



PERU



Ranking Mundial: **47**

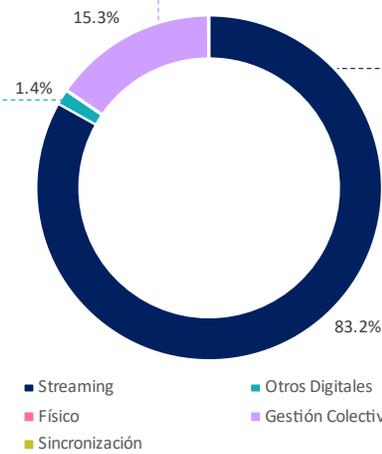
Mercado: **83.5 MILLONES PEN** | Variación: **-2.0%**

TOTAL MERCADO	
83.5 mill. PEN Ingresos en 2020	-1.7 mil. Variación PEN
	-2.0% % variación

OTROS DIGITALES		
1.2 mill. PEN Ingresos en 2020	-19.4% % de variación	1.4% Participación de los Ingresos

FÍSICO		
0.1 mill. PEN Ingresos en 2020	-71.1% % de variación	0.1% Participación de los Ingresos

Composición de los Ingresos



STREAMING		
69.5 mill. PEN Ingresos en 2020	+13.2% % de variación	83.2% Participación de los Ingresos

GESTIÓN COLECTIVA		
12.7 mill. PEN Ingresos en 2020	-41.4% % de variación	15.3% Participación de los Ingresos

SINCRONIZACIÓN		
0.05 mill. PEN Ingresos en 2020	-88.0% % de variación	0.1% Participación de los Ingresos

© IFPI 2020 – Todos los datos, copias e imágenes están sujetos a derechos de autor y, sujetos a excepciones legales, no pueden reproducirse, transmitirse o ponerse a disposición sin el permiso por escrito de IFPI.

MERCADO

El mercado de la música en Perú disminuyó un 2.0% durante 2020, hasta alcanzar un valor de 83.5 millones de soles. Durante los tres primeros meses de 2021, el crecimiento estimado del mercado es del 20%.

Las principales fuentes de ingresos son los servicios de streaming, seguidos por la gestión colectiva. En tercer lugar, aparecen las descargas digitales. Las ventas de soportes físicos y los ingresos recibidos por el licenciamiento de música en películas, video juegos y publicidad (llamados ingresos de sincronización) cierran esta clasificación.

El principal dinamizador del mercado han sido las ventas en formato streaming, que suponen más del 80% del mercado Peruano. Por el contrario, la pandemia ha hundido el ingreso de gestión colectiva, proveniente de establecimientos abiertos al público, radio y televisión, que ha retrocedido durante el año de forma dramática, con una caída superior al 40%. Este comportamiento coyuntural de la gestión colectiva hace que el mercado musical presente un comportamiento negativo durante 2020, algo anómalo en la tendencia histórica de los últimos años.

Los servicios de streaming disponibles en el país son Amazon, Apple Music, Claro Música, Deezer, Entel, Facebook, iTunes, Movistar América, Napster, Spotify, Tidal, y Youtube. Dentro de la categoría de streaming, los ingresos de los servicios de suscripción suponen el 50% de los ingresos totales del mercado. Los servicios cuyos ingresos proceden de la publicidad suponen el 18%, mientras que los servicios de video representan el 15% del mercado.

Todos estos datos sitúan a Perú como el país número 47 en el ranking mundial de países por consumo de música.

Ingresos Totales de Música per cápita en Perú	\$0.74
(US \$)	
Ingresos Totales de Música per cápita en América Latina	\$1.21
(US \$)	

**INGRESOS DE MÚSICA GRABADA
POR FORMATO
(MILLONES PEN, VALOR
COMERCIAL)**

	2016	2017	2018	2019	2020	Total % de Variación
Suscripciones de audio streams	11.1	23.0	32.1	41.1	41.8	+1.5%
Suscripciones de audio por publicidad	7.1	5.8	4.8	9.2	15.4	+68.4%
Streams de video	5.2	7.3	9.7	11.1	12.3	+10.9%
Streaming	23.3	36.1	46.7	61.4	69.5	+13.2%
Descargas	1.7	1.2	0.8	0.5	0.6	+42.0%
Personalización móvil y otros digitales	5.0	1.0	1.7	1.0	0.5	-47.2%
Descargas y otros digitales	6.7	2.2	2.5	1.5	1.2	-19.4%
CD	1.1	0.5	0.2	0.1	0.0	-80.4%
Vinilo	0.4	0.1	0.2	0.2	0.1	-66.3%
Video musical	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-93.9%
Físico	1.6	0.7	0.4	0.3	0.1	-71.1%
Gestión Colectiva	16.9	19.5	21.3	21.8	12.7	-41.4%
Sincronización	0.0	0.7	0.2	0.4	0.0	-88.0%
Ingresos Totales	48.6	59.2	71.1	85.3	83.5	-2.0%

