

**PMS i+e**

# Estudio de Mercado Aplicaciones Web y Telefonía Móvil en Perú

Octubre 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en el Perú - ProChile

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



<b>II. Resumen Ejecutivo .....</b>	<b>4</b>
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Estrategia recomendada.....	4
2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio ( <i>en base análisis FODA</i> .....	4
2.2. Análisis FODA.....	5
<b>III. Identificación del servicio .....</b>	<b>6</b>
1. Nombre del servicio .....	6
2. Descripción del servicio .....	6
<b>IV. Descripción general del mercado importador .....</b>	<b>6</b>
1. Tamaño del mercado.....	6
2. Crecimiento en los últimos 5 años.....	7
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado .....	7
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios .....	8
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	8
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios .....	8
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles .....	9
8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios .....	11
9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios .....	13
<b>V. Descripción sectorial del mercado importador .....</b>	<b>13</b>
1. Comportamiento general del mercado.....	13
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio .....	13
3. Proporción de servicios importados.....	14
4. Dinamismo de la demanda .....	14
5. Canales de comercialización .....	14
6. Principales players del subsector y empresas competidoras .....	14
7. Marco legal y regulatorio del subsector .....	14
8. Tendencias comerciales del sector .....	14
<b>VI. Competidores .....</b>	<b>15</b>
1. Principales proveedores externos .....	15
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos. ....	15
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores .....	15
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores .....	15
<b>VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios .....</b>	<b>15</b>

VIII. Indicadores de demanda para el servicio .....15

IX. Otra información relevante del mercado de destino .....16

X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ...16

XI. .Contactos relevantes.....16

XII. Fuentes de información (*Links*). .....17

XIII. Anexos.....17

# I. Resumen Ejecutivo

## 1. Nombre y descripción del servicio.

Aplicaciones Web y Telefonía Móvil.

## 2. Estrategia recomendada

### 2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (*en base análisis FODA*)

Mercado en franco crecimiento, como consecuencia del incremento de las ventas de dispositivos inteligentes, como Smartphones, iPods y tablets; el mercado de aplicativos móviles en el Perú está creciendo de forma significativa, proyectando una mayor demanda de los referidos dispositivos, los mismos que superarían los 5 millones al finalizar este año.

En relación al mercado de telefonía móvil, presentó un comportamiento de crecimiento de 11.5% durante el 2012, logrando así sumar 32.5 millones de suscripciones, evidenciando un avance más alto que el promedio de América Latina ubicado en 10.5%.

Respecto de oportunidades, dada la experiencia de este Departamento Económico en misiones comerciales recibidas, se encuentran asociadas básicamente a requerimientos de instituciones financieras y medios de pago electrónicos, tales como Visa, Mastecard, etc. Ejemplo, Apps., botones de pago, entretenimiento, publicidad e informativas.

## 2.2. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia reconocida en modelos exitosos. Se valida la experticia profesional chileno en el diseño de Apps.</li> <li>En lo que respecta a telefonía móvil, se reconoce experiencia en cobertura y casos de empresas en telecomunicaciones con operación en Perú.</li> <li>Acuerdo de Libre Comercio – Chile – Perú (ACE 38).</li> <li>Existe reconocimiento por principales gremios del sector, entre ellos, la Asociación Peruana de Software y el Comité de TICs de la Cámara de Comercio de Lima.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condición de empresa extranjera y en particular chilena.</li> <li>En el caso de las empresas chilenas con operación en Perú, particularmente los retail, las decisiones de implementación y adquisición de nuevos paquetes de software son definidos en la casa matriz, origen, (Chile).</li> </ul>
Factores Externos	<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar el compartir experiencias exitosas a través de principales gremios vinculados al sector, Asociación Peruana de Software y el Comité de TICs de la Cámara de Comercio de Lima.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inducción previa, vinculada al conocimiento del mercado y la forma de hacer de negocios en Perú.</li> </ul>
	<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Búsqueda de socio y/o representante local.</li> <li>Trabajo mancomunado con principales actores del sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percepción de Chile</li> </ul>

## II. Identificación del servicio

### 1. Nombre del servicio

Aplicaciones Web y Telefonía Móvil.

### 2. Descripción del servicio

Aplicaciones Web – Telefonía Móvil, utilizadas en dispositivos inteligentes, como Smartphones, iPods y tablets.

