



¿Cómo vamos en el consumo de **cine y audiovisual** en el Perú?

Análisis de indicadores de asistencia al cine
y adquisición de contenidos de video desde el
2016 al 2019



PERÚ

Ministerio de Cultura



PERÚ

Ministerio de Cultura

Ministro de Cultura

Alejandro Neyra Sánchez

Viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales

Leslie Urteaga Peña

Director General de Industrias Culturales y Artes

Santiago Alfaro Rotondo

Director (e) del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios

Joanie Guerrero Mercado

Elaborado por el equipo de Gestión de la Información y el Conocimiento de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes

Alejandra Zúñiga Meneses

José Uzuriaga Ignacio

Jacqueline Sacramento Del Valle

Rosana Sáez Mollehuara

Diseñado por Ministerio de Cultura

¿Cómo vamos en el consumo de cine y audiovisual en el Perú? Análisis de indicadores de asistencia al cine y adquisición de contenidos de video desde el 2016 al 2019

Ministerio de Cultura

Av. Javier Prado Este N° 2645, San Borja -Lima Perú

www.cultura.gob.pe

Primera edición: Lima, abril de 2021

Hecho en el depósito legal de la Biblioteca Nacional del Perú N° 2021-04360 depósito legal



Este documento se publica bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-No comercial-No derivar 3.0 (CC BY-NC-ND)



Índice

Introducción.....	4
1. Asistencia a funciones de cine.....	5
Frecuencia de asistencia a funciones de cine.....	7
Modalidad de obtención de entrada a la última función de cine.....	8
Monto promedio pagado a la última función de cine.....	9
Características de la población que asistió a una función de cine.....	9
Principales razones de no asistencia a una función de cine.....	12
2. Acceso a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet.....	13
Frecuencia de la adquisición de películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet.....	15
Modalidad de acceso a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet.....	16
Monto promedio pagado por la adquisición de películas y otros contenidos audiovisuales a través de descargas o acceso por internet.....	17
Características de la población que adquirió películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet.....	17
Principales razones por la que no se adquirió películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet.....	20
3. Acceso a películas y otros contenidos de video a través mediante CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	21
Frecuencia de adquisición de películas y otros contenidos de video en CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	23
Modalidad de obtención de películas y otros contenidos de video en CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	24
Monto promedio pagado la adquisición de películas y otros contenidos de video en CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	25
Características de la población que adquirió películas y otros contenidos en video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	25
Principales razones por la que no se adquirió película y otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos.....	28
Conclusiones.....	30



Introducción

Desde el 2016, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y de la mano con el Ministerio de Cultura, incorporó un módulo de preguntas en la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (ENAPRES) sobre el ejercicio de los derechos culturales de la población peruana, con el objetivo de poder realizar seguimiento a los principales indicadores de acceso y consumo de los bienes y servicios culturales en el Perú¹.

A partir de la ENAPRES es posible construir indicadores para el seguimiento y evaluación de los diferentes Programas Presupuestales desarrollados por el Ministerio de Economía y Finanzas en el sector público, en el marco del Presupuesto por Resultados. La ENAPRES busca contribuir al diseño y orientación de políticas públicas para el mejoramiento de las condiciones de vida de la población. Con la ENAPRES, a partir del 2016, las y los ciudadanos contamos información sobre asistencia al cine, adquisición de películas y contenidos de video, videojuegos, espectáculos musicales, teatro, exposiciones de artes visuales, bibliotecas, galerías, entre otros; datos que la Dirección General de las Industrias Culturales (DGIA) del Ministerio de Cultura comparte a través de sus reportes estadísticos como el presente.

En relación al consumo de cine, películas y videos, la ENAPRES identifica algunas características del consumo en la población peruana, de acuerdo a las posibilidades estadísticas del instrumento. Para ello, la ENAPRES define a las películas y otros contenidos de video como obras audiovisuales, y a una función de cine como la exhibición de una obra audiovisual, a través de un sistema de proyección (proyector cinematográfico, écran u otro) ante un público. Las funciones de cine, debido a la evolución tecnológica, pueden ser realizadas en espacios abiertos o cerrados.

En el presente reporte presentamos la evolución en el acceso al consumo de cine, películas y otros contenidos de videos durante los años 2016 y 2019, años actualmente disponibles de la ENAPRES. Se mostrará la evolución de la asistencia de la población a funciones de cine, el consumo de contenidos audiovisuales en formato virtual (mediante descarga o acceso por internet) y físico (mediante CD, Blu-ray u otros dispositivos), las diferencias que existen en el acceso según el ámbito (urbano - rural) y departamental, así como las diferencias que existen en el consumo de obras audiovisuales según la edad, nivel educativo, lengua y estratos socioeconómicos. Por último, se presentan las principales razones por las cuales las personas no asistieron a funciones de cine o no adquirieron obras audiovisuales. En cada una de estas categorías se pueden obtener diversos indicadores sobre accesibilidad, modalidad de consumo, características de la población que accede a estos bienes y servicios, entre otros.

¹ Para el sector cultural, se definieron preguntas transversales para variables sobre la participación y consumo de la población en bienes y servicios culturales en un módulo de la ENAPRES. En el 2015, el INEI y el Ministerio de Cultura capacitaron a 200 encuestadores y coordinadores de todo el país -en cada una de las definiciones utilizadas en el módulo denominado 800A de Bienes y servicios culturales, que se empezó a aplicar desde el 2016.

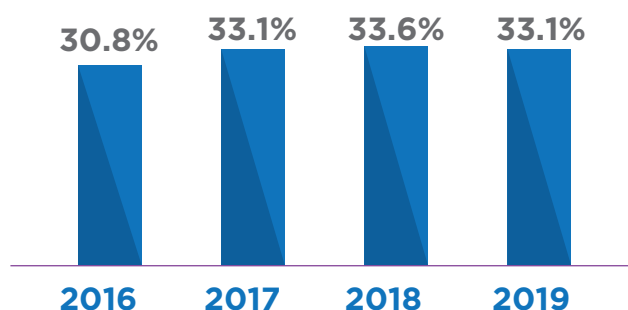


1. Asistencia a funciones de cine

Según la ENAPRES, el 33.1% de la población peruana de 14 años a más asistió al menos una vez a una función de cine en el 2019, aproximadamente 8.3 millones de personas. Asimismo, en los últimos cuatro años registrados por la encuesta, vemos que solo se dio un aumento significativo entre el 2016 y el 2017. A partir de este último año hasta el 2019, el porcentaje de asistencia se ha mantenido constante.

Gráfico N° 1.01

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a una función de cine 2016-2019

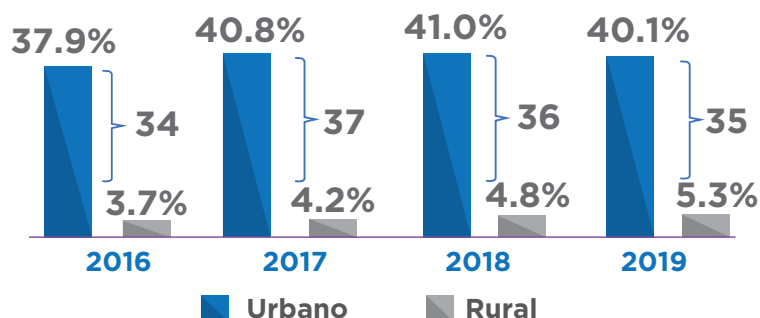


Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Según el área geográfica, en el 2019 la asistencia a funciones de cine fue mayor en el ámbito urbano (40.1%) que en el rural (5.3%), evidenciando una amplia brecha de 35 puntos porcentuales; la cual se mantiene casi constante a lo largo de los cuatro años. Asimismo, entre el 2016 y 2019, en áreas rurales el porcentaje de asistencia a funciones de cine se ha incrementado lentamente, pasando de 3.7% a 5.3%. En el área urbana este porcentaje se ha mantenido prácticamente constante en los últimos tres años evaluados.

Gráfico N° 1.02

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a una función de cine, según área geográfica 2016-2019



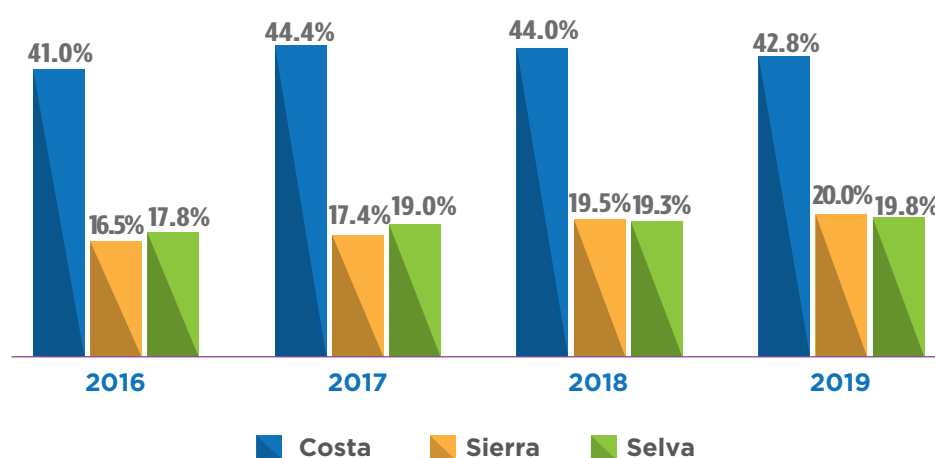
Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por región natural, el mayor porcentaje de asistencia a funciones de cine en el 2019 se observa en la costa, con un 42.8%, seguido por la sierra con 20% y la selva con 19.8%. En estas dos últimas regiones naturales se observa un crecimiento constante, aunque con muy reducidas variaciones: En la sierra pasó de 17% (1.2 millones de personas) en el 2016 a 20% (1.5 millones de personas) en el 2019; en la selva de 18% (488 mil personas) en el 2016 a 20% (580 mil personas) en el 2019².

