



# **PREPARANDO AL TEATRO PARA EL ESCENARIO INDUSTRIAL**

---

ESTUDIO SOBRE EL FESTIVAL DE ARTES ESCÉNICAS  
FAE LIMA 2020



ORGANIZADORES DEL FAE LIMA:



PRESENTADOR DEL FAE LIMA:



# PREPARANDO AL TEATRO PARA EL ESCENARIO INDUSTRIAL

ESTUDIO SOBRE EL FESTIVAL DE ARTES ESCÉNICAS FAE LIMA 2020

**PREPARANDO AL TEATRO PARA EL ESCENARIO INDUSTRIAL  
ESTUDIO SOBRE EL FESTIVAL DE ARTES ESCÉNICAS  
FAE LIMA, 2020**

Estudio elaborado por:



**Editado por:**

Cultura 360° S.A.C

Jr. Morro Solar 230, Santiago de Surco, Lima Perú

[www.cultura360.pe](http://www.cultura360.pe)

Consultora especializada en brindar asesoría a proyectos en industrias culturales, creativas y artes.  
Cuenta con un área de evaluación de impacto y estudios económicos.

**AUTORES:**

Equipo de Cultura 360°:

Lourdes del Pilar Álvarez Chávez

Edson Raul Huamaní Huapaya

**EDICIÓN:**

Viana Rodríguez Escobar

Directora de Cultura 360°

**DISEÑO Y DIAGRAMACION:**

Paloma Maturana Palma

**CORRECCIÓN DE ESTILO:**

Universidad de Lima

1era. Edición digital, febrero 2023

Libro electrónico disponible en [www.cultura360.pe](http://www.cultura360.pe)

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2023-01072

ISBN 978-612-49233-0-2

**ORGANIZADORES DEL FAE LIMA:**

Asociación Cultural Drama

Asociación Cultural Peruano Británica

Centro Cultural de España en Lima

Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Centro Cultural de la Universidad de Lima

Centro Cultural de la Universidad del Pacífico

Gran Teatro Nacional

**PRESENTADOR DEL FAE LIMA:**

Ministerio de Cultura

# ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO</b>	<b>14</b>
2.1 Importancia del desarrollo de las industrias de artes escénicas	15
2.2 Estrategias para desarrollar el mercado de las industrias de artes escénicas	22
<b>III. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE LAS INDUSTRIAS DE ARTES ESCÉNICAS EN LIMA METROPOLITANA</b>	<b>27</b>
3.1 Marco institucional para el desarrollo de las artes escénicas en Perú	27
3.2 Aporte económico de la producción de artes escénicas en Lima Metropolitana	32
3.3 Multiplicadores de la industria de artes escénicas en Perú	36
3.4 Caracterización del consumo de artes escénicas en Lima Metropolitana	39
3.5 Elasticidades de demanda de la asistencia a espectáculos teatrales	44
<b>IV. FAE LIMA 2020: UNA INICIATIVA PARA EL DESARROLLO DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN PERÚ</b>	<b>47</b>
4.1 Propuesta de Teoría de Cambio para el FAE Lima	47
4.2 Análisis del espectador del FAE Lima 2020	51
4.3 Resultados del FAE Lima 2020 sobre la producción de artes escénicas	56
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>62</b>
5.1 Conclusiones sobre la implementación del FAE Lima 2020	62
5.2 Recomendaciones para el diseño y la implementación del FAE Lima 2020	62
5.3 Agenda de evaluación	



## I. INTRODUCCIÓN

## 1. INTRODUCCIÓN

El teatro ha tenido un rol preponderante a lo largo de la historia de la humanidad y en casi todas las culturas. Según ha evolucionado nuestra forma de vida con el avance agigantado de la tecnología y la globalización, el teatro ha ido también sofisticándose. Algunas veces, retado por los avances de la industria cinematográfica; en otras ocasiones, adaptado al consumo comercial; en otras, como una extensión de la responsabilidad social de las empresas; o también, en algunos casos, como parte del carácter reputacional de las empresas en el mercado, fortaleciendo su institucionalidad y reforzando su relación con la comunidad.

El teatro ha sido por años un espacio de cultura, de concurrencia, de aprendizaje, de expresión artística, pero también ha sido una actividad económica regida por las leyes de la oferta y la demanda; actividad que ha permitido generar ingresos para actores, productores, dueños de teatro, directores de obra, inversionistas, guionistas, escritores, entre otros. No cabe duda de que una obra teatral requiere, en su expresión más minimalista, un espacio para su puesta en marcha, inversiones, financiamiento, equipamiento, elenco, publicidad... Cuando pensamos entonces en el teatro como una actividad económica, pensamos en ésta y en toda su cadena de valor.

La industria del teatro es capaz de conectar a múltiples actividades económicas, aportar valor agregado a la economía local, exportar conocimiento y transferencia tecnológica, generar puestos de trabajo, dinamizar la actividad cultural y turística; así como a sectores más tradicionales, como lo son el comercio, la provisión de servicios, el sector textil y confecciones o la fabricación de muebles o incluso la industria metalmecánica. En Estados Unidos, la industria teatral generada por Broadway emplea a más de 98 mil personas cada año<sup>1</sup>, recibe alrededor de 15 millones de espectadores provenientes de todo el mundo (se presume que más del 60% del total de entradas vendidas fueron compradas por turistas) y genera ingresos por más de 1,800 millones de dólares.

Para entender estas cifras en términos de nuestra economía local, nuestro PBI total asciende a alrededor de 222 mil millones de dólares. Estos 1,800 millones de dólares provenientes de la industria teatral en Manhattan representarían el 0.8% de nuestro PBI total; solo el sector pesquero, en sus mejores años, representaba un aporte de 0.7% del PBI por la parte extractiva; en el caso de la agroindustria, en sus mejores años, el aporte de este sector pudo llegar hasta más del 1.5%. Así de importante es esta industria, no solo por el componente social, económico, productivo y cultural; sino también porque es un potencial motor de crecimiento económico que contribuiría a la diversificación productiva. Vista desde cualquier ángulo, pareciera ser una oportunidad maravillosa para diversificar nuestra economía, tan dependiente aún de lo primario, una apuesta por lo creativo que exporte lo mejor de nuestra gente y que sea a su vez un espacio de concurrencia que permita solidificar equitativamente las muestras y expresiones de toda nuestra cultura.

En América Latina varios de los estudios realizados para caracterizar la dinámica de la industria teatral sostienen que los gastos de administración, los costos operacionales y el ajustado margen de utilidades limitan la capacidad de maniobra administrativa y convierten a la actividad y a su sostenibilidad en el mercado en todo un desafío. Estas características obligan a los empresarios a enfocarse en atraer un volumen creciente de consumidores dispuestos a pagar. Estas circunstancias pueden verse motivadas por múltiples variables propias de cada territorio: preferencias de los consumidores, niveles educativos, condiciones socioeconómicas, ubicación estratégica de los teatros, entre otras.

Siendo la oferta teatral un bien tan igual a todos los otros y regido por las funciones de oferta y demanda, es posible conjeturar las respuestas con respecto a las preferencias de los consumidores ante la oferta de artes escénicas, que no se pegan a lo que es tradicionalmente entendido como conveniente para el consumidor, por lo que la visión de

<sup>1</sup>Vogel, F. B., & Hodges, B. A. (Eds.). (2006). *The Commercial Theater Institute Guide to Producing Plays and Musicals*. Hal Leonard Corporation.

la cadena de valor de la industria teatral cobra entonces relevante importancia para dinamizar a este sector, mejorando la asistencia de los espectadores, atrayendo a los potenciales asistentes, despertando el interés por el teatro y por ende dándole sostenibilidad a la existencia de la industria teatral. La publicidad y los canales para ofertar el bien, y sobre todo la accesibilidad en términos de precio de entrada, de ubicación del teatro (distancia del trabajo, del hogar), la oferta de funciones (horarios convenientes), entre otras variables determinantes, deben ser estudiados y generarse la evidencia necesaria para diseñar políticas públicas en conjunto con el sector privado, de manera que se busquen soluciones integrales para promover y fomentar el desarrollo y, sobre todo, el nacimiento formal del teatro como una industria.

Caracterizar a la industria teatral en mercados como el americano, inglés o francés, con cadenas de valor institucionalizadas y operando con márgenes de rentabilidad exorbitantes, despiertan rápidamente la idea de diversificar en nuestro país, por lo que nos preguntamos entonces ¿qué es lo que venimos haciendo por el nacimiento de esta industria? ¿A muchos de nosotros nos queda claro que talento tenemos, y de sobra! ¿Qué permitirá el nacimiento formal de una industria teatral en el Perú? ¿Qué condiciones deben darse? ¿No es acaso el *boom* gastronómico uno de los mejores ejemplos? Se requiere entonces refundar la visión, y, para esto, la generación de evidencia es uno de los mejores aliados.

Las decisiones públicas o privadas para la sostenibilidad de la actividad económica del sector de artes escénicas pueden sustentarse con evidencia que permita identificar las brechas existentes para el desarrollo de la actividad y su prevalencia en el mercado. Esta evidencia requiere de datos e información inferencial que sustente la toma de decisiones para los agentes que buscan maximizar ganancias, generar bienestar y promover el desarrollo y la productividad de esta industria.