## III. Descripción general del mercado importador

### 1. Tamaño del mercado

Producto del incremento de las preferencias del público por los dispositivos móviles, como los smartphones y tablets, el mercado de las aplicaciones móviles ha presentado un comportamiento positivo, de acuerdo a estimaciones, se concluye que la demanda de estos productos en el Perú, se triplique para finales del año en curso.

De acuerdo a data entregada por Online Studio Productions, <http://onlinestudioproductions.com/>, compañía líder en el desarrollo de aplicativos móviles del Perú, en los últimos 4 años este país, en lo que respecta a lanzamientos, pasó de 2 Apps a 97. Se estima que el desarrollo de aplicativos en el Perú al cierre del 2013, superaría las 300 Apps; por lo que puede concluirse, que si bien el país se encuentra en una fase inicial, se hará cada vez más necesario el uso de aplicativos.

Debe mencionarse, que en Perú las empresas que desarrollan Apps., no son más de 10, mientras que las empresas que solicitan la fabricación de aplicativos para estrategias de marketing no exceden las 30.

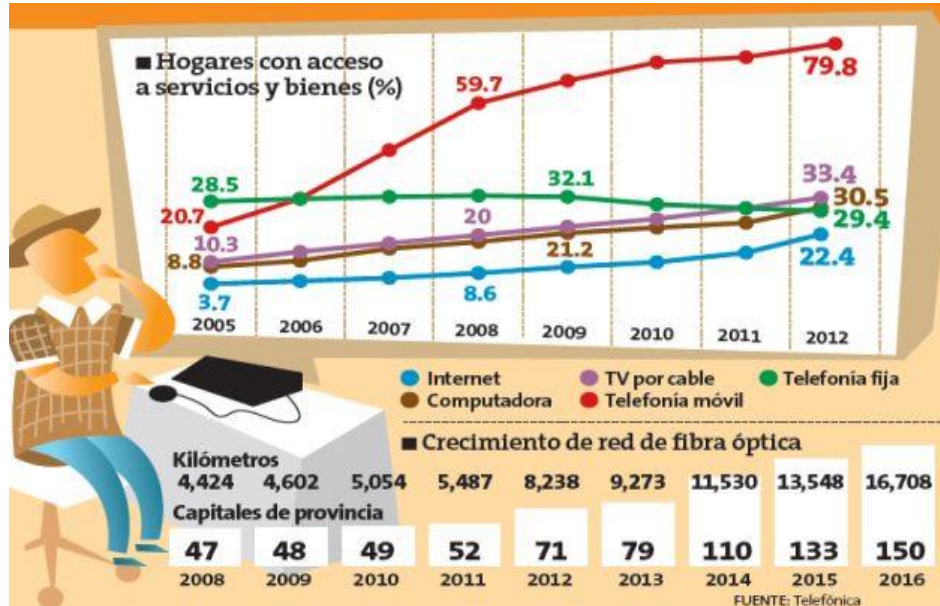
En consecuencia, el mercado de las aplicaciones se encuentra en franco crecimiento, producto del incremento de las ventas de dispositivos inteligentes, como Smartphones, iPods y tablets, y es que el mercado potencial de aplicativos móviles en el Perú está creciendo de forma significativa, proyectando una mayor demanda de los referidos dispositivos, los mismos que superarían los 5 millones al finalizar este año.

## 2. Crecimiento en los últimos 5 años.

Al cierre del 2011, el mercado de telefonía celular en el Perú, creció 11.5%, pasando a 32.5 millones de suscripciones, evidenciando así, un avance más alto que el promedio de América Latina ubicado en 10.5%. El comportamiento de la telefonía móvil en Perú, fue tres veces mayor que en Colombia y Venezuela. Respecto a la tasa de penetración, pasó de 100.1 a 110.4% entre los años 2010 y 2011.

Cuadro N° 1

### HOGARES CON ACCESO A SERVICIO Y BIENES.



Fuente, Movistar.

## 3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

Durante el año 2012, la economía peruana logró un desempeño de 6.3%, como consecuencia de un mayor dinamismo de la demanda interna, particularmente de la inversión privada y pública, el crecimiento se ha estabilizado alrededor de su nivel sostenible de largo plazo.

