

## *Caracterización de las Industrias Creativas y Culturales en el Perú*

René Castro Vergara<sup>1</sup>

Las industrias creativas y culturales vienen posicionándose a nivel global como un sector altamente dinámico, capaz de promover un desarrollo integral (económico, social y ambiental) en los países que apuestan por ellas. Su progresiva influencia será cada vez más evidente, ya que de las doce tecnologías disruptivas que transformarán la vida, los negocios y la economía global para el 2025 (McKinsey Group, 2013), seis de ellas tienen una relación más directa y simbólica con aquellas por medio de las nuevas formas de: comunicar (Internet móvil), de diferenciar (Internet de las cosas), de intercambiar y acumular (Internet en la nube), portabilidad (Almacenamiento de energía), de fabricar (Impresión 3D) y también de materiales (Materiales avanzados) (Buitrago & Duque, 2013).

En el marco del Plan Nacional de Diversificación Productiva, el Ministerio de la Producción (PRODUCE) inauguró la Mesa Ejecutiva de Industrias Creativas para promover los sectores de: artes escénicas, artes visuales, industrias audiovisuales, industria del diseño, industrias editoriales; industria de la música, industrias de la publicidad, y de las tecnologías de la información y comunicación; y dando también las facilidades para que este gran sector pueda participar de los distintos fondos concursables que administra Innóvate Perú, plataforma que promueve la mejora de la productividad y la innovación entre las empresas peruanas.

El presente documento caracteriza al sector creativo y cultural a partir de la Encuesta Nacional de Empresas 2015, levantada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2016) por encargo de PRODUCE. La definición de industrias creativas y culturales adoptada a lo largo de todo el documento es la de UNESCO (2014).<sup>2</sup>

La información estadística que se difunde por medio de este documento es de alto interés para las empresas del sector que buscan participar de las oportunidades de financiamiento que ofrece Innóvate Perú, ya que por medio de ésta podrán dimensionar y caracterizar mejor el alcance y potencialidades del sector creativo y cultural en el cual se desempeñan.

Lima, Diciembre de 2016

---

<sup>1</sup> Consultor de Desarrollo Productivo, Innovación e Industrias Creativas en Project A+:  
rcaastro@projectamas.com

<sup>2</sup> Que incluye, además de las actividades priorizadas por la Mesa de Industrias Creativas, las siguientes actividades de Equipamiento y Apoyo: Impresión y servicios conexos, Reproducción de grabaciones, Fabricación de aparatos electrónicos de consumo, Venta al por menor de equipo de sonido y vídeo en comercios especializados, Edición de programas informáticos, Actividades de telecomunicaciones alámbrica, inalámbricas o por satélite, y Páginas web.

## Índice

1. Sectores Económicos e Industrias Creativas y Culturales.....	2
2. Asociación con Fines Empresariales.....	3
3. Conexiones “hacia atrás” y/o “hacia adelante” en la Cadena de Valor.....	4
4. Relaciones Comerciales con el Exterior.....	5
5. Internet de banda ancha.....	6
6. Disposición de página web y redes sociales.....	7
7. Usos Productivos de Internet.....	8
8. Capacitación del personal.....	10
9. Intensidad del capital humano.....	11
Referencias.....	12

## 1. Sectores Económicos e Industrias Creativas y Culturales

Las ICC conforman alrededor del 5.31% de total empresas a nivel nacional con ventas mayores a 20 UIT en el 2014 (alrededor de 10, 241 empresas), distribuidas en tres grandes sectores: manufactura, comercio y servicios, según el detalle de la Tabla 1 a continuación:

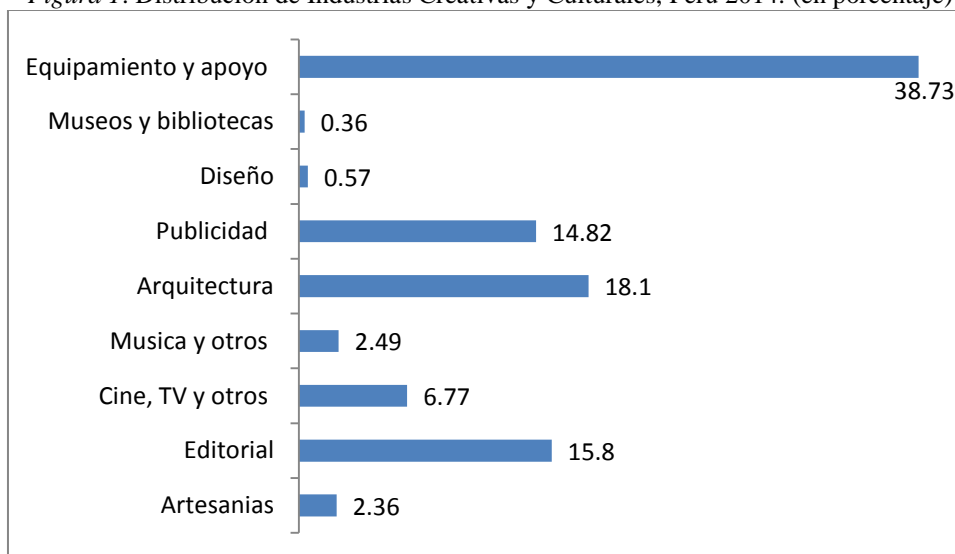
Tabla 1: *Empresas por Sectores Económicos e Industrias Creativas y Culturales, Perú 2014*