Gráfico N° 1.03

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a una función de cine, según región natural 2016 - 2019



Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

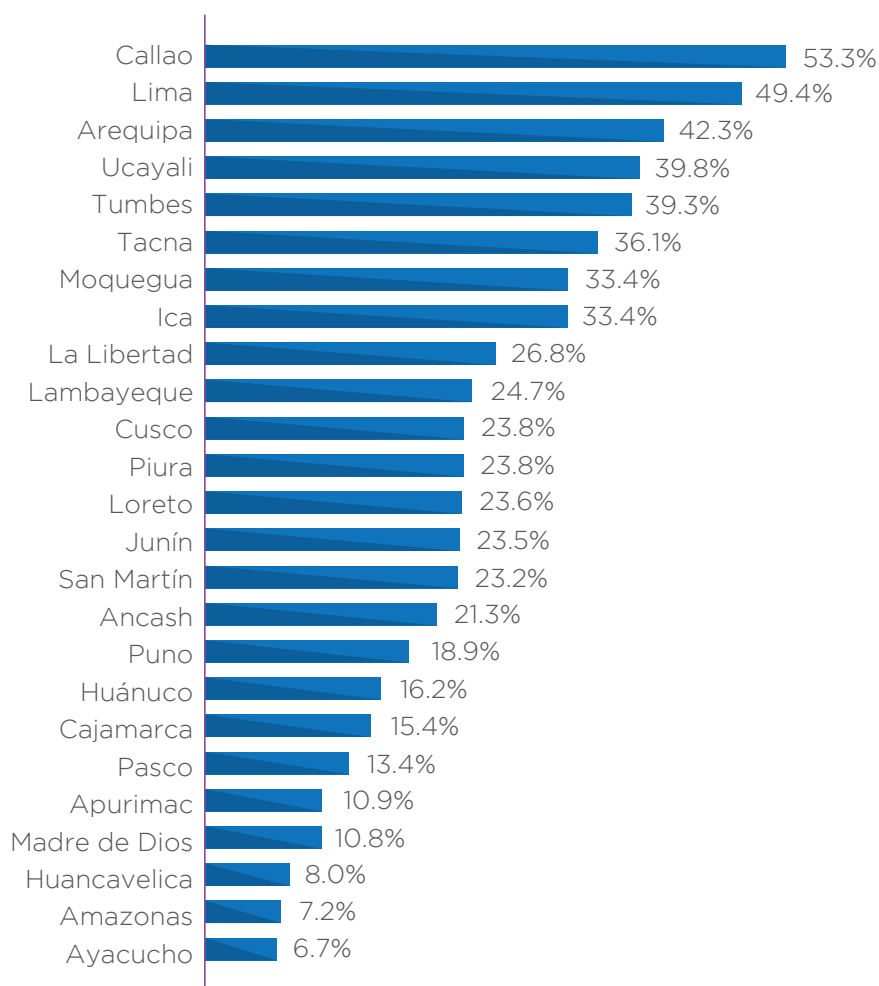
Si analizamos la asistencia a funciones de cine a nivel de departamento³, en el año 2019 se observa que el mayor grado de asistencia se encuentra en la provincia constitucional del Callao con un 53.3% de la población de 14 años a más, seguido de Lima con 49.4%, Arequipa con 42.3% y Ucayali con 39.8%. Por otro lado, los departamentos que asistieron menos funciones cinematográficas fueron: Ayacucho (6.7%), Amazonas (7.2%) y Huancavelica (8%).

² Número de población aproximada.

³ Incluye los 24 departamentos y la Provincia Constitucional del Callao

**Gráfico N° 1.04**

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a una función de cine, según departamento durante el 2019



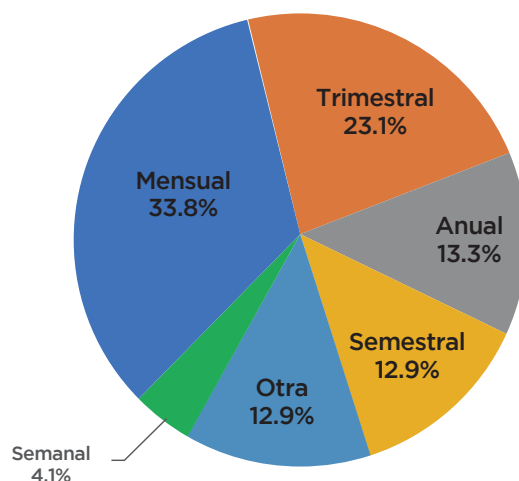
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Frecuencia de asistencia a funciones de cine

Con los resultados de la ENAPRES podemos conocer la frecuencia con la que las personas asistieron a funciones de cine durante el 2019. En primer lugar, cerca de la tercera parte (33.8%) de los que asisten a una función de cine declararon que lo hacen una vez cada mes, es decir aproximadamente 2.8 millones de personas mayores de 14 años. En segundo lugar, el 23% de las personas que asisten lo hacen cada tres meses, equivalente a 1.9 millones de peruanos. Las personas que asisten con más frecuencia (una vez por semana) solo representan el 4.1% de las personas que acceden a estos servicios.


Gráfico N° 1.05

Frecuencia de asistencia a una función de cine, 2019
(Porcentaje)



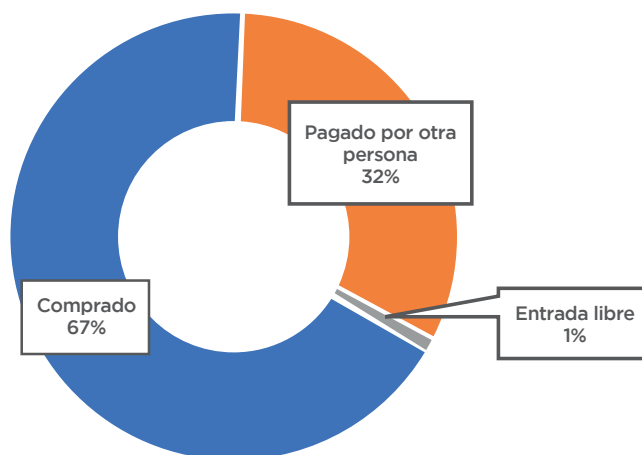
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Modalidad de obtención de entrada a la última función de cine

En la ENAPRES se preguntó por la modalidad por la que consiguieron su entrada a la última función de cine a la que asistieron, pudiendo ser comprada, pagada por otra persona, entrada libre, u otra modalidad. Encontramos que la principal modalidad para acceder a estas exhibiciones es mediante la compra de la entrada (67%). El segundo mayor porcentaje (32%) lo conforman las personas que ingresaron a estas funciones como "invitados" al obtener su entrada por medio de otra persona.

Gráfico N° 1.06

Modalidad de entrada para el último evento de la población que ha asistido a una función de cine durante el año 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

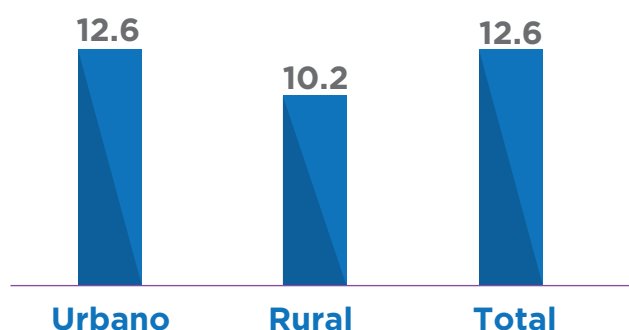


Monto promedio pagado a la última función de cine

El precio promedio que pagan las personas por una entrada a una función de cine es de S/ 12.6 a nivel nacional. A nivel urbano, este monto es el mismo; sin embargo, en el ámbito rural el monto promedio para estas funciones es de S/ 10.2.

Gráfico N° 1.07

Monto promedio pagado por la entrada o ticket de ingreso a una función de cine, según área geográfica en el 2019



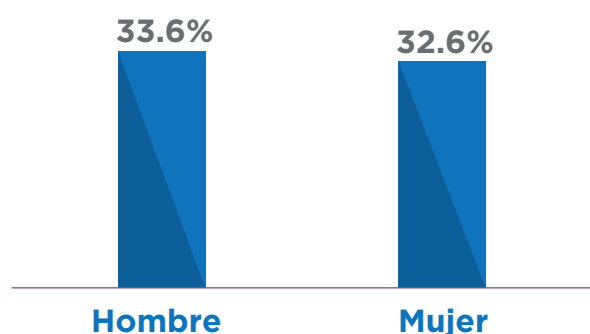
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Características de la población que asistió a una función de cine

La diferencia en la asistencia a funciones de cine según sexo es mínima, según la ENAPRES. En el 2019 el porcentaje de hombres y mujeres que asistían a estos espectáculos fue de 33.6% y 32.6%, respectivamente, lo que significó una diferencia de 1 punto porcentual.