La agenda para la generación de datos e información en esta industria se está todavía por desarrollar. El estado del arte relacionado a esta industria a nivel internacional es amplio, así como el estudio de la conducta de los consumidores en el mundo de las artes escénicas. Estos estudios van desde el conocimiento de las variables socioeconómicas que motivan las preferencias de los consumidores por las artes escénicas, tales como el precio de las entradas, la distancia geográfica, los niveles de ingreso, el costo de oportunidad, la condición socioeconómica, el nivel educativo, la complementariedad o sustitución, entre otras<sup>2</sup>; hasta estudios conductuales asociados con variables y datos relevantes que tradicionalmente no son parte de los bienes que tienen un precio de mercado.

Todos estos estudios y el abanico de variables que resultan en conocimiento inferencial acerca de la conducta de los consumidores de artes escénicas permiten delinear hábitos y patrones de conducta. Éste precisamente es el enfoque de este estudio, iniciar la discusión acerca de la importancia de generar evidencia y preparar a la industria de artes escénicas para la construcción de indicadores y variables que permitan su medición e incorporación al sistema estadístico nacional. En este marco, el Festival de Artes Escénicas de Lima – FAE Lima 2020, se convierte en un escenario perfecto para empezar con esta labor.

Este estudio se estructura en cuatro secciones que abordan (i) el marco teórico, (ii) la caracterización de las artes escénicas en Lima Metropolitana, (iii) un balance general del FAE como iniciativa para promover las artes escénicas, y (iv) las conclusiones y recomendaciones de política. De esta manera, en el capítulo 2, se abordará el marco teórico referente a los patrones de consumo de teatro, la importancia del desarrollo de la industria de artes escénicas y las estrategias de política para su desarrollo. En el capítulo 3, se caracterizará el marco institucional, el aporte económico y las características de consumo de las artes escénicas en Lima Metropolitana; asimismo, se calcularán los

<sup>2</sup>(Stigler and Becker, 1977).

efectos multiplicadores de esta industria y las elasticidades de demanda de los espectáculos teatrales. En el capítulo 4, se propondrá una teoría de cambio y un marco lógico para el FAE Lima, se caracterizará a sus espectadores y se evaluarán sus resultados sobre la producción de espectáculos teatrales. Finalmente, en el capítulo 5, se expondrán las conclusiones del estudio y las recomendaciones para el desarrollo de la industria de artes escénicas en Perú y, de manera más específica, para el diseño y la implementación del FAE Lima.



## II. MARCO TEÓRICO

## 2. MARCO TEÓRICO

Uno de los grandes retos para entender el comportamiento de los consumidores de las artes escénicas en el Perú radica en entender las razones o motivaciones por las cuales deciden asistir a alguna de estas manifestaciones artísticas. Esta decisión, aparentemente racional, es trasladada al consumidor, quien, indirectamente, puede haber sido atraído hacia el teatro por múltiples factores. Hasta hoy, la literatura económica internacional revela que la educación artística es una de las variables más importantes para explicar las preferencias y los cambios en la asistencia del público a las obras teatrales. En ese sentido, Borgonovi (2004) presenta evidencia significativa acerca de la conducta de los consumidores de artes escénicas que tuvieron acceso a educación artística en algún momento de sus vidas. Otra de las hipótesis que refuerza esta idea es que las artes escénicas, en cualquiera de sus manifestaciones, presentan cierta complementariedad, es decir, una permanente asistencia a determinadas manifestaciones escénicas despierta un mayor interés y consumo por otras. De esta manera, el concepto de *learning by doing*<sup>3</sup> cobra mayor relevancia, sobre todo en aquellos países en vías de desarrollo, en donde la educación artística es impartida parcialmente y de acuerdo con los niveles socioeconómicos; y en muchos casos la calidad de la oferta educativa en artes escénicas varía, dependiendo de la región en la que se encuentra el consumidor. Es entonces probable que el gusto por las artes escénicas vaya desarrollándose conforme se tiene un primer contacto con ellas. Esta primera inferencia puede dar luces acerca de la promoción de las obras teatrales y sobre los modos para promoverla.

Si bien es cierto que es importante entender cómo la demanda se comparte en función de la oferta disponible en el mercado, no es menos cierto que la actividad debe ser sostenible por sí misma para convertirse en una actividad productiva y competitiva. En ese marco, tanto hacedores de política como el sector privado deben cooperar para poder diagnosticar debidamente la dinámica de este sector y sus dolencias. Las artes escénicas han sido por largo tiempo consideradas como bienes de lujo, exclusivas para las élites y para los niveles educativos más altos<sup>4</sup>.

En la actualidad, el desarrollo de la tecnología, el esfuerzo de los gobiernos, la academia y los privados (actores, productores, organizadores, entre otros) han permitido que muchas manifestaciones artísticas busquen llegar a todos, de forma inclusiva y con mayor alcance. El acceso e interacción con estas artes ha provocado que muchos espectadores ocasionales logren ser atraídos por éstas. Esto se explica y evidencia también en la literatura. Köster and Marco-Serrano (2000) concluyen que la elasticidad precio de la demanda es mayor en los asistentes ocasionales que en los asistentes frecuentes, lo cual radica en el hecho de que el nivel de satisfacción que recibe un espectador ocasional es mayor que el de un espectador frecuente, y está también dispuesto a pagar más que el espectador tradicional.

Es entonces lógico pensar que la difusión y promoción de las artes escénicas, así como su universalización, pueden dar sostenibilidad a esta industria y juegan un rol fundamental, así como una mayor rentabilidad, apreciación y disposición a pagar de parte de los consumidores. No solo el precio o la condición socioeconómica constituyen entonces razones para la asistencia o consumo de estas expresiones artísticas<sup>5</sup>. Acerca de este último punto, contrario a lo que se puede pensar, la literatura no presenta ninguna asociación entre la variable precio del *ticket* o entrada y la asistencia al teatro. Sin embargo, conceptos como el *learning by doing* o la educación artística, o el *background* de los padres, e incluso el nivel educativo alcanzado por la madre, presentan una correlación positiva con la mayor asistencia o preferencia de los espectadores.

En el Perú, poco se sabe sobre el desarrollo de la cadena de valor de la industria teatral. Algunos estudios indican que formalmente contábamos con alrededor de 55 espacios para el desarrollo de esta actividad a nivel nacional, en donde Lima concentraba más del 60%<sup>6</sup>. Estas cifras evidencian lo que también constituye un problema estructural para el desarrollo y nacimiento de esta industria, tanto por la ausencia de infraestructura *per se* como para la agenda pendiente en temas de inclusión social. No cabe duda de que es un esfuerzo conjunto el requerido, tanto del Gobierno nacional como de las autoridades locales.

### 2.1 IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS DE ARTES ESCÉNICAS

Considerando los distintos efectos de la industria artística en una sociedad, la relevancia de su desarrollo puede ser aproximada tomando en cuenta dos aspectos<sup>7</sup>. Por un lado, desde una perspectiva instrumental, el arte es considerado una potente herramienta para el crecimiento y desarrollo económico y social, hecho que sustenta la inclusión de la esfera cultural en numerosas políticas gubernamentales a nivel internacional (Unesco, 2010; Ruiz, 2004; Belfiore, 2002). Por otro lado, existe una vertiente bastante vasta de investigaciones acerca de los impactos intrínsecos de toda expresión artística, asociados al desarrollo y promoción de la propia cultura<sup>8</sup>.

<sup>3</sup> (Gray, 1998).

<sup>6</sup> El proyecto "Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural de las Américas: Perú", 2011 registró en todo el Perú un total de 55 espacios de actividad formal, permanente y con énfasis en la expresión teatral. El 60% de estos espacios se concentran en el departamento de Lima (33 teatros/auditorios). El resto de los departamentos no cuenta con infraestructura formal para el desarrollo del teatro, a cambio, se desarrolla en espacios alternativos como auditorios de uso múltiple, pequeñas salas, anfiteatros, pero no necesariamente cuentan con equipamiento o infraestructura con exclusividad para el desarrollo de las artes de la representación teatral, o no cumplen con una programación constante.

<sup>7</sup> Dado el escaso número de investigaciones sobre la industria de artes escénicas, en esta sección se hará referencia al conjunto de industrias culturales, entendidas como los sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial (Unesco, 2010).

<sup>8</sup> (Unesco, 2010; Ruiz, 2004; Belfiore, 2002).

<sup>3</sup> Lévy-Garboua and Montmarquette (1996).

<sup>4</sup> Veblen (1899) & Bourdieu (1984).