Para el actual periodo (2013) y el próximo (2014), el escenario central de proyección considera tasas de crecimiento del PBI en niveles estables cercanos a su nivel potencial, prevaleciendo el mayor impulso de factores de demanda en un entorno en el que persiste la incertidumbre con respecto al escenario internacional.

En materias de inflación, en lo últimos doce meses continuó disminuyendo, pasando de 2.65 % en diciembre de 2012 a 2.45% en febrero de 2013, manteniéndose dentro del rango meta y reflejando la reversión de los factores de oferta que afectaron los precios de alimentos desde mediados del año pasado.

Se proyecta que la inflación se mantenga dentro del rango meta establecido por el Banco Central de Reserva del Perú, convergiendo gradualmente en los próximos meses a 2.0%. Dicho escenario, considera que no habría

mayores presiones inflacionarias asociadas a los incrementos en los precios de los commodities. Para los años 2013 y 2014, se proyecta sobre un rango entre 1.5 y 2.5%.

Cuadro N° 2



Fuente, Reporte de Inflación, Banco Central de Reserva del PERÚ, marzo 2013

#### 4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

Debe destacarse la labor desarrollada por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) <http://www.indecopi.gob.pe/>, en lo que respecta a protección a la propiedad intelectual, se protegen los derechos de autor, invenciones nuevas y tecnologías y signos distintivos.

No obstante lo anterior, alrededor de US\$ 29.3 millones fueron las pérdidas que sufrió la industria del software en Perú por piratería, (básicamente programas) sólo durante el mes de diciembre del año 2011, de acuerdo a las estimaciones de Business Software Alliance (BSA), [http://ww2.bsa.org/country.aspx?sc\\_lang=es-PE](http://ww2.bsa.org/country.aspx?sc_lang=es-PE), organización mundial líder en la defensa de los derechos de autor de la industria del software.

Según el último estudio realizado por IDC (Internacional Data Corporation), la piratería de software en el Perú durante el año 2010, alcanzó 68%, lo que significó pérdidas por US\$176 millones. Esta cifra está por encima del promedio global de piratería en Latinoamérica que fue del 64%.

#### 5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

De manera exclusiva no, pero pueden acogerse a productos que ofrece el Sistema Bancario del Perú, bajo la modalidad de créditos.

#### 6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

Las empresas extranjeras pueden solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Proveedores <http://www.rnp.gob.pe/>, institución dependiente del Organismo Supervisor de la Contrataciones del Estado – OSCE <http://www.osce.gob.pe/>.



El Capítulo de Compras Públicas aún está pendiente de negociación en el Acuerdo de Libre Comercio suscrito entre Chile y Perú, el mismo que se encuentra vigente desde el 1° de marzo del 2009. <http://www.direcon.gob.cl/acuerdo/1453>. En anexos, se adjunta procedimiento para proceder con la referida inscripción.

## 7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

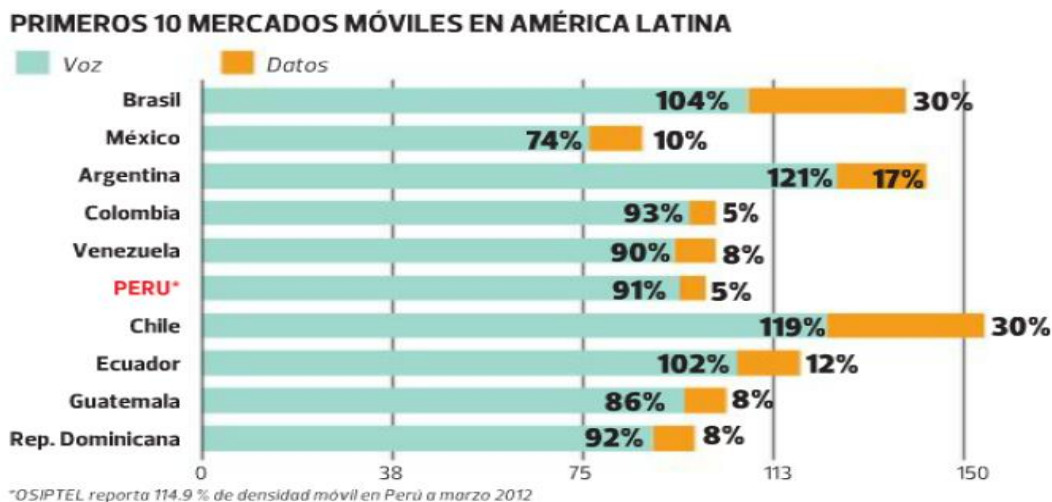
A finales de año 2010, tres de cada cien peruanos tenían Internet de alta velocidad en casa, y uno de cada cien, accedía a la red desde un smartphone u otro dispositivo celular de similares características. Durante el presente año, son cinco de cada cien peruanos, los que tienen Internet fijo y similar número accede desde en equipo celular.