Sectores económicos (número y % de empresas)	Industrias Creativas y Culturales (ICC)		Total
	No	Si	
Manufactura	22,964	3,131	26,095
%	88	12	100
Comercio	89,421	1,337	90,758
%	98.53	1.47	100
Información y comunicación	2,102	1,894	3,996
%	52.61	47.39	100
Actividades profesionales, científicas y técnicas	4,754	3,612	8,366
%	56.82	43.18	100
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	982	268	1,250
%	78.56	21.44	100
Resto de sectores	62,297	-	62,297
%	65.87	-	67.68
<b>Total</b>	<b>182,521</b>	<b>10,241</b>	<b>192,762</b>
<b>(% total)</b>	<b>94.69</b>	<b>5.31</b>	<b>100</b>

Nota: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

Así pues se tiene que las ICC conforman alrededor del 5.31% del total de empresas a nivel nacional. Un dato a destacar es que apenas el 21% de las actividades artísticas y de entretenimiento clasifican en realidad como ICC. La Figura 1 describe cómo se distribuyen las actividades económicas al interior de las propias ICC.

Figura 1. Distribución de Industrias Creativas y Culturales, Perú 2014. (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

## 2. Asociación con Fines Empresariales

En relación a sus relaciones empresariales, las empresas que pertenecen a las ICC formarían parte de organizaciones o gremios empresariales con menor frecuencia que el resto de las empresas, tal como describe la Tabla 2.

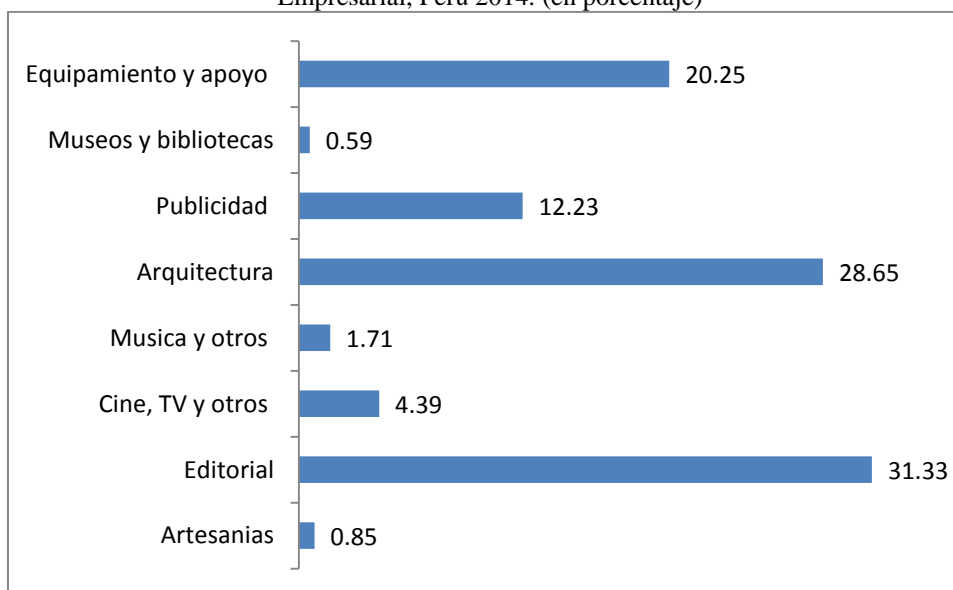
Tabla 2: *Empresas por Sectores Económicos Según Filiación Empresarial, Perú 2014.*

Actividad económica (número y % de empresas)	Miembro de agrupación con fines empresariales		Total
	Si	No	
Resto de empresas (% resto de empresas)	16,529 9.06	165,980 90.94	182,509 100
ICC (% ICC)	764 7.46	9,477 92.54	10,241 100
<b>Total</b> (% total)	<b>17,293</b> <b>8.97</b>	<b>175,457</b> <b>91.03</b>	<b>192,750</b> <b>100</b>

Nota: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

Entre las propias ICC el rubro Editorial sería la actividad que cuenta con mayor grado de agremiación, seguido por la Arquitectura y luego por el de Equipamiento y apoyo, tal como describe la Figura 2. Ninguna empresa de diseño estaría agremiada.