Gráfico N° 1.08

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a una función de cine, según sexo durante el 2019



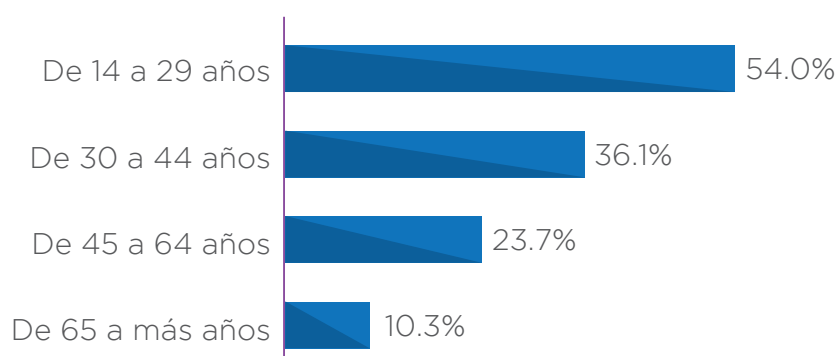
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Las personas en el rango de edad más joven (14 – 29 años) son quienes asisten en mayor porcentaje a funciones de cine (54%); es decir, uno de cada dos peruanos de ese rango de edad asistió a una función de cine en los últimos doce meses previos a la encuesta. En segundo lugar, se encuentran los adultos de 30 a 44 años, con un 36.1%. Podemos ver que mientras el grupo etario es más longevo, la asistencia a funciones de cine se reduce.

Gráfico N° 1.09

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a una función de cine, según grupo de edades durante el 2019

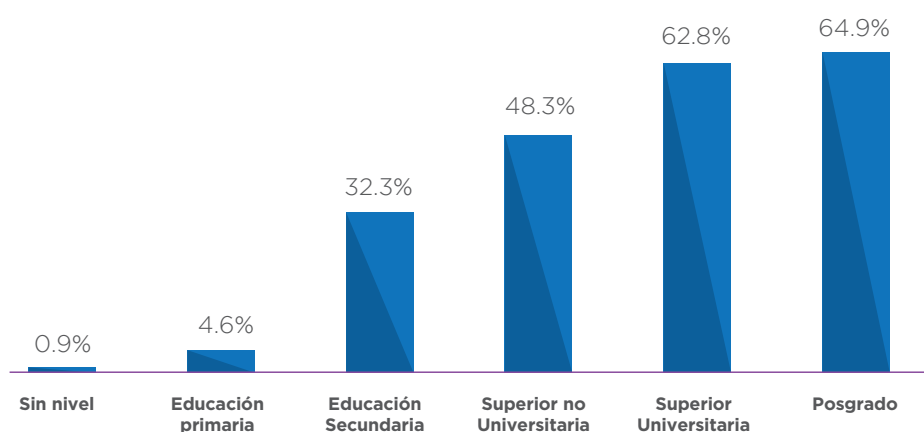


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Por nivel educativo, la asistencia a funciones de cine se acentúa mientras mayor sea el nivel de estudios alcanzado. Se observa que más del 60% de las personas que obtuvieron estudios universitarios o que lograron un postgrado, asisten a estas exhibiciones. Por el lado contrario, el menor porcentaje de asistencia se encuentra en la población que accedió a ningún nivel de estudio (0.9%) o que solo logró culminar la educación primaria (4.6%). Entre los dos extremos observados (postgrado y sin nivel), la diferencia en la asistencia a funciones de cine es de 64 puntos porcentuales.

Gráfico N° 1.10

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a una función de cine, según nivel educativo durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



El porcentaje de asistencia a funciones de cine tiende a incrementarse en los estratos socioeconómicos más altos. En el caso del estrato más alto (estrato A), el 50.1% de las personas asistió al menos una vez a estas exhibiciones en los últimos 12 meses previos a la encuesta. Por otro lado, en el caso del estrato socioeconómico más bajo (estrato E), el porcentaje de asistencia fue de 28%, 5 puntos porcentuales por debajo del porcentaje de asistencia a nivel nacional del 2019.

Gráfico N° 1.11

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a una función de cine, según estrato socioeconómico durante el 2019

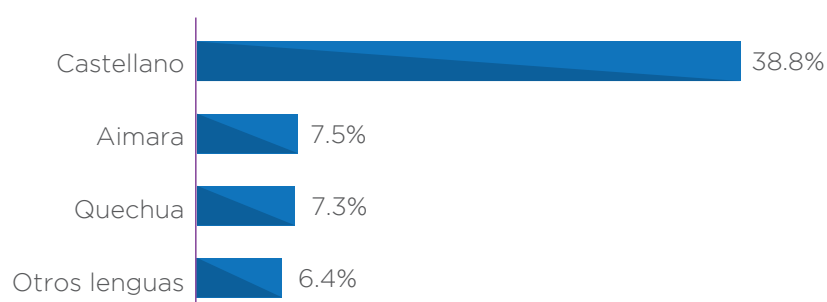


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, también encontramos importantes diferencias cuando vemos la asistencia a funciones de cine según la lengua materna. El 38.8% de las personas que tienen como lengua materna el castellano asistió al menos a una función de cine durante los últimos 12 meses previos a la encuesta del 2019. En el caso de las personas que tienen como lengua materna el aimara o el quechua, el porcentaje fue de sólo 7.5% y 7.3% respectivamente.

Gráfico N° 1.12

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha asistido a una función de cine, según idioma materno durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

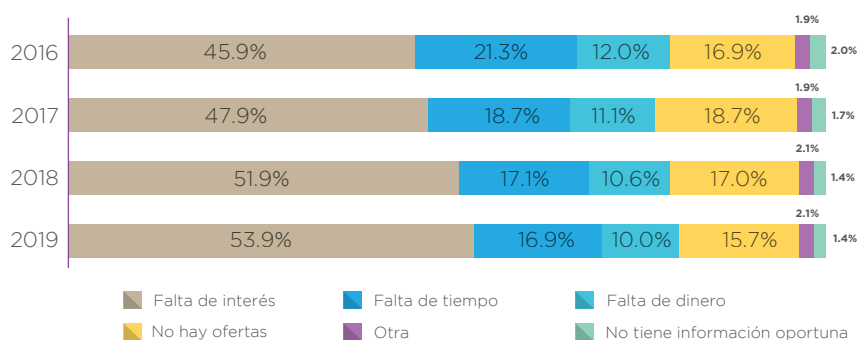


Principales razones de no asistencia a una función de cine

Entre las razones por las que las personas no asisten a funciones de cine encontramos que la principal es por falta de interés (53.9% en el 2019). También se observa que este motivo se ha hecho más importante en los últimos años. Mientras que en el 2016 el 45.9% de las personas declaraban que no asistían a funciones de cine por falta de interés, en el 2019 este porcentaje se incrementó hasta un 53.9%. El segundo principal motivo de inasistencia en el 2019 fue la falta de tiempo (16.9%), el cual ha disminuido desde el 2016, seguido por la falta de oferta (15.7%) y la falta de dinero (10%). Los porcentajes que ocupan estas tres últimas razones de inasistencia se han reducido en los últimos años.

Gráfico N° 1.13

Principales motivos de inasistencia a las funciones de cine
2016 - 2019

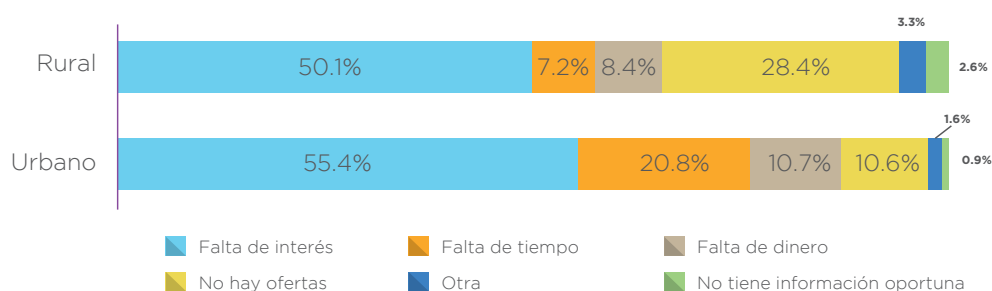


Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Enfocándonos en el 2019, vemos que, tanto en el ámbito rural como urbano, la principal razón de inasistencia a funciones de cine es la falta de interés. Por otro lado, en el caso del ámbito urbano, el segundo principal motivo de inasistencia es la falta de tiempo (20.8%), mientras que, en el ámbito rural, esta segunda razón corresponde a la falta de oferta de estas exhibiciones (28.4%).

Gráfico N° 1.14

Principales motivos de inasistencia a las funciones de cine, según
área geográfica en el año 2019



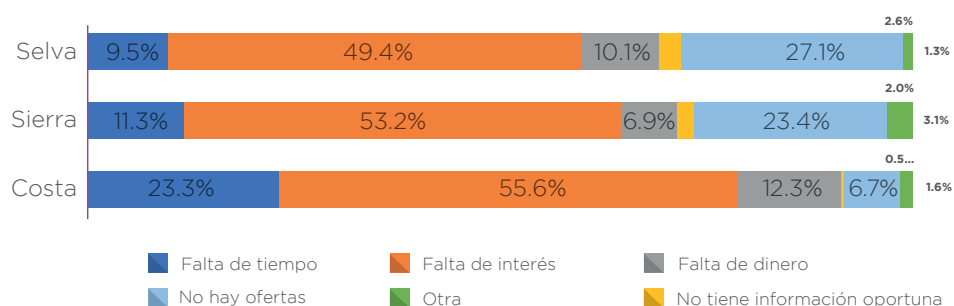
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



A nivel de regiones naturales, vemos que la falta de interés es la principal razón de inasistencia a funciones de cine en la costa, sierra y selva. Sin embargo, mientras que en la costa el segundo principal motivo de inasistencia es la falta de tiempo (23.3%), en la selva y la sierra es la falta de oferta de funciones de cine.

