



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

Presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural y la  
demanda cinematográfica en el Perú: 2016 - 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Economista**

**AUTORES:**

Peña Aranzamendi, Sergio Abel ([orcid.org/0009-0002-3177-3228](https://orcid.org/0009-0002-3177-3228))

Ttica Mamani, Jefferson Claudio ([orcid.org/0000-0002-3686-9010](https://orcid.org/0000-0002-3686-9010))

**ASESOR:**

Mg. Mejia Leiva, Rogger Antonio ([orcid.org/0000-0002-8998-4944](https://orcid.org/0000-0002-8998-4944))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Política Económica

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Claudio Ttica Apaza y Celia Mamani Nuñez, hermanos, hermanas en especial mi hermana Katty por brindarme sabiduría y su apoyo incondicional en todo momento para poder alcanzar mis metas.

A pareja Betsy Ponce Sánchez y a mi hijo Edward por ser la fuente de inspiración a seguir adelante y no darme por vencido hasta lograr acabar mi carrera profesional.

Autor: Ttica Mamani, Jefferson Claudio

A mis padres que son mi fuente de motivación e inspiración y mis hermanos por su continuo apoyo moral e incondicional.

Autor: Peña Aranzamendi, Sergio Abel

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por su permanente motivación y apoyo moral para culminar con éxito mi carrera profesional.

Un agradecimiento especial a mi profesor por su apoyo y motivación también por transmitirnos sus conocimientos obtenidos también por brindarnos su apoyo académico y oportunas orientaciones durante el desarrollo del proyecto de tesis.

A la Universidad César Vallejo y a los docentes que contribuyeron en nuestra formación profesional.

A las instituciones de Industrias Culturales y al Ministerio de Cultura por brindar los datos para la ejecución de este proyecto de tesis.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I.INTRODUCCIÓN .....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	6
III.METODOLOGÍA .....	11
3.1 Tipo y Diseño de investigación.....	11
3.2 Variables y Operacionalización .....	12
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis .....	13
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	14
3.5 Procedimientos .....	14
3.6 Método de análisis de datos .....	14
3.7 Aspectos éticos .....	16
IV.RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN .....	22
VI. CONCLUSIONES .....	25
VII. RECOMENDACIONES.....	26
REFERENCIAS .....	28
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov

Tabla 2: Coeficientes de correlación de Karl Pearson

Tabla 3: Correlación entre D1 (Presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales) y D4 (Demanda Cinematográfica)

Tabla 4: Correlación entre D2 (Presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico) y D4 (Demanda Cinematográfica)

Tabla 5: Correlación entre D3 (Presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista) y D4 (Demanda Cinematográfica)

Tabla 6: Operacionalización de variables

Tabla 7: Matriz de consistencia

Tabla 8: Base de datos de la demanda cinematográfica

Tabla 9: Base de datos del presupuesto público en la industria cultural

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1: Flujo de Diagrama correlacional

Figura 2: Películas peruanas taquilleras

## RESUMEN

El presente informe de estudio tiene como objetivo determinar de qué manera se relaciona el presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022. La metodología del estudio fue de alcance correlacional, porque la investigación se centró en relacionar la Variable 1 (V1) con la Variable 2 (V2), de enfoque cuantitativo – longitudinal, los datos se extrajeron de instituciones públicas, Consulta amigable – Ministerio de economía y finanzas, Ministerio de Cultura – DAFO y la dirección de CINENCUENTRO. El resultado, indica que existe una relación significativa entre el presupuesto público en el desarrollo de la industria cultura y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022. De tal manera que, para la D1 (Presupuesto público en promoción de eventos) y D4 (demanda cinematográfica) el valor del coeficiente de Pearson fue 0.27, una relación positiva baja. Para la D2 (Incentivos para el desarrollo) y D4, fue de 0.34, una relación positiva baja. Por último, el resultado de la estimación de entre la D3 (Capacitación al personal artístico) y la D4, el grado de relación fue de 0.73, dando un grado de asociación positiva alta. En conclusión, se determinó que existe una relación significativa entre el presupuesto público en el desarrollo de la industria cultura y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 - 2022.

**Palabras clave :** Industria cultural, demanda, cinematografía, presupuesto público.

## ABSTRACT

The objective of this study report is to determine how the public budget is related to the development of the cultural industry and the cinematographic demand in Peru: 2016 – 2022. The methodology of the study was correlational in scope, because the research focused in relating Variable 1 (V1) with Variable 2 (V2), with a quantitative – longitudinal approach, the data were extracted from public institutions, Friendly Consultation – Ministry of Economy and Finance, Ministry of Culture – SWOT and the management of CINENCUENTRO. The result indicates that there is a significant relationship between the public budget in the development of the cultural industry and the cinematographic demand in Peru: 2016 - 2022. In such a way that, for D1 (Public budget for event promotion) and D4 (film demand) the Pearson coefficient value was 0.27, a low positive relationship. For D2 (Development Incentives) and D4, it was 0.34, a low positive relationship. Finally, the result of the estimation between D3 (Training of artistic personnel) and D4, the degree of relationship was 0.73, giving a high degree of positive association. In conclusion, it was determined that there is a significant relationship between the public budget in the development of the cultural industry and the cinematographic demand in Peru: 2016 - 2022.

**Keywords:** Cultural industry, demand, cinematography, Public budge.



## I. INTRODUCCIÓN

El cine Peruano comenzó con el largometraje de “Luis Pardo”, dirigida por Enrique Cornejo en 1927, quien abrió el camino para el estreno de muchas películas nacionales independientes y posteriormente la ley N° 19327 abrió camino para el inicio de la industria cinematográfica peruana. En 1972, se impulsó la distribución de películas nacionales con la aprobación del gobierno (DAFO, 2023).

Dicho proyecto de ley N° 19327, alcanzó 1 254 películas, las cuales 50 fueron largometrajes, 953 cortometrajes y 222 noticieros, a diferencia de los años anteriores, estaban en la obligación de ser exhibidas en las salas de cine según mandato de ley (Núñez, 2015). Donde los incentivos y mecanismos concentrados en dicha ley fueron a respaldar y promover la actividad cinematográfica, tales como exoneraciones tributarias, mecanismos de recaudación y la distribución de tributos.

En los últimos 40 años, la demanda del cine creció sustancialmente, tanto en la producción y calidad de las películas peruanas al año. Siendo que el consumo de las películas en una función de cine según ENAPRES (2022) para el año 2016, la población mayor a 14 años durante los 12 meses fueron de 7 248 726 de asistentes, ocupando del total de la población el 30 por ciento. En el 2022, la cantidad asistentes fueron de 7 893 572, significando un incremento del 9 por ciento.

Por otro lado, las entradas vendidas de películas estrenadas fueron de 50 millones de boletos para el 2016, y en el 2022, llegó a 14.5 millones de boletos vendidos, dando un total de 235 millones entre el rango de periodos. A la vez, la recaudación por Taquilla de películas estrenadas tuvo un total de S/ 542 millones en el 2016, y S/. 339 millones en el 2022 (DAFO, 2022).

El rubro de la exhibición del cine en el Perú está compuesta por cinco cadenas de cines. En el 2022, los ingresos de la industria ascendieron a S/ 367.7 millones. Cineplanet sigue siendo el líder de la industria con 314 pantallas y con un porcentaje del 55 por ciento de ingresos dentro del mercado. Por otro lado, Cinemark se encuentra en segundo lugar siendo una de la cadena más grande del mercado Peruano con una participación del 19 por ciento y con 113 pantallas

de transmisión. Cinestar posee el 10.4 por ciento del mercado y 133 pantallas. Cinerama posee el 6 por ciento del mercado y 46 pantallas de proyección. Cinépolis estuvo participando desde el 2010 en el mercado peruano y Multicines UVK: Empresa de capital peruano con 2 por ciento de participación de mercado y 29 pantallas de proyección (Cineplex S.A, 2023).

Si bien es cierto, la demanda de las producciones nacionales ha crecido sustancialmente en los últimos periodos, el cine peruano ha seguido enfrentándose a distintos problemas. Según el productor y guionista José Carlos Huayhuaca (2020) menciona que el principal problema o desventaja del cine peruano es la carencia de recursos materiales que limitan las posibilidades de generar mayor cantidad y variedad de producciones cinematográficas. En donde el financiamiento solo abastece para la realización de uno o dos largometrajes como máximo por año, siendo nada rentable para un realizador, menos para una cinematografía nacional, afirma el cineasta, escritora y periodista Zeta de Pozo (2023).

Otros problemas que se suman a la producción de las películas peruanas según el director de cine Aldo Salvini (2023) ha sido el corto tiempo de estar en cartelera por la presión que ejercen las distribuidoras norteamericanas y la calidad “quechuchismo” - “así nomás”, generando conformismo y mediocridad en algunos casos.

Para Subirana (2023) la forma de generar financiamiento en los últimos años en el cine peruano, que distintos directores han preferido empezar, ha sido con películas comerciales, para luego financiar una independiente. Mientras otros han optan por buscar recursos de distintos lugares: como organizaciones sin fines de lucro, festivales internacionales, ayudas extranjeras o en ocasiones, solicitando apoyo del Estado. En ese sentido La Dirección del Audiovisual, Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO) y el Ministerio de Cultura se han convertido en una institución principal de financiamiento de muchas películas independientes.

El Perú dentro de su Marco normativo nacional ha buscado impulsar la industria cultural como factor importante del desarrollo del capital humano, que se sustentan en la Constitución Política del Perú (1993). En el cual suscribe, Artículo

2°: “la libertad a la creatividad intelectual, artística, técnica y científica, promovida por el Estado para su accesibilidad y difusión (8)”.

