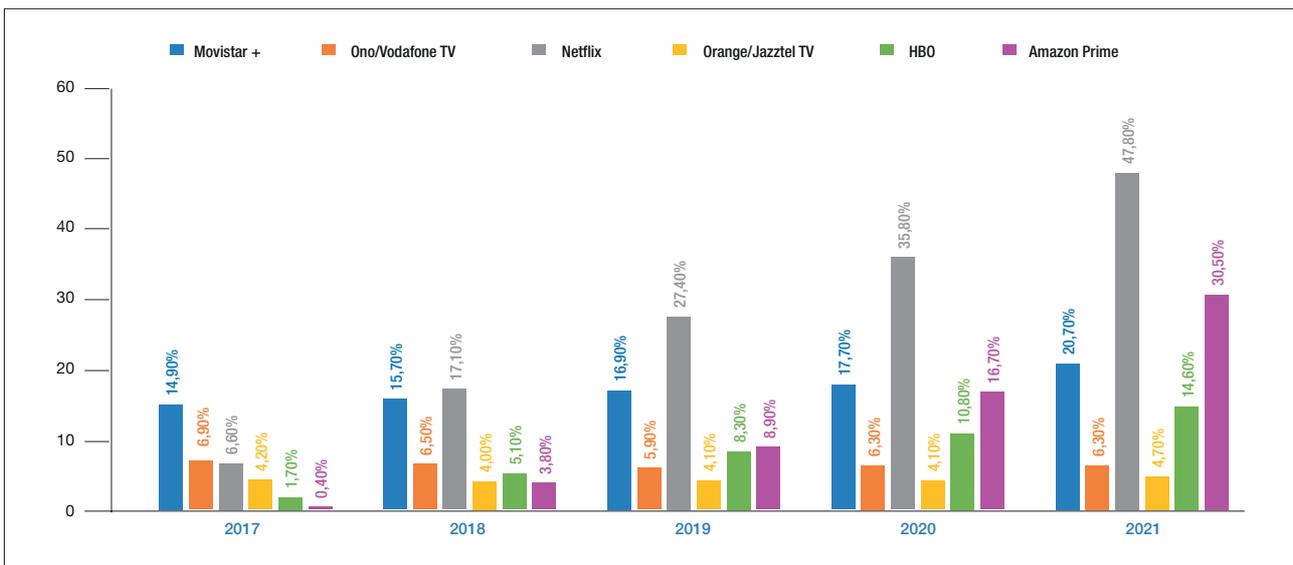


Unidad: % de individuos de 14 a 70 años que han realizado una descarga audiovisual en los últimos tres meses o menos.
A partir de 2019, la franja de edad de los individuos es de 15 a 70.
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de *Descargas online y modelos de distribución de videojuegos 2021*. Cimec.



Las nuevas plataformas que permiten el acceso a contenidos audiovisuales desde casa están ganando adeptos y la situación actual ha favorecido su auge definitivo. Durante 2021, vuelven a aumentar los porcentajes de hogares españoles abonados a las plataformas más conocidas por la población. De todas, la que tuvo un porcentaje mayor de abonados en 2021 es Netflix, con el 47,6%, cifra que implica un crecimiento de 12 puntos respecto a la cifra del año anterior. La sigue Amazon Prime Video, con el 30,5% de hogares abonados y un incremento aún mayor que en el caso anterior, 13,8 puntos más en comparación al porcentaje de 2020. En tercera posición se mantiene Movistar+, que alcanza el 20,7% de hogares españoles abonados y que gana tres puntos respecto al valor de 2020. Continúa siendo cada vez más habitual, además, que un mismo hogar esté abonado a dos o más plataformas de pago.

GRÁFICO 21 EVOLUCIÓN DE LOS HOGARES ABONADOS A PLATAFORMAS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES/TELEVISIÓN DE PAGO. 2017-2021



Unidad: % sobre el total de hogares españoles.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de EGM (febrero-noviembre). 2017-2021.

