

2019 anuario **sgae**
de las artes escénicas,
musicales y audiovisuales



fundación **sgae**

**DOSIER DE PRENSA
ANDALUCÍA**

La Fundación SGAE presenta el *Anuario SGAE 2019 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, volumen que ofrece datos estadísticos básicos para caracterizar el sector cultural. Esta constituye su decimonovena edición.

La Fundación SGAE ha presentado hoy, lunes 14 de octubre de 2019, el *Anuario SGAE 2019 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, volumen que ofrece datos estadísticos básicos para caracterizar el sector cultural. Se trata de una investigación consolidada, ya en su decimonovena edición, que constituye uno de los recursos básicos para conocer diferentes ámbitos del sector cultural.

El *Anuario SGAE 2019* ofrece información rigurosa y detallada sobre los principales sectores de las Artes Escénicas, musicales y audiovisuales, con decenas de miles de datos numéricos y 350 gráficos y tablas estadísticas. Surge como resultado de un laborioso proceso de captura y tratamiento de datos, compilación de fuentes y análisis de esta información. Esta publicación, nacida en 1999, se ha convertido ya en una herramienta fundamental para los estudiosos del mercado cultural español.

Este Anuario presenta la información perfectamente analizada en términos cuantitativos y estructurales sobre los siguientes sectores del panorama cultural: Artes Escénicas (teatro, danza y ópera), música clásica, música moderna, cine, música grabada, televisión, vídeo, radio y nuevas tecnologías. Para cada apartado, despliega un informe que analiza los principales datos de ese sector, destacando sus aspectos característicos a lo largo del año 2018 y aportando elementos para la comparación con el ejercicio de 2017.

Para poder ofrecer este análisis detallado, en el Anuario se incluyen datos específicos sobre múltiples características de los espectáculos (asistentes, recaudación, precio de las entradas), tratados de modo global y presentando, en algunos casos, clasificaciones significativas (películas más taquilleras, discos más vendidos, producciones escénicas con más público, etcétera).

Además de contener un capítulo dedicado a las nuevas tecnologías, el Anuario encuentra acomodo en internet, tanto en la página de la Fundación SGAE (www.fundacionsgae.org) como en la de la SGAE (www.sgae.es), donde sus contenidos íntegros se encuentran a disposición, gratuitamente, de los interesados.

Más información: <http://www.anuariosgae.com/home.html>

Avance de contenidos del 'Anuario SGAE 2019 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales'

El *Anuario SGAE 2019* ofrece información rigurosa y detallada sobre los principales sectores de las Artes Escénicas, musicales y audiovisuales, con 350 gráficos y tablas estadísticas, muchos de los cuales son de elaboración propia. A continuación, detallamos algunos de los datos más relevantes que se ofrecen en el mismo.

Artes Escénicas

Remontándonos a los años 2008 y 2009, encontramos los puntos máximos de los tres indicadores en los datos globales de las Artes Escénicas. A partir de entonces, se produce un cambio de tendencia y se acumulan sucesivos descensos, hasta el año 2013 en el caso de la asistencia y la recaudación y hasta 2016 en el número de funciones. Desde ese momento, se rompe con la evolución negativa y comienza a producirse una lenta recuperación, aunque en algunos aspectos estamos aún lejos de las cifras obtenidas antes de la crisis económica. Si comparamos las cifras de 2018 con las de 2008, encontramos descensos del 32,9% en el número de representaciones, del 29% en el número de espectadores y del 9,5% en la recaudación.

En 2018, por segundo año consecutivo, se observan incrementos en los tres indicadores respecto al año anterior. En concreto, el número de representaciones crece un 1,1%, la asistencia aumenta un 1,9% y la recaudación asciende un 1,5%. A continuación, analizaremos los datos desglosados por cada subcategoría de Artes Escénicas y veremos que todos los indicadores, salvo la recaudación de teatro, están lejos de los datos obtenidos antes del inicio de la crisis.