5% es la penetración de Internet fijo en el Perú, la señal móvil llega al 4%. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, <http://www.inei.gob.pe/>, el 50.6% de los peruanos accede a internet desde una cabina pública.

En el Perú, el índice de penetración de computadoras es de 12 por cada 100 habitantes, mientras que el promedio regional es de 20 y en algunas naciones llega a 30.

Si bien en los párrafos anteriores se indica que al cierre del 2011, el mercado de telefonía celular en el Perú creció 11.5%, pasando a 32.5 millones de suscripciones; deberá tenerse presente, que de acuerdo a cifras oficiales, sólo 29.6 millones de líneas móviles registró el Perú<sup>1</sup>, las líneas celulares prepago alcanzaron 24.8 millones, 12% es la penetración de telefonía fija, lo anterior, según información publicada por el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones del Perú – OSIPTEL, <http://www.osiptel.gob.pe/WebSiteAjax/>.

Cuadro N° 3



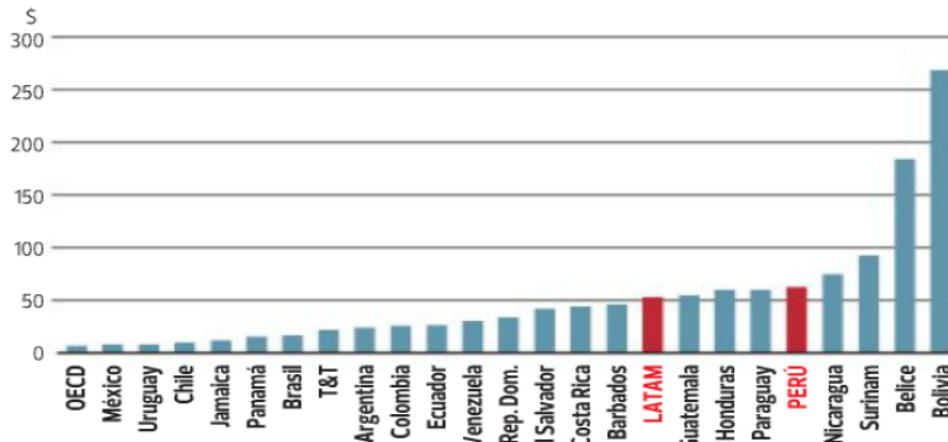
Día 1 El Comercio, lunes 8 de octubre de 2012.

<sup>1</sup> Perú, un país con 30 millones de habitantes, de los cuales casi el 100% tienen acceso a comunicación a través de telefonía móvil.

En relación a acceso a internet, al analizar las principales barreras para acceder a dicho servicio, destaca el costo de acceso al mismo, y es que éste todavía sigue siendo percibido alto por los potenciales usuarios. Debe mencionarse que si bien el Perú, está cerca del promedio en relación al plan más barato, (ver cuadro N° 4), cuando se analiza el indicador calidad /precio, se observa que el mega de bajada es uno de los más caros de la región, (ver cuadro N° 5), además, si bien la tarifa ha caído 35% en los últimos dos años, el promedio de disminución regional es mayor (54%), aun cuando estos tienen una oferta estándar el doble de rápida (4mbs en Latinoamérica vs. 2mbps en el Perú).