PANORAMA GENERAL

El mercado de música en Perú presenta un perfil marcadamente dinámico, incrementando su valor en los últimos cinco años (2016-2020) en un 72%, y con expectativas de mantener un sólido crecimiento en los próximos años, de la mano de un amplio mercado de usuarios de internet móvil (19.5 millones) permitirá impulsar el crecimiento del formato del streaming, como viene ocurriendo en los últimos años.

A pesar del aumento del mercado de estos últimos años, conviene tener en perspectiva que las cifras de 2020 tienen una difícil comparación histórica, ya que el mercado de la música en Perú ha sufrido una piratería endémica, hasta el punto de que durante muchos años de principio de este siglo no existió apenas mercado discográfico legítimo. Bajo esta triste premisa, el auge del mercado de streaming y la recaudación de derechos de gestión colectiva invitan a afirmar que el mercado de la música en Perú se encuentra en máximos históricos, y con una perspectiva de crecimiento sostenido en los próximos años.

Sin duda, hay que celebrar el ritmo de crecimiento del sector, motor de la economía creativa, siendo el contenido musical un contribuidor básico en el desarrollo tecnológico, e impulsor de puestos de trabajo de alto valor añadido, colaborando al desarrollo económico del país, todo un referente en la economía naranja.

**TOP COMPAÑÍAS DISQUERAS
(ORDEN ALFABETICO)**

Corporación Guerrero y Asociados

Perúdimas S.A.C

Armonía 10

Peermusic Perú SAC

Walter Lozada Floriano

Sony Music Perú

Universal Music Perú

Warner Music Perú

EL CONSUMO DE MÚSICA EN PERÚ

Las principales compañías disqueras de Perú son: Corporación Guerrero y Asociados, Perúdimac S.A.C, Armonía 10, Peermusic Perú SAC, Walter Lozada Floriano, Sony Music, Universal Music, Warner Music, entre otros.

Atendiendo al ranking de canciones más escuchadas durante 2020, elaborado por la empresa BMAT, que recoge la información de los principales medios de comunicación (radiodifusores), las canciones más escuchadas fueron:

CANCIÓN	ARTISTA	DISQUERA
El Condor Pasa	Grupo Quetzal	Vibra Music
Tusa	Karol G, Nicki Minaj	Universal Music Perú S. A.
Calypso	Luis Fonsi, Stefflon Don	Universal Music Group
Se Preparo	Ozuna	Vp Records Corp/Dimelo Vi
La Mordidita	Ricky Martin Feat. Yotuel	Sony Music Entertainment
Vacaciones	Wisin	Sony Music Entertainment
Don'T Start Now	Dua Lipa	Warner Records
Dance Monkey	Tones And I	Warner Music Group
Dos Cervecitas	Corazón Serrano	Corporacion Guerrero & Asociados S. A. C.
Por Primera Vez	Camilo & Evaluna Montaner	Sony Music Entertainment

Fuente: BMAT

RETOS Y PRIORIDADES

En el Perú, la industria fonográfica representada por UNIMPRO, en coordinación con IFPI Latín América, viene desarrollando importantes acciones de combate a la piratería en el ámbito digital mediante la denominada “Campaña Internet” que viene dando excelentes resultados en los últimos años. Acciones que se desarrollan con el apoyo de la Dirección de Derecho de Autor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI. En seguimiento de esta campaña, el INDECOPI anuncio a finales de mayo una medida cautelar ejemplar que ordena el bloqueo de acceso a 17 sitios dedicados a la distribución de contenidos musicales, audiovisuales y deportivos no autorizados. Esta medida ha sido muy bien recibida por las industrias relacionadas con el derecho de autor quienes esperan que el INDECOPI continúe sus acciones efectivas de observancia de los derechos.