Figura 2. Distribución de Industrias Creativas y Culturales por Actividad Económica Según Filiación Empresarial, Perú 2014. (en porcentaje)



Fuente : Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

### 3. Conexiones “hacia atrás” y/o “hacia adelante” en la Cadena de Valor

En general, el número de conexiones hacia adelante y hacia atrás en la propia cadena de valor de servicios/productos de una empresa es indicador del grado de especialización del conjunto de la cadena. En ese sentido, las ICC gozarían de un mayor grado de conexiones en ambas direcciones en comparación del resto de empresas, como se describe en la Tabla 3.<sup>3</sup>

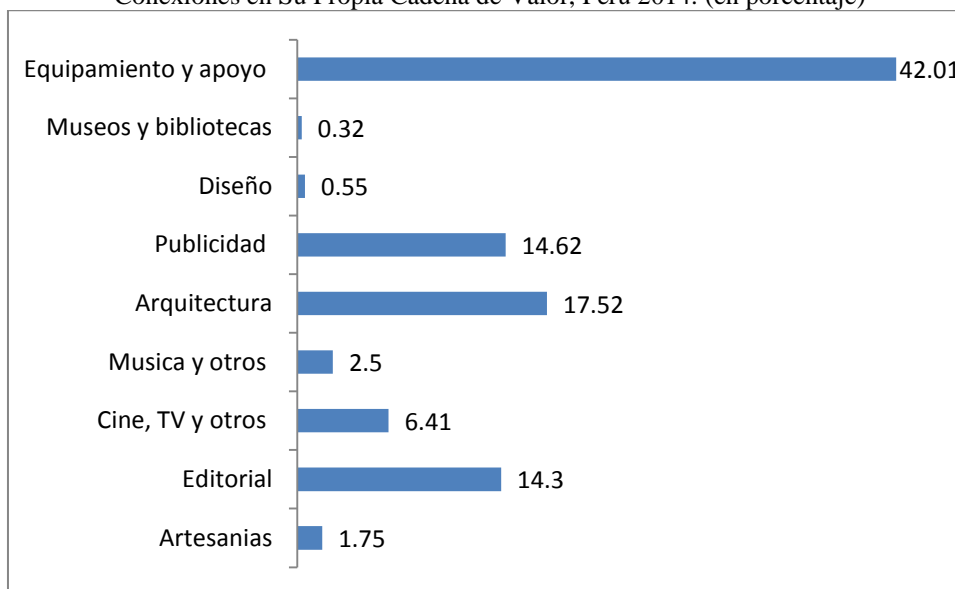
Tabla 3: Empresas por Sectores Económicos Según Conexiones en Su Propia Cadena de Valor, Perú 2014.

Actividad económica (número y % de empresas)	Conexiones “hacia atrás” y/o “hacia adelante” en la cadena de valor		Total
	No	Si	
Resto de empresas (% resto de empresas)	62,885 34.58	118,958 65.42	181,842 100
ICC (% ICC)	2,559 25.03	7,666 74.97	10,225 100
<b>Total</b> (% total)	<b>65,444</b> <b>34.07</b>	<b>126,623</b> <b>65.93</b>	<b>192,067</b> <b>100</b>

Nota: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

Entre las ICC que más conexiones hacia atrás y hacia adelante de su cadena mantienen, se encuentran las actividades de Equipamiento y apoyo, Arquitectura, Publicidad y Editorial, como se describe en la Figura 3.

Figura 3. Distribución de Industrias Creativas y Culturales por Actividad Económica Según Conexiones en Su Propia Cadena de Valor, Perú 2014. (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

<sup>3</sup> Es decir, las empresas tercerizan parte de su producción y/o compran insumos a comercializadores o intermediarios en lugar de hacerlo directamente a los productores.

#### 4. Relaciones Comerciales con el Exterior

Las relaciones comerciales de la empresa con el exterior, ya sean de compra o venta, son también canales importantes para el aprendizaje empresarial de las empresas locales ya que tienen el potencial de imitar e inclusive mejorar el tipo de servicio recibido y ofrecido, gracias a la retroalimentación que puede recibir de sus clientes y/o proveedores. En ese sentido, las ICC que realizan actividades económicas con el exterior son alrededor del 15%, bastante similar que el resto de empresas (15.46%), tal como se describe en la Tabla 4.