Si nos concentramos en las cifras globales de Artes Escénicas en Andalucía y enfrentamos los datos de 2018 y 2017, tenemos subidas en los tres indicadores, la oferta crece un 2%, la asistencia un 1,2% y la recaudación un 1,9%. Andalucía concentra el 7% de las funciones realizadas en España durante 2018 (cuarta comunidad autónoma con mayor oferta), el 6,5% de la asistencia (quinta con mayor asistencia) y el 5,7% de la recaudación (tercera por volumen de recaudación).

Teatro

Durante el año 2018, el teatro aglutinó el 93,3% de las funciones de Artes Escénicas, el 88,1% de los espectadores y el 86,8% de la recaudación. Por este motivo, será esta categoría la que más peso tenga en los datos generales, con porcentajes similares a los expuestos para las artes escénicas. Comparando los valores de 2018 con los de 2008, el teatro ha perdido un 31,6% de la oferta y un 26,5% de los espectadores. En cambio, la recaudación crece un 2,2%, aunque hay que recordar que el IVA cultural ha sufrido una serie de fluctuaciones y mientras que en 2008 era del 8%, en el año objeto de estudio era del 10%.

Comparando los datos de 2018 con los del año anterior, la tendencia sigue siendo creciente, incrementando en un 0,9% las representaciones, el 1,6% los espectadores y el 1,2% la recaudación.

Durante 2018, también en Andalucía, apreciamos un mayor peso del teatro sobre el total de las Artes Escénicas, aglutinando el 88,9% de la oferta, el 79,6% de la asistencia y el 83,2% de la recaudación. Si comparamos los resultados de dicho año con los del anterior, en esta comunidad se observan ascensos en los tres indicadores, con subidas del 1,9% en las representaciones, del 0,6% en los espectadores y del 2,1% en la recaudación.

Danza

De las tres subcategorías, la danza es la que ha mantenido durante más tiempo la tendencia negativa ocasionada por la crisis en todos los indicadores. Esto implica que es la que ha acumulado mayores pérdidas en términos porcentuales. En concreto: han caído un 54,7% las funciones, un 44,4% la asistencia y un 53,7% la recaudación.

Pese a lo expuesto anteriormente y por segundo año consecutivo, observamos un cambio positivo en la evolución. Si comparamos el año 2018 con el anterior, crecen un 3% la oferta, un 3,6% los espectadores y un 1,9% la recaudación.

Si comparamos los resultados de danza de 2018 con los del 2017 en Andalucía, encontramos un ascenso en los tres indicadores, en el caso de la oferta y la recaudación menores que en el total estatal y ligeramente mayor en la asistencia. Concretamente, hablamos de incrementos del 2,1% de las funciones, del 3,8% de la asistencia y del 1,4% de la recaudación.

Ópera y zarzuela

El género lírico rompió con la evolución decreciente en 2016, año en el que empezó a apreciarse la tendencia ascendente que se ha mantenido en los últimos tres años. Pese a ello, si tomamos los datos de 2018 y los relacionamos con los de diez años antes, se han celebrado un 26,5% de representaciones menos, en las que se vendieron un 41,3% de entradas menos con una recaudación un 46,1% menor.

De nuevo, encontramos en la ópera y zarzuela los mayores porcentajes de crecimiento respecto a 2017. Si comparamos 2018 con dicho año, han aumentado un 5,6% la oferta, un 5,7% la asistencia y un 4% la recaudación.

Comparando los resultados del género lírico de ambos años en Andalucía, encontramos que las funciones realizadas crecen un 5,6, la asistencia ha subido un 3% y la recaudación ha aumentado en un 0,8%. Mientras que la oferta se ve incrementada en la misma proporción que en el total español, la asistencia y la recaudación lo hacen en menor grado.