Mediante la Ley N. ° 29565, se creó el Ministerio de Cultura que ha tenido la función de promover las artes, las expresiones, creaciones artísticas y las industrias culturales. Mediante el Decreto Supremo N.° 009 -2020-MC, se aprobó la Política Nacional de Cultura al 2030, en donde sus principales funciones sean, regular mediante leyes la protección a los artistas, la actividad cinematográfica y audiovisual peruana, los derechos de autor, entre otros (Ministerio de Cultura, 2023).

Según el Decreto de Urgencia N° 022-2019, su objetivo principal fue impulsar el sector cinematográfico y audiovisual, estableciendo al Ministerio de Cultura las facultades de brindar soportes económicos a toda persona con iniciativa natural o jurídica, asignando un mínimo de 6000 UIT (Ministerio de Cultura, 2022).

Según el informe del CEPLAN (2023) el Ministerio de cultura clasifica las industrias culturales y creativas en 3 rubros distintos como Política Nacional. En donde, la cinematografía se encuentra dentro del área audiovisual y está pertenece al sector Arte. Dicho de esta forma, en el Perú según el Registro Nacional de la Cinematografía y el Audiovisual - RENCA (2022), el registro de personas naturales y jurídicas para el año 2016 fueron 1 234 inscripciones, éstas incluyeron proyectos cinematográficos que han sido aceptados por el Ministerio de cultura, y en el 2022, fueron 2 997 inscripciones que integraron la actividad cinematográfica.

Mediante el Consejo Nacional de la Cinematografía – CONACINE (2022) y posteriormente desde el Ministerio de Cultura, convocaron concursos para el sector cinematográfico y se destinó en el 2016 un presupuesto anual del S/. 7 469 400 millones y para el año 2022 fue de S/. 24 834 700 millones, con un total de 233 beneficiarios. Dentro de ella, hubo 854 postulantes, el cual 35 por ciento fueron postulante de distintas regiones.

Una vez habiendo expuesto lo anterior, se expresó la siguiente cuestión: ¿De qué manera se relaciona el presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022? Del problema general, se plantearon cuestiones específicas. ¿De qué manera se relaciona el

presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 - 2022?, ¿De qué manera se relaciona el presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022? Y ¿De qué manera se relaciona el presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022?

La justificación teórica del informe de investigación se expresa en la importancia de ampliar el estudio en el aspecto cinematográfico en el Perú, siendo la investigación científica en este sector muy limitada, a pesar que en los últimas dos décadas el cine peruano ha demostrado un crecimiento sustancial, influenciado por las herramientas digitales como el internet, páginas web y asociaciones colectivas, que han pasado de ser consumidor a creadores en la producciones de cortometrajes y producción de películas. Según Sayán (2017) en su investigación señala que el cine peruano se enfrenta a problemas en la cadena de producción, financiamiento en la distribución y exhibición. En ese sentido, el Perú no desarrolla cine de forma consolidada se expresa por dichas causas.

La justificación metodológica se dio con la utilización de información secundaria sobre las iniciativas de estudio de la cinematografía y de los recursos de las instituciones públicas que buscan impulsar el cine desde distintos puntos para fortalecer y hacerlo competitivo en el mercado nacional e internacional. Con ello se pretende medir la relación de los esfuerzos presupuestales del Estado frente al crecimiento de las producciones y taquillas de la cinematografía en el Perú. Así, dichos resultados del estudio se apoyaron en técnicas de investigación correlativo – cuantitativo, validadas en el medio académico.

Finalmente, la justificación práctica del estudio se justifica porque tiene como objetivo los resultados, abordar las cuestiones relacionadas al presupuesto público destinado a la industria cultura cinematográfica como herramienta útil para su desarrollo, y si éstas han sido lo suficientemente especificadas y detalladas para impulsar la demanda del cine peruano y de la competitividad internacional al que se enfrenta.

Planteado el problema general, se expone el objetivo general del informe de investigación: Determinar de qué manera se relaciona el presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022. De igual manera, se expone los objetivos específicos: Determinar de qué manera se relaciona el presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022, Determinar de qué manera se relaciona el presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022 y Determinar de qué manera se relaciona el presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.

Finalmente, se aborda la hipótesis general: El presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022. Las hipótesis específicas: El presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022, El presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022 y el presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Huanqui, Grimaldi y Castillo (2017) en su informe tuvieron como objetivo determinar los esfuerzos de Estado en la promoción del sector artístico y cultural en términos relativos con diferentes países Europeos y del mundo sobre la actividad cinematográfica entre el 2008 y 2013. El método utilizado tuvo un alcance explicativo con el apoyo del modelo de Leontief para economías abiertas, mediante la aplicación de tablas de insumos productos se extrajeron cuantitativamente datos de instituciones públicas como: salarios, ingresos por trabajo por cuenta propia, impuestos indirectos, consumo, población ocupada en cada sector, demanda final. Como resultado, por cada millón de soles invertidos en el sector de producción, exhibición y distribución de las películas y todas las grabaciones sonoras de la economía en su conjunto, este sector genera ganancias de productividad de más de 4 millones de soles. En conclusión, la actividad cinematográfica aumento en las asistencias con un total de 18.5 millones de asientos en el 2008 a 34.5 millones de asientos para el 2013. Esto representa un incremento considerable en diferencia al promedio de la región. Sin embargo, el gasto público en promoción de bienes y servicios culturales representa menos del 2 por ciento del presupuesto total y solo el 0.2 por ciento del PIB. A diferencia de España, Francia y Dinamarca el gasto representa el 1 por ciento del PBI.

Pompilla y Tamayo (2015) plantearon el objetivo de determinar los factores condicionantes o limitantes de la producción de cine peruano y su distribución, financiamiento y exhibición comercial en el Perú entre los años 1998 y 2015. La metodología utilizada fue de alcance descriptivo de enfoque cuantitativo, datos estadísticos cubren los períodos 1998 - 2015. El resultado, los factores condicionantes y limitantes encontrados por los autores fueron el financiamiento de costos para producir largometrajes, el abarcamiento del mercado de las películas producidas - cine peruano y los mecanismos de distribución. En resumen, se puede afirmar que se debe planificar e implementar una estrategia efectiva de producción cinematográfica en el Perú en los años de estudio establecidos donde culmine con la producción de una película efectivamente posicionada en el mercado competitivo lo cual va acompañado del fortalecimiento y desarrollo de las actividades cinematográficas y coercitivas. Las

medidas de promoción nacional que fortalezcan la exhibición formal apoyadas en la legislación existente y la producción paralela, universitaria e informal deben ser evaluadas y apoyadas por investigaciones que abarquen su realidad económica en términos de distribución y exhibición.

Prieto (2021) su objetivo fue analizar el financiamiento de la creación cinematográfica en el Estado de España y sus distintos modelos de garantía. La metodología usada fue de alcance descriptivo – correlacional de enfoque cuantitativo, las muestra fue la cantidad de espectadores y ventas entre los 2014 al 2020. El resultado, el financiamiento destinado a la industrias culturales y creativas se estableció por 15 millones de euros en el 2017, dentro de ellas el 70 por ciento del total presupuesto fue destinado directamente a la producción del cine, posteriormente entre los años siguiente mantuvo un crecimiento del 75 hacia adelante, siendo en el 2019 se estableció el financiamiento 62 millones, y 115 millones de euros en el 2020. En conclusión, las fuentes del financiamiento en la producción cinematográfica fundamentalmente se de recursos públicos, comercial privada e inversión del productor. Dichas producciones comerciales proceden de las ventas televisivas, streaming, pre ventas o ventas de la película terminada. A la vez, el sistema español estaba impulsada por entidades financieras, aunque con mayor fuerza desde el 2020 el Estado ha reforzado los recursos en la producción del cine Español.

Gonzales (2019) el principal objetivo fue analizar los aspectos financieros de las políticas culturales cinematográficas en Colombia entre el 2004 y 2017. La metodología usada fue descriptivo – correlacional, con datos cuantitativos, las muestras usadas fueron la cantidad de espectadores y la taquilla nacional. Las fuentes fueron de los datos fueron de identidades del Estado como el Ministerio de Cultura de Colombia y del anuario estadístico del Cine. El resultado, la asistencia del cine Colombiano aumentó entre el 2010 y 2011 un 97 por ciento, entre el 2014 y 2015 un 55 por ciento, este último la producción independiente creció más del esperado, con un total de 100 mil espectadores y 379 millones de dólares en taquilla. En conclusión, el financiamiento público en las políticas culturales cinematográficas, han dado el respaldo a partir del 2003, en donde la producción es uno de los que mayor recurso se destina, siendo el 70 por ciento del presupuesto total. Sin embargo, el apoyo del Estado no siempre cubren la

cantidad de inscripciones establecidas para la producción de cine Colombiano y eso ha generado el retraso u opciones de financiación alterno por parte del sector privado.

Arriaza y Berumen (2015) el objetivo fue analizar la influencia que ha provocado la crisis financiera y económica recientes en el sector de la cinematográficas de la Unión Europea compuesta por 7 países miembros. La metodología utilizada fue explicativo y con un enfoque cuantitativo, todos los datos fueron extraídos de *European Statistical Works on Culture*, donde se analizaron las variables de subsidios y gastos públicos en proyectos cinematográficos, inversiones privadas, contenidos cinematográficos que generan valor agregado. El resultado de los subsidios y gastos públicos de las entidades estatales se mantuvo más moderado, aunque hubo una disminución en comparación con 2008. De las inversiones privadas de las empresas a nivel nacional, ocupó el único primer lugar, aunque también disminuyó a partir de 2008. Los siguientes tres se mantuvieron en un puesto intermedio en el transcurso de la serie. El consumo de las películas tuvo un crecimiento sustancial, aunque por algún motivo, no se proyectaron en cines, pero que pudieron ser consumidas desde casa. En conclusión, la crisis económica y financiera afectó a la industria cinematográfica en España, Italia y muy importante en Portugal. Por el contrario, el sector en Gran Bretaña creció significativamente, al igual que Francia y Alemania, con un menor impacto, en consecutiva Austria se posicionó en un nivel moderado, siendo el consumo de las películas proyectadas de manera regular y estimuladas por el gobierno Austriaco en su financiamiento y producción.