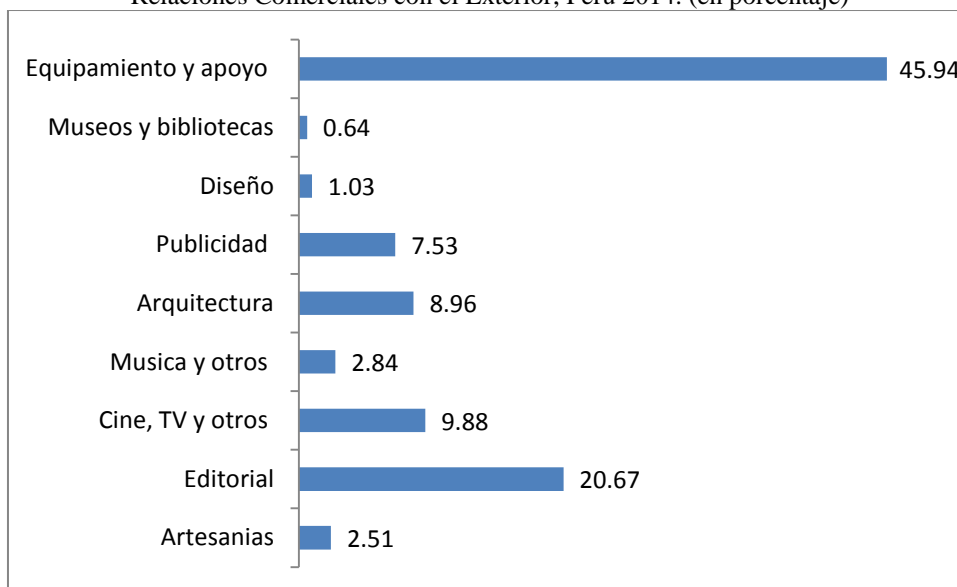
Tabla 4: *Número de Empresas por Sectores Económicos Según Relaciones Comerciales con el Exterior, Perú 2014.*

Actividad económica (número y % de empresas)	Compra y/o venta al exterior		Total
	No	Si	
Resto de empresas (% resto de empresas)	153,725 84.54	28,117 15.46	181,842 100
ICC (% ICC)	8,702 85.1	1,523 14.9	10,225 100
<b>Total</b>	<b>162,427</b>	<b>29,640</b>	<b>192,067</b>
<b>(% total)</b>	<b>84.57</b>	<b>15.43</b>	<b>100</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

La Figura 4 muestra que las actividades de Equipamiento y apoyo, y Editorial son las ICC que más actividad comercial con el exterior mantienen.

Figura 4. *Distribución de Industrias Creativas y Culturales por Actividad Económica Según Relaciones Comerciales con el Exterior, Perú 2014. (en porcentaje)*



Fuente: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

## 5. Internet de banda ancha

Respecto a la conectividad de internet mediante banda ancha, 79% de las ICC tendrían acceso a dicho servicio, frente a un 81% por parte del resto de empresas (Tabla 5).

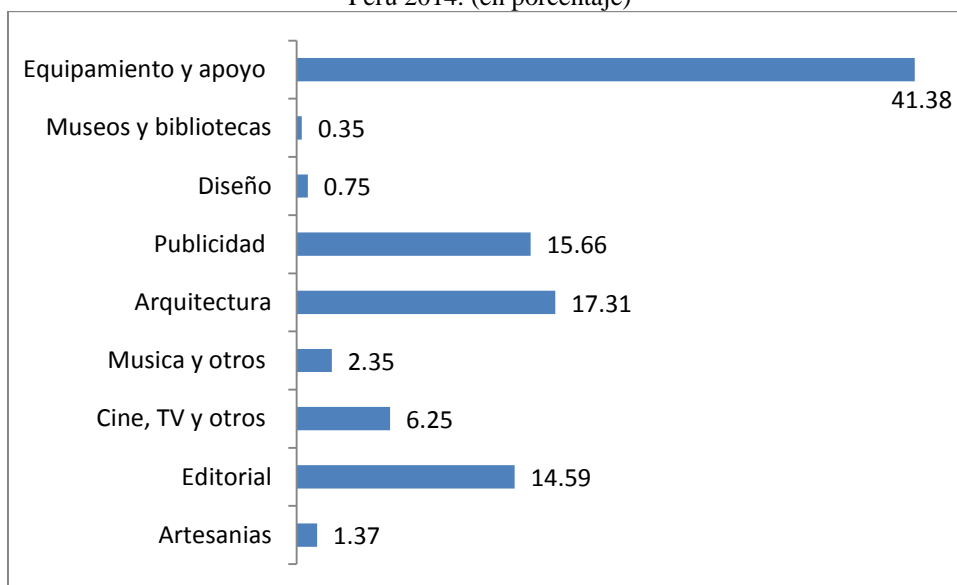
Tabla 5: *Número de Empresas por Sectores Económicos Según Tipo de Acceso a Internet, Perú 2014.*