En términos económicos, el desarrollo de las industrias culturales puede ser un importante motor de crecimiento económico y diversificación productiva. Por ejemplo, en Reino Unido, de acuerdo con el Department for Digital, Culture, Media & Sport (2018), el sector cultural contribuyó con cerca de 32.3 billones de libras esterlinas a la economía de ese país. Asimismo, según datos del Bureau of Economic Analysis de Estados Unidos, en el 2017, las actividades económicas artísticas y culturales constituyeron el 4.5% del Producto Bruto Interno (PBI) y, en el caso de la mayoría de los países de Iberoamérica, la producción cultural conformaría entre el 1% y 3% del PBI (OIBC, 2018). Es notorio el dinamismo generado por el sector a nivel internacional y las potenciales ganancias económicas que implicaría su desarrollo en nuestro país. En esa misma línea, en la literatura se remarca también el efecto del desarrollo del sector artístico en la generación de empleo. Por ejemplo, según el Departamento de Artes y Cultura de Sudáfrica (2015), 564,726 personas fueron empleadas en las industrias creativas del país en el periodo 2013-2014, representando casi el 3.6% del empleo total (Gregory, 2019). Asimismo, según The National Endowment for Arts (2019) en Estados Unidos, alrededor de 5 millones de trabajadores laboran en las industrias culturales y de arte, lo que refleja el uso intensivo en mano de obra por sobre muchos otros sectores (OIBC, 2018; Booyens, 2012).



Las artes escénicas son dinamizadoras de actividades económicas a través de cadenas productivas y de valor que involucran diversos ámbitos profesionales: **dramaturgia, actuación, coreografía, interpretación musical, diseño de vestuario, iluminación, maquillaje, escenografía, composición musical, entre otros**. Asimismo, impactan sobre otras áreas conexas como el diseño gráfico, la publicidad, los servicios de ventas, el transporte, la hotelería, entre otros. De esta forma, son un significativo generador de empleo directo e indirecto (Agreda, 2017).

Esta importante participación laboral en las industrias del arte e industrias conexas contribuye también al alivio de la exclusión social de sectores minoritarios o constantemente segregados, como muestran algunos estudios en Sudáfrica (Gregory, 2019; Booyens, 2012). Sin embargo, no solo se trata de grupos minoritarios, sino de incluir a distintos agentes de desarrollo de una comunidad. Por ejemplo, con la apertura de The New Jersey Performing Arts Center (Estados Unidos) en 1997, los cambios en la comunidad han sido evidentes, congregando a diferentes grupos sin fines de lucro, filántropos, corporaciones, con la idea de fortalecer distintos proyectos, conseguir financiamiento y crear nuevas organizaciones comprometidas con el arte y el desarrollo local (Strom, 2003). De esta manera, el desarrollo del sector artístico está asociado también con una mayor participación y movilidad comunitaria y, por tanto, con el fortalecimiento del capital social (McCarthy et al., 2004; Walmsley, 2013).

Por otro lado, en el contexto de las políticas de desarrollo urbano, la promoción del arte se sustenta en su impacto positivo en la regeneración y revalorización de espacios urbanos (Belfiore, 2002; Throsby, 2010; Booyens, 2012). Casos como los de Ciudad del Cabo, Johannesburgo y Durban en Sudáfrica, donde el florecimiento y desarrollo de industrias creativas, relacionadas a las artes escénicas, al arte visual, la música y la producción cultural se asocia con mejoras en infraestructura, incremento de la atracción turística local e internacional y, en general, con la generación de centros de desarrollo económico, dan cuenta de su importancia (Booyens, 2012)<sup>9</sup>.

Asimismo, en términos de innovación, creatividad y conocimiento, la industria artística genera importantes fuentes de desarrollo económico (Catungal et al., 2009; Harris, 2008). Efectivamente, las industrias del arte son recurrentes catalizadores del talento no solo porque existe un importante grupo de artistas que demuestran sus habilidades en puesta en escena, sino también porque, como señalan diversos estudios, el sector está caracterizado por la prevalencia de negocios emprendedores y de micro y pequeñas empresas, cuya principal característica es la creatividad (Evans, 2009; Scott, 2006). De esta manera, el sector se convierte en una importante fuente de generación y transmisión de conocimiento e innovación.

Esta transferencia de conocimiento también está relacionada con la promoción del patrimonio y la diversidad cultural, lo que en términos de Hospers (2003) contribuye a la formación de la identidad nacional y a fortalecer la reputación y credibilidad de una ciudad o país. Bourdieu (1979), por su parte, daba cuenta de los efectos cognitivos del arte y la cultura, afirmando que una sociedad más culturalmente desarrollada significaba población más educada. Precisamente, estudios realizados a estudiantes de primaria y secundaria muestran que la participación cultural en niños y jóvenes tiene efectos cognitivos a largo plazo y generan una participación cultural activa en el futuro (Haanstra, 2015; Ruiz, 2004).

<sup>9</sup>Al respecto, algunos autores señalan la necesidad de incluir en el análisis el proceso de gentrificación (Gregory, 2019; Skrede, 2015).

Cabe señalar, sin embargo, que estos impactos no ocurren automáticamente, sino que existen factores estructurales que contribuyen a potenciarlos (Puffen, 1996). Entre los principales, se pueden mencionar la adecuada provisión de infraestructura, la apropiada implementación de estrategias privadas y públicas para el desarrollo cultural, el capital humano existente en la sociedad, entre otros.

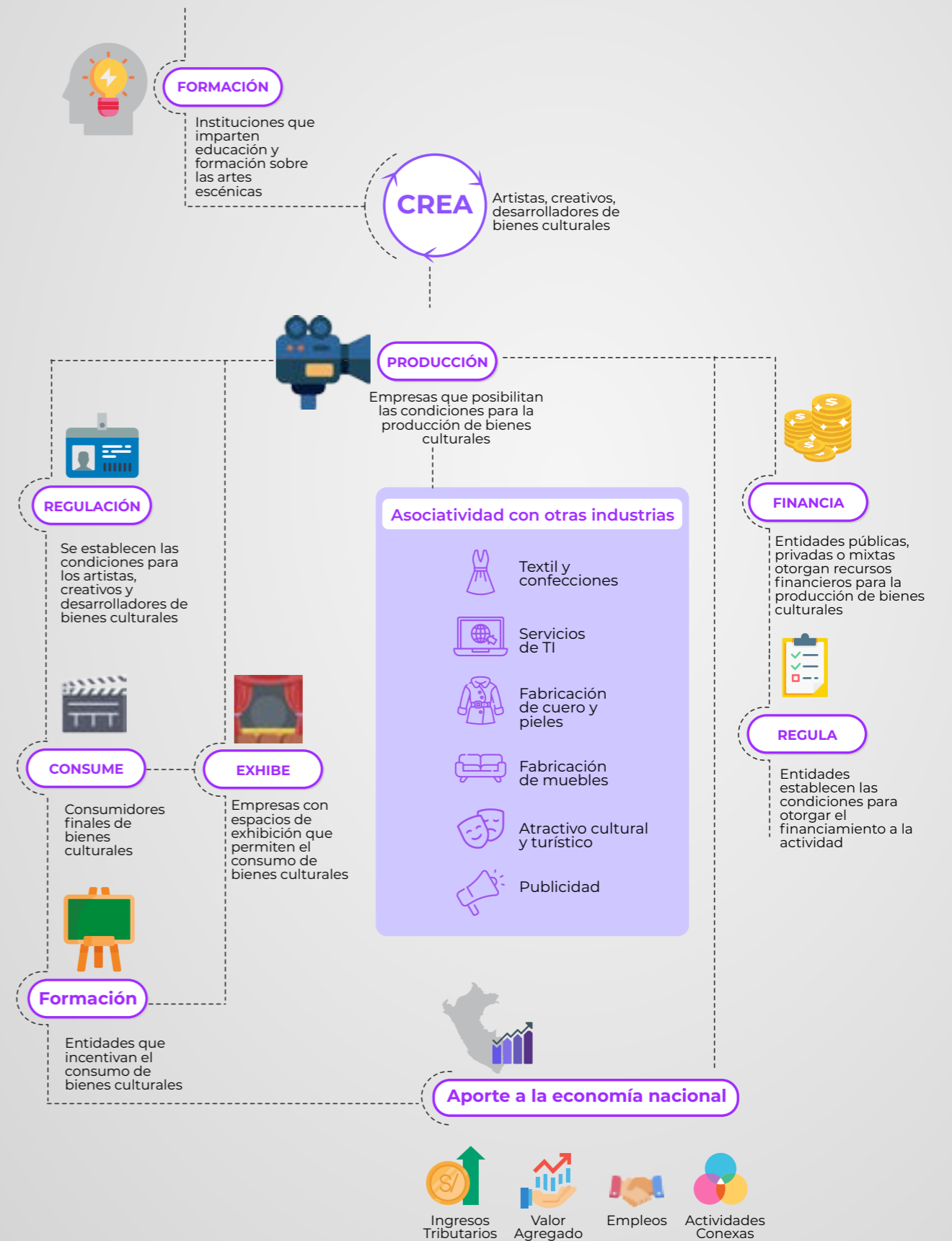
Sumados a estos efectos socioeconómicos del arte que pueden ser aproximados cuantitativamente, existen numerosos estudios que defienden la postura de que los efectos del arte no pueden ser medidos más que por sus beneficios intrínsecos, asociados al bienestar individual y la cultura como fin en sí misma. Walmsley (2011, 2013), al evaluar específicamente la industria teatral, concluye que ésta satisface distintas necesidades, de tipo emocional, hedonista, reformista, contribuye en cierta audiencia a incrementar el empoderamiento y en otra a un sentido de mejora personal. Por su parte, Scott (2005) resalta el aspecto disciplinario del arte, concluyendo que éste contribuye a sociedades más saludables y sostenibles y, por ende, a la mejora de la calidad de vida de las personas.