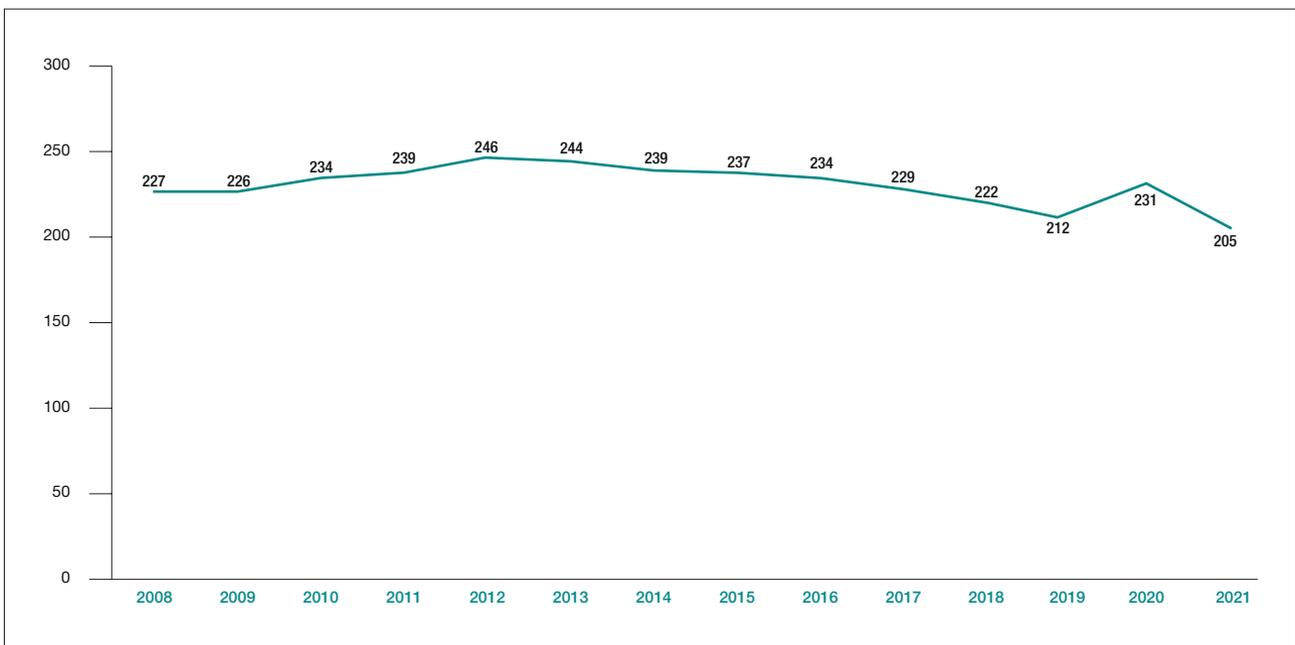


Televisión

Al contrario de lo que sucediera el año anterior, en 2021 se registra una importante caída en la media del consumo televisivo por persona al día. De 231 minutos diarios se pasa a 205, lo que implica un descenso en el último año de 26 minutos. Las comunidades con un mayor consumo televisivo volvieron a ser: Asturias, con 228 minutos, Castilla y León, con 227, y Castilla-La Mancha, con 226. En el lado contrario, encontramos las que tuvieron un menor consumo televisivo y que fueron las mismas del año anterior, aunque con cifras mucho más bajas: Illes Balears y Cataluña, ambas con 187 minutos, y Madrid, con 188.

Lo que sí aumentó, por tercer año consecutivo, fue el uso de plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales. Durante 2021, una media del 54,1% de los hogares con acceso a internet utilizó dichas plataformas con ese fin, según datos del CNMC. Esta cifra supone un incremento de 4,7 puntos en comparación al dato de 2020.

GRÁFICO 22 EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE TV EN ESPAÑA. 2008-2021