Actividad económica (número y % de empresas)	Tipo de acceso a internet			Total
	banda ancha	banda angosta	no sabe	
Resto de empresas (% resto de empresas)	114,843 81	16,011 11.29	10,921 7.01	141,775 100
ICC (% ICC)	7,773 79.65	1,260 12.91	726 7.44	9,759 100
<b>Total</b>	<b>122,616</b>	<b>17,271</b>	<b>11,647</b>	<b>151,534</b>
(% total)	<b>80.92</b>	<b>11.4</b>	<b>7.69</b>	<b>100</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

El detalle de la distribución de este servicio al interior de las ICC, en la Figura 5, muestra que Equipamiento y apoyo, Arquitectura, Publicidad y Editorial, son las mejor conectadas.

Figura 5. *Distribución de Industrias Creativas y Culturales Según Acceso a Internet de Banda Ancha, Perú 2014. (en porcentaje)*



Fuente: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

## 6. Disposición de página web y redes sociales

Respecto a la disposición simultánea de páginas web y redes sociales, las ICC tendrían una mayor presencia virtual que sus pares, con 21% frente al 18% respectivamente (Tabla 6). Dicho porcentaje es superior al obtenido por los sectores de manufactura (13%) o alojamiento y restaurantes (18%).

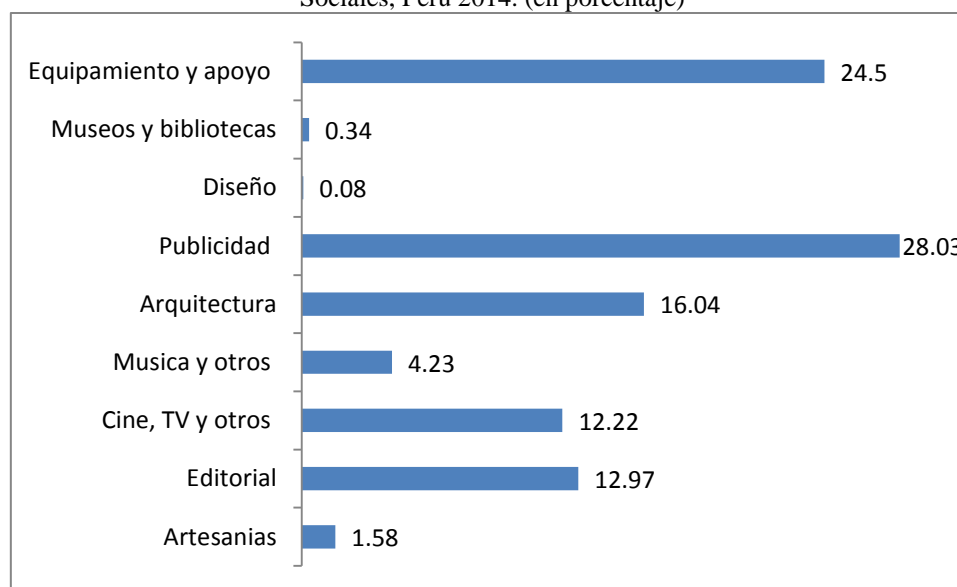
Tabla 6: Número de Empresas por Sectores Económicos Según Disposición de Página Web y Redes Sociales, Perú 2014.

Actividad económica (número y % de empresas)	Disposición de página web y redes sociales		Total
	No	Si	
Resto de empresas (% resto de empresas)	148,868 81.89	32,924 18.11	181,791 100
ICC (% ICC)	8,068 78.9	2,157 21.1	10,225 100
<b>Total</b> (% total)	<b>156,935</b> <b>81.73</b>	<b>35,081</b> <b>18.27</b>	<b>192,016</b> <b>100</b>

Nota: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

El detalle de la distribución al interior de las ICC es como muestra la Figura 6, con Publicidad, Equipamiento y apoyo, Arquitectura, Editorial y Cine/TV como las actividades con mayor presencia virtual.