La economía creativa, o naranja porque este color representa cultura, creatividad, identidad y transformación, se basa en rubros donde la valoración de dichos bienes y servicios se establecen en la capacidad intelectual. Esta economía proporciona espacio para el talento, la inteligencia y la cultura que promueve el uso de las capacidades innatas y adquiridas de los individuos en la sociedad, basándose en el patrimonio cultural y la tecnología de su entorno, de modo que conduzca al crecimiento de la economía general (Howkins, 2007).

Según UNESCO (2013) define las economías creativas como el conjunto de procedimiento que engloban la creatividad, el proceso de producción y la



distribución de productos intangibles y culturalmente creativos. Este contenido suele tener derechos de propiedad y puede adoptar la forma de bienes o servicios. Incluyen también todo el proceso artístico o cultural, la infraestructura y marketing.

Por parte del Estado, como promotor de la economía creativa, dado que las ideas y la creatividad son activos intangibles, difíciles de medir, se deben formular políticas públicas para regular y proteger la producción intelectual de las personas, teniendo la necesidad de crear políticas públicas, las cuales proponen cuatro (4) tipos de políticas: Políticas de oferta (financiamiento para la cultura y la creatividad), Políticas de demanda (promover el consumo de bienes y servicios culturales y creativos), Políticas sistemáticas (crear vínculos entre el artista con personas naturales y jurídicas) , política de formación de capital humano (Formación cineasta) Benavente y Grazzi (2018).

En ese sentido, las producciones cinematográficas como parte del desarrollo de la industria cultura en el Perú, ha venido registrando un crecimiento y aceptabilidad por los consumidores peruanos e internacionales en distintas pantallas de cine, casos emblemáticos como películas comerciales “Asu mare 1 – 2 - 3”, “Locos de amor”, “Hotel paraíso”, han tenido una demanda creciente en cada estreno. Según Mankiw (2015) expresa que la demanda es la preferencia y elección del consumidor que desea adquirir un bien o servicio. En donde, para cada precio, la cantidad demandada por los individuos varia. Esto explica que, a precios más competitivos (bajos) la cantidad demandada por los consumidores se elevarán, o viceversa.

La función de demanda viene expresada matemáticamente de la siguiente manera:

$$D_x = D (P_x, Y_r, P_s, G_p)$$

En dónde,

$D_x$  = Cantidad demandada de un bien

$P_x$  = Precio

$Y_r$  = La renta

$P_s$  = Precio de otros bienes

$G_p$  = Preferencias del consumidor

Ante lo mencionado, se aborda la importancia del Estado y su papel regulador, en el manejo de los bienes públicos y la eficiente administración de las instituciones en el ordenamiento socioeconómico del país para impulsar la industria cultural y creativa como generador financiero para impulsar al cine peruano de forma competitiva. En tal sentido, la teoría de la nueva economía institucional en materia de formulación de políticas públicas reforzará la investigación. Según North (1990) se diferencia de las instituciones formales, que consiste en regulaciones, leyes y procedimientos gubernamentales, que define como “reglas de juego”. Explica la naturaleza de las instituciones como determinantes del comportamiento individual, mejorar las transacciones y dota al sector de herramientas para aprovechar mejor las capacidades de la persona en su mejora actividad económica a desenvolver (Furubotn & Richter, 2010).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y Diseño de investigación

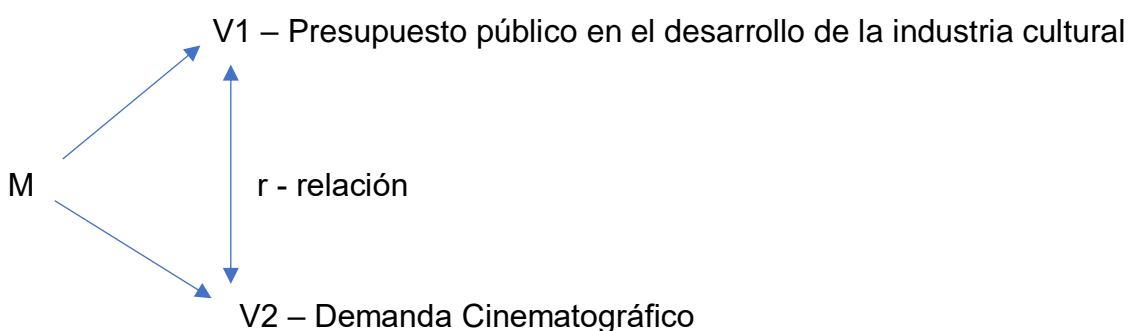
3.1.1 Tipo de investigación: Aplicada, porque se usó investigaciones previas con la finalidad de fortalecer el conocimiento adquirido. Según Álvarez (2020), manifiesta que el propósito de la investigación aplicada es conseguir conocimientos actualizado puedan solucionar complejidades prácticas.

3.1.2 Diseño de investigación: Es no experimental. Según Arispe *et. al* (2015) son variables que se observan de manera natural, son muy útiles en variables que no pueden ser manipuladas ya sea por su dificultad o por cuestiones éticas.

El alcance del estudio fue correlacional porque la investigación se centró en relacionar la Variable 1 (V1) y la Variable 2 (V2). Para Ramos (2020) surge por la necesidad de plantear una relación entre dos variables donde el proceso estadístico inferencial debe buscar extrapolarlos resultados de la investigación para beneficiar a la población. El corte fue Longitudinal ya que los periodos de estudio fueron desde el 2016 al 2022.

Figura 1

*Flujo de Diagrama correlacional*



*Nota.* El diagrama representa la relación correlacional entre la V1 y V2 Tomado de *Pasos para elaborar una tesis de tipo correlacional* (p.73), por Guillen, R. (2020).

## 3.2 Variables y Operacionalización

3.2.1. Variable independiente: Presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural.

Definición conceptual: Es un instrumento para la ejecución y asignación de recursos como estrategia económica por parte del Estado. El presupuesto refleja las recomendaciones y objetivos del estado y gobierno, son desarrollados por la administración responsable de su gestión y tendrá la función de gestionar el funcionamiento de los objetivos y propuestas establecidas (Rojas, 2017).

Definición operacional: Presupuesto devengando destinado al sector de la industria cultural de forma mensual desde el periodo 2016 al 2022, dando un total de 84 ítems para medir las dimensiones del presupuesto público destinado a la promoción, incentivo para potenciar al artista, capacitación para un desempeño profesional en la cinematografía.

Indicadores: En la promoción de eventos de las artes industriales; En el incentivo para el desarrollo del potencial artístico; En la capacitación para el desempeño profesional del artista.

### 3.2.2. Variable dependiente: Demanda cinematográfico

Definición conceptual: Es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores quieren comprar para satisfacer sus necesidades o deseos con diferentes niveles de precios dependiendo de la capacidad adquisitiva de cada individuo. La demanda brinda la información de intención de compra o adquisición de servicio a un mercado determinado. La ley de la demanda refiere a la expresión contraria entre el precio y la cantidad (Arboleda, 2021).

Definición operacional: Venta mensual demandada por películas peruanas más taquilleras del cine peruano entre los periodos 2016 al 2022, dando un total de 84 ítems para medir la variación demandada en la cinematografía.

Indicadores: Cantidad de espectadores por películas taquilleras peruanas; Recaudación por Taquilla de películas estrenadas peruanas.

### 3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1 Población: La población objetivo fue en el Perú en los periodos 2016 al 2022, el cual se estudió las variables el presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural y la demanda cinematográfico en dichos años. Según Arias et al. (2016) la población es una agrupación total de sucesos decididos, reducido y alcanzable que integrará parte de la referencia para seleccionar muestras que cumplan un conjunto de criterios predeterminados.

- Criterios de inclusión
  - Cantidad de espectadores de las películas nacionales taquilleras 2016 – 2022 (miles de personas).
  - Recaudación por Taquilla de películas estrenadas periodo 2016 al 2022 (millones de soles).
  - Presupuesto público destinado a la industria cinematográfico peruano periodo 2016 - 2022 (miles de soles).
  
- Criterios de exclusión
  - Recaudación por Taquilla de películas extranjeras estrenadas en el periodo 2016 al 2022 (millones de soles).
  - Evolución de ventas totales por dulcería, publicidad y otros, Nro. De pantallas en el Perú 2016 – 2022 (millones de soles).

3.3.2 Muestra: Es una proporción o subconjunto de unidades representativas de una colección llamada población que se selecciona aleatoriamente y se observa científicamente para obtener un resultado (López y Fachelli, 2015). La muestra fue seleccionada para el Perú en los periodos 2016 hasta el 2022, desde el presupuesto público al sector de las industrias culturales para desarrollar la producción del cine peruano.

3.3.3 Muestreo: El muestreo del informe de estudio fue de no probabilístico por conveniencia, porque se determinó para fines de la investigación datos secundarios en los periodos 2016 hasta el 2022 de forma mensual. Según Hernández (2021) el muestro no probabilístico es una técnica que permite al investigador seleccionar una muestra basada a una valoración subjetiva a diferencia de una elección aleatoria.

3.3.4 Unidad de análisis: Para esta investigación los sujetos analizados fueron los emprendedores en el sector artístico cinematográfico y la institución pública del Ministerio de Cultura. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) son estudios dirigidos a los sujetos que van a ser medidos o analizados dentro de la población en investigación.