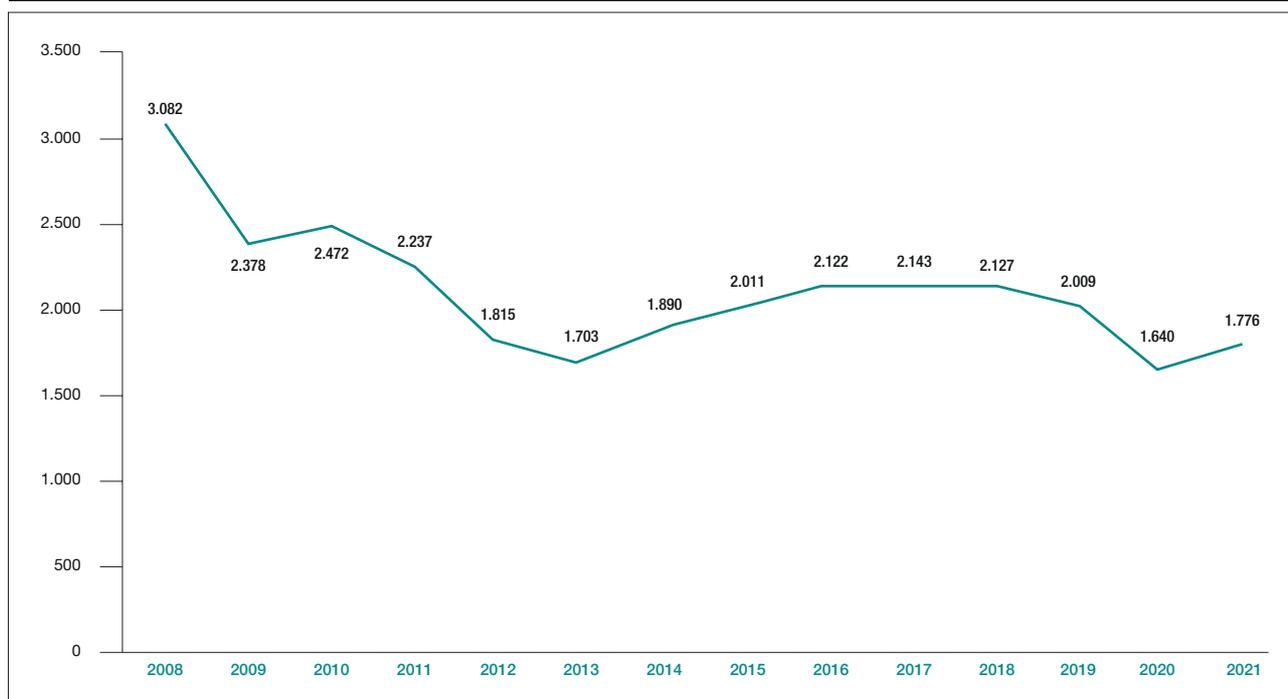
Unidad: minutos diarios promedio por persona (individuos de cuatro y más años). TV lineal+AD, sin invitados.
Fuente: elaboración propia a partir del *Anuario de audiencias de TV*. Kantar Media. 2008-2021.



El mayor consumo televisivo siguió registrándose en la franja de 21:00 a 23:30, tanto entre semana como los fines de semana. El tramo que va de 15:00 a 15:30 le sigue por volumen de audiencia todos los días. Hemos de decir que de lunes a viernes el consumo es mayor que los fines de semana en ambos casos.

En 2021, aunque bajó la media de consumo televisivo, los ingresos publicitarios en televisión aumentaron hasta los 1.776,2 millones de euros, lo que supone un incremento del 8,3% respecto a los del año anterior (135,9 millones de euros). Las televisiones nacionales en abierto concentraron el 89,3% de los ingresos por emisión de publicidad en sus canales, el 5,6% fue a parar a los canales de pago, el 5% a las autonómicas y el 0,1% a las televisiones locales. Salvo en el caso de los canales de pago, que mantienen la estabilidad, en el resto se aprecian subidas en sus ingresos.

GRÁFICO 23 EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS PUBLICITARIOS EN TELEVISIÓN EN ESPAÑA. 2008-2021



Unidad: millones de euros.