Cuadro N° 4

**PRECIO MENSUAL PROMEDIO POR MBPS DE DESCARGA EN PLANES DE BANDA ANCHA FIJA (USD PPP), Q2 2012**

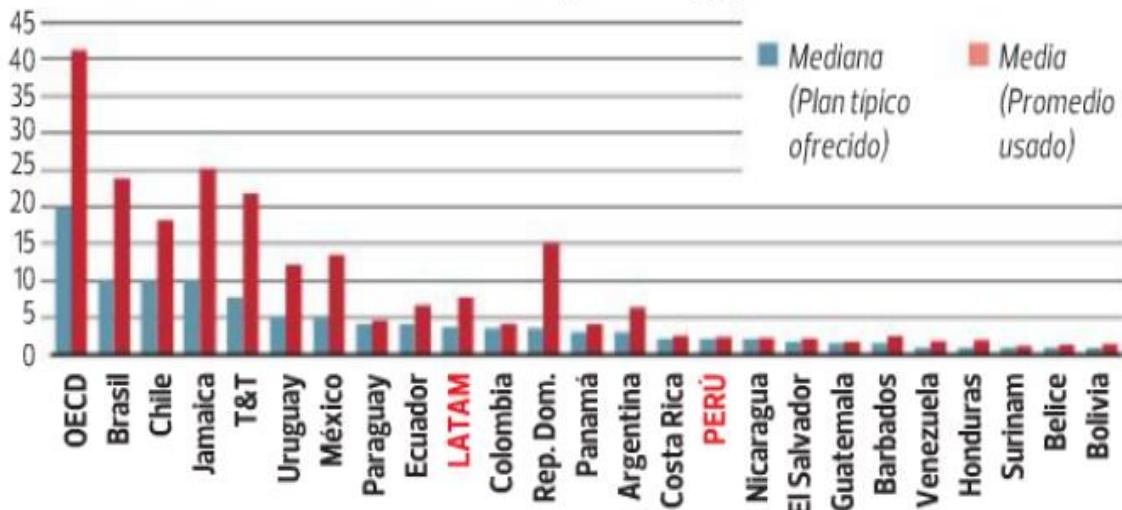


Día 1 El Comercio, lunes 8 de octubre de 2012

Fuentes: Informa Telecoms & Media, Bank of America Merrill Lynch, Julio 2012 / 4G Americas / Universidad San Andrés

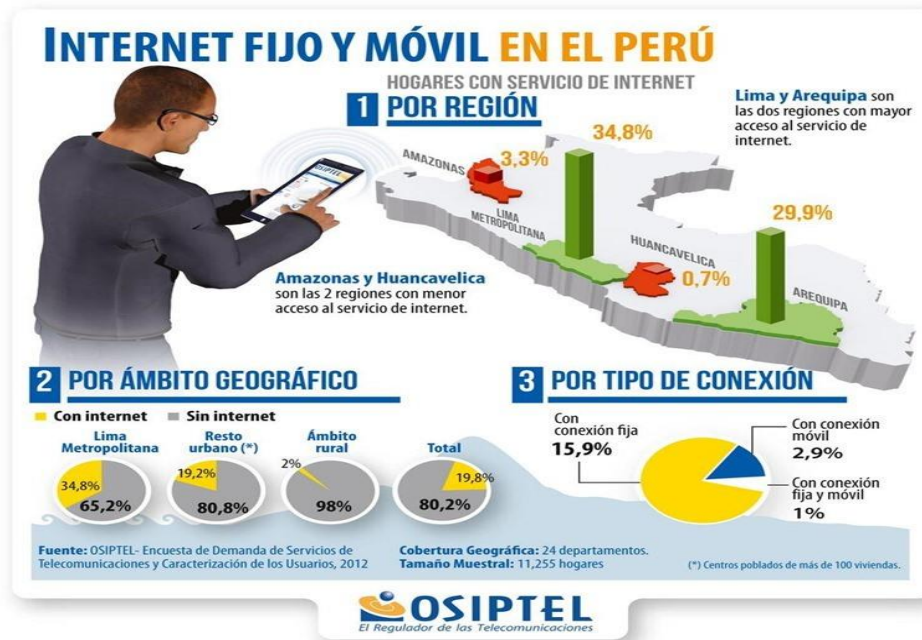
Cuadro N° 5

**VELOCIDAD DE DESCARGA PROMETIDA (EN MBPS), Q2 2012**



Día 1 El Comercio, lunes 8 de octubre de 2012.