Música clásica

La música clásica empezó a notar los efectos de la crisis antes que las Artes Escénicas, pero también se observaron signos de recuperación en 2015. Además, analizando la evolución producida, podemos concluir que en estos años las pérdidas porcentuales fueron menos pronunciadas. Si unimos estos factores y comparamos las cifras de 2018 con las de 2008, encontramos los siguientes descensos, todos ellos menores que en otras disciplinas: en los conciertos, del 11,7%, en la asistencia, del 7,4%, y en la recaudación, del 3%.

Centrándonos en la relación de 2018 y 2017, los resultados son positivos en los tres indicadores. Se aumenta un 2,3% la oferta, que se une a la subida de un 2,9% de la asistencia y de un 3,1% de la recaudación.

En el caso de Andalucía, observamos cierta estabilidad si comparamos las cifras de los dos últimos años, con incrementos mucho más ligeros que los mencionados para el total estatal. En concreto, crece un 0,2% el número de conciertos, un 0,1% el número de espectadores y un 0,3% los ingresos por venta de entradas. Andalucía aglutina el 12,4% de los conciertos de música clásica que se llevaron a cabo en España durante 2018 (en tercera posición, por detrás de Comunidad Valenciana y Madrid), el 7,1% de la asistencia total y el 4,7% de toda la recaudación (en quinto puesto por el

volumen registrado en los dos últimos indicadores).

Música popular

Los indicadores de la música popular se vieron afectados de diferente forma por la crisis. Haciendo una comparativa de los años 2018 y 2008, se han perdido un 35,5% de los conciertos, un 22,2% de la asistencia (incluyendo datos de macrofestivales), un 37% de los espectadores y un 3,3% de la recaudación (en los dos últimos, sin incluir datos de los grandes festivales). Por el contrario, la recaudación, teniendo en cuenta las cifras de los macrofestivales, ha aumentado un 71,9%, lo que evidencia el auge y la proliferación que han experimentado estos eventos en los últimos años.

Analizando los resultados de 2018 frente a los del año previo, encontramos un incremento del 1,7% de los conciertos. Si analizamos las diferencias entre dichos años, los espectadores han subido un 3,5% y la recaudación un 7,1%, incluyendo cifras de macrofestivales. Descontando dichos datos y manteniendo solo los de conciertos, el número de espectadores y la recaudación crecieron un 1,8% en ambos casos.

Comparando los resultados de música popular obtenidos en 2018 con los del 2017 en Andalucía, encontramos una evolución positiva en todos los indicadores, sube un 0,9% el número de conciertos, un 1,4% la asistencia y un 0,04% la recaudación (en los tres casos sin incluir dichas cifras) y un 3,3% los espectadores y un 6% la recaudación (incluyendo datos de grandes festivales en ambos casos). Todos los indicadores tienen unos incrementos menores (porcentualmente hablando) que en los totales estatales.

Si no tenemos en cuenta los datos de macrofestivales, Andalucía concentra el 23,4% de los conciertos de música popular ofrecidos en el territorio español (por detrás únicamente de Madrid), el 20,4% de la asistencia (es la comunidad con mayor asistencia a este tipo de conciertos) y el 16,3% de la recaudación (por detrás de Cataluña y Madrid). Incluyendo datos de macrofestivales, en 2018, Andalucía reunió al 19% de los espectadores de música popular en España (liderando por volumen de asistencia) y recaudó el 15,2% del total (en cuarto puesto).

Música grabada

El mercado de la música grabada ha visto reducidas las diferencias entre 2018 y 2008 gracias al repunte del mercado digital, a pesar de lo cual, podemos hablar de una recaudación un 13,3%

inferior. Si analizamos las cifras desglosadas, encontramos que el mercado físico ha perdido un 71,8%, mientras que el digital ha visto aumentados sus resultados un 437,5%.

Si nos centramos en la comparativa entre los dos últimos años, el mercado de música grabada ha crecido un 2,4%. Sin embargo, el mercado físico vuelve a perder tras la débil subida de 2017, registrando un 13,9% de ingresos menos, mientras que el mercado digital vuelve a conseguir un nuevo máximo gracias al incremento de su recaudación en un 10,8%. Debido a las tendencias inversas de ambos, el digital sigue aumentando su representación en el mercado de la música grabada, alcanzando el 71,2% del total.