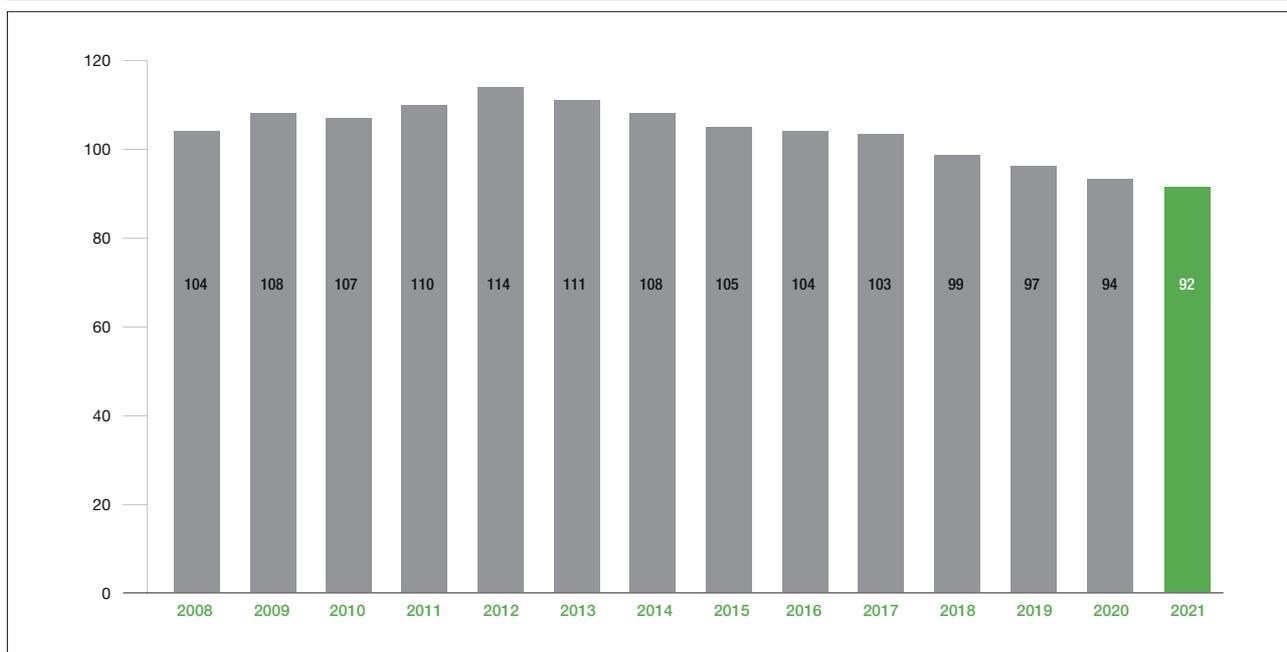
Fuente: Estudio de la inversión publicitaria, Infoadex. 2008-2021.



Radio

Al igual que sucedía en el consumo televisivo, en 2021 también se produce un descenso del tiempo que dedican los oyentes españoles a escuchar la radio. Según datos de EGM, la media de consumo radiofónico en España cayó hasta los 92 minutos por persona y día, dos minutos menos que un año antes. Castilla y León es la comunidad que concentró mejores resultados, con una media de 107 minutos de escucha radiofónica diaria por persona. La siguen Aragón y Asturias, con medias de 100 y 99 minutos al día por oyente, respectivamente.