En forma paralela, a raíz de la Pandemia declarada por el COVID 19, siendo que las industrias creativas han sufrido importantes pérdidas, las gestiones de UNIMPRO se han venido enfocando en las utilidades de los catálogos fonográficos en el ámbito digital, puesto que las actividades han migrado a dichas plataformas, este esfuerzo realizado se ha visto plasmado en que los principales usuarios de música en el Perú como son los radiodifusores televisivos han reconocido el pago de los derechos.

En cuanto al marco jurídico vigente, la actual Ley sobre el Derecho de Autor Peruana permite abarcar las actividades de las industrias culturales en el entorno digital, donde la música ocupa un papel muy importante.

En el plano legislativo existen diversos proyectos de ley que representan amenazas concretas para la protección efectiva del derecho de autor y los derechos conexos. En este sentido, el proyecto N° 7412-2020-CR presentado por la Congresista Robertina Santillana, radiodifusora local que pretende trasladar la recaudación de derechos de las sociedades de gestión colectiva a una ventanilla única a cargo del Estado Peruano; el proyecto N° 7450-2020-CR que modifica la Ley del Artista; y finalmente existen dos (02) Proyectos propuestos por el mismo INDECOPI, uno hecho por la coyuntura de la Pandemia que habría sido observado en la Presidencia del Consejo de Ministros y otro recientemente elaborado que propone nuevas medidas de control a las sociedades de gestión colectiva, algunas de ellas a nuestro juicio excesivas. En todos los casos, la industria fonográfica, a través de UNIMPRO viene monitoreando estos proyectos y haciendo llegar oportunamente sus comentarios, observaciones y sugerencias.

INDICADORES SOCIALES, ECONÓMICOS Y TECNOLÓGICOS

Población (m):	32.2
Idioma:	Español, Quechua, Aymara
Moneda:	Nuevo Sol Peruano (PEN)
Tasa de cambio (US\$):	3.52
PIB per capita (US\$):	\$7,045
Usuarios de internet (m):	19.9
Usuarios de internet móvil (m):	19.5
Velocidad de línea de internet fija (Mbps):	47.5
Velocidad de internet móvil (Mbps):	23.2
Tasa de penetración de teléfonos inteligentes:	56%
Conexiones móviles de 3G a 5G:	83%

Sobre IFPI (www.ifpilatina.org)

La Federación Internacional de Productores de Fonogramas y Videos Musicales (IFPI) es una organización no gubernamental de carácter internacional que representa a unos ocho mil productores de fonogramas en más de 70 países alrededor del mundo. IFPI cuenta con oficinas regionales y nacionales que defienden los derechos de propiedades intelectual de sus miembros y promueven un ambiente legal y económico favorable para la industria de las grabaciones musicales (www.ifpi.org) (www.ifpilatina.org).

Sobre Unimpro (www.unimpro.org)

La UNIÓN PERÚANA DE PRODUCTORES FONOGRAFICOS – UNIMPRO es una sociedad de gestión colectiva que representa a la industria cultural de la música en el Perú y para ello cuenta con una organización técnica, profesional y altamente especializada. UNIMPRO está constituida como una asociación sin fines de lucro, sus miembros son personas naturales o jurídicas y representan los derechos de propiedad intelectual de los más importantes sellos de las compañías discográficas nacionales, internacionales y de los productores fonográficos independientes.

Conforme a la legislación Peruana, UNIMPRO ha sido debidamente autorizada por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI mediante Resolución N° 172-2001/ ODA, para administrar los derechos de los productores de fonogramas por la comunicación de fonogramas musicales al público (1).

(1) Res. 172-2001/ODA-INDECOPI del 19.07.2001, publicada el 01 de agosto del 2001 en el Diario Oficial “El Peruano”.

UNIMPRO tiene a su cargo la gestión de los derechos de los productores fonográficos y por ley se encarga también de gestionar los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes (cantantes y músicos) por la Comunicación Pública de Fonogramas; es decir, por la difusión de música grabada, lo que se traduce en la percepción de una ‘Remuneración Equitativa y Única’.

La administración de esta remuneración mediante la recaudación y el reparto o pago de regalías constituye el objeto principal de la gestión de UNIMPRO (2).

(2) Artículos 133º y 137º del Decreto Legislativo 822” Ley sobre el Derecho de Autor”, concordante con el Artículo 37º literal d) de la Decisión 351 de la Comunidad Andina de Naciones” Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos”.