Figura 6. Distribución de Industrias Creativas y Culturales Según Disposición de Página Web y Redes Sociales, Perú 2014. (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).



## 7. Usos Productivos de Internet

En relación a ciertos usos productivos que las empresas realizan gracias a su conexión a internet<sup>4</sup>, el 25% de las ICC lo haría para búsquedas de información de actividades de investigación y desarrollo (I+D), frente al 27% del resto de empresas (Tabla 7). Sin embargo dicho porcentaje es mayor al del sector minero (22%), o al de pesca y acuicultura (23%).

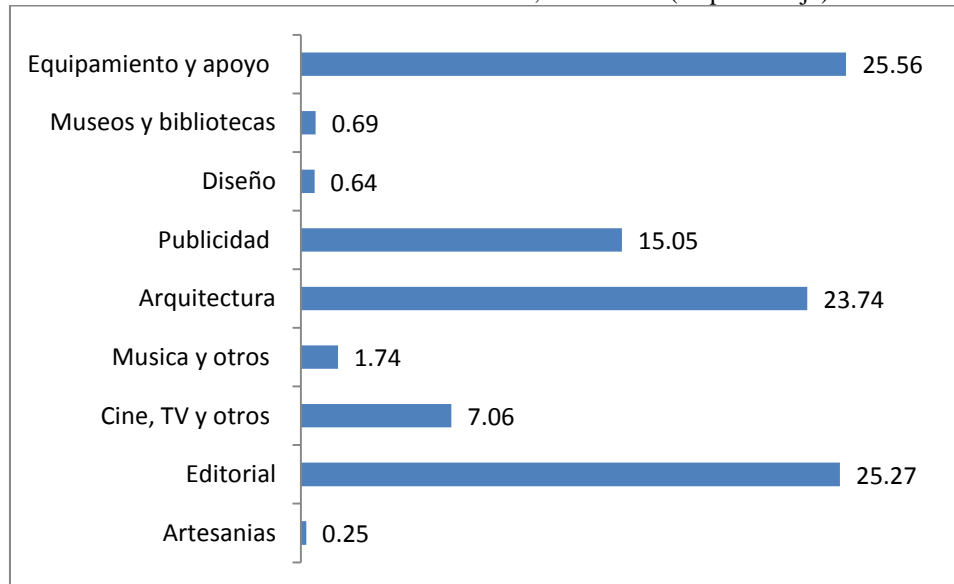
Tabla 7: Número de Empresas por Sectores Económicos Según Uso de Internet para Búsqueda de Información en Actividades de I+D, Perú 2014.

Actividad económica (número y % de empresas)	Uso de internet para búsqueda de información en actividades de I+D		Total
	No	Si	
Resto de empresas (% resto de empresas)	102,680 72.43	39,094 27.57	141,775 100
ICC (% ICC)	7,305 74.85	2,454 25.15	9,759 100
<b>Total</b> (% total)	<b>109,985</b> <b>72.58</b>	<b>41,548</b> <b>27.42</b>	<b>151,534</b> <b>100</b>

Nota: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

La Figura 7 a continuación muestra el detalle de ICC que utilizan internet para búsquedas de información de actividades de I+D.

Figura 7. Distribución de Industrias Creativas y Culturales Según Uso de Internet para Búsqueda de Información en Actividades de I+D, Perú 2014. (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

<sup>4</sup> Mediante conexión ancha o angosta indistintamente

Otro uso productivo de internet a destacar es el servicio y soporte al cliente, que las ICC realizan con más frecuencia en comparación al resto de empresas, 22% vs 21%, respectivamente, como se muestra en la Tabla 8.

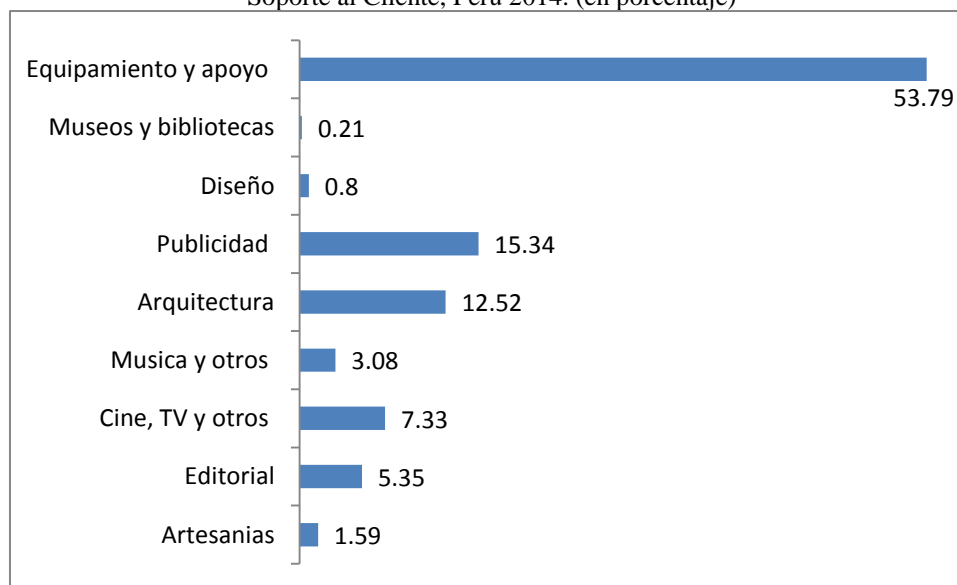
Tabla 8: Número de Empresas por Sectores Económicos Según Uso de Internet para Servicio y Soporte al Cliente, Perú 2014.