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica usada fue la revisión documental, mediante fuentes de instituciones públicas confiables como el Ministerio de cultura – (DAFO), Consulta amigable – Ministerio de economía y finanzas. Según Hernández y Ávila (2020) son diferentes maneras o modos de conseguir información.

El instrumento utilizado fue mediante la utilización de fuentes de páginas webs de las instituciones públicas del Ministerio de cultura – Dirección del audiovisual, la fonografía y los nuevos medios (DAFO). Consulta amigable – Ministerio de economía y finanzas que publican sus estadísticas en forma abierta, dicho datos estadísticos fueron en periodos mensuales. Para Useche, Artigas, Queipo y Perozo (2019) es la totalidad de actividades realizadas por el investigador para la extracción de información que mide las variables de estudio.

### 3.5 Procedimientos

Los datos estadísticos obtenidos de los portales Ministerio de Cultura - DAFO, MEF – Consulta amigable sobre la demanda cinematográfico y el presupuesto público destinado al desarrollo de la industria cultura en el Perú periodo 2016 - 2022 obtenidos del sitio web Cinencuentro.

### 3.6 Método de análisis de datos

Al examinar las variables V1 y V2, mediante un proceso de los datos estadístico, se buscó la relación de dichas variables con un análisis del coeficiente de correlación que toman valores entre -1 y +1. Donde explica que, el valor positivo indica una asociación positiva entre dichas variables y un valor con denominación negativa, indica una asociación negativa.

Se usó el coeficiente estadístico de correlación de Pearson ( $r$ ), siendo una medida de dependencia lineal cuantitativa entre V1 y V2. Según Apaza *et. al* (2022) es un indicador que cuantifica el grado de variación entre diversas variables asociadas linealmente pensando en estudiar variables cuantitativas de escala mínima de intervalo.

Entonces:

$$0 \leq r_{xy} \leq 1$$

Antes de, se hizo una prueba de normalidad para observar si los datos cuantitativa proviene de una muestra normalmente distribuida. Según Flores (2021) Es una prueba no paramétrica de bondad de ajuste y se usa ampliamente para probar la normalidad de datos de muestra. Mediante el test de normalidad de Kolmogorov – Smirnov, se ajustó a la cantidad de 84 datos estadísticos que se utilizó para la investigación.

Donde la hipótesis a contrastar fueron las siguientes:

$H_0 =$  Los datos estadísticos tiene una distribución normal

$H_1 =$  Los datos estadísticos NO tiene una distribución normal

Por otro lado, se adaptó la función matemática de demanda a las dimensiones determinadas ya expresadas con anterioridad, para los fines de la investigación. Expresándose de la siguiente manera:

$$D_x = D (P_x, Y_r, P_s, G_p)$$

En dónde,

$D_x =$  Cantidad demandada de películas peruanas estrenadas.

$P_x =$  Precio intermedio de las entradas en el cine por las películas peruanas

$Y_r =$  Taquilla por ventas de películas peruanas estrenadas.

$P_s =$  Precio de películas por otros servicios dentro del estreno de películas

$G_p =$  Preferencias del espectador por las películas peruanas estrenadas.

### 3.7 Aspectos éticos

Para el propósito de la presente investigación se obtiene la fiabilidad y seriedad de la utilización de la base de datos con el objetivo de garantizar una investigación transparente y resultados auténticos. Por otro lado, la utilización correcta de las citas respetando los derechos de autores como referencia APA 7ma edición. Además, la originalidad del contenido también fue confirmada por la utilización del antiplagio de Turnitin, por lo que la Vicerrectora de Investigación implementó la Resolución N° 062-2023-VI-UCV para consolidar dicho propósito. También se implementó el uso de información verídica mediante el Código de Ética de investigación que promueve la Universidad César Vallejo mediante la Resolución del Vicerrector de Investigaciones N° 470-2022-UCV.



#### IV. RESULTADOS

Antes de estimar los datos de la muestra seleccionada se hizo una prueba de normalidad, como ya se había expuesto con anterioridad, con la finalidad de comprobar el uso correcto del estadístico correlacional.

Dichas pruebas se contrastaron de la siguiente manera.

Según las hipótesis de normalidad de Kolmogorov – Smirnov:

- $H_0$  Los datos tienen una distribución normal
- $H_1$  Los datos no tienen una distribución normal

Los criterios de decisión:

- Si el valor de la Significancia es  $< 0,05$  se rechaza la  $H_0$
- Si el valor de la Significancia es  $> 0,05$  se acepta la  $H_0$

Tabla 1

##### *Prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov*

Dimensiones	Estadísticos	Muestra	Significancia
D1	0.237	84	0.000
D2	0.357	84	0.000
D3	0.217	84	0.000
D4	0.202	84	0.000

*Nota.* Esta tabla muestra para cada dimensión la cantidad de muestra utilizada y su grado de probabilidad. Resultado extraídos del programa IBM SPSS.

En la Tabla 1, se estimaron los 84 datos de estudio de la investigación dando como resultado un valor de significancia del 0.000 para cada una de las dimensiones (D1, D2, D3 y D4). Según los criterios de decisión para la prueba la comprobación de hipótesis, si el valor de la significancia es menor al 0.05, entonces se rechaza la Hipótesis nula, y se acepta la Hipótesis alternativa, estos resultados mostraron que el comportamiento de los datos no es una distribución normal.

Tabla 2

*Coefficientes de correlación de Karl Pearson*

Limites	Interpretación
0	Asociación nula
0.01 a 0.19	Asociación positiva muy baja
0.20 a 0.39	Asociación positiva baja
0.40 a 0.69	Asociación positiva moderada
0.70 a 0.89	Asociación positiva alta
0.90 a 0.99	Asociación positiva muy alta
1	Asociación perfecta

*Nota.* La tabla muestra el rango de valores sobre el grado de asociación entre las variables de estudio. Tomado de *Valores Críticos de la r de Pearson*.

En la tabla 2, se establecieron los valores para la interpretación de los resultados para cada dimensión. Estos valores ayudaron a interpretar con mayor exactitud el grado de asociación o relación de las dimensiones de la V1 (Presupuesto público de la industria cultural) con la V2 (Demanda cinematográfica). Se planteó los valores del coeficiente de correlación en términos positivos porque se buscó la comprobación de las hipótesis de forma significativamente.

El siguiente paso a darse fue la estimación correlacional de la Dimensión (D1) con la demanda cinematográfica (D4), el cual se determinó como el primer objetivo específico en la investigación. Para el siguiente análisis se aplicó el estadístico del coeficiente correlacional de Pearson como se enunció en las páginas anteriores y se plantearon las siguientes:

Reglas de condición:

Si el Valor de Significancia es  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

Si el Valor de Significancia es  $> 0.05$  se aprueba la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis:

$H_1$ : El presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.

$H_0$ : El presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales No se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.

Tabla 3

*Correlación entre D1 (Presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales) y D4 (Demanda cinematográfica)*

Correlación Pearson		D1	D4
	Coeficiente de correlación		0.27
D1	Significancia		0.01
	Muestra	84	84
Correlación Pearson			
	Coeficiente de correlación	0.27	
D4	Significancia	0.01	
	Muestra	84	84

*Nota.* La tabla muestra el resultado estadístico de la relación entre las dimensiones D1 y D4, utilizando el estadístico de  $r$  Pearson. Tomados del programa estadístico *IBM SPSS*.

La tabla 3 muestra el resultado el grado de relación entre la D1 y D4, aplicando el estadístico del coeficiente de correlación Pearson, dando un valor del 0.27, con una significancia del 0.01. Dicho resultado se expresó, según la Tabla 2, que para ese valor se mantiene entre 0.20 a 0.39, explicando que el grado de relación entre D1 y D4 es positivamente baja. Entonces, si el presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales aumentaría en S/. 1 millón, la demanda cinematográfica en películas peruanas aumentaría en un posible 27%. Por ello, se rechaza la Hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ .

Prueba de hipótesis:

$H_1$ : El presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 –2022.

$H_0$ : El presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico No se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.

Tabla 4

*Correlación entre D2 (Presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico) y D4 (Demanda cinematográfica)*

Correlación Pearson		D2	D4
	Coeficiente de correlación		0.34
D2	Significancia		0.00
	Muestra	84	84
Correlación Pearson			
	Coeficiente de correlación	0.34	
D4	Significancia	0.00	
	Muestra	84	84

*Nota.* La tabla muestra el resultado estadístico de la relación entre las dimensiones D2 y D4, utilizando el estadístico de  $r$  Pearson. Tomados del programa estadístico *IBM SPSS*.

La tabla 4 muestra el resultado el grado de relación entre la D2 y D4, aplicando el estadístico del coeficiente de correlación Pearson, dando un valor del 0.34, con una significancia del 0.00. Dicho resultado se expresó, según la Tabla 2, que para ese valor se mantiene entre 0.20 a 0.39, explicando que el grado de relación entre D2 y D4 es positivamente baja. Entonces, si el presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico aumentaría en S/. 1 millón, la demanda cinematográfica en películas peruanas aumentaría en un posible 34%. Por ello, se rechaza la Hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ .

Prueba de hipótesis:

$H_1$ : El presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.

$H_0$ : El presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista No se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.

Tabla 5

*Correlación entre D3 (Presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista) y D4 (Demanda cinematográfica)*

Correlación Pearson		D3	D4
	Coeficiente de correlación		0.76
D3	Significancia		0.00
	Muestra	84	84
Correlación Pearson			
	Coeficiente de correlación	0.76	
D4	Significancia	0.00	
	Muestra	84	84

*Nota.* La tabla muestra el resultado estadístico de la relación entre las dimensiones D3 y D4, utilizando el estadístico de  $r$  Pearson. Tomados del programa estadístico *IBM SPSS*.