Fuentes: Informa Telecoms & Media, Bank of America Merrill Lynch, Julio 2012 / 4G Americas / Universidad San Andrés



Fuente, Organismo Supervisor de la Telecomunicaciones en Perú , <http://www.osiptel.gob.pe/WebSiteAjax/>

## 8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios

La Agencia de Promoción de la Inversión Privada del Perú - PROINVERSIÓN, <http://www.proinversion.gob.pe/>, ofrece una variada alternativa de proyectos de inversión, vinculadas a las carteras de Vivienda y Construcción, Energía y Minas, Agricultura y Transporte y Comunicaciones.

En el primer semestre del año en curso, ProInversión ha concretado la concesión de 6 proyectos por un monto que supera los US\$ 2,300 millones. Para el periodo agosto a diciembre se proyecta adjudicar 16 procesos adicionales por un monto superior a US\$ 8,000 millones. Ver cuadros N° 5 y 6.

En dicha cartera se encuentran el puerto San Martín en Pisco, la Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica que asegurará el acceso a internet en todo el Perú, la longitudinal de la sierra, (zona central del país), en su tramo 2 y el proyecto Chavimochic en su tercera etapa, entre otros.

Cuadro N° 7

PRINCIPALES PROYECTOS POR CONCESIONAR A CARGO DE PROINVERSIÓN	
Proyecto	Inversión estimada (Millones de US\$)
Central hidroeléctrica de Molloco (Arequipa)*	600
Proyecto de irrigación Chavimochc III Etapa	600
Obras de cabecera y conducción para el abastecimiento de agua potable para Lima	400
Línea de transmisión 500 KV Mantaro – Marcona – Socabaya – Montalvo y subestaciones asociadas	380
Nuevo Aeropuerto Internacional de Chinchero - Cusco	356
Línea de transmisión Moyobamba - Iquitos en 220 KV	345
Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica	315
Sistema de abastecimiento de GLP para Lima y Callao	260
Sistema de abastecimiento de LNG para el Mercado Nacional	250
Longitudinal de la Sierra Tramo 4	250
Masificación del uso de gas natural a nivel nacional	205
Longitudinal de la Sierra Tramo 2	175
Longitudinal de la Sierra Tramo 5	127
Terminal Portuario General San Martín	101
Suministro de energía a Iquitos (antes Reserva Fría)	100
Provisión de servicios de saneamiento para los distritos del sur de Lima	100
Hidrovia Amazónica: ríos Marañón, Amazonas, Huallaga	74
<b>Total</b>	<b>4 638</b>

\* Proyecto concesionado el 21 de marzo de 2013.  
Fuente: Proinversión.

Fuente, Reporte de Inflación, Banco Central de Reserva del Perú, marzo 2013.

Cuadro N° 8

PRINCIPALES PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA	
Proyecto	Inversión estimada (Millones de US\$)
Proyecto especial sistema eléctrico de transporte masivo de Lima y Callao	1 172
Construcción y equipamiento de instituciones educativas para el II Ciclo de Educación Básica Regular	930
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Ayacucho-Abancay	364
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Chongoyape-Cochabamba-Cajamarca	242
Mejoramiento de la capacidad resolutive de los servicios de salud del Hospital Antonio Lorena Nivel III-1-Cusco	212
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Lima-Canta-La Viuda-Unish	193
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Quinua-San Francisco	181
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Juanjui-Tocache	175
Modernización del Sistema de Defensa Antitanque	172
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Chamaya-Jaén-San Ignacio-Río Canchis	167
Incremento de la capacidad operativa de la FAP para la vigilancia de la Amazonia Peruana desde el ámbito aeroespacial	152
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Huaura-Sayán-Churín	137
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Cajamarca-Celendín-Balzas	111
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Trujillo-Shiran-Huamachuco	108
Construcción y mejoramiento carretera Camaná-Dv. Quilca-Matarani-Ilo-Tacna	100
Mejoramiento de riego y generación hidroenergético del Alto Piura	89
Construcción y equipamiento del Hospital Nivel III-1 Victor Ramos Guardia-Huaraz-Provincia de Huaraz-Región Ancash	88
Mejoramiento de la carretera Satipo-Mazamari-Dv. Pangoa-Puerto Ocopa	78
Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Yauri-Negromayo-Oscollo-Imata, Tramo Dv. Imata-Oscollo-Negromayo	70
Mejora de la instrucción en la mar del personal en proceso de formación de la Marina de Guerra del Perú	65
Construcción e implementación del Hospital II-2 de Jaén	60
Majes Siguas-II Etapa	57
<b>Total</b>	<b>4 924</b>

Fuente: Presupuesto del Sector Público 2013.