Actividad económica (número y % de empresas)	Uso de internet para servicio y soporte al cliente		Total
	No	Si	
Resto de empresas (% resto de empresas)	111,704 78.79	30,070 21.21	141,775 100
ICC (% ICC)	7,590 77.77	2,169 22.23	9,759 100
<b>Total</b>	<b>119,294</b>	<b>32,240</b>	<b>151,534</b>
<b>(% total)</b>	<b>78.72</b>	<b>21.28</b>	<b>100</b>

Nota: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

Una vez más los sectores que destacan en las ICC son los de Equipamiento y apoyo, Publicidad y Arquitectura, en relación a este uso particular de internet, como aparece en la Figura 8.

Figura 8. Distribución de Industrias Creativas y Culturales Según Uso de Internet para Servicio y Soporte al Cliente, Perú 2014. (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

## 8. Capacitación del personal

En cuanto a la capacitación brindada al personal de las empresas, la Tabla 9 muestra prácticamente la misma incidencia tanto para las ICC como para el resto de empresas, con alrededor del 42%. Dicho porcentaje es mayor que el de los sectores minero, manufacturero y de pesca y acuicultura, todos ellos con 38%.

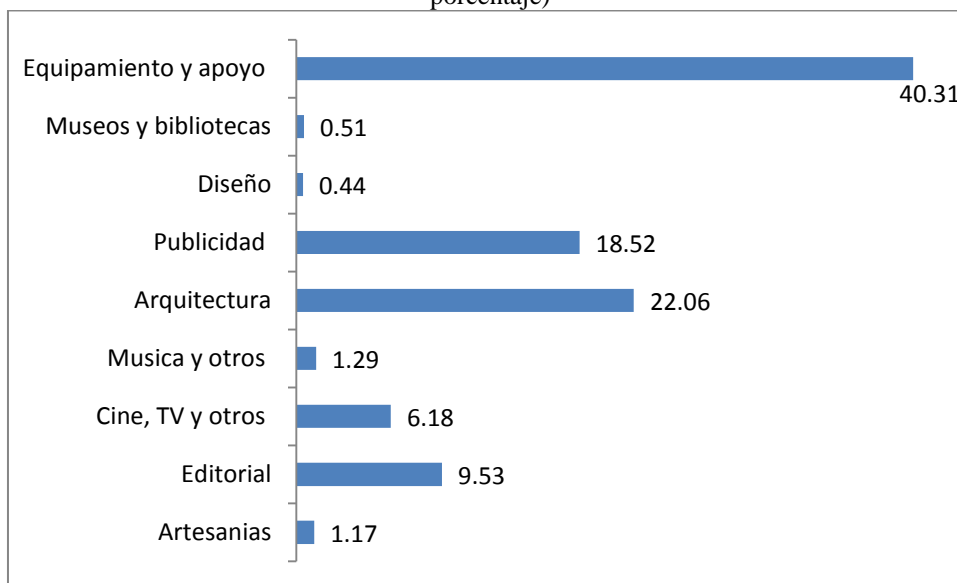
Tabla 9: *Número de Empresas por Sectores Económicos que Capacitó a su Personal, Perú 2014.*

Actividad económica (número y % de empresas)	Los colaboradores recibieron alguna capacitación		Total
	No	Si	
Resto de empresas (% resto de empresas)	98,962 57.74	72,434 42.26	171,397 100
ICC (% ICC)	5,457 58.06	3,942 41.94	9,399 100
<b>Total</b> (% total)	<b>104,420</b> <b>57.76</b>	<b>76,376</b> <b>42.24</b>	<b>180,796</b> <b>100</b>

Nota : Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

Las ICC que más capacitación brindan a sus colaboradores son nuevamente Equipamiento y apoyo, Publicidad y Arquitectura (Figura 9).