La tabla 5 muestra el resultado el grado de relación entre la D3 y D4, aplicando el estadístico del coeficiente de correlación Pearson, dando un valor del 0.76, con una significancia del 0.00. Dicho resultado se interpreta, según la Tabla 2, que para ese valor se mantiene entre 0.20 a 0.39, explicando que el grado de relación entre D2 y D4 es positivamente baja. Entonces, si el presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista aumentaría en S/. 1 millón, la demanda cinematográfica en películas peruanas aumentaría en un posible 76%. Por ello, se rechaza la Hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ .

## V. DISCUSIÓN

Dado los resultados expuestos anteriormente con la interpretación de cada variable estimada y su grado de asociación entre dimensiones, se manifiesta que el presupuesto público en la industria cultural se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022. Sin embargo, para cada dimensión especificada, el grado de relación varía de forma sustancial, esto lleva a discutir los resultados de los trabajos preliminares que sustenta el informe de investigación como parte del proceso académico.

En base a los resultados de la dimensión D1 – Presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales con la demanda cinematográfica, si bien es cierto que existe un grado de relación, esta fue muy baja con un valor de 0.27, dando a entender que un presupuesto de 1 millón de soles generaría un demanda del 27 por ciento en el consumo de películas peruanas. Huanqui, Grimaldi y Castillo (2017) también confirman tal hecho, que por cada millón invertido en la promoción y producción de largometrajes, tendrán una rentabilidad de 4 millones aproximadamente. Sin embargo, parte del presupuesto del Estado en comparativa con la región de Sudamérica, solo genera de gasto el 0.2 por ciento de Producto Interno Bruto, a diferencia de los países Europeos que destinan el 2 por ciento de su PBI en fortalecer el sector del cinematográfico y la demanda crezca y se fortalezca.

Según Pompilla y Tamayo (2015) los resultados muestran el problema del financiamiento en la promoción, producción y distribución del sector cinematográfico peruano, perjudicando la calidad y por ello, traslada la insatisfacción de consumir películas peruanas y preferir las películas extranjeras. En comparativa, los resultados muestran para cada dimensión (D1, D2, D3) la baja y moderada relación entre el presupuesto público y la demanda cinematográfica, esto explica que el financiamiento de las producciones nacionales son parte de iniciativas privadas, comerciales o de los mismos directores que asumen dicha inversión y los limita a seguir creando, en mayor cantidad por año, películas independientes o largometrajes.

Para Prieto (2021) manifiesta que el financiamiento público en el cine Español ha crecido de forma gradual entre los periodos de estudios, pasando de 15 millones de euros en el 2017, a 115 millones de euros en el 2020, siendo parte del 75 por ciento directamente a la producción de películas provocando el consumo masivo en distintas plataformas como televisión, streaming y en carteleras internacionales, siendo las películas españolas uno de los más consumidos dentro de la nación. En discusión, los resultados exponen una realidad distinta en la cinematografía Peruana con la española, dado que el presupuesto público en la promoción de eventos, incentivos para el desarrollo del potencial artístico y mejorar la capacidad del desempeño profesional son muy bajos con la demanda del cine peruano, por la misma realidad que a nivel internacional las películas peruanas no tienen transcendencia a nivel internacional, no existe gran variedad de actores competitivos en producciones grandes, y la capacidad de los profesionales no trasciende más allá del cine peruano, esto es reflejo de la poca responsabilidad del Estado en impulsar el cine peruano como actividad potencial.

Según los resultados de Gonzales (2019) la asistencia en el cine Colombiano ha crecido de forma sustancial desde el periodo 2010 con un 95 por ciento, entre el 2014 y 2015 creció un 55 por ciento, y recaudando en taquilla alrededor de 379 millones en un año. Por otro lado, el estado ha sido más comprometido con la producción de películas Colombianas dando un presupuesto del 70 por ciento del gasto total en políticas culturales. En discusión, los resultados expuestos no muestran una relación fuerte entre el presupuesto público destinado a la industria cultura con la demanda cinematográfica, en ese sentido, el crecimiento de la demanda no viene expresado por películas financiadas por el Estado sino por películas comerciales apoyadas por las iniciativas privadas o autonomía del productor, ya que el presupuesto va dirigido directamente a documentales o investigaciones del cine peruano más no en la producción de ellas.

Por último, Arriaza y Berumen (2015) manifiestan el resultado sobre el consumo de las películas en los países de la Unión Europea, dando que han crecido de forma paulatina, y sobre los estímulos del Estado para impulsar el cine se han dado de forma moderada, aunque en las crisis financieras hubo recortes presupuestales en dicho sector. El impulso se ha dado desde el sector privado

como principal identidad que financia la producción de películas. En comparación, los resultados se asemejan a lo planteado por Arriaza y Berumen, porque el financiamiento para la producción cinematográfica se ha dado por parte del sector privado para creación de películas comerciales y muy pocas por financiamiento estatal, este ha sido el hincapié del sector público para estimular la actividad del cine, más en tiempos de crisis y en sus iniciativas parlamentarias en hacer recortes en el presupuestales en sectores culturales.

Habiendo mencionado las teorías de la economía creativa impulsada por el Estado para fortalecer, impulsar la creatividad y proteger los derechos de autor como valoración intangible en su desarrollo como sector económico, los resultados han expuesto la realidad de la situación del estado Peruano como impulsador de dicho sector, dando un débil respuesta para proteger y brindar oportunidades de mejora en la producción de la cinematografía peruana. Por otro lado, según la teoría del Institucionalismo de mercado que enfatiza el roll del Estado como creador de reglas para impulsar y crear oportunidades en direcciones a mejorar el sector de la industria cultural, también se han dado de forma precaria, dado que los recursos administrados no están teniendo el impacto estimado en los sectores a destinar, a la vez, de la poca información estadística sobre el cine peruano por parte de las instituciones públicas.



## VI. CONCLUSIONES

Basado a los resultados, se determinó que existe una relación significativa entre el presupuesto público en el desarrollo de la industria cultura y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 - 2022. A pesar que el grado de asociación es mínima, de alguna manera el Estado peruano asigna los recursos públicos para fomentar el desarrollo del cine peruano en los últimos años con mayor fuerza.

Se determinó que existe una relación significativa entre el presupuesto público en el desarrollo de la promoción de eventos de las artes industriales y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022 con un valor correlacional del 0.27. El grado de relación fue positiva baja, siendo una de las dimensiones con menor grado de asociación.

Se determinó que existe una relación significativa entre el presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022 con un valor correlacional del 0.34. Para esta dimensión el grado de asociación fue positiva pero con un valor un poco más elevado, demostrando la importancia de los recursos destinados para apoyar el desenvolvimiento en el rubro artístico cinematográfico.

Por último, se determinó que existe una relación significativa entre el presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022 con un valor correlacional del 0.76. Esta dimensión a diferencia de las demás su grado de asociación fue positiva alta, describiendo la utilidad de los recursos públicos para la formalización del individuo como profesional artística y sea beneficio en el mercado del cine.

## VII. RECOMENDACIONES

El Estado como promotor del desarrollo de las actividades económicas, en este caso, el cine peruano, se recomienda distintos aspectos en función a la problemática general que sucumbe la cinematografía peruana, siendo más específicos, el factor del financiamiento para la creación de largometrajes por un tema de elevación de costos y gastos. En ese sentido, se recomienda que el presupuesto público tenga una mejor dirección en la producción de películas dirigidas por Directores peruanos y no se enfoque mucho en las investigaciones académicas sobre el cine peruano, documentales con expresiones culturales o películas que no tengan acogida en el mercado peruano. La importancia de ella, es generar mayor capacidad de películas producidas al año y capital suficiente para la reinversión de otras películas o series con mayor envergadura, con una mejor calidad, tecnología y reparto, haciéndose más competitiva a nivel internacional.

Por otro lado, el presupuesto destinado para la promoción de eventos en la industria cultural, no solo se recomienda incrementar el presupuesto cada año, sino que se deba realizar un estudio de mercado y planificar estrategias para generar buenas expectativas entre los consumidores, impulsando la identificación y apoyo de películas peruanas como un producto de mayor valor agregado. Dichos eventos deben ir acorde a cubrir necesidades modernas del consumidor y diversificadas entre la cultura peruana y extranjera.

Siguiendo con las dimensiones, el presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico es un ámbito de gran importancia porque es el inicio de la motivación, recreación, creatividad y potencialidad de las capacidades artísticas de las personas. En tal sentido, se recomienda que se incluya a profesionales en la actuación, directores, guionistas, productores audiovisuales e invitados internacional a cubrir y estimular las capacidades de las personas en el ámbito de cine, de este modo se busca no solo la generación de futuros actores sino también de grandes cineastas y técnicos en la mundo audiovisual. También es vital que las clases o desarrollo de ellas, el Estado pueda ayudar a integrar como convenios de prácticas a estos futuros

profesionales para impulsarlos y motivarlos a seguir ese camino tan difícil en estos momentos en el mercado peruano.

Por último, el presupuesto destinado en la capacitación para el desempeño profesional del artista, es un ámbito de mucha importancia dentro de la realización de los proyectos de largometrajes o producción de películas, ya que parte de su desarrollo actoral, la película tendrá una mayor repercusión en los espectadores como acontecimientos únicos e identificables. Por eso se recomienda, que dentro del presupuesto destinado deba incluir servicios de seguimiento constantes a los artistas actorales, una preparación mental, corporal y de apoyo comercial con productoras nacionales e internacionales. A la vez, primar reconocimientos a actores que han sido integrantes de un repertorio de películas nominadas en algún concurso a nivel general, esto ayuda a mejorar la actividad de la cinematografía peruana frente al mundo.