Gráfico N° 1.15

Principales motivos de inasistencia a las funciones de cine, según región natural durante el año 2019



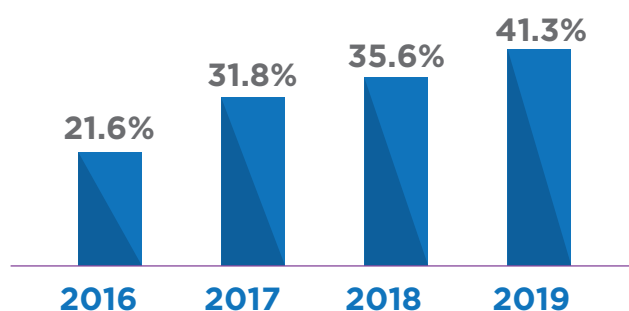
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

2. Acceso a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet

El acceso a películas y/u otros contenidos audiovisuales a través de internet en la población ha crecido en los últimos años. Según la ENAPRES, en el 2019 el 41.3% de la población mayor a 14 años (10.3 millones de personas) adquirió contenidos audiovisuales al menos una vez, a través de descarga o por acceso a internet. Este porcentaje es mayor al alcanzado en el 2018 por 5.7 puntos porcentuales, y mayor al de 2016 por 19.7 puntos porcentuales.

Gráfico N° 2.01

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, 2016-2019



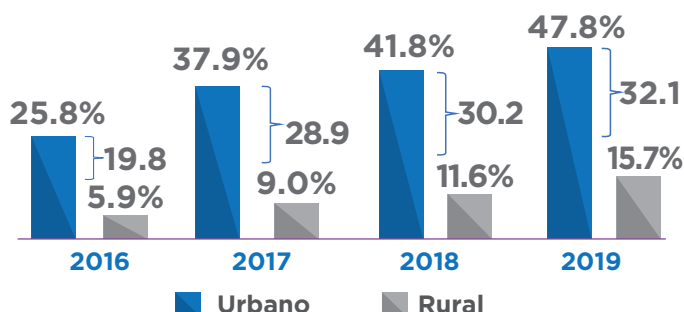
Fuente: ENAPRES 2016 – 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



En el 2019 la adquisición de contenidos audiovisuales a través de descarga o acceso por internet fue mayor en el ámbito urbano (47.8%) que en el rural (15.7%), evidenciando una brecha de 32.1 puntos porcentuales. En comparación a años anteriores, esta brecha se ha ampliado, pasando de 19.8 puntos porcentuales en el 2016 a 30.2 en el 2018, hasta llegar a 32.1 en el último año analizado. A pesar de estas divergencias entre áreas geográficas, entre el 2016 y 2019 el porcentaje de adquisición de contenidos audiovisuales por medios virtuales en áreas rurales se ha incrementado, pasando de un 5.9% en el 2016 a 15.7% en el último año del que se tiene información.

Gráfico N° 2.02

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, 2016 - 2019

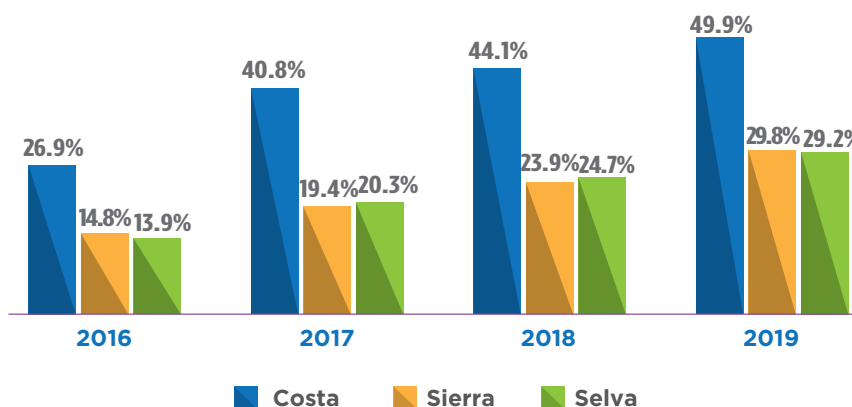


Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Por región natural, en el 2019, la costa tiene el mayor porcentaje de acceso a contenidos audiovisuales a través de descarga o acceso por internet con un 49.9%, seguido por la sierra (29.8%) y la selva (29.2%). Entre el 2016 y el 2019, en las tres regiones, el porcentaje de acceso a contenidos audiovisuales en formato virtual se incrementó en más de 15 puntos porcentuales, siendo la costa la región con el mayor incremento.

Gráfico N° 2.03

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, 2016 - 2019



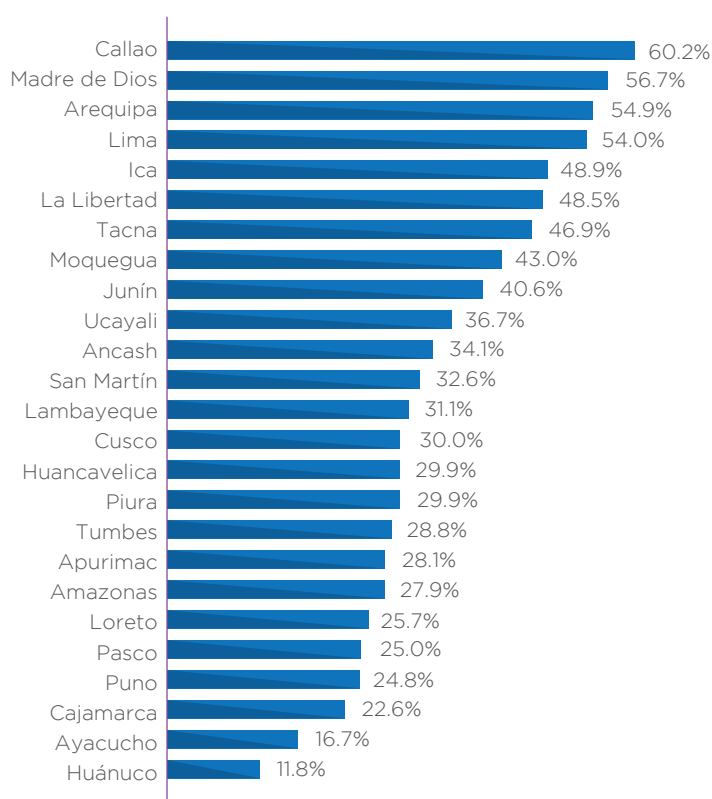
Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



A nivel de departamentos, encontramos el mayor porcentaje de adquisición de contenidos audiovisuales mediante descargas o acceso por internet en la provincia constitucional del Callao con un 60.2% de la población (mayor de 14 años), seguido del departamento de Madre de Dios con 56.7% y Arequipa con 54.9%. Por otro lado, los departamentos que menos adquirieron películas u otros contenidos audiovisuales a través de descargas o acceso por internet fueron: Huánuco (11.8%), Ayacucho (16.7%) y Cajamarca (22.6%).

Gráfico N° 2.04

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, según departamento durante el 2019



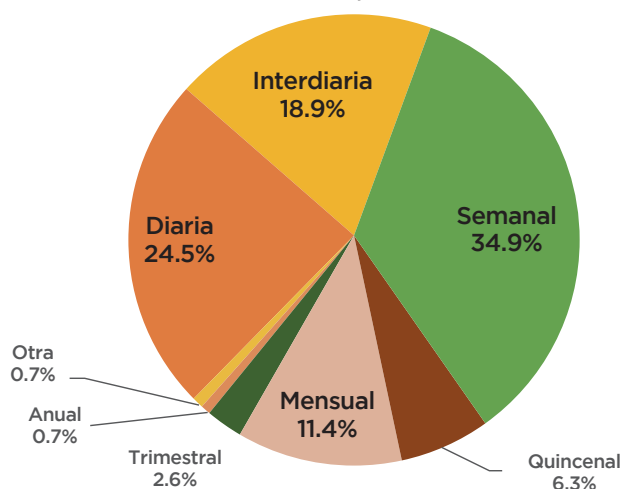
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Frecuencia de la adquisición de películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet

La ENAPRES del 2019 permite encontrar la frecuencia con la que las personas adquirieron películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet. En primer lugar, el 34.9% de las personas que adquieren contenidos audiovisuales a través de estos medios lo hace de manera semanal. En segundo lugar, están los que adquieren contenidos audiovisuales de modo virtual diariamente (24.5%), mientras que en tercer lugar se encuentran los que lo hacen de manera inter diaria (18.9%).