Fuente, Reporte de Inflación, Banco Central de Reserva del Perú, marzo 2013.

## 9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

Sector abierto a las empresas de régimen privado de origen nacional y/o extranjero.

# IV. Descripción sectorial del mercado importador

## 1. Comportamiento general del mercado

De acuerdo a data entregada por Online Studio Productions, <http://onlinestudioproductions.com/>, compañía líder en el desarrollo de aplicativos móviles del Perú, en los últimos 4 años este país, en lo que respecta a lanzamientos, pasó de 2 Apps a 97. Se estima que el desarrollo de aplicativos en el Perú al cierre del 2013, superaría las 300 Apps; por lo que puede concluirse, que si bien el país se encuentra en una fase inicial, se hará cada vez más necesario el uso de aplicativos.

En consecuencia, el mercado de las aplicaciones se encuentra en franco crecimiento, producto del incremento de las ventas de dispositivos inteligentes, como Smartphones, iPods y tablets, y es que el mercado potencial de aplicativos móviles en el Perú está creciendo de forma significativa, proyectando una mayor demanda de los referidos dispositivos, los mismos que superarían los 5 millones al finalizar este año.

Al cierre del 2011, el mercado de telefonía celular en el Perú, creció 11.5%, pasando a 32.5 millones de suscripciones, evidenciando así, un avance más alto que el promedio de América Latina ubicado en 10.5%. El comportamiento de la telefonía móvil en Perú, fue tres veces mayor que en Colombia y Venezuela. Respecto a la tasa de penetración, pasó de 100.1 a 110.4% entre los años 2010 y 2011.

## 2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

Dado que no existen estadísticas oficiales que permitan hacer seguimiento con precisión de la industria de aplicaciones web en el país, en términos de PBI sectorial, ventas nacionales, exportaciones, empleo e inversión, se analizará de manera de tener un referente, el mercado de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC).

En relación al mercado de TIC, durante el año 2011, cerró con ventas cercanas a 6,508 millones de dólares, 11.9 % más respecto al resultado del 2010, cifra entregada por la Cámara de Comercio de Lima, <http://www.camaralima.org.pe/>.

Las proyecciones de crecimiento en relación a la industria de TIC, se proyectan sobre tasas de crecimiento anual de 7.1% en promedio, para los próximos tres años, impulsado básicamente por el dinamismo que presenta la industria del software.

### 3. Dinamismo de la demanda

Se debe considerar el comportamiento que ha presentado el sector construcción en los últimos años, nos hemos referido a ello en los capítulos II y V, numerales 2.1 y 1.1 respectivamente del presente Perfil.

### 4. Canales de comercialización

Flujo de comercialización tradicional, similar al de Chile, requiere, importador – distribuidor, necesaria la gestión a ejecutar por representante comercial en destino.

### 5. Principales players del subsector y empresas competidoras

- ONLINE STUDIO PRODUCTIONS, <http://onlinestudioproductions.com>.
- MOVISTAR, <http://www.movistar.com.pe/>
- CLARO, [www.claro.com.pe](http://www.claro.com.pe)
- NEXTEL, <http://www.nextel.com.pe>.
- AMERICATEL, <http://www.americatel.com.pe/>

### 6. Marco legal y regulatorio del subsector

De acuerdo al informe de la International Data Corporation (IDC) elaborado a pedido de la Business Software Alliance, Perú es el cuarto país que más ha disminuido su piratería, entre todos los miembros de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), por debajo de Chile, Brasil y Canadá respectivamente.

En función de dicho informe, Perú tiene un índice de piratería del 67%, habiendo descendido 4% en los últimos 3 años. Este descenso es una tendencia dentro de la mayoría de los países de la OCDE a nivel mundial, ya que los únicos países que registraron un alza fueron España, Grecia e Islandia.

LEY N° 28612: NORMA EL USO, ADQUISICION Y ADECUACION DEL SOFTWARE EN LA ADMINISTRACION PÚBLICA.

DECRETO SUPREMO, N° 024-2005-PCM, REGLAMENTO.