En conclusión, la literatura afirma los beneficios económicos, sociales, educacionales, culturales e intrínsecos que generan la promoción y el desarrollo de la industria artística, como son el crecimiento económico, la generación del empleo, la regeneración urbana, la inclusión social, el incremento del capital social, el reforzamiento de la creatividad, la innovación y transferencia de conocimiento cultural y el bienestar emocional y de salud de la sociedad. De este modo, el impacto del arte debe ser analizado desde una perspectiva holística, teniendo en cuenta que existen factores estructurales que pueden potenciar o desafiar sus resultados.



El desarrollo de la industria artística presenta beneficios económicos, sociales, educacionales, culturales e intrínsecos, como son el **crecimiento económico**, la generación del empleo, la regeneración urbana, la inclusión social, el incremento del capital social, el reforzamiento de la creatividad, la innovación y transferencia de conocimiento cultural y el bienestar emocional y de salud de la sociedad.

### CADENA DE VALOR DE LAS ARTES ESCÉNICAS



Elaboración propia\*.  
 (\*) Con base en las encuestas y entrevistas efectuadas a los organizadores, directores y productores que participaron en el FAE Lima 2020-Cuestionario disponible en anexos.  
 Referencia: Adaptado de Prestes (2009).

**Cuadro 1. Matriz de evidencia acerca de los impactos en las industrias culturales y creativas**

TÍTULO	AUTOR (AÑO)	PAÍS	OBJETIVO	IMPACTOS ENCONTRADOS	CONCLUSIONES
Creative Industries and Neighbourhood Change in South African Cities	Gregory (2019)	Sudáfrica	Describir los cambios urbanísticos y sociales generados por el establecimiento de industrias creativas.	-Regeneración urbana -Creación de empleo -Inclusión social -Gentrificación	Las industrias creativas en las ciudades analizadas han generado externalidades positivas. Sin embargo, la gentrificación es un aspecto a evaluar.
Cultural Value Beyond Measure? The Emergence of Impact and Impact Evaluation in the Dutch Cultural Sector	Brouwer (2019)	Holanda	Estudiar las implicancias de medición en el campo cultural.	-Esfera emocional, social y económica	Medir el impacto involucra tanto la esfera económica como la sociocultural e individual.
What may culture contribute to urban sustainability? Critical reflections on the uses of culture in urban development in Oslo and beyond	Skrede (2015)	Noruega	Discutir la relación entre cultura y capital en el contexto urbano.	-Regeneración urbana -Sostenibilidad urbana -Ciudades creativas	Es necesario reforzar la política de desarrollo cultural tanto por sus fines económicos y sociales, como por los objetivos intrínsecos al arte.
Dutch Studies of the Effects of Arts Education Programs on School Success	Haanstra (2015)	Holanda	Discutir la evidencia empírica respecto al rol de la educación artística en el logro académico.	-Capital cultural -Desarrollo socioeconómico	Se encuentra efectos positivos de la educación artística sobre la participación en actividades culturales hasta 20 años después del estudio.
'Impact', 'value' and 'bad economics': Making sense of the problem of value in the arts and humanities	Belfiore (2015)	Inglaterra	Examinar las implicancias de medir el impacto del sector artístico.	-Capital cultural	El valor del sector artístico excede las mediciones de impacto económico del mismo.
"A big part of my life": a qualitative study of the impact of theatre	Walmsley (2013)	Inglaterra y Australia	Explorar el impacto de corto y mediano plazo del teatro sobre la audiencia.	-Bienestar individual	El impacto es descrito como un concepto relativo y subjetivo, dependiente de la tipología de audiencia.

Continúa

TÍTULO	AUTOR (AÑO)	PAÍS	OBJETIVO	IMPACTOS ENCONTRADOS	CONCLUSIONES
Creative Industries, Inequality and Social Development: Developments, Impacts and Challenges in Cape Town	Booyens (2012)	Sudáfrica	Discutir el rol de las industrias creativas en las economías urbanas.	-Regeneración urbana Creación de empleo Gentrificación	Existen problemas estructurales en las ciudades creativas que desafían el efecto de las industrias de arte en el desarrollo económico.
Why people go to the theatre: A qualitative study of audience motivation	Walmsley (2011)	Inglaterra y Australia	Examinar los comportamientos, preferencias y motivaciones de los consumidores de teatro.	-Bienestar individual	La experiencia emocional, el aprendizaje, la socialización y el entretenimiento son las principales razones de asistencia al teatro.
Using Narrative Inquiry to Explore the Impact of Art on Individuals	White y Hede (2008)	Australia	Explorar el proceso del impacto del arte.	-Esfera emocional y social	El impacto del arte es complejo y multifacético, involucra la esfera social e individual.
Determinants of Impact: Towards a Better Understanding of Encounters with the Arts	Belfiore y Bennett (2007)	Inglaterra	Estudiar las implicancias de medición en el campo cultural.	-Esfera emocional y social	El impacto de las artes es multidisciplinario.
Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK	Belfiore (2002)	Inglaterra	Discutir el impacto económico y social de la promoción del sector artístico.	-Inclusión social -Regeneración urbana y rural -Creación de empleo -Promoción del turismo	Existe un aspecto intrínseco de importancia social, junto al impacto económico que tiene las industrias del arte.
Abuses of conventional impact studies in the arts	Puffelen (1996)	Holanda	Explorar los resultados de los estudios de impacto en el sector artístico.	-Creatividad -Innovación -Identidad nacional Creación de empleo	La cultura y el arte no puede ser evaluada únicamente en términos económicos, sino intrínsecos.

Fuente: Elaboración propia

## 2.2 ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR EL MERCADO DE LAS INDUSTRIAS DE ARTES ESCÉNICAS

Las políticas públicas referidas al impulso de las industrias del arte, en general, toman en cuenta tanto el valor económico de los bienes culturales como su valoración simbólica y emocional, que repercute en la dimensión social y política (Bonet i Agustí, 2007; OIBC, 2018). Comprender esta multidimensionalidad permite entender la complejidad de las estrategias orientadas a fortalecer el sector<sup>10</sup>.

En este marco, en la última década, distintas organizaciones como la Unesco y la Comisión Europea, a través del Austrian Institute for SME Research, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Observatorio Iberoamericano de Cultura, entre otras, han generado documentos de trabajo que sirven de base para las estrategias de desarrollo de las industrias artísticas<sup>11</sup>. Se identifican las siguientes seis áreas de intervención: instituciones y marco normativo, recursos humanos, infraestructura, financiamiento, desarrollo de mercados e innovación y digitalización, entre las principales, a las cuales nos referiremos brevemente.

### a. Instituciones y marco normativo

La construcción de la legitimidad política de cualquier industria es una de las bases y principio del desarrollo y crecimiento para todo sector. Una política destinada a fomentar las industrias culturales y creativas es, ante todo, un instrumento para dar sostenibilidad, continuidad y difusión a las iniciativas creadoras de los individuos y de las comunidades (Unesco, 2010). Garantiza, asimismo, el ejercicio pleno del derecho a la cultura y permite salvaguardar el patrimonio cultural de la nación (OIBC, 2018).

En ese sentido, los agentes promotores del sector a nivel internacional se han ocupado de incluir estrategias, planes y programas culturales como parte de las políticas de Estado. Entre las principales y recientes experiencias europeas, además de la experiencia inglesa que lidera en este subsector, se encuentra el “Plan 2013-2020 de las Industrias Culturales y Creativas de Skane” en Escania (Suecia), donde se definieron importantes incentivos para el desarrollo de su sector cultural, en cooperación con las municipalidades; así como el “Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas” en España. Por su parte, dentro de las experiencias latinoamericanas resalta el “Plan de Competitividad de las Industrias Culturales” en Colombia, cuyo objetivo es superar los obstáculos identificados en la esfera de la comercialización de bienes y servicios de las industrias culturales, así como la creación de la Mesa de Industrias Creativas en el marco del Plan Nacional de Diversificación Productiva en Perú en el 2015<sup>12</sup>.

### b. Recursos humanos

La existencia de un buen marco jurídico no es suficiente si emprendedores, creativos y gestores públicos y privados no están en condiciones de sacar la mayor ventaja de éste (Unesco, 2010). De esta manera, las estrategias para el desarrollo del sector también recaen en el ámbito de formación y promoción de los conocimientos, competencias y habilidades requeridas, y suponen el entendimiento sobre las dinámicas del mercado laboral de la industria.

En esa línea, las estrategias también están orientadas a la construcción y reforzamiento de alianzas con sectores gubernamentales, agentes privados y sociales y gestores educativos en torno a la provisión de un plan de estudios interdisciplinario necesario para el sector creativo (Austrian Institute, 2016).