Gráfico N° 2.05

Frecuencia de asistencia ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet , 2019
(Porcentaje)



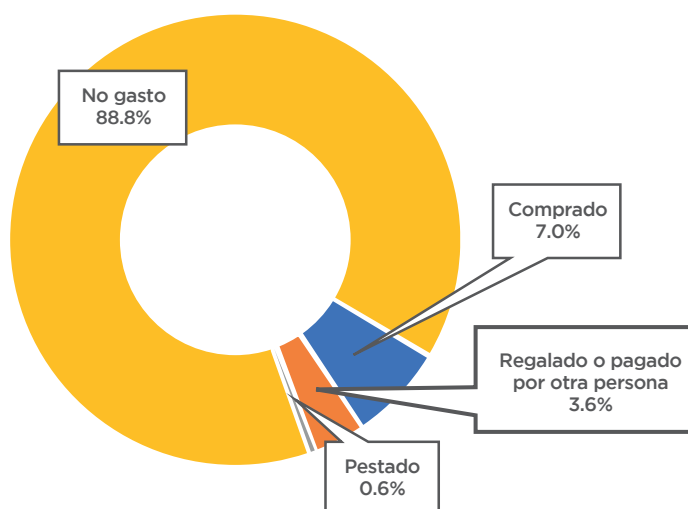
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Modalidad de acceso a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet

La mayoría de personas que acceden a contenidos audiovisuales mediante descarga o acceso por internet no gastó para realizar la última adquisición de estos bienes (88.8%). Por otro lado, el 7% realizó un pago para adquirir películas y otros contenidos de video en estos formatos. Un porcentaje menor (3.6%) señaló que accedió a estos bienes por medio del pago de otra persona.

Gráfico N° 2.06

Modalidad de entrada para el último evento de la población que ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet durante el año 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

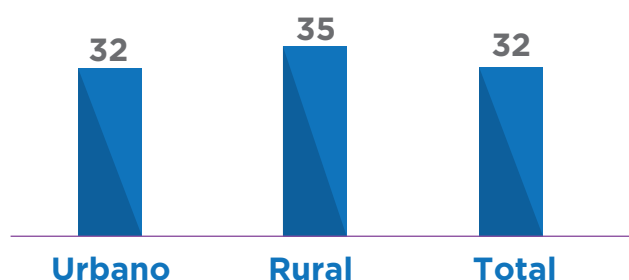


Monto promedio pagado por la adquisición de películas y otros contenidos audiovisuales a través de descargas o acceso por internet

Encontramos que el monto promedio pagado por la adquisición de contenidos audiovisuales a nivel nacional fue de S/ 32 en el 2019. Este monto fue el mismo en el ámbito urbano, mientras que en el área rural el monto promedio gastado fue de S/ 35, tres soles por encima del promedio nacional. No obstante, no se puede determinar que estos sean los montos que son pagados por una película, serie o por suscripción a formatos streaming como Netflix.

Gráfico N° 2.07

Monto promedio pagado por la adquisición de películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet , según área geográfica en el 2019



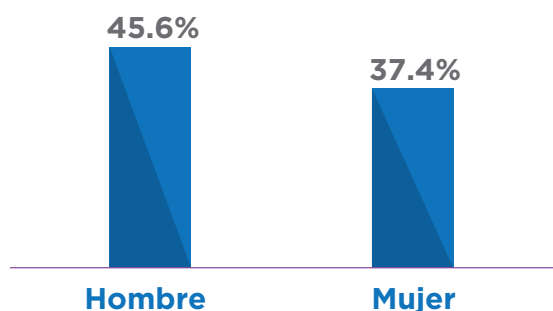
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Características de la población que adquirió películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet

Existe una brecha por género en la adquisición de contenidos audiovisuales a través de descargas o acceso por internet. En el 2019, el porcentaje de hombres y mujeres que accedían a estos productos digitales fue de 45.6% y 37.4%, respectivamente, lo que significó una diferencia de 8.2 puntos porcentuales.

Gráfico N° 2.08

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, según sexo durante el 2019



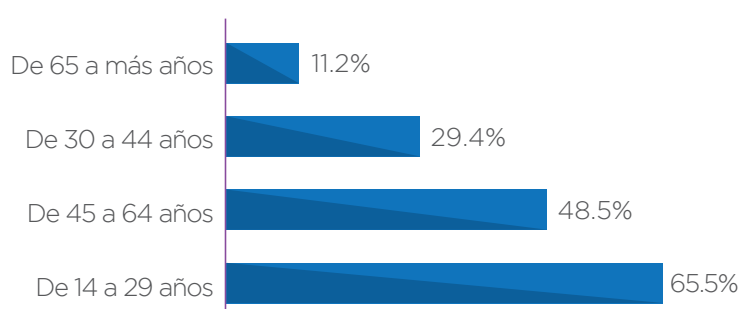
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por grupo de edades, se puede ver que las personas en el rango de edad más joven (14 – 29 años) son quienes adquieren contenidos audiovisuales en formato virtual en mayor porcentaje (65.5%), seguido por los adultos de 30 a 44 años (48.5%). Asimismo, vemos que mientras el grupo etario es más longevo, la adquisición de películas y otros contenidos en video por medios virtuales se reduce. Entre el grupo etario más joven y el más longevo, el porcentaje de adquisición se diferencia en 54.3 puntos porcentuales.

Gráfico N° 2.09

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, según grupo de edades durante el 2019

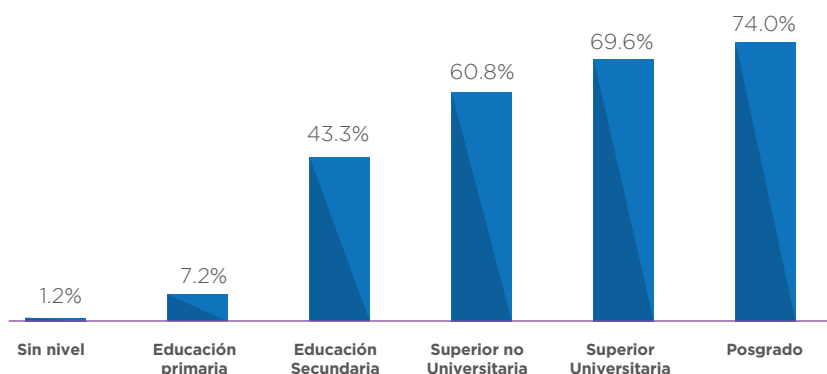


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

La adquisición de contenidos audiovisuales por medio de descargas o acceso por internet se intensifica mientras el nivel de estudios alcanzado sea mayor. En el 2019, el 74% de las personas con postgrado accedió a películas o videos a través de internet, de manera similar el 69.6% de las personas con estudios universitarios accedió. Sin embargo, de las personas con educación primaria sólo el 7.2% logro acceder a estos bienes y de las personas que no accedieron a ningún nivel de estudio sólo el 1%. Es decir, una de cada cien personas sin nivel de estudios logra acceder a contenidos audiovisuales a través de formato virtual.

Gráfico N° 2.10

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, según nivel educativo durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



El porcentaje de adquisición de películas o videos mediante descargas o internet tiende a incrementarse conforme aumentan los estratos socioeconómicos. En el caso del estrato más alto (estrato A), el 57.5% de las personas adquirió al menos una vez estos bienes en los últimos 12 meses previos a la encuesta. Por el lado contrario, en el caso del estrato más bajo (estrato E), el porcentaje que adquirió estos bienes fue de 41.7%.

Gráfico N° 2.11

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, según estrato socioeconómico durante el 2019

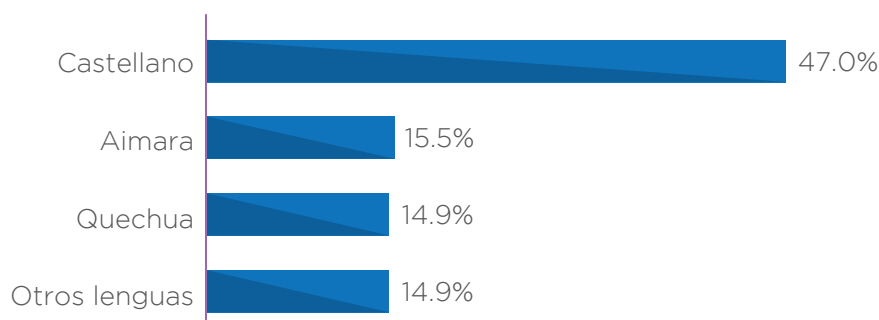


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, también encontramos diferencias en la adquisición de estos bienes cuando clasificamos a la población por lengua materna. El 47% de las personas que tiene como lengua materna el castellano realizó estas adquisiciones. Sin embargo, los grupos poblacionales con lengua materna quechua y aimara muestran un porcentaje mucho menor de adquisición, 15.5% y 14.9% respectivamente. Entre el primer y segundo grupo con mayor porcentaje (castellano y quechua), la diferencia es de 31.5 puntos porcentuales.