## REFERENCIAS

- Álvarez, A. (2020). Clasificaciones de las investigaciones. Recuperado de: <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%C3%A9mica%20C%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Apaza, E., Cazorla, S., Condori, C., Arpasi, F., Tumi, I., Yana, W. y Quispe, J. (2022). La correlación de Pearson y Spearman en caracteres físicos y textiles de fibra de alpacas. Recuperado de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/rivep/v33n3/1609-9117-rivep-33-03-e22908.pdf>
- Arriaza, K. y Berumen, S. (2015). El impacto de la crisis en la industria cinematográfica en Europa. Recuperado de: [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/5566/1/El%20impacto%20de%20la%20crisis%20en%20la%20industria%20cinematogr%C3%A1fica%20en%20Europa%20-%20Estudios%20sobre%20el%20Mensaje%20Period%C3%adstico.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/5566/1/El%20impacto%20de%20la%20crisis%20en%20la%20industria%20cinematogr%C3%A1fica%20en%20Europa%20-%20Estudios%20sobre%20el%20Mensaje%20Period%C3%adstico.pdf)
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L. y Arellano, C. (2020). La investigación científica: Una aproximación para los estudios de posgrado: Recuperado de: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENT%C3%8DFICA.pdf>
- Arias, J., Villasís, M. y Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arboleda, M. (2021). Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado. Recuperado de: <https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntesEconomia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf>

- Benavente, J. y Grazi, M. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Pol%C3%ADticas-p%C3%ABlicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-Impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. (2023). Industria culturales y creativos: situación y perspectivas. Recuperado de: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4390329/Industrias%20culturales%20y%20creativas%3A%20situaci%C3%B3n%20y%20perspectivas.pdf>
- Cineplex SA. (2023). Cineplanet 2023. Recuperado de: <https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/Cineplanet%20Dic-22.pdf>
- Congreso de la República. (1993). Constitución política del Perú. Recuperado de: <https://www.congreso.gob.pe/Docs/constitucion/constitucion/index.html>
- Consejo Nacional de la Cinematografía. (2023). Presupuesto anual, monto otorgado y número de beneficiados 2011-2022. Recuperado de: <https://estimuloseconomicos.cultura.gob.pe/sites/default/files/ee/archivos/2023-DAFO-RM-000072-2023-MC.pdf>
- Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios. (2023). Versión restaurada de “Luis Pardo”, primer largometraje peruano de ficción. Recuperado de: <https://dafo.cultura.pe/version-restaurada-de-luis-pardo-primero-largometraje-peruano-de-ficcion-se-estrena-en-la-plataforma-retina-latina/>
- Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios. (2022). Indicadores de proyección de películas a nivel nacional. Recuperado de: <https://www.infoartes.pe/indicadoresproyeccionpeliculas/>
- Encuesta Nacional de Programas Presupuestales. (2022). Indicadores de asistencia a funciones de cine. Recuperado de: <https://www.infoartes.pe/indicadoresasistenciacine/>

- Flores, C. y Flores, K. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en proceso productivos: Anderson-Darling, Ryan-Joiner, Shapiro-Wilk y Kolmogórov-Smirnov. Recuperado de: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/341/3412237018/3412237018.pdf>
- Furubotn, E. y Richter, R. (2010). *Institutions and Economic Theory: The Contribution of the New Institutional Economics*. Recuperado de: <https://press.umich.edu/Books//Institutions-and-Economic-Theory2>
- Gonzales, S. (2019). El cine Colombiano a través de sus mecanismos de fomento público. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7293711>
- Hernández, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21252021000300002](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002)
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación: Recuperado de: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernández, S. y Ávila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Recuperado de: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>
- Howkins, J. (2007). *The creative economy: How people make money from ideas*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/247822555\\_The\\_Creative\\_Economy\\_How\\_People\\_Make\\_Money\\_from\\_Ideas](https://www.researchgate.net/publication/247822555_The_Creative_Economy_How_People_Make_Money_from_Ideas)
- Huanqui, S., Grimaldi, D. y Castillo, C. (2017). Impacto económico del sector Cinematográfico y Audiovisual y Análisis Costo - Beneficio de la implementación del Anteproyecto de la Ley de la Cinematografía y el

Audiovisual. Recuperado de: <https://dafo.cultura.pe/wp-content/uploads/2017/09/Estudio-UP-Ley-de-Cine-VF.pdf>

Huayhuaca, J. (2020). Cine peruano: Conociendo a los problemas que se enfrenta. Recuperado de: <https://medialab.unmsm.edu.pe/chiquaqnews/el-cine-peruano-conociendo-los-problemas-a-los-que-se-enfrenta/>

López, P. y Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa: Recuperado de: [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua\\_cap2-4a2017.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf)

North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Recuperado de: <https://www.cambridge.org/core/books/institutions-institutional-change-and-economic-performance/AAE1E27DF8996E24C5DD07EB79BBA7EE>

Núñez, V. (2015). El cortometraje documental peruano 1972-1980. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7263194>

Mankiw, G. (2015). Principios de economía. Recuperado de: <https://orenatocaunp.files.wordpress.com/2015/08/demanda-oferta-mercados.pdf>

Ministerio de Cultura. (2022). Política Nacional de Cultura al 2023. Recuperado de: [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1044867/DECRETO\\_SUPR\\_EMO\\_N\\_\\_009-2020-MC\\_-\\_ANEXO.pdf?v=1595682890](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1044867/DECRETO_SUPR_EMO_N__009-2020-MC_-_ANEXO.pdf?v=1595682890)

Ministerio de Cultura. (2023). Plan anual para el fomento de la actividad cinematográfica y audiovisual para el año 2023. Recuperado de: <https://estimuloseconomicos.cultura.gob.pe/2023/estimulos-economicos-para-la-actividad-cinematografica-y-audiovisual-2023>

Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura. (2013). Informe sobre la economía creativa 2013 edición especial. Recuperado de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000230576>

- Prieto, J. (2021). Los modelos de financiación de los industriales creativas y culturales. El caso de la financiación de la producción cinematográfica española y los modelos de garantías. Recuperado de: <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/09/Econom%C3%ADa-y-cultura-6.pdf>
- Pomilla, H, y Tamayo, A. (2015). Financiamiento, distribución y marketing del cine peruano. En Anuario de Investigaciones 2015 (pp. 68-69). Universidad de Lima, Instituto de Investigación Científica.
- Ramos, C. (2020). Los alcances de la investigación. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/346351134\\_Los\\_Alcances\\_de\\_una\\_investigacion](https://www.researchgate.net/publication/346351134_Los_Alcances_de_una_investigacion)
- Registro Nacional de la Cinematografía y el Audiovisual. (2022). Cine, audiovisual y nuevos medios. Recuperado de: <https://www.infoartes.pe/oportunidades/>
- Rojas, D. (2017). Presupuesto público. Motor de desarrollo y transformación social. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7883810>
- Salvini, A. (2021). Principales problemas del cine peruano es la calidad. Recuperado de: <https://peru21.pe/espectaculos/aldo-salvini-problemas-cine-peruano-calidad-394357-noticia/?ref=p21r>
- Sayán, Y. (2017). Producción, distribución y exhibición del cine desde una nueva mirada: la web social. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621307>
- Sistema de información de las Industrial culturales y artes. (2022). Indicadores anuales de empleo e ingresos de las industrias culturales y creativas. Recuperado de: <https://www.infoartes.pe/indicadores-anuales-de-empleo-e-ingresos-de-las-industrias-culturales-y-creativas/>
- Subirana, K. (2023). El cine es un reflejo de lo que somos y de lo que hacemos. Recuperado de: <https://intercambio.pe/cine-reflejo-somos-hacemos/>



Useche, M., Artigas, W., Queipo, B. y Perozo, E. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali – cuantitativos. Recuperado de: <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos.pdf?sequence=1>

Zeta de Pozo. R. (2023). Revista de comunicación: Investigación en comunicación para generar comunidad. Recuperado de: <https://revistadecomunicacion.com/issue/view/191/41>

# ANEXOS

Anexo 01:

Tabla 6: *Operacionalización de variables*

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
(V1) Presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural	Es un instrumento para la ejecución y asignación de recursos como estrategia económica por parte del Estado. El presupuesto refleja las recomendaciones y objetivos del estado y gobierno, son desarrollados por la administración responsable de su gestión y tendrá la función de gestionar el funcionamiento de los objetivos y propuestas establecidas (Rojas, 2017).	Presupuesto devengando destinado al sector de la industria cultural de forma mensual desde el periodo 2016 al 2022, dando un total de 84 ítems para medir las dimensiones del presupuesto público destinado a la promoción, incentivo para potenciar al artista, capacitación para un desempeño profesional en la cinematografía.	Presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural	En la promoción de eventos de las artes industriales  En el incentivo para el desarrollo del potencial artístico  En la capacitación para el desempeño profesional del artista	Intervalo
(V2) Demanda cinematográfico	Es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores quieren comprar para satisfacer sus necesidades o deseos con diferentes niveles de precios dependiendo de la capacidad adquisitiva de cada individuo. La demanda brinda la información de intención de compra o adquisición de servicio a un mercado determinado. La ley de la demanda refiere a la expresión inversa entre el precio y la cantidad (Arboleda, 2021).	Venta mensual demandada por películas peruanas más taquilleras del cine peruano entre los periodos 2016 al 2022, dando un total de 84 ítems para medir la variación demandada en la cinematografía.	Demanda cinematográfico	Cantidad de espectadores por películas taquilleras peruanas  Recaudación por Taquilla de películas estrenadas peruanas	Intervalo

*Nota.* Esta tabla muestra las dimensiones de la V1 y V2, los indicadores y la medición en intervalos. Elaboración propia

Anexo 02:

Tabla 7: *Matriz de consistencia: Presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 - 2022*

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
¿De qué manera se relaciona el presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022?	Determinar de qué manera se relaciona el presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.	El presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.	Presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural	En la promoción de eventos de las artes industriales En el incentivo para el desarrollo del potencial artístico En la capacitación para el desempeño profesional del artista	Monto mensual presupuestal en miles de soles
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			
¿De qué manera se relaciona el presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 - 2022?	Determinar de qué manera se relaciona el presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.	El presupuesto público en la promoción de eventos de las artes industriales se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.	Demanda cinematográfica	Cantidad de espectadores por películas taquilleras peruanas	Monto demandado en miles de soles
¿De qué manera se relaciona el presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022?	Determinar de qué manera se relaciona el presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.	El presupuesto público en el incentivo para el desarrollo del potencial artístico se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.		Recaudación por Taquilla de películas estrenadas peruanas	
De qué manera se relaciona la capacitación para el desempeño profesional del artista y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.	Determinar de qué manera se relaciona la capacitación para el desempeño profesional del artista y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.	El presupuesto público en la capacitación para el desempeño profesional del artista se relaciona significativamente con la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 – 2022.			