Una iniciativa en este punto de formación cultural en la región latinoamericana es, por ejemplo, *Chile para niños*, un sitio web desarrollado por el equipo de Memoria Chilena, cuyo objetivo es la educación sobre el patrimonio cultural de ese país para niños y niñas, a través de contenidos interactivos. Por otro, a través del Programa “Formar Cultura”, el Ministerio de Cultura argentino ofrece una plataforma de aprendizaje con herramientas y recursos digitales para hacedores culturales<sup>14</sup>.

### c. Infraestructura

La creación, la conservación o uso de espacios que propicien tanto el encuentro entre los diversos creadores, gestores y demás actores vinculados al sector cultural, como con la sociedad, es primordial. Una infraestructura física adecuada permite producir, distribuir, exhibir y difundir iniciativas, y se convierte, en muchos casos, en referente para el desarrollo urbano local (Ministerio de Cultura, Colombia).

De esta manera, las intervenciones en esta área tienen los siguientes objetivos. Primero, promover la creación y adecuada gestión de la infraestructura, objetivo dentro del cual se enmarca, por ejemplo, la incubación de proyectos y centros de desarrollo del emprendedor, donde, además de infraestructura adecuada, se brinda asesoramiento técnico acorde con la etapa del emprendimiento. En segundo lugar, se hace referencia a la mejora y equipamiento de distintos espacios culturales ya existentes, como, por ejemplo, el barrio Palermo en Buenos Aires (Argentina) o los centros históricos de Antigua (Guatemala) (Unesco, 2010). Finalmente, en términos de generación de información cultural, varios países latinoamericanos –entre ellos México, Costa Rica y Perú– han emprendido el proyecto de crear un Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural, que permite identificar y mapear recursos culturales existentes en cada país.

<sup>10</sup> Dada la limitada literatura enfocada únicamente en la industria de las artes escénicas, la sección hace referencia a las industrias culturales y artísticas en general.

<sup>11</sup> Las investigaciones de referencia son: Austrian Institute (2016), Unesco (2010), Buitrago y Duque (2013) y Observatorio Iberoamericano de Cultura (2018).

<sup>12</sup> Este punto se detallará con mayor profundidad en el capítulo 3.1.

<sup>13</sup> <http://www.chileparaninos.gob.cl/639/w3-channel.html>

<sup>14</sup> <https://formar.cultura.gob.ar/>

#### d. Financiamiento

El acceso a financiamiento es una variable crítica para los proyectos y emprendimientos culturales. La intangibilidad de los activos de una empresa cultural y su perfil mayoritariamente emprendedor o de micro y pequeña empresa se convierte, en muchos casos, en un indicador del elevado riesgo que inhibe que los recursos financieros puedan llegar a la industria. De este modo, en varias economías, se han diseñado mecanismos de financiamiento directos e indirectos basados en la dinámica, necesidad y viabilidad de las empresas involucradas (OIBC, 2018).

Por un lado, dentro del financiamiento directo, la Unesco (2010) da cuenta de los numerosos esquemas creados: a) ayuda selectiva, dirigido a favorecer determinadas tipologías de productos culturales; b) ayuda genérica, que subsidia a cualquier beneficiario que cumpla el objetivo del mismo; c) ayuda estructural, entendida como dotación de recursos para la renovación de equipos e inversión tecnológica; d) ayuda condicionada, definida como subsidio a fondo perdido condicionado al cumplimiento de ciertas obligaciones; y e) ayuda reembolsable, entendida como fondo que el beneficiario deberá devolver una vez logrado el objetivo.

Dentro de este tipo de financiamiento directo, en el Perú, se cuenta, desde el 2018, con Estímulos Económicos para la Cultura, que benefician al subsector de las artes visuales, las artes escénicas, la música y la literatura. En la región, cabe resaltar la experiencia de los Fondos Cultura en Chile, destinados a financiar proyectos culturales viables. Asimismo, resalta el rol que han desempeñado los subsidios en la industria de las artes escénicas en países como Inglaterra, Alemania y Estados Unidos (Werck et al., 2008; Neligan, 2006; O'Hagan y Neligan, 2005).

Por otro lado, también existen mecanismos y estrategias de financiamiento indirectos a través de beneficios fiscales, como son la exención o reducción tributaria, la reducción de un impuesto, la desgravación fiscal, la reducción arancelaria a la importación de algunos insumos para la producción, entre otros (OIBC, 2018).

#### e. Desarrollo de mercados

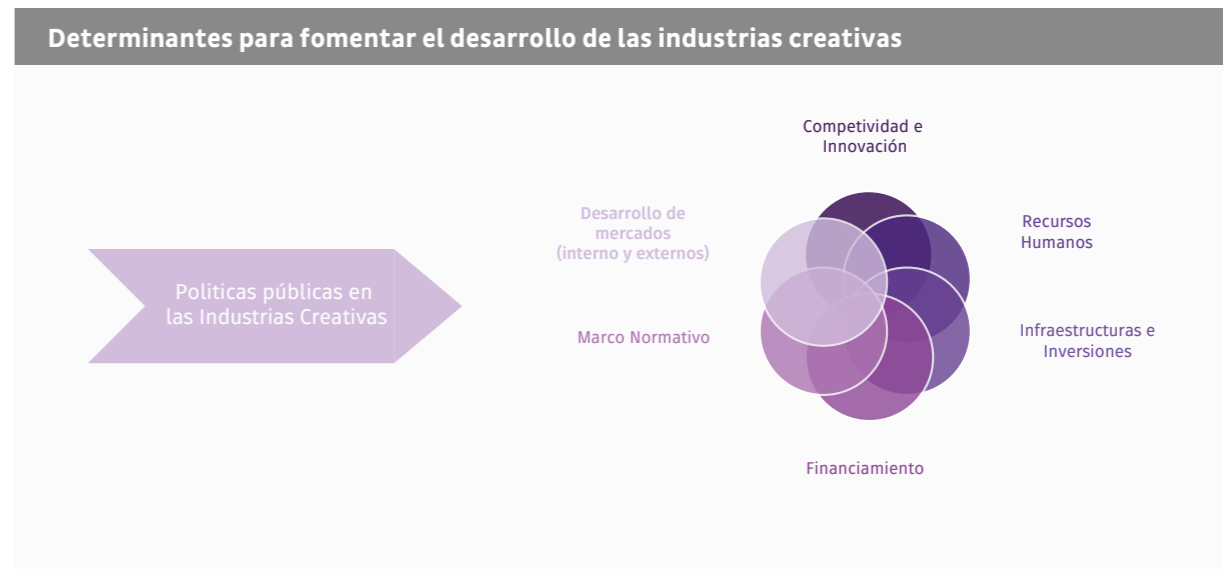
El crecimiento del mercado de las industrias artísticas puede promoverse a través del estímulo de la demanda y/o de la oferta.

Desde una perspectiva de demanda, existen tres grandes vías: a) asociación con el sistema educativo para formar gustos, preferencias y hábitos de consumo, b) rebajas tarifarias u otros beneficios que permitan un amplio acceso a los bienes y servicios culturales, y c) acciones de *marketing* y posicionamiento de la oferta cultural y creativa desde la gestión pública. Por otro lado, desde una perspectiva de la oferta, las estrategias planteadas están centradas en promover iniciativas o mecanismos que a) impulsen la imagen de la producción nacional, b) amplíen su presencia en los diferentes canales de distribución y exhibición, y c) propicien la conversión tecnológica para aprovechar las oportunidades que ofrece el mundo virtual (Unesco, 2010).

#### f. Innovación y digitalización

La innovación en cualquier etapa del proceso de producción cultural, desde el diseño y creación de prototipos hasta los esquemas de comercialización de bienes y servicios culturales, permite mejorar la competitividad de la industria y, por tanto, contribuye a su crecimiento (Cunningham et al., 2004). Por otro lado, en un mundo cada más más globalizado y tecnológico, la innovación asociada a la digitalización se convierte en un aspecto imprescindible para la sostenibilidad de la industria artística.

De esta manera, entre las principales estrategias para fomentar la competitividad en el sector, se pueden señalar, por ejemplo, la creación y adaptación de estándares de calidad, la promoción del desarrollo de consejos reguladores de los estándares de calidad, el reforzamiento del acceso a espacios de intercambio con asesores y expertos internacionales (Unesco, 2010).



Fuente: UNESCO.



En un mundo cada vez más globalizado y tecnológico, la innovación asociada a la digitalización se convierte en un aspecto imprescindible para la **sostenibilidad de la industria artística**.



### III. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE LAS INDUSTRIAS DE ARTES ESCÉNICAS EN LIMA METROPOLITANA

## 3. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE LAS INDUSTRIAS DE ARTES ESCÉNICAS EN LIMA METROPOLITANA

### 3.1 MARCO INSTITUCIONAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN PERÚ

En esta sección, se caracteriza el estado de institucionalidad de las industrias de artes escénicas en Perú, considerando las actividades de teatro, circo, danza, *performance*, presentaciones musicales en vivo, entre otras<sup>15</sup>. Se hace alusión al ente rector nacional en materia cultural, a los instrumentos y marco normativo que sustentan su accionar y, por otro lado, los agentes claves para el desarrollo del sector, además del Gobierno.