Gráfico N° 2.12

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, según lengua materna durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

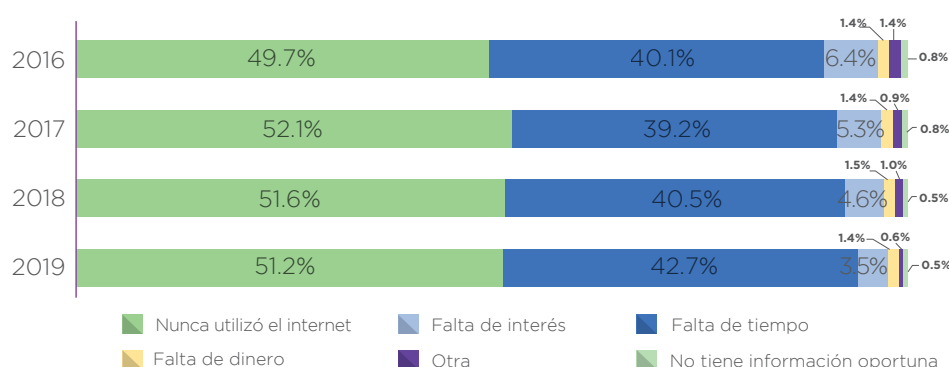


Principales razones por la que no se adquirió películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet

La falta de conectividad es la principal razón o motivo por el cual las personas no adquirieron películas u otros contenidos de video por internet o descargas. En el 2019, el 51.2% de las personas que no consumieron este bien (equivalente a un 7.2 millones de personas) señalan que el principal motivo es porque nunca usó internet. Desde el 2016, este ha sido la principal razón para que las personas no accedan a estos bienes digitales. En segundo lugar, se encuentra la falta de interés (42.7%, equivalente a un 6.3 millones de personas en el 2019), que ha mantenido su importancia en los cuatro años analizados.

Gráfico N° 2.13

Principales motivos NO ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet
2016 - 2019

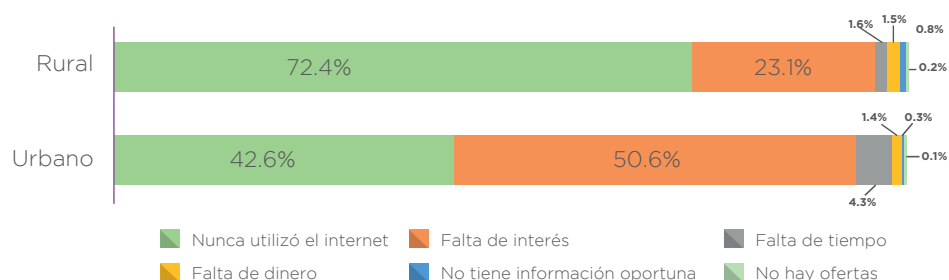


Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Enfocándonos en el 2019, en el ámbito rural, la principal razón para no adquirir contenidos audiovisuales a través de descargas o conexión a internet es la falta de conectividad (72.4%), mientras que, en el caso del ámbito urbano, la principal razón para no adquirir estos bienes es la falta de interés (50.6%). Por otro lado, la segunda principal razón para no adquirir contenidos visuales en el ámbito rural es la falta de interés (23.1%), mientras que en el ámbito urbano esta corresponde a la falta de conexión a internet (42.6%).

Gráfico N° 2.14

Principales motivos NO ha accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, según área geográfica en el año 2019



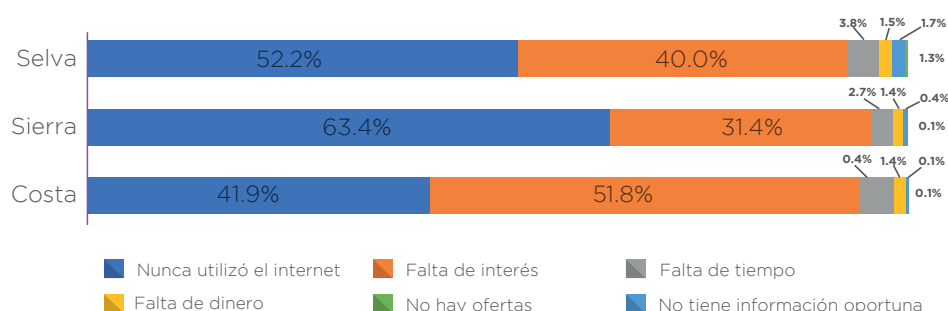
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



En la sierra y selva, la falta de conectividad es la principal razón por la que las personas no acceden a contenidos audiovisuales. En el caso de la costa la principal causa de esta falta de acceso es la falta de interés (51.8%). Por otro lado, en el caso de la costa, el segundo principal motivo de inasistencia es la falta de conectividad (41.9%), mientras que en la selva y la sierra este segundo motivo corresponde a la falta de oferta de interés.

Gráfico N° 2.15

Principales motivos de NO haber accedido a películas y otros contenidos de video a través de descargas o acceso por internet, según región natural durante el año 2019



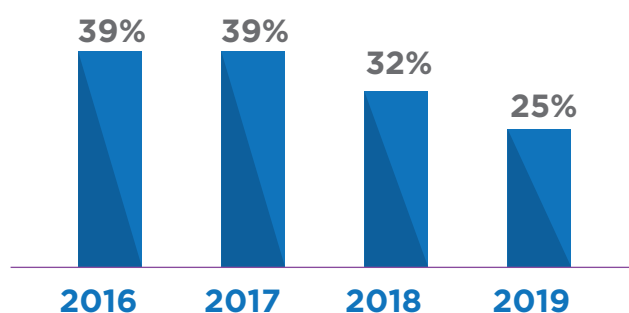
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

3. Acceso a películas y otros contenidos de video a través mediante CD, Blu-ray u otros dispositivos

De acuerdo a la ENAPRES, en el 2019 el 25% de la población peruana mayor de 14 años adquirió al menos una vez películas y otros contenidos de video mediante CD, Blu-ray u otros dispositivos (6.3 millones de personas aproximadamente). Este porcentaje se ha ido reduciendo en cada año, pasando de 39% en el 2016 (9 millones de personas aproximadamente) a 25% en el último año analizado, lo cual ha significado una reducción de 14 puntos porcentuales.

Gráfico N° 3.01

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, blu-ray u otros dispositivos, 2016 - 2019



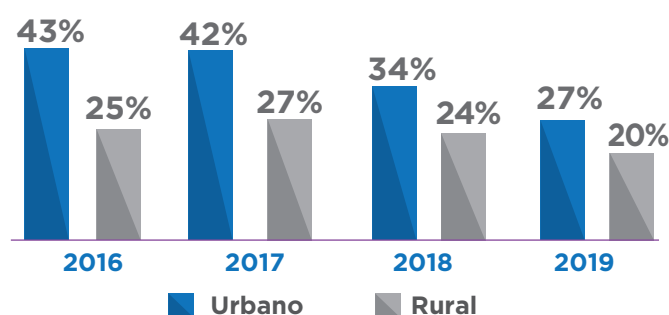
Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Si vemos los porcentajes por área geográfica en el 2019, la adquisición de contenidos audiovisuales mediante CD, Blu-ray u otros dispositivos fue mayor en el ámbito urbano (27%) que en el rural (20%). Esta brecha se ha ido reduciendo en la medida que el porcentaje de adquisición ha disminuido en ambas áreas geográficas. Asimismo, la reducción en el consumo de contenidos audiovisuales en estos formatos ha sido más rápida en el área urbana, pasando de un 43% en el 2016 a un 27% en el último año analizado.

Gráfico N° 3.02

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, 2016 - 2019

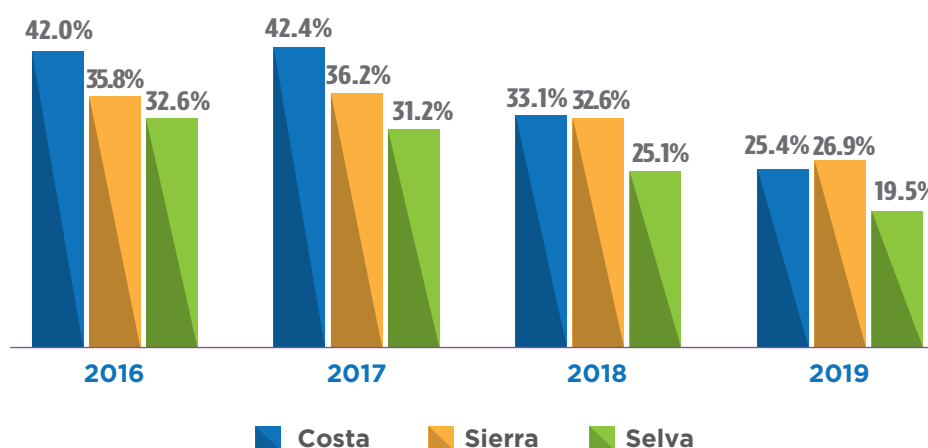


Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Para el año 2019, el mayor porcentaje de adquisición de contenidos audiovisuales a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos se localizó en la sierra con un 27%, seguido por la costa con un 25% y la selva con un 19.5%. Estos porcentajes son menores a los que cada región tenía en el 2016. Asimismo, en los últimos dos años, estos porcentajes se han reducido en las tres regiones.