Nota. Elaboración propia

## Anexo 03:

Tabla 8: Base de datos de la demanda cinematográfica

Año	Película	Dirección	Genero	Espectadores	Taquilla	Porcentaje
Ene-16	Condenados al infierno	Eduardo Schuldt	Terror	17,529	S/ 1,134,855	0.54%
Feb-16	El último verano	Enrique Chimoy	Musical, Biopic	29,516	S/ 1,910,912	0.91%
Mar-16	No estamos solos	Claudia Llosa	Drama	228,474	S/ 14,791,767	7.06%
Abr-16	La deuda	Fabrizio Aguilar	Drama	137,629	S/ 8,910,319	4.25%
May-16	Rockstar Avilés	David Bisbano	Animación, Infantil	160,497	S/ 10,390,829	4.96%
Jun-16	La última noticia	Eduardo Schuldt	Animación, Infantil	214,905	S/ 13,913,289	6.64%
Jul-16	A los 40	Ricardo Maldonado	Comedia	30,376	S/ 1,966,590	0.94%
Ago-16	Cementerio General	Dorian Fernández-Moris	Terror	747,000	S/ 48,361,959	23.09%
Set-16	Locos de amor	Bruno Ascenzo	Comedia	1,221,932	S/ 79,109,806	37.76%
Oct-16	Loco cielo de Abril	Sandro Ventura Mantilla	Drama, Comedia	112,594	S/ 7,289,513	3.48%
Nov-16	Perro guardián	Baltazar 'Bacha' Caravedo, Daniel	Drama	140,788	S/ 9,114,837	4.35%
Dic-16	F-27	Willy Combe	Drama	194,594	S/ 12,598,323	6.01%
				<b>3,235,834</b>	<b>S/ 209,493,000</b>	<b>100.00%</b>
Ene-17	El vientre	Daniel Rodríguez	Thriller	214,078	S/ 7,920,747	3.36%
Feb-17	Viejos amigos	Fernando Villarán	Comedia, Drama	460,953	S/ 17,054,961	7.24%
Mar-17	La cara del diablo	Frank Pérez Garland	Terror	211,119	S/ 7,811,266	3.32%
Abr-17	Secreto Matusita	Dorian Fernández-Moris	Terror	509,120	S/ 18,837,108	8.00%
May-17	Japy Ending	Ani Alva, Jesús Álvarez, John Mayta	Comedia	113,764	S/ 4,209,194	1.79%
Jun-17	Lusers	Ticoy Rodriguez	Comedia	740,650	S/ 27,403,568	11.64%
Jul-17	Atacada: La teoría del dolor	Aldo Miyashiro	Drama	116,996	S/ 4,328,776	1.84%
Ago-17	Cementerio General 2	Dorian Fernández-Moris	Terror	339,714	S/ 12,569,197	5.34%
Set-17	¡Asu mare! 2	Ricardo Maldonado	Comedia	3,082,942	S/ 114,066,846	48.45%
Oct-17	Al filo de la ley	Juan Carlos Flores, Hugo Flores	Acción	168,720	S/ 6,242,530	2.65%
Nov-17	Como en el cine	Gonzalo Ladines	Comedia, Drama	227,370	S/ 8,412,542	3.57%
Dic-17	Macho peruano que se respeta	Carlos Landeo	Comedia	177,686	S/ 6,574,266	2.79%
				<b>6,363,112</b>	<b>S/ 235,431,000</b>	<b>100.00%</b>

Ene-18	La entidad	Eduardo Schuldt	Terror	163,950	S/	6,426,997	2.83%
Feb-18	La herencia	Gastón Vizcarra	Comedia	127,714	S/	5,006,511	2.20%
Mar-18	Locos de amor	Frank Pérez Garland	Comedia, Musical	1,221,932	S/	47,900,901	21.06%
Abr-18	Margarita	Frank Pérez Garland	Drama, Comedia, Infantil	550,279	S/	21,571,462	9.48%
May-18	Guerrero	Fernando Villarán	Drama, Biopic	796,311	S/	31,216,151	13.73%
Jun-18	Calichín	Ricardo Maldonado	Comedia	928,858	S/	36,412,120	16.01%
Jul-18	No estamos solos	Daniel Rodríguez	Terror	228,464	S/	8,956,007	3.94%
Ago-18	Siete semillas	Daniel Rodríguez Risco	Drama	611,256	S/	23,961,819	10.54%
Set-18	El candidato	Álvaro Velarde	Comedia	108,783	S/	4,264,397	1.87%
Oct-18	La peor de mis bodas	Adolfo Aguilar	Comedia	722,106	S/	28,307,245	12.45%
Nov-18	Hasta que la suegra nos separe	Carlos Landeo	Comedia	252,321	S/	9,891,224	4.35%
Dic-18	Maligno	Matin Casapia	Terror	89,900	S/	3,524,166	1.55%
				<b>5,801,874</b>	<b>S/</b>	<b>227,439,000</b>	<b>100.00%</b>
Ene-19	Asi nomas	Willy Combe	Comedia, Terror	54,999	S/	2,590,935	1.02%
Feb-19	El utlimo verano	Sebastian Garcia	Drama, Romance	29,516	S/	1,390,462	0.55%
Mar-19	Cebiche de tiburón	Daniel Winitzky	Comedia	784,282	S/	36,946,560	14.52%
Abr-19	Somos Néctar	Coco Bravo	Musical, Biopic	308,523	S/	14,534,139	5.71%
May-19	Once machos	Aldo Miyashiro	Comedia	804,852	S/	37,915,587	14.90%
Jun-19	Condorito	Eduardo Schuldt, Alex Orrelle	Animación, Comedia	679,606	S/	32,015,402	12.58%
Jul-19	La hora final	Eduardo Mendoza de Echave	Drama	224,732	S/	10,586,848	4.16%
Ago-19	La paisana Jacinta: En búsqueda de Wasaberto	Adolfo Aguilar	Comedia	653,095	S/	30,766,502	12.09%
Set-19	Gemelos sin cura	Carlos Landeo	Comedia	311,892	S/	14,692,848	5.77%
Oct-19	El gran León	Ricardo Maldonado	Drama, Comedia	690,502	S/	32,528,700	12.78%
Nov-19	Av. Larco, la película	Jorge Carmona	Drama	774,864	S/	36,502,890	14.35%
Dic-19	Una comedia macabra	Sandro Ventura	Comedia	84,021	S/	3,958,126	1.56%
				<b>5,400,884</b>	<b>S/</b>	<b>254,429,000</b>	<b>100.00%</b>

Ene-20	Una navidad en verano	Ricardo Moran	Comedia, Musical	75,247	S/	626,171	1.36%
Feb-20	Doble	Felipe Martínez Amador	Drama, Comedia	59,940	S/	498,793	1.08%
Mar-20	A tu lado	Martín Casapía Casanova	Romance	226,360	S/	1,883,665	4.08%
Abr-20	Margarita 2	Frank Pérez Garland	Comedia, Infantil	258,585	S/	2,151,827	4.66%
May-20	Manual del pisado	Carlos Landeo	Comedia	134,478	S/	1,119,065	2.43%
Jun-20	Locos de amor 2	Frank Pérez Garland	Comedia, Musical	882,937	S/	7,347,400	15.93%
Jul-20	Amigos en apuros	Joel Calero, Luis Cáceres	Comedia	137,768	S/	1,146,443	2.49%
Ago-20	Sobredosis de amor	Jesús Álvarez Betancourt	Comedia, Romance	364,111	S/	3,029,966	6.57%
Set-20	¡Asu mare! 3	Jorge Ulloa	Comedia	2,042,567	S/	16,997,313	36.85%
Oct-20	Caiga quien caiga	Eduardo Guillot	Drama	363,477	S/	3,024,690	6.56%
Nov-20	Django: Sangre de mi sangre	Aldo Salvini	Drama, Acción	433,047	S/	3,603,620	7.81%
Dic-20	Utopía, la película	Gino Tassara	Drama	565,045	S/	4,702,047	10.19%
				<b>5,543,562</b>	<b>S/</b>	<b>46,131,000</b>	<b>100.00%</b>
Ene-21	No me digas solterona	Ani Alva Helfer	Comedia, Drama	868,482	S/	6,346,990	14.02%
Feb-21	Soltera codiciada	Bruno Ascenzo	Comedia	503,080	S/	3,676,580	8.12%
Mar-21	Hotel paraiso	Daniel Rehder	Comedia	1,997,450	S/	14,597,648	32.25%
Abr-21	La peor de mis bodas 2	Adolfo Aguilar	Comedia	217,186	S/	1,587,226	3.51%
May-21	Intercambiadas	Daniel Vega Vidal	Comedia	168,008	S/	1,227,826	2.71%
Jun-21	Recontra loca	Giovanni Ciccía	Comedia	525,132	S/	3,837,739	8.48%
Jul-21	Papá Youtuber	Fernando Villarán	Comedia	206,885	S/	1,511,945	3.34%
Ago-21	Papá x tres	Sandro Ventura Mantilla	Comedia	105,610	S/	771,813	1.71%
Set-21	Once machos 2	Aldo Miyashiro	Comedia	653,014	S/	4,772,319	10.54%
Oct-21	Django: En el nombre del hijo	Aldo Salvini	Drama, Acción	193,193	S/	1,411,882	3.12%
Nov-21	¿Mi novia es él?	Coco Bravo, Edwin Sierra	Comedia	105,313	S/	769,642	1.70%
Dic-21	Locos de amor 3	Frank Pérez Garland	Comedia, Musical	649,466	S/	4,746,390	10.49%
				<b>6,192,819</b>	<b>S/</b>	<b>45,258,000</b>	<b>100.00%</b>