#### a. Instituciones y marco legal

En el Perú, la institución responsable de fomentar y promover las artes, las expresiones y creaciones artísticas, las industrias culturales y el Patrimonio Cultural de la Nación es el Ministerio de Cultura, creado en el año 2010, según Ley N° 29565<sup>16</sup>.

Dentro de su estructura orgánica, se encuentra el Viceministerio de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales, cuya Dirección General de Industrias Culturales y Artes es el órgano encargado de formular, coordinar, ejecutar y supervisar las políticas, estrategias y acciones orientadas a fomentar la actividad artística en los diversos campos. De manera específica, su Dirección de Artes es la encargada de promover la actividad y desarrollo de las artes escénicas, musicales, plásticas y artes aplicada<sup>17</sup>.

Recientemente, en julio de 2020, el Ministerio de Cultura presentó el instrumento principal de desarrollo del sector, la Política Nacional de Cultura al 2030, cuyos objetivos son:

- 1) Fortalecer la valoración de la diversidad cultural.
- 2) Incrementar la participación de la población en las expresiones artístico-culturales.
- 3) Fortalecer el desarrollo sostenible de las artes e industrias culturales y creativas.
- 4) Fortalecer la valoración del patrimonio cultural.
- 5) Fortalecer la protección y salvaguardia del patrimonio cultural para su uso social.
- 6) Garantizar la sostenibilidad de la gobernanza cultural.



Como se puede observar, el objetivo 3 enmarca todas las acciones referidas a las industrias artísticas, incluyendo las **industrias escénicas**, priorizando como indicadores de medición del porcentaje de contribución de este sector al **producto bruto interno (PBI) y al empleo total nacional**.

<sup>15</sup> Definido según el Ministerio de Cultura de Perú (Plan Nacional de Cultura al 2030).

<sup>16</sup> En el año 1941, se creó la Dirección de Educación Artística y Extensión Cultural del Ministerio de Educación. En 1975, ésta se convierte en el Instituto Nacional de Cultura, parte aún del Ministerio de Educación, para, finalmente, adquirir el rango de Ministerio en el año 2010 (OIBC, 2018).

<sup>17</sup> Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Cultura, artículo 82.

Este importante instrumento de desarrollo del sector se articula con el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional-Plan Bicentenario, a través de los ejes estratégicos 1 y 3, que hacen referencia a los derechos fundamentales y las oportunidades y acceso a los servicios en el país; con el Plan Estratégico Sectorial Multianual 2017-2024 del sector cultura, cuyos objetivos estratégicos 1 y 3 hacen alusión a garantizar los derechos culturales de la población como elemento fundamental para la democracia, la libertad y el desarrollo, así como consolidar la cultura como un pilar del desarrollo e identidad nacional<sup>18</sup>; y, finalmente, con el Plan Estratégico Institucional 2021-2024, cuyo primer objetivo es incrementar el acceso y la participación de la población en la diversidad de expresiones culturales y artísticas, a través del incremento del acceso a la oferta artística, del número de agentes culturales beneficiados por el Ministerio y el número de asistencias técnicas en gestión de políticas culturales<sup>19</sup>.



En el Perú, la institución responsable de fomentar y promover las artes, las expresiones y creaciones artísticas, las industrias culturales y el Patrimonio Cultural de la Nación es el **Ministerio de Cultura**, creado en el año 2010, según Ley N° 29565.

**Cuadro 2: Marco legal de desarrollo de las artes escénicas en Perú**

NORMA	TÍTULO	AÑO	OBJETIVO
Decreto de urgencia N° 058-2020	Aprueba mecanismos de amortiguamiento para mitigar los efectos económicos en el sector cultura producidos en el contexto de la emergencia sanitaria por el Covid-19.	2020	Aprobar mecanismos extraordinarios en materia económica, de amortiguamiento, para mitigar los efectos socioeconómicos originados en las industrias culturales, las artes, entre otras.
Ley N° 30870	Ley que establece los criterios de evaluación para obtener la calificación de espectáculos público-culturales no deportivos.	2018	Establecer los criterios de evaluación para la calificación de espectáculo público cultural.
Ley N° 30487 DS. N° 011-2018-MC	Ley de promoción de los puntos de cultura.	2017	Reconocer, articular, promover y fortalecer a las organizaciones cuya labor, desde el arte y la cultura, tienen incidencia comunitaria e impacto positivo en la ciudadanía.
Ley N° 29168	Ley que promueve el desarrollo de espectáculos públicos no deportivos.	2007	Establecer ciertos beneficios fiscales para el desarrollo de espectáculos no deportivos.
Ley N° 28296 DS N° 011-2006-ED	Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.	2004	Establecer las políticas nacionales de defensa, protección, promoción, propiedad y régimen legal y el destino de los bienes que constituyen el Patrimonio Cultural de la Nación.
Ley N° 28131 N° 058-2004-PCM	Ley del Artista Intérprete y Ejecutante.	2003	Establecer el régimen, derechos, obligaciones y beneficios laborales del artista intérprete y ejecutante.
Decreto Legislativo N° 822	Ley sobre el derecho de autor.	1996	Proteger a los autores de las obras literarias y artísticas y a sus derechohabientes, a los titulares de derechos conexos al derecho de autor reconocidos en ella y la salvaguardia del acervo cultural.

Fuente: Elaboración propia.

Estos instrumentos de política se sustentan en una base legal relativa al sector. Al respecto, en el cuadro 2 se detallan las normas nacionales vigentes para la promoción de la industria de artes escénicas.

<sup>18</sup> <http://transparencia.cultura.gob.pe/sites/default/files/transparencia/2020/04/plan-estrategico-sectorial-multianual-pesem/rmampliaciondelpesem.pdf>

<sup>19</sup> <http://transparencia.cultura.gob.pe/sites/default/files/transparencia/2020/07/plan-estrategico-institucional-pei/pei2021-2024.pdf>

Como se puede observar, el marco normativo procura establecer el ecosistema promotor necesario para el nacimiento de esta industria como tal. En muchas ocasiones, la operativización de los instrumentos y la implementación de las medidas no han logrado el impacto esperado, lo que puede evidenciarse observando los números del sector. Por otro lado, vale la pena señalar que los avances en materia cultural que se han dado en la última década, promovidos, en muchos casos, por organismos multilaterales como son el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BM) y la Unesco.

### b. Agentes culturales

Además del Ministerio de Cultura, ente rector en materia artística y cultural, existen distintos agentes involucrados en la cadena de valor de esta industria que juegan un rol clave en su desarrollo en Lima Metropolitana.

Partiendo de la formación académica, se puede mencionar a la Escuela Nacional de Arte Dramático Guillermo Ugarte Chamorro, institución pública con rango universitario, fundada en 1946, orientada a la formación y educación artística en sus ámbitos de investigación, creación y técnica, dentro del marco de las artes escénicas, cuyo ámbito comprende las disciplinas teatrales.

La oferta educativa en materia teatral también incluye a distintas universidades privadas, entre las que se encuentran la Pontificia Universidad Católica del Perú, a través de su Facultad de Artes Escénicas, la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, la Universidad Científica del Sur, entre otras<sup>20</sup>.

Además de la formación profesional que ofrecen estas instituciones, desde el Estado, se promueven plataformas para el intercambio y fortalecimiento de capacidades como son el Encuentro de la Red de Teatros del Perú y el Encuentro Conecta Lima, iniciativas enfocadas en generar una mayor articulación de redes asociativas y de trabajo en los sectores culturales, así como en definir una agenda de trabajo que contenga las acciones prioritarias en el sector.

Por otro lado, las empresas privadas en la industria de las artes escénicas juegan un rol preponderante, tanto en la producción de bienes culturales como en la oferta de espacios de exhibición que permiten su consumo. Se estima que más de mil empresas están involucradas en las actividades artísticas y creativas y de entrenamiento solo en Lima Metropolitana<sup>21</sup>, las que conforman el 57.8% de las empresas de este sector a nivel nacional. Entre algunas concernientes a la producción artística están Los Productores, Butaca Arte & Comunicación, La X Productora, Compañía de Arte Dramático, Samoa Producciones. Asimismo, solo para referirnos al grupo de teatros y/o auditorios presentes en Lima, se puede mencionar a los principales: Gran Teatro Nacional del Perú, Teatro Municipal de Lima, Teatro Auditorio Mario Vargas Llosa, Teatro Segura, Teatro Universitario de San Marcos<sup>22</sup>.

Asimismo, cabe resaltar el rol que vienen desempeñando distintas organizaciones sin fines de lucro, como son Arawa Teatro, Aqualuna Teatro, Yuyachkani, la Alianza Peruana de Organizaciones Culturales, la Asociación de Artistas Aficionados, el grupo Realidad Virtual, a través del proyecto Cultura Perú y el Sindicato de Artistas Intérpretes del Perú, por nombrar algunos.