Gráfico N° 3.03

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, blu-ray u otros dispositivos, 2016 - 2019



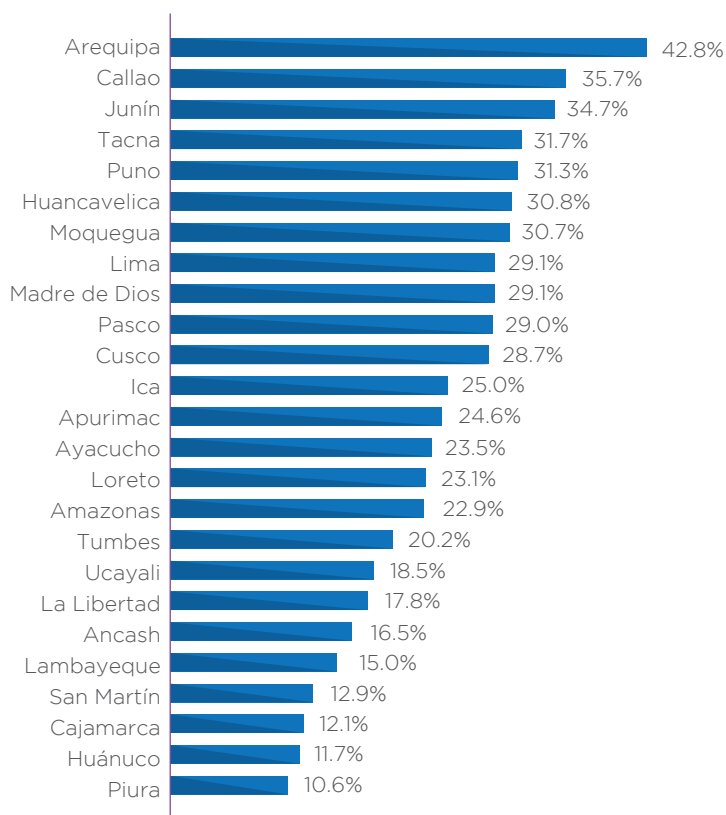
Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



La adquisición de películas y otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos en el 2019 fue mayor en Arequipa, con un 42.8% de la población (mayor de 14 años), seguido por la provincia constitucional del Callao con 35.7% y Junín con 34.7%. Por otro lado, los departamentos que adquirieron contenidos audiovisuales a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos en menor porcentaje fueron: Piura (10.6%) Huánuco (11.7%) y Cajamarca (12.1%).

Gráfico N° 3.04

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, según departamento durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

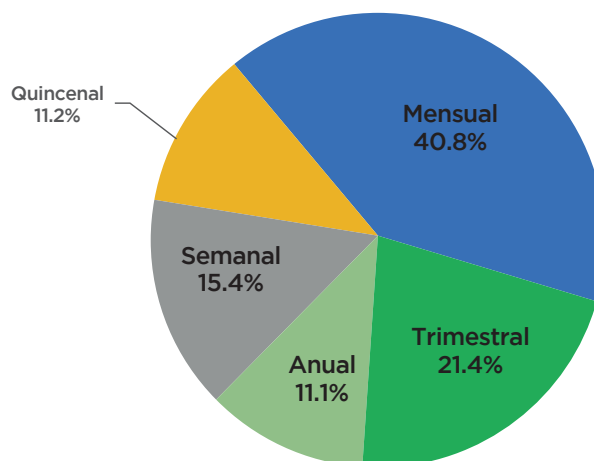
Frecuencia de adquisición de películas y otros contenidos de video en CD, Blu-ray u otros dispositivos

En primer lugar, el 40.8% de personas que adquirieron películas en CD, Blu-ray u otros lo hicieron de manera mensual. En segundo lugar, el 21.4% de estas personas lo realizaron de manera trimestral, mientras que 15.4% de manera semanal. Otras modalidades registradas fueron las inter diarias y diarias, pero ocuparon menos del 0.05%, por lo cual no se visualizan en la gráfica.



Gráfico N° 3.05

Frecuencia de asistencia a ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, 2019



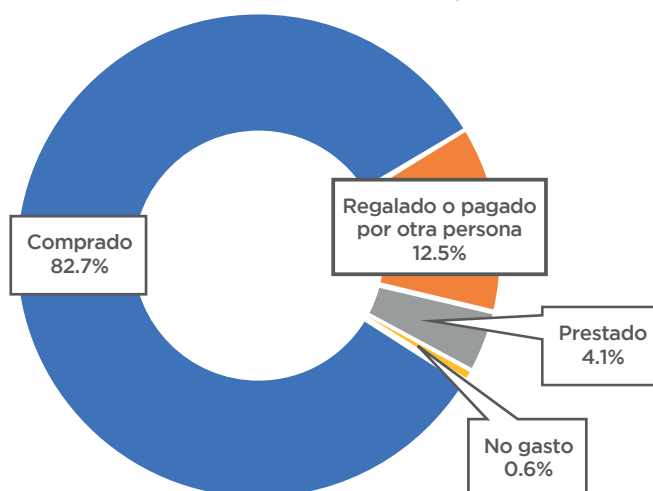
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Modalidad de obtención de películas y otros contenidos de video en CD, Blu-ray u otros dispositivos

La mayoría de personas que accedieron a contenidos audiovisuales mediante CD, blu-ray u otros dispositivos (82.7%) lo realizaron mediante compra. Por otro lado, el 12.5% de persona accedió a este a través de otra persona. Un porcentaje menor (4.1%) señaló que accedió a estos bienes como préstamo. Un porcentaje menor (0.6%) señaló que accedió a estos bienes como préstamo.

Gráfico N° 3.06

Modalidad de entrada para el último evento de la población que ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos durante el año 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

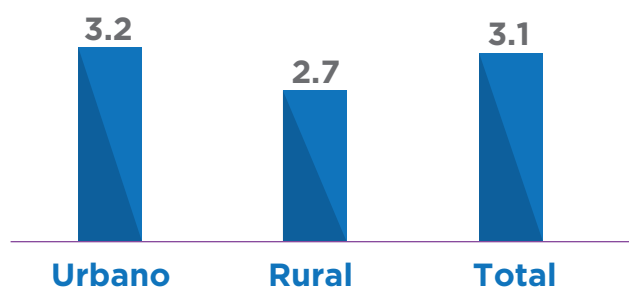


Monto promedio pagado la adquisición de películas y otros contenidos de video en CD, Blu-ray u otros dispositivos

A diferencia de lo que ocurre en la adquisición de audiovisuales por medio de internet o descarga, en los formatos físicos se encuentra un alto porcentaje de personas que adquieren estos productos pagando por ellos. Encontramos que el monto promedio pagado por películas y otros contenidos de video en uno de estos productos (Blu-ray, CD, u otros dispositivos) fue de S/ 3.1 a nivel nacional. En el ámbito urbano este monto fue prácticamente el mismo, mientras que en el área rural el monto promedio fue menor por 40/100 soles.

Gráfico N° 3.07

Monto promedio pagado por la adquisición de películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, según área geográfica en el 2019



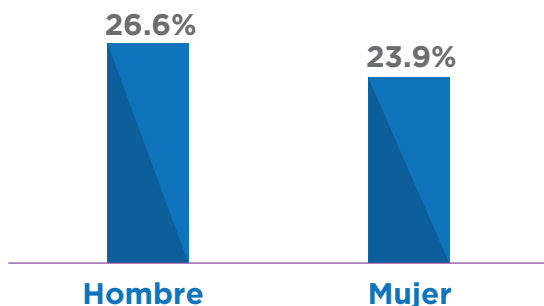
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Características de la población que adquirió películas y otros contenidos en video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos

En el 2019 el porcentaje de hombres y mujeres que adquirirían contenidos audiovisuales a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos fue de 26.6% y 23.9%, respectivamente, lo que significó una diferencia de 2.7 puntos porcentuales. Esto representa una brecha menor a la que se encontraba en el acceso a estos bienes a través de descarga o conexión por internet.

Gráfico N° 3.08

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, según sexo durante el 2019



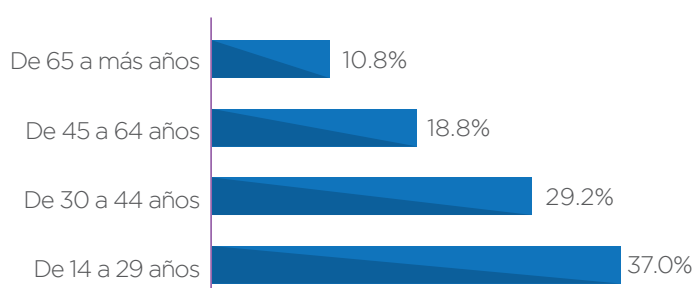
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por grupo de edades, se puede ver que las personas en el rango de edad más joven (14 – 29 años), son quienes más adquieren contenidos audiovisuales en CD, Blu-ray u otros dispositivos (37%), seguido por los adultos de 30 a 44 años (29.2%). Asimismo, vemos que mientras el grupo etario es más longevo, la adquisición de películas y otros contenidos en video por los medios señalados se reduce. Esto es similar a lo que ocurre en la adquisición de contenidos audiovisuales a través de medios virtuales.

Gráfico N° 3.09

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, según grupo de edades durante el 2019

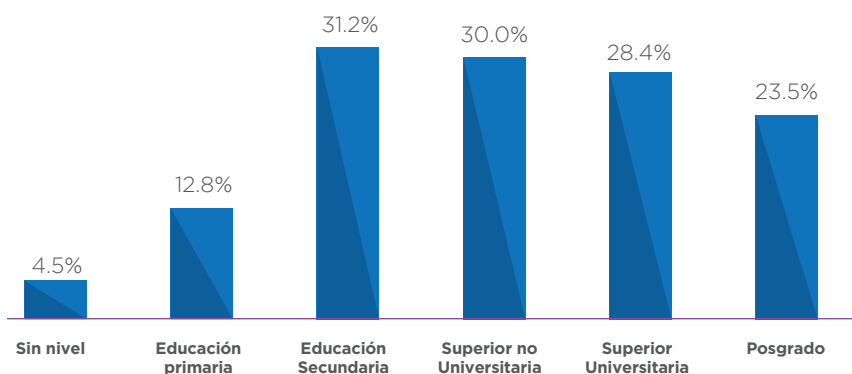


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Por nivel educativo, la adquisición de contenidos audiovisuales por medio de CD, Blu-ray u otros dispositivos no tiene una tendencia clara, a diferencia de lo que se tenía en la adquisición mediante descargas o acceso por internet. En el 2019 el mayor porcentaje de adquisición de contenidos audiovisuales en los formatos físicos se encontraba en las personas que solo alcanzaron la educación secundaria (31%). A partir de este punto, los porcentajes se reducen a medida que se alcanza un mayor nivel de educativo. Por el lado contrario, este porcentaje de adquisición era menor en las personas que no accedieron a ningún nivel de estudio (4.5%).