Cine

Los resultados de cine obtenidos en 2018 frente a los de 2008 acumulan pérdidas del 22,6% en el número de sesiones, del 9,5% en la asistencia y del 7,2% en la recaudación.

Al contrario de lo que hemos visto hasta el momento, analizando las diferencias entre 2018 y 2017, observamos pérdidas en todos los indicadores. En concreto, se registraron los siguientes descensos: el 1% de las sesiones y el 2,5% de las entradas y la recaudación.

Comparando estos últimos dos últimos años, en Andalucía suben un 1,2% el número de sesiones, pese a lo cual, caen las cifras de asistencia y recaudación (2,9% y 3,2% menos, respectivamente). El precio medio de la entrada de cine en Andalucía fue de 5,42 euros (51 céntimos por debajo de la media estatal) y el gasto medio por habitante al año fue de 9,64 euros. Salvo Cádiz y Málaga cuya media de frecuencia de asistencia fue de entre dos y tres veces, en el resto de provincias andaluzas fue de entre una y dos veces.

Vídeo

Los hábitos de consumo del mercado videográfico están cambiando. El mercado físico es complementado, y en muchos casos sustituido, por las nuevas tendencias, entre las que hay que destacar el *streaming*. En 2018, el 40,2% de la población declaró haber visto algún archivo audiovisual en la última semana, cifra que se ha incrementado en 12 puntos porcentuales desde 2014 (8,7 de los cuales fueron en último año). Por el contrario, el 6,7% de la población descargó algún vídeo, lo que implica un descenso de 9,3 puntos porcentuales desde 2014 (3,9 puntos menos respecto al año anterior).

Televisión

La media del consumo televisivo vuelve a bajar, por sexto año consecutivo, hasta los 216 minutos diarios por persona, nueve minutos menos que en 2017. **Andalucía pierde 3 minutos en relación al 2017, alcanzando una media de 223 minutos por persona al día (7 más que en la media de España). Andalucía, en 2018, es la cuarta comunidad autónoma con mayor consumo televisivo.**

Después de cuatro años de subidas, en 2018 se registra un descenso del 0,8% de los ingresos publicitarios televisivos respecto al año anterior. Si comparamos dicha recaudación con la obtenida en 2008, encontramos una pérdida del 31%.

Radio

También baja respecto al año anterior la media del consumo radiofónico español en 2018. En este caso, pierde cuatro minutos, alcanzando los 99 minutos por persona y día. **La media en Andalucía se sitúa ocho minutos por debajo que la expuesta para el caso del total de España, con una media de 91 minutos diarios por persona, pierde otros ocho minutos respecto a la media registrada un año antes.**

Pero, en oposición a lo que ocurría con la televisión, continúa la tendencia positiva de los ingresos publicitarios de radio, ganando un 3,3% en el último año. Si la comparativa la hacemos entre los años 2018 y 2008, perdería un 25,1%.

Videjuegos

En los ingresos del mercado físico de los videojuegos en España también se ha registrado un 40,6% menos, si enfrentamos los datos de 2018 con los de 2008. También obtenemos un resultado negativo al comparar dichos datos del año objeto de estudio con el previo, con un descenso del 4,1% (en oposición al incremento que se registró un año antes). El mercado digital de los videojuegos, por el contrario, subió un 43,5% respecto al 2017 y casi triplicó la cifra de 2014. Gracias a este último, la evolución de la recaudación total respecto al año anterior registró un incremento del 12,6%. Dicha subida llegó al 53,6% respecto al año 2014.

Comunicación Fundación SGAE

91 503 68 39 • 683 436 645 • prensa@fundacionsgae.org • @fundacionsgae

Código de campo cambiado

Con la colaboración de sgae