GRÁFICO 24 TIEMPO DE ESCUCHA POR HABITANTE DE LUNES A DOMINGO. 2008-2021

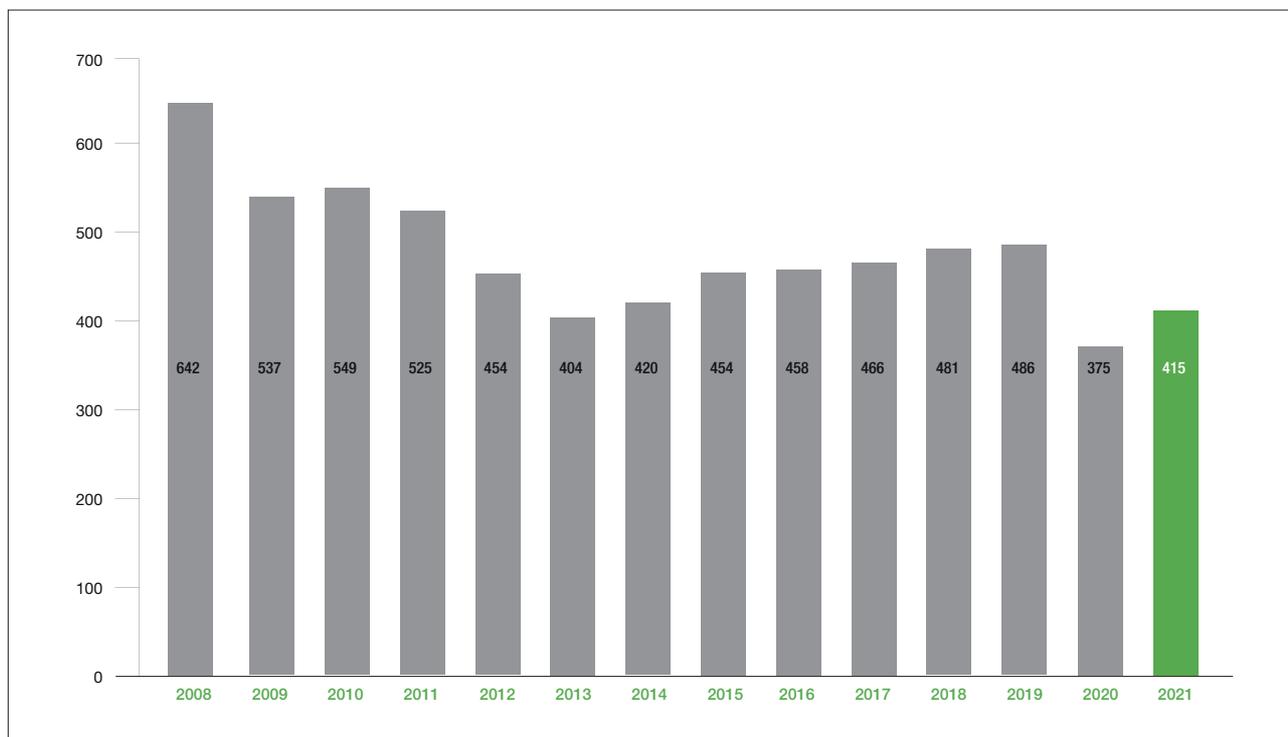


Unidad: minutos diarios.

Fuente: Marco general de medios en España. EGM. 2008-2021.

Según datos de EGM, la audiencia volvió a bajar, en esta ocasión hasta el 56,9%, 1,4 puntos menos que un año antes. La franja de la mañana de los días laborables es la que acumula un mayor porcentaje de oyentes, el 75,4%, exactamente igual que un año antes.

A pesar de la disminución en el consumo radiofónico, los ingresos publicitarios llegaron a los 415,4 millones de euros. Dicha cifra supone un crecimiento del 10,8%.

**GRÁFICO 25** EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS PUBLICITARIOS EN RADIO EN ESPAÑA. 2008-2021

Unidad: millones de euros.

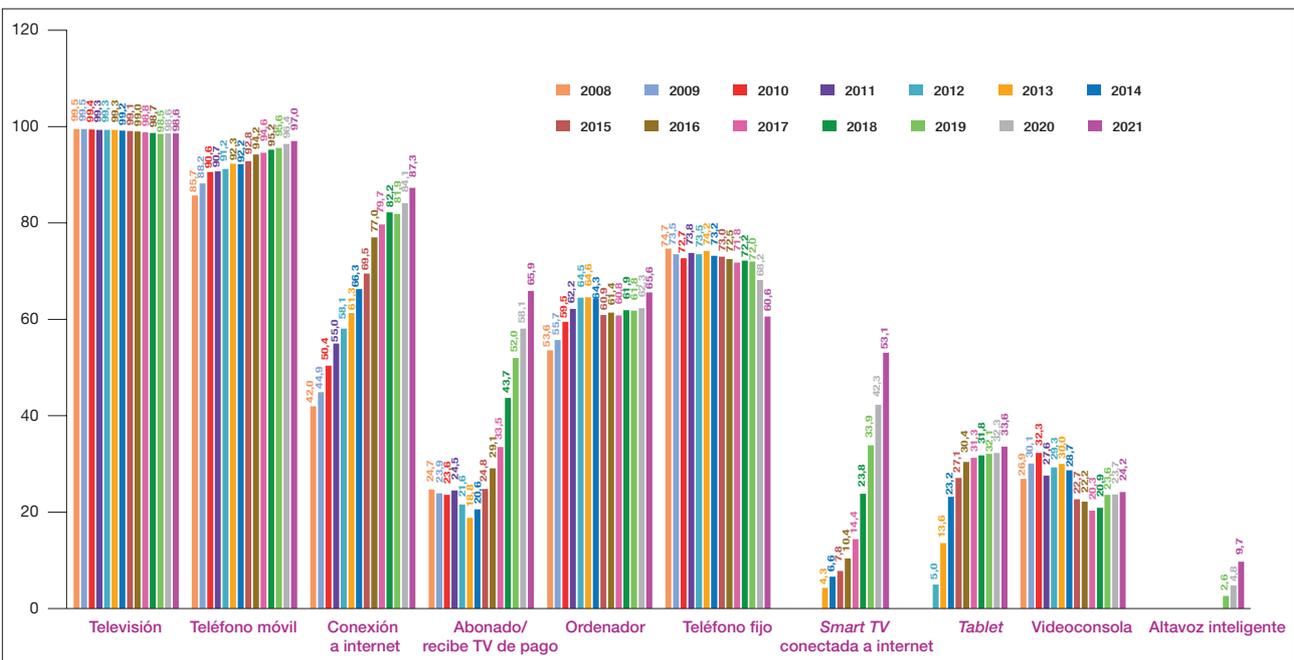
Fuente: *Estudio de la inversión publicitaria*. Infoadex. 2010-2021.