Gráfico N° 3.10

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, según nivel educativo durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



A nivel de estratos socioeconómicos, vemos una tendencia en la adquisición de contenidos audiovisuales a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos. Mientras más alto sea el estrato, el porcentaje de adquisición se va reduciendo. Sin embargo, también se observa que entre los dos estratos más bajos (E y D) el porcentaje de adquisición es similar.

Gráfico N° 3.11

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, según estrato socioeconómico durante el 2019

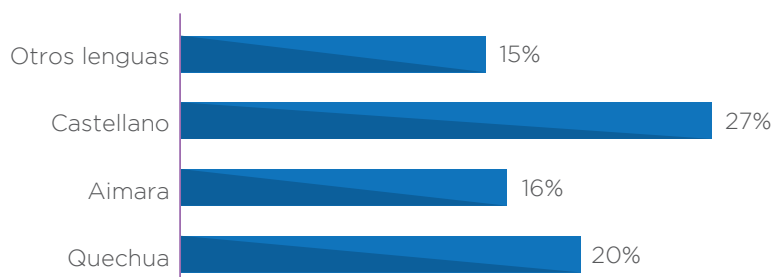


Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

Finalmente, también encontramos diferencias en la adquisición de contenidos audiovisuales por medio de CD, Blu-ray u otros dispositivos, cuando clasificamos a la población por lengua materna. Las personas que tienen como lengua materna el castellano son las que realizan mayormente estas adquisiciones (27%), seguido por las personas que aprendieron a hablar con el quechua (20%) y aimara (16%).

Gráfico N° 3.12

Porcentaje de la población que durante los últimos 12 meses ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, según idioma materno durante el 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

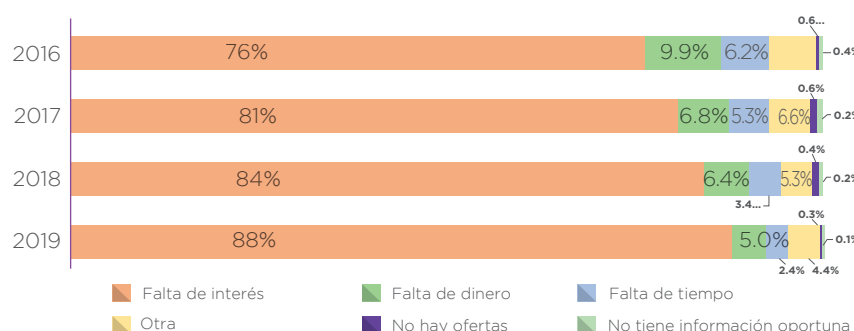


Principales razones por la que no se adquirió película y otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos

Las personas que en el 2019 no adquirieron contenidos audiovisuales a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, no lo hicieron principalmente por la falta de interés (88%). Esta ha sido la principal razón para que las personas no adquieren contenidos audiovisuales mediante estos medios desde el 2016, y el porcentaje que ocupa se ha incrementado en 12 puntos porcentuales entre aquel año y el 2019. En segundo lugar se encuentra la falta de dinero (5%); sin embargo, esta es una razón que ha ido disminuyendo en los cuatro años, al igual que la falta de tiempo.

Gráfico N° 3.13

Principales motivos NO ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, 2016 - 2019

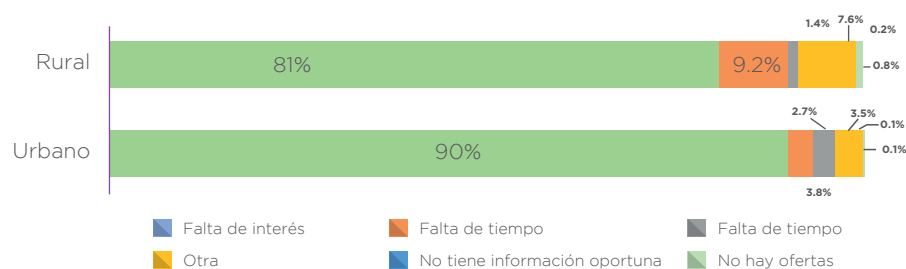


Fuente: ENAPRES 2016 - 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

En el 2019, la principal razón para no adquirir contenidos audiovisuales a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos es la falta de interés; sin embargo, en el ámbito urbano esta razón es más importante (90%) que en el rural (81%). Por otro lado, el segundo principal motivo para no adquirir contenidos audiovisuales en estos medios es la falta de dinero, tanto en el ámbito rural (9.2%), como urbano (3.8%).

Gráfico N° 3.14

Principales motivos NO ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivo, según área geográfica en el año 2019



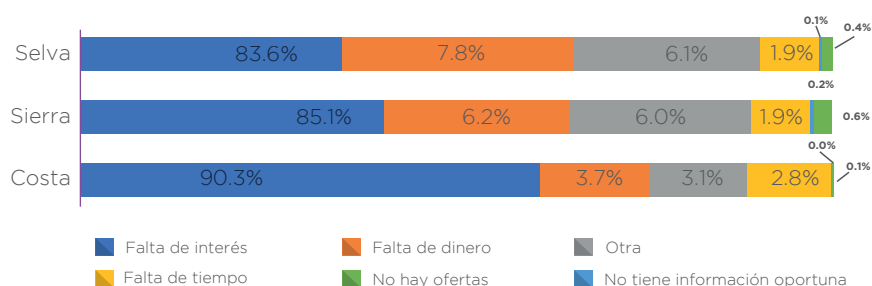
Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Por regiones naturales, vemos que la falta de interés es la principal razón para que las personas no accedan a contenidos audiovisuales en la costa (90%), sierra (85%) y selva (84%). Por otro lado, en el caso de las tres regiones, el segundo principal motivo para no acceder a estos bienes es la falta de dinero (3.7%).

Gráfico N° 3.15

Principales motivos de NO ha accedido a películas u otros contenidos de video a través de CD, Blu-ray u otros dispositivos, según región natural durante el año 2019



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración: Dirección General de Industrias Culturales y Artes.



Conclusiones

Este reporte analiza la evolución de la asistencia a funciones de cine y de la adquisición de películas y otros contenidos audiovisuales, a través de descargas o internet, y de CD, Blu-ray u otros dispositivos físicos. En primer lugar, se observa que aproximadamente 8.3 millones de personas asistió al menos una vez a una función de cine en el 2019 (33.1% de la población peruana de 14 años a más). La asistencia a funciones de cine en el país ha crecido entre el 2016 y 2019, pero en una reducida magnitud (2.3 puntos porcentuales a nivel nacional). La brecha urbano-rural también se mantiene con pocas variaciones, al igual que a nivel de regiones naturales.

Por otro lado, en el 2019, alrededor de 2.8 millones de peruanos mayores de 14 años fueron a funciones de cine de manera mensual, mientras que 1.9 millones de peruanos asistió de manera trimestral. Asimismo, el 99% de las personas que asistieron declaró que pagó por su entrada en la última función asistida (ya sea mediante el pago de su propia entrada u otra persona). Finalmente, existen brechas en cuanto al acceso edad, estrato socioeconómico y nivel educativo. Los grupos donde predomina la asistencia a estas funciones suelen ser los grupos de jóvenes y adultos de 14 a 29 años, de estratos socioeconómicos altos y con educación superior.

En segundo lugar, respecto a la adquisición de películas y otros contenidos en video de forma virtual o en formatos físicos, observamos que sus tendencias van en direcciones opuestas. Mientras que el consumo de contenidos audiovisuales en formato virtual ha aumentado cada año desde el 2016 hasta el 2019, el consumo de los formatos físicos se ha ido reduciendo anualmente en el mismo periodo.

En el 2019, alrededor de 10.3 millones de personas mayores de 14 años en el Perú accedieron a películas u otros videos a través de descargas o internet. Sin embargo, se observa que el acceso a través de estos medios, tiene una brecha urbano-rural que se ha incrementado de manera considerable en los cuatro años. Los grupos poblacionales donde predomina el consumo de películas y videos por descarga o internet son principalmente los grupos de hombres, de 14 a 29 años, de estratos socioeconómicos altos y con educación superior a más. En general, la adquisición de contenidos audiovisuales en este formato se incrementa en los estratos más altos y en los grupos con mayor nivel de educación alcanzado.

Por su parte, la adquisición de contenidos audiovisuales en formatos físicos fue realizada, en el 2019, por 6.3 millones de peruanos y peruanas mayores de 14 años. La brecha urbano-rural del consumo mediante CD, Blu-ray u otros dispositivos ha ido disminuyendo en los cuatro años, debido a la disminución del consumo en el ámbito urbano. Al contrario de la adquisición mediante internet, la adquisición por CD, Blu-ray u otros dispositivos predomina en grupos poblacionales de estrato socioeconómico E o D, menor de 29 años y con educación secundaria.



www.gob.pe/cultura

Av. Javier Prado Este 2465, San Borja
Lima , Perú



**BICENTENARIO
PERÚ 2021**