Ene-22	Sí, mi amor	Pedro Flores Maldonado	Comedia	663,804	S/	52,638,959	25.93%
Feb-22	La Foquita: El 10 de la calle	Martín Casapía	Drama, Biopic	971,636	S/	77,049,713	37.95%
Mar-22	¿Nos casamos? Sí, mi amor	Pedro Flores Maldonado	Comedia	201,908	S/	16,011,092	7.89%
Abr-22	No me digas solterona 2	Ani Alva Helfer	Comedia, Drama	279,812	S/	22,188,797	10.93%
May-22	Cosas de amigos	Giovanni Ciccía	Comedia	105,782	S/	8,388,401	4.13%
Jun-22	Quién dijo Detox?	Rosa María Santisteban	Comedia	16,007	S/	1,269,338	0.63%
Jul-22	Encintados	Gianfranco Quattrini	Comedia	34,392	S/	2,727,249	1.34%
Ago-22	Igualita a mi	Felipe Martínez Amador	Comedia	86,886	S/	6,889,968	3.39%
Set-22	Mundo gordo	Sandro Ventura	Comedia	71,417	S/	5,663,293	2.79%
Oct-22	La banda presidencial	Eduardo Mendoza	Comedia	62,735	S/	4,974,820	2.45%
Nov-22	Sugar en aprietos	José Salinas	Comedia	39,993	S/	3,171,403	1.56%
Dic-22	El corazón de la luna	Aldo Salvini	Drama, Fantástico	25,725	S/	2,039,965	1.00%
				<b>2,560,097</b>	<b>S/</b>	<b>203,013,000</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Base de datos extraídos de cineencuentro – películas peruanas taquilleras



## Anexo 04:

Tabla 9: Base de datos del presupuesto público en la industria cultural

Año	ORGANIZACION Y PARTICIPACION EN EVENTOS PARA POSICIONAMIENTO DE LAS ARTES E INDUSTRIAS CULTURALES		INCENTIVOS PARA EL DESARROLLO DEL POTENCIAL ARTISTICO		CAPACITACION PARA EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL SECTOR ARTISTICO	
	Devengado		Devengado		Devengado	
	S/		S/		S/	
Ene-16	S/	20,811	S/	228,164	S/	27,302
Feb-16	S/	37,547	S/	135,094	S/	30,535
Mar-16	S/	41,220	S/	270,320	S/	214,199
Abr-16	S/	22,805	S/	343,025	S/	89,877
May-16	S/	39,632	S/	342,517	S/	125,590
Jun-16	S/	93,815	S/	949,847	S/	63,301
Jul-16	S/	57,399	S/	984,901	S/	88,848
Ago-16	S/	167,026	S/	514,122	S/	73,467
Set-16	S/	160,838	S/	678,033	S/	63,972
Oct-16	S/	91,562	S/	156,728	S/	59,045
Nov-16	S/	145,759	S/	1,159,566	S/	79,206
Dic-16	S/	105,801	S/	314,781	S/	117,465
Ene-17	S/	141,704	S/	276,724	S/	15,791
Feb-17	S/	227,409	S/	342,850	S/	25,983
Mar-17	S/	116,296	S/	171,320	S/	42,722
Abr-17	S/	301,110	S/	201,621	S/	82,765
May-17	S/	97,144	S/	60,191	S/	35,002
Jun-17	S/	1,106,374	S/	128,154	S/	296,290
Jul-17	S/	114,601	S/	71,962	S/	60,046
Ago-17	S/	222,585	S/	93,226	S/	136,532
Set-17	S/	430,716	S/	654,969	S/	509,322
Oct-17	S/	94,287	S/	67,291	S/	125,123
Nov-17	S/	147,876	S/	31,644	S/	134,943
Dic-17	S/	151,002	S/	100,462	S/	115,000
Ene-18	S/	126,214	S/	76,299	S/	78,265
Feb-18	S/	86,200	S/	58,411	S/	28,134
Mar-18	S/	380,510	S/	565,390	S/	400,134
Abr-18	S/	188,762	S/	60,412	S/	52,614
May-18	S/	105,223	S/	511,707	S/	425,134
Jun-18	S/	124,769	S/	516,240	S/	267,492
Jul-18	S/	63,450	S/	22,825	S/	11,180
Ago-18	S/	106,278	S/	9,007	S/	5,134
Set-18	S/	74,495	S/	9,031	S/	8,480
Oct-18	S/	273,354	S/	117,012	S/	11,584
Nov-18	S/	61,628	S/	90,216	S/	10,855
Dic-18	S/	64,138	S/	28,369	S/	48,445
Ene-19	S/	60,482	S/	142,050	S/	15,235
Feb-19	S/	243,956	S/	6,100	S/	14,503
Mar-19	S/	310,545	S/	124,255	S/	291,200
Abr-19	S/	309,005	S/	72,502	S/	79,810
May-19	S/	264,410	S/	159,042	S/	228,782
Jun-19	S/	125,562	S/	154,255	S/	161,924
Jul-19	S/	88,022	S/	76,100	S/	52,500
Ago-19	S/	64,085	S/	265,973	S/	100,410

Set-19	S/	93,507	S/	200,466	S/	78,150
Oct-19	S/	160,423	S/	378,357	S/	298,800
Nov-19	S/	198,260	S/	414,422	S/	152,471
Dic-19	S/	398,688	S/	62,292	S/	3,635
Ene-20	S/	60,643	S/	12,815	S/	17,771
Feb-20	S/	46,241	S/	66,611	S/	47,079
Mar-20	S/	136,079	S/	197,822	S/	58,541
Abr-20	S/	148,175	S/	123,486	S/	71,025
May-20	S/	76,174	S/	89,721	S/	25,756
Jun-20	S/	264,174	S/	116,946	S/	301,722
Jul-20	S/	60,474	S/	151,297	S/	32,622
Ago-20	S/	117,374	S/	121,146	S/	25,502
Set-20	S/	279,336	S/	8,870,825	S/	580,376
Oct-20	S/	65,174	S/	439,355	S/	41,597
Nov-20	S/	36,674	S/	130,132	S/	76,572
Dic-20	S/	561,360	S/	132,563	S/	79,907
Ene-21	S/	296,218	S/	122,489	S/	220,371
Feb-21	S/	193,718	S/	242,489	S/	383,571
Mar-21	S/	324,068	S/	25,257,465	S/	569,344
Abr-21	S/	31,668	S/	179,352	S/	31,284
May-21	S/	63,768	S/	135,454	S/	58,056
Jun-21	S/	147,018	S/	2,507,032	S/	98,215
Jul-21	S/	78,318	S/	551,930	S/	91,532
Ago-21	S/	66,218	S/	2,161,076	S/	103,851
Set-21	S/	1,046,647	S/	1,499,185	S/	277,687
Oct-21	S/	871,942	S/	175,282	S/	104,330
Nov-21	S/	1,405,139	S/	179,762	S/	166,162
Dic-21	S/	1,502,126	S/	3,250,632	S/	386,771
Ene-22	S/	116,228	S/	6,784,794	S/	115,228
Feb-22	S/	213,686	S/	15,988,607	S/	315,686
Mar-22	S/	15,886	S/	209,392	S/	26,422
Abr-22	S/	222,249	S/	201,183	S/	44,853
May-22	S/	302,363	S/	263,995	S/	55,594
Jun-22	S/	226,084	S/	1,892,735	S/	53,904
Jul-22	S/	37,736	S/	741,744	S/	58,010
Ago-22	S/	122,621	S/	1,030,767	S/	164,263
Set-22	S/	132,226	S/	2,266,654	S/	58,589
Oct-22	S/	100,819	S/	6,450,903	S/	105,198
Nov-22	S/	438,642	S/	15,090,492	S/	98,761
Dic-22	S/	496,089	S/	5,734,906	S/	339,324

*Nota.* Base de datos extraídos del Ministerio de Finanzas – Consulta amigable.

Anexo 05:

Figura 2

Películas peruanas taquilleras





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, MEJIA LEIVA ROGGER ANTONIO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ECONOMÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Presupuesto público en el desarrollo de la industria cultural y la demanda cinematográfica en el Perú: 2016 - 2022", cuyos autores son PEÑA ARANZAMENDI SERGIO ABEL, TTICA MAMANI JEFFERSON CLAUDIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 14 de Diciembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
MEJIA LEIVA ROGGER ANTONIO <b>DNI:</b> 16730676 <b>ORCID:</b> 0000-0002-8998-4944	Firmado electrónicamente por: RMEJIAL el 14-12- 2023 16:04:55

Código documento Trilce: TRI - 0696775