



## El Mercado de Industrias Creativas en Perú

FECHA : OCTUBRE /2017 Oficina Comercial LIMA



### Descripción General PERÚ



Actualmente el sector representa un 2,7% del PIB y mueve más de USD 5000 millones. Las tendencias que dan empuje al sector son: el crecimiento sostenido del comercio internacional de soluciones creativas, el desarrollo de clusters de producto/servicio de carácter cultural y la digitalización de la industria con énfasis en videojuegos y App's.

#### Descripción del bien y/o servicio

Los bienes más destacados son las producciones literarias y cinematográficas; lo que se condice con los servicios editoriales y de producción cinematográfica que se definen como servicios clásicos y con fuerte crecimiento. En los servicios de sectores emergentes encontramos a: diseño, animación digital, desarrollo de App's, videojuegos y arquitectura.

#### Tendencias del Servicio/Mercado

La Ley del libro de 2002 que da protección a la creación literaria y cultural ha rendido frutos , y se ha pasado de una producción de 1500 títulos en 2003 a 6000 en 2013. Asimismo, la industria cinematográfica ha crecido de 5 producciones en 2010 a 17 en 2015. La tendencia se carga hacia la digitalización; la industria de videojuegos en 2014 creció un 40% y actualmente factura más de USD 10 millones.

Existe también un constante crecimiento de la producción de animación peruana, que ha logrado estrenar por lo menos un largometraje anual en animación, lo que es difícil en mercados latinoamericanos.

#### Barreras Culturales y Tecnológicas de acceso al mercado.

La principal barrera es la informalidad (comercial y laboral) y piratería de productos culturales. En relación al aspecto tecnológico, la penetración de internet aún está en curso en regiones lejanas a Lima y los anchos de banda son muy inferiores al estándar chileno.

#### Ambiente de negocios

El clima de negocios en Perú es el mejor de Latinoamérica y posee un pipeline de proyectos de USD 100.000 millones, el más alto de la región. En relación a la Economía Cultural, el "Empleo Cultural" registró 3.3%, con una mayor participación de las mujeres. Asimismo, el gasto en cultura de los hogares (cine, teatro, conciertos, entre otros) alcanzó el 1.56% del gasto total (PIB). Fuente: IUCD UNESCO 2014

### ■ Canales de Comercialización del Servicio en Perú.

Los canales tradicionales de industrias clásicas (Literatura y Cine) están en constante aumento con el crecimiento de locales de librerías y cines a escala nacional. Existen en Perú, dos canales paralelos; uno formal y otro informal (no tributa). Los servicios editoriales, diseño, imprenta y diagramación pueden ser formales e informales. Los servicios emergentes tienden a ser ofrecidos por canales formales.

**PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR SEGMENTO** (Basado en la cantidad de empleos que ocupa)

CANAL	%
Diseño y Decoración	33
Tejido artesanal	27
Música	15
Autores y Prensa	14
Fotografía	11
TOTAL	100

Fuente: INEI-2010



## ■ Principales Actores en el Mercado

	Cantidad	Más Relevante
Editoriales	336	Random, Planeta; Macro y Arcangel (Perú)
Librerías Especializadas	110	Crisol, Book's& Company(chilena)
Cines	359	Cineplanet, Cinemark y Cinestar
Teatros	95	N/A
Estaciones Televisivas	1.144	RPP, ATV, America
Estaciones de Radio	2,752	RPP, Exitosa

Fuente: INFOARTES-2016

## ■ Principales Países Proveedores en el Mercado

País	Total US\$ 2016
ESPAÑA	9.524.733
CHINA	7.567.612
USA	4.504.749
REINO UNIDO	2.739.242
COLOMBIA	2.154.731
CHILE (15°)	248.202

Fuente: SUNAT 2016

## ■ Derechos de Propiedad Intelectual

1- Decreto Legislativo 822 – Ley sobre el derecho de autor;

[http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file\\_id=129301](http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=129301)

2- Reglamento de la Ley N.º 28086, Ley de democratización del Libro y de fomento de la lectura, ver

<http://www.minedu.gob.pe/normatividad/reglamentos/ReglamentoLey28086.php>

## ■ Principales actividades y ferias especializadas

Feria del Libro Ricardo Palma

<http://www.cpl.org.pe/37a-feria-del-libro-ricardo-palma/>

FIL LIMA

<http://www.fillima.com.pe/>

## ■ Normativas aplicables

<http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/convenios/chiper.pdf>

[https://www.aduana.cl/aduana/site/edic/base/port/inf\\_exportacion.html](https://www.aduana.cl/aduana/site/edic/base/port/inf_exportacion.html)

## ■ Conclusiones y recomendaciones

El mercado cultural peruano mueve USD 5000 millones al año y tiene la característica de poseer costos de producción y mano de obra más baratos en comparación con Chile. El desarrollo económico estructural del país ha causado un aumento en el consumo cultural y en la tasa lectora; síntomas que dan espacio para que empresas de servicios o productoras de bienes culturales ingresen adecuándose a un mercado multicultural, en constante crecimiento y en proceso de formalización.

Para más información sobre el mercado de Industrias Creativas en Perú o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con *Lucio Romero* al e mail [lromero@prochile.gob.cl](mailto:lromero@prochile.gob.cl)