Figura 1: Principales agentes en la cadena de valor de las industrias escénicas en Perú

Agentes gubernamentales	Agentes formación cultural	Agentes presentes en la cadena de valor	Otros agentes
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ministerio de Cultura</li> <li>* Gerencias Regionales de Educación, Cultura y Deporte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Escuela Nacional de Arte Dramático</li> <li>* Universidades privadas (PUCP, UPC, Universidad Científica del Sur, entre otras).</li> </ul>	Empresas productoras (Los Productores, Butaca Arte & Comunicación, La X Productora, entre otras). * Teatros (Gran Teatro Nacional del Perú, Teatro Municipal de Lima, Teatro Auditorio Mario Vargas Llosa, entre otros).	<ul style="list-style-type: none"> <li>* ONG y grupos de trabajo (Aqualuna Teatro, Yuyachkani, Asociación de Artistas Aficionados, Grupo Realidad virtual, entre otros).</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.



Se estima que más de mil empresas están involucradas en las actividades artísticas y creativas y de entretenimiento sólo en Lima Metropolitana, las que conforman el 57.8% de las empresas de este sector a nivel nacional.

<sup>20</sup> Para más información sobre la oferta educativa profesional en artes escénicas, ver el mapeo ofrecido por InfoArtes.pe

<sup>21</sup> Según Sunat (CIU 9000 rev. 4) y el directorio de empresas INEI 2019 (CIU 9014 rev. 3).

<sup>22</sup> Según el Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas: Perú, del Ministerio de Cultura, al año 2012, existían alrededor de 33 teatros y/o auditorios solo en Lima Metropolitana.

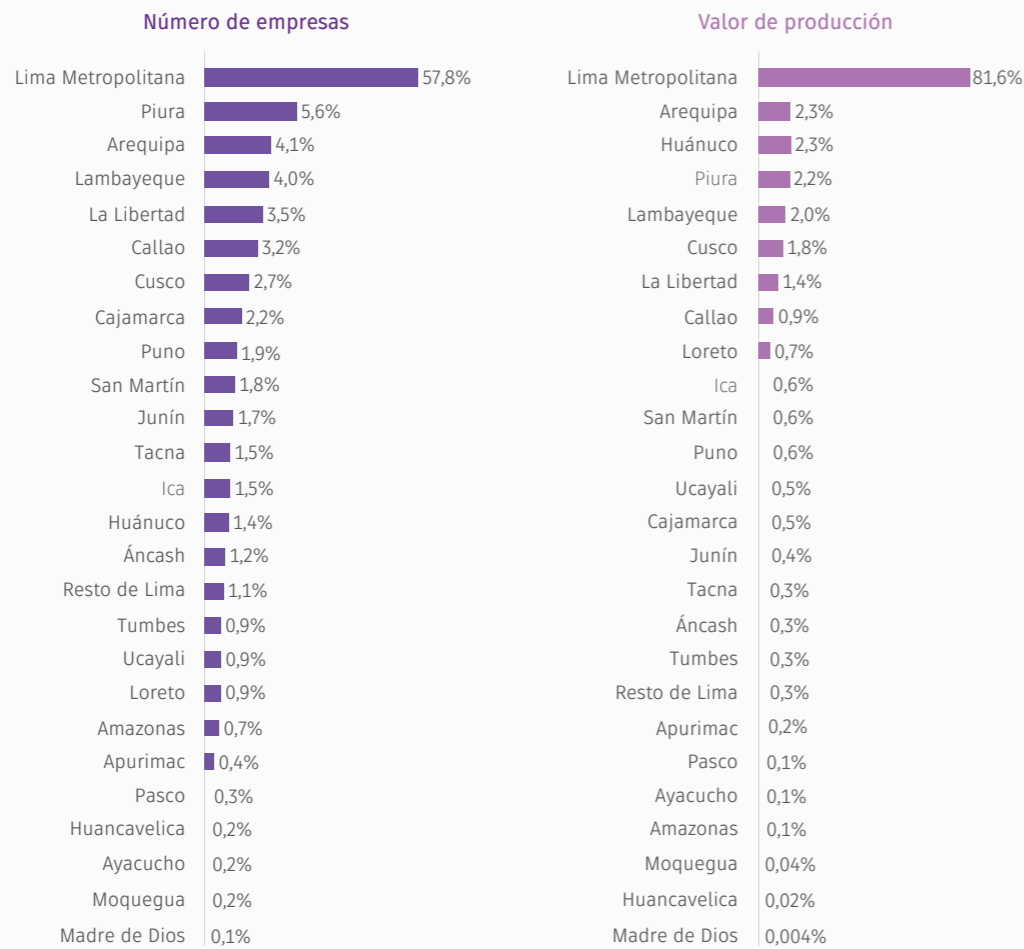


### 3.2 APOORTE ECONÓMICO DE LA PRODUCCIÓN DE ARTES ESCÉNICAS EN LIMA METROPOLITANA

#### Tejido empresarial de la industria de artes escénicas

En el Perú, se estima que la industria de artes escénicas está compuesta por alrededor de 2,263 empresas, que aportan 120 millones de soles anuales al valor de producción agregado de la economía nacional<sup>23</sup>. De esta manera, se estima que el 57.8% de empresas de esta industria se concentra en Lima Metropolitana, que aporta con el 81.6% de las ventas generadas en este sector.

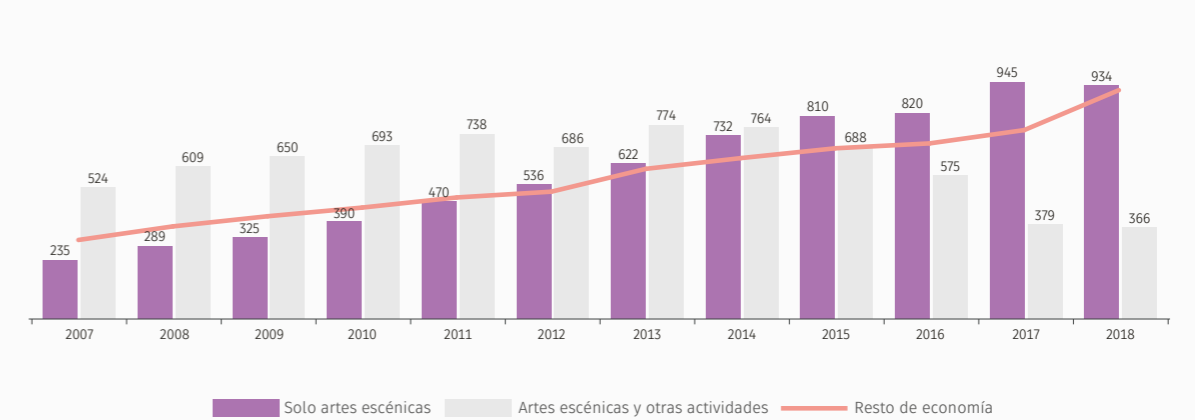
**Gráfico 1: Empresas y valor de producción de la industria de artes escénicas en el Perú por departamentos, 2018**  
En porcentaje



Se consideran solo empresas dedicadas exclusivamente a la producción de espectáculos teatrales y otras actividades artísticas en vivo (CIIU 9214 Rev. 3). Fuente: Sunat (2007-2018), INEI (2019). Elaboración propia.

De acuerdo con los cambios institucionales ocurridos en los últimos años en torno a la promoción de las artes escénicas en Perú, se destacan dos tendencias diferenciadas en las empresas que participan de las artes escénicas en Lima Metropolitana. Por un lado, según la base de datos de Sunat 2007-2019, el número de empresas dedicadas de manera exclusiva al rubro de las artes escénicas muestra una tendencia creciente desde el 2007 hasta el 2018, con una tasa de crecimiento anual promedio de 13.4%. Por otro lado, el número de empresas dedicadas a la industria de artes escénicas de manera parcial<sup>24</sup> ha mostrado una caída consistente en el período 2014-2018, con una tasa de crecimiento anual promedio de -13.9%.

**Gráfico 2: Empresas en la industria de artes escénicas en Lima Metropolitana, 2007-2018**  
En número de empresas



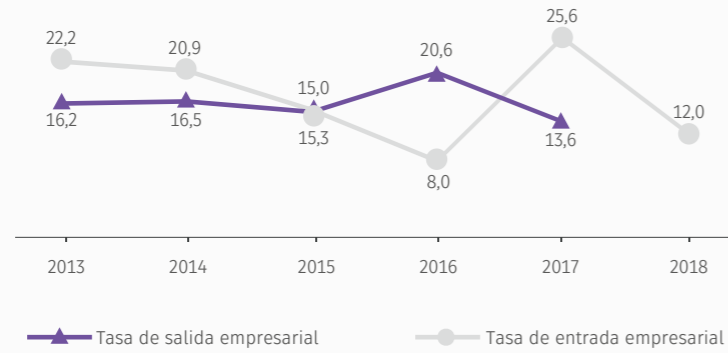
Solo artes escénicas: empresas dedicadas exclusivamente a la producción de espectáculos teatrales y otras actividades artísticas en vivo (CIIU 9214 Rev. 3). Artes escénicas y otras actividades: empresas que realizan actividades de producción de espectáculos artísticos en vivo y otras actividades no vinculadas al mundo artístico. Fuente: Sunat (2007-2018), INEI (2019). Elaboración propia.