Figura 9. *Distribución de Industrias Creativas y Culturales que Capacitó a su Personal, Perú 2014. (en porcentaje)*



Fuente: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

## 9. Intensidad del capital humano

Tomando como proxy del capital humano<sup>5</sup> al nivel educativo superior<sup>6</sup> alcanzado por los colaboradores de la empresa, se calcularon rangos para los mismos a fin de calcular el nivel de conocimiento productivo demandando por las ICC en comparación al resto de empresas. La Tabla 10 muestra que el 45% de las ICC posee un rango de 80-100% de trabajadores calificados, superior al 40% del resto de las empresas para el mismo rango.

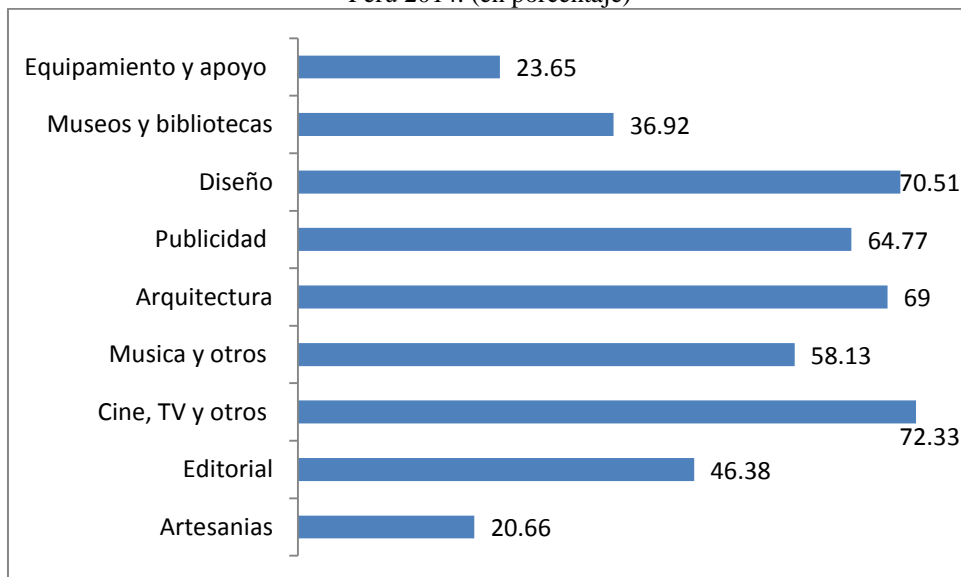
Tabla 10: Número de Empresas por Sectores Económicos según Rango de Trabajadores Calificados, Perú 2014.

Actividad económica (número y % de empresas)	Rango de trabajadores calificados					Total
	0 a 20 %	20 a 40 %	40 a 60 %	60 a 80 %	80 a 100 %	
Resto de empresas	33,528	22,469	29,164	16,734	69,502	171,397
(% resto de empresas)	19.56	13.11	17.02	40.55	40.55	100
ICC	1,454	1,343	1,129	1,173	4,300	9,399
(% ICC)	15.47	14.29	12.02	12.48	45.75	100
<b>Total</b>	<b>34,982</b>	<b>23,812</b>	<b>30,293</b>	<b>17907.24</b>	<b>73,801</b>	<b>180,796</b>
(% total)	19.35	13.17	16.76	9.9	40.82	100

Nota: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

En la Figura 10 vemos el detalle de esta variable de intensidad del capital humano para las ICC, encontrando que más del 70% de las empresas de Diseño y Cine/TV, poseen un rango de 80-100% de trabajadores calificados. A nivel sectorial, estos resultados sólo son superados por las empresas de Finanzas (75%), Educación (77%), Actividades profesionales, científicas, y técnicas (82%) y Salud (92%).

Figura 10. Distribución de Industrias Creativas y Culturales según Rango de Trabajadores Calificados, Perú 2014. (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos expandidos de la ENE 2015 (INEI, 2016).

<sup>5</sup> Conocimiento productivo que poseen los colaboradores.

<sup>6</sup> Universitaria o técnica, completa e incompleta.

## Referencias

Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2016). Encuesta Nacional de Empresas 2015. Base de datos.

McKinsey Global Institute. (2013). Disruptive technologies: Advances that will transform life, business, and the global economy. Disponible en <http://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/disruptive-technologies>.

UNESCO. (2014). *Indicadores UNESCO de Cultura Para el Desarrollo. Manual Metodológico*.