Nuevas tecnologías

Según datos de EGM, durante 2021, la televisión es el aparato tecnológico más extendido en España, con presencia en el 98,6% de los hogares, igual que un año antes. Entre ellos, el 53,1% ya tiene *smart TV* conectada a internet, porcentaje que aumenta en 10,8 puntos respecto al año previo. Le sigue el teléfono móvil, que se encuentra en el 97% de las viviendas españolas y cuya presencia ha crecido seis décimas en el último año. A continuación, encontramos la conexión a internet, que está presente en el 87,3% de los hogares, con un crecimiento de 3,2 puntos respecto al año anterior. Los abonados a televisiones de pago siguen creciendo y en 2021 llegaron al 65,9%, 7,8 puntos por encima de la cifra de un año antes. También aumenta el porcentaje de hogares que disponen de ordenador, que ya alcanza el 65,6%, aumentando en 3,3 puntos en comparación a 2020. Por el contrario, el porcentaje de hogares que poseen teléfono fijo sigue bajando, en 2021 suponen el 60,6%, y acumula una pérdida de 7,6 puntos respecto al año anterior. También se observan incrementos en los tres dispositivos siguientes, aunque todavía mantienen una presencia minoritaria en los hogares españoles: *tablet* (33,6%), videoconsola (24,2%) y altavoz inteligente (9,7%).

GRÁFICO 26 EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO DEL HOGAR EN ESPAÑA. 2021



Unidad: % hogares.
 Fuente: Marco general de los medios en España. EGM. 2008-2021.



En España, el teléfono móvil siguió siendo, durante 2021, el principal dispositivo para acceder a internet, según datos de AIMC. Un 92,5% de los internautas eligió dicho equipamiento para este fin. El ordenador portátil es elegido por el 72% de los usuarios para navegar por internet, lo que supone un incremento de seis décimas respecto a la cifra del año anterior. Mientras que el 52% eligió el ordenador portátil para este uso, cifra que aumentó en 1,3 puntos. El porcentaje de usuarios que eligió la *tablet* para acceder a internet fue similar al del año anterior, 47,5%, tan solo una décima menos. Dos puntos gana el televisor, cuyo uso se extiende al 35,3% de los internautas. A continuación, encontramos el asistente del hogar o altavoz inteligente y el reloj inteligente, con un 15,1% y un 13,8%, respectivamente. En ambos casos, se observan incrementos respecto al año anterior, de 2,9 puntos en el primer caso y de dos puntos en el segundo. Además de estos, un porcentaje menor de internautas eligió para conectarse la videoconsola de sobremesa (10,8%), el coche conectado (6,5%), la videoconsola portátil (5,6%) y otros dispositivos (1,4%).

Tomando como referencia los datos de AEVI, durante 2021, el sector del videojuego recaudó en España 1.795 millones de euros, un 2,7% más que un año antes. De ellos, 913 fueron por la venta *online*, lo que implica una disminución del 4,6%, y los restantes 882 millones de euros corresponden al mercado físico, un 11,6% más que un año antes. La facturación *online* se dividió de la siguiente manera: 279 millones de euros en plataformas *online*, 457 millones de euros en aplicaciones y los otros 77 millones de euros en suscripciones para servicios multijugador. Las ventas físicas se distribuyeron en 353 millones de euros en consolas, 397 millones de euros en juegos y 132 millones de euros en accesorios y periféricos.

Con la colaboración de  **sgae**