### 7. Tendencias comerciales del sector

Aplicaciones tecnológicas para gestionar negocios, pagos electrónicos, (botones de pago), gastronomía, también aquellas denominadas business intelligence, educación superior, servicios para la industria minera, ingeniería, construcción entre otros.

## V. Competidores

### 1. Principales proveedores externos

Las empresas mencionadas en el capítulo V. numeral 5.

### 2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Dada la generalidad de los mismos, los servicios otorgados por competidores, están vinculados al desarrollo de diversas Apps., vinculadas a entretenimiento, cuidado personal, gastronomía, financiero, ubicación, educación superior, moda, venta de maquinaria, etc.

### 3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores

Exclusivamente orientados a nivel usuario y corporativo, específicamente sector financiero, retail, gastronomía, servicios varios, educación superior, industria minera y construcción.

## VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

Condición de empresa extranjera y en particular chilena que debe tenerse presente ante la posibilidad de participar en licitaciones públicas.

## VII. Indicadores de demanda para el servicio

De acuerdo a lo anteriormente citado, el mercado de las aplicaciones se encuentra en franco crecimiento, producto del incremento de las ventas de dispositivos inteligentes, como Smartphones, iPods y tablets.

El mercado potencial de aplicativos móviles en el Perú está creciendo de forma significativa, proyectando una mayor demanda de los referidos dispositivos, los mismos que superarían los 5 millones al finalizar este año.

Al cierre del 2011, el mercado de telefonía celular en el Perú, creció 11.5%, pasando a 32.5 millones de suscripciones, evidenciando así, un avance más alto que el promedio de América Latina ubicado en 10.5%. El comportamiento de la telefonía móvil en Perú, fue tres veces mayor que en Colombia y Venezuela. Respecto a la tasa de penetración, pasó de 100.1 a 110.4% entre los años 2010 y 2011.

## VIII. Otra información relevante del mercado de destino

La Cámara de Comercio de Lima, agrupa entre sus asociados a empresas que brindan servicios de Consultoría en Informática, (dentro de este rubro se encuentran las Apps.), cabe mencionar que dichas empresas comercializan el referido servicio como una segunda línea del rubro de Tecnología de la Información, ya que en esencia son proveedores de software; no obstante, de manera de ampliar su línea de comercialización ofrecen asesorías a nivel de consultorías a sus clientes.

[http://www.camaralima.org.pe/raizespanol/ccl\\_listacomites\\_detalle.aspx?cod=10](http://www.camaralima.org.pe/raizespanol/ccl_listacomites_detalle.aspx?cod=10)

## IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

De acuerdo a la experiencia en misiones recibidas del sector en mención, debe señalarse la importancia y necesidad de evaluar la búsqueda de un representante comercial y analizar la factibilidad de contratar un representante legal pagado, ello en atención, a que durante las reuniones con potenciales importadores, esta solicitud se hace manifiesta, toda vez que existe el interés en conocer si la empresa que ofrece el servicio, cuenta con domicilio fiscal en el país, así como también se evidenciará la necesidad de contar con algún ejecutivo que pueda desempeñar labor comercial de representación.

## X. Contactos relevantes

El Comité de Tecnología de la Información y Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Lima, son los organizadores de la Feria Internacional de Tecnología, Informática y Comunicaciones (Expo TIC). <http://www.expotic.com.pe/>. El objetivo de dicha feria, es dar a conocer las últimas novedades y tendencias mundiales de las TIC así como afianzar una plataforma de encuentro entre las empresas del sector y los consumidores en Perú.

La Asociación Peruana de Productores de Software (APESOFT), es una entidad privada sin fines de lucro, con el objetivo de promover la industria nacional del software, mejorar la competitividad de sus afiliados y fomentar las exportaciones de aplicaciones y programas informáticos peruanos. <http://www.apesoft.org/quienes.htm>



## XI. Fuentes de información (*Links*).

- <http://onlinestudioproductions.com/>
- <http://www.camaralima.org.pe/>
- <http://www.expotic.com.pe/>
- <http://www.apesoft.org/>
- <http://www.aduanet.gob.pe/>
- <http://www.inei.gob.pe/>

## XII. Anexos.

¿Cómo inscribirte al Registro Nacional de Proveedores? Descargar Documento [Aquí](#)