En los últimos cinco años, según el Registro de Contribuyentes de Sunat 2007-2018, la tasa de entrada y salida empresarial en la industria de artes escénicas ha sido en promedio 17.3% y 16.5%, respectivamente. De esta manera, mientras la tasa de entrada experimentó una caída continua hasta 8.0% el año 2016, la tasa de salida mostró un patrón opuesto, incrementando hasta 20.6% el mismo año. Asimismo, la tasa de entrada empresarial reveló un incremento en el año 2017, que alcanzó un 25.6%, y una caída en 2018 hasta el 12.0%. Por otro lado, la tasa de salida experimentó una reducción en 2017 hasta alcanzar el 13.6%.

<sup>23</sup> Se consideran las empresas que reportaron ventas en el 2018 en actividades artísticas, creativas y de entretenimiento (CIIU 9000 Revisión 4), según el padrón de empresas de Sunat 2018; y las empresas identificadas en actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas (CIIU 9014 Revisión 3), según el directorio de empresas de INEI 2019.

<sup>24</sup> Se considera a las empresas dedicadas a actividades vinculadas con las artes escénicas (CIIU 9000 Revisión 4 o CIIU 9014 Revisión 3) y a otra actividad principal no vinculada a las artes escénicas en paralelo.

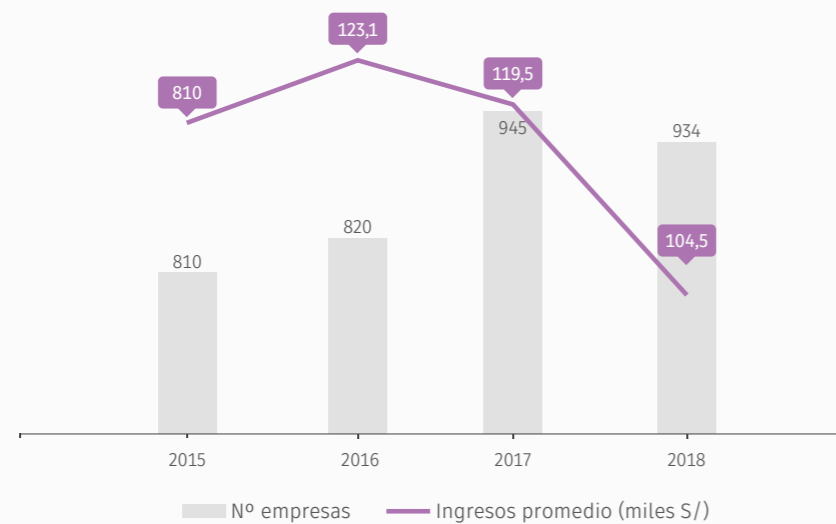
**Gráfico 3: Tasa de entrada y salida empresarial de la industria de artes escénicas en Lima Metropolitana, 2007-2018**  
En porcentaje



Se consideran solo empresas dedicadas exclusivamente a la producción de espectáculos teatrales y otras actividades artísticas en vivo (CIU 9214 Rev. 3).  
Fuente: Sunat (2007-2018), INEI (2019).  
Elaboración propia.

Entre los años 2015 y 2018, el número de empresas en la industria de artes escénicas en Lima Metropolitana aumentó un 15.3% (124 empresas), según la información de Sunat 2015-2018. A pesar de ello, a partir del 2016 hasta el 2018, el ingreso promedio anual de estas empresas experimentó una reducción de 15.1%. En ese sentido, en el año 2018, las empresas en la industria de artes escénicas en Lima Metropolitana generaron 18 mil soles menos que los ingresos anuales del 2017.

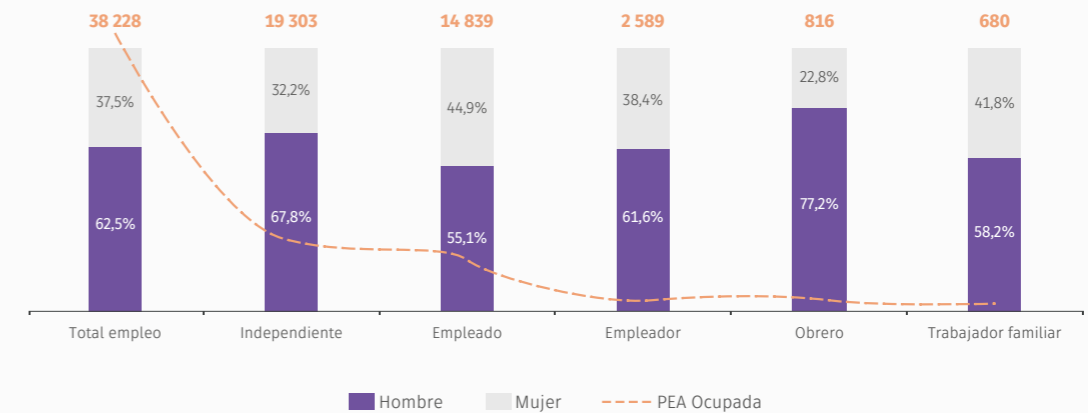
**Gráfico 4. Dinámica empresarial en la industria de artes escénicas en Lima Metropolitana, 2015-2018**



Se consideran solo empresas dedicadas exclusivamente a la producción de espectáculos teatrales y otras actividades artísticas en vivo (CIU 9214 Rev. 3).  
Fuente: Sunat (2015-2018), INEI (2019).  
Elaboración propia.

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2017, más de 38 mil trabajadores participan en actividades de artes escénicas. De esta manera, la PEA ocupada se compone de 19 mil trabajadores independientes y 14 mil trabajadores empleados que representan el 89.3% del total de empleo generado en esa actividad. Asimismo, se evidencia que la participación de mujeres en el empleo de este sector es 37.5%, lo que representa 9 mil trabajadores menos con respecto al total de hombres empleados.

**Gráfico 5. Empleo en la industria de artes escénicas en Lima Metropolitana, 2017**  
En porcentaje



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2017.  
Elaboración propia.

### 3.3 MULTIPLICADORES DE LA INDUSTRIA DE ARTES ESCÉNICAS EN PERÚ

En esta sección se estimarán los multiplicadores de la industria de artes escénicas sobre el valor agregado y el empleo de la economía nacional. De esta manera, las estimaciones de los multiplicadores realizadas en este estudio parten de una adaptación a la metodología presentada por Torres (1978, 1998) y Toma y García (2015), basada en los trabajos de Leontief (1936, 1953). Asimismo, para su construcción, se utilizó la información reportada por INEI en el cuadro de oferta-utilización 2017.

Los multiplicadores en una economía permiten el análisis de los eslabonamientos productivos, con lo cual es posible caracterizar la cadena productiva o de valor, su entorno y vinculación con otros sectores económicos (INEI, 2001; Miller & Blair, 2009). Estos cuantifican el impacto del aumento de la producción de un determinado sector en la economía en su conjunto. Mientras mayor sea el multiplicador, mayor será el efecto en la economía y, por tanto, mayor la integración de dicho sector con el resto de los sectores.

En términos metodológicos, los multiplicadores se obtienen a partir de la matriz de Leontief, empleando como insumo la llamada matriz de coeficientes técnicos. A continuación, se detalla cómo se obtiene la matriz de coeficientes técnicos. Sea  $A$  la matriz cuadrada de orden  $S$  correspondiente al número de sectores de una economía<sup>25</sup>, conformada por los 'coeficientes técnicos'  $a_{ij}$ .

$$A = [a_{ij}]; a_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_j}; i, j = 1, S$$

Cada coeficiente  $a_{ij}$  representa el requerimiento técnico que se emplea o compra del sector 'i' por unidad de producción del sector 'j' (Miller & Blair, 2009). Es decir, cuánto de 'i' ( $X_{ij}$ ) se necesita para producir una unidad de 'j'  $X_j$ . Explicado de otra manera,  $X_{ij}$  representa el 'insumo intermedio' del sector 'i' destinado a la producción del sector 'j'.

La llamada matriz de Leontief se construye empleando como insumo la matriz  $A$  de coeficientes técnicos, siguiendo la fórmula  $L = (I - A)^{-1}$ . La matriz de Leontief ( $L$ ) captura los 'eslabonamientos' o efectos inducidos del cambio en la demanda final de un sector en el agregado de los sectores.

Los multiplicadores más empleados por los estudios insumo-producto (Cameron, 1954; Cheng & Daniels, 2017; Isard, 1951; Leontief & Strout, 1963; Miernyk, 1965; Miller & Blair, 2009) son los multiplicadores de producción y empleo.

El multiplicador del empleo se refiere al efecto en el número de trabajadores (población económicamente activa ocupada, PEAO) directos e indirectos demandados, cuando se incrementa una unidad valor de producción industrial en un determinado sector o industria. Las fórmulas de los multiplicadores son obtenidas a través de la matriz de Leontief (Miller & Blair, 2009). Formalmente, el multiplicador de producción se construye sumando las columnas de los 'i' sectores de la matriz de Leontief. Es decir:

$$M_{X_j} = \sum_{i=1}^S l_{ij};$$

Donde,  $l_{ij}$  representa el coeficiente de la matriz de Leontief  $L$  en la posición  $(i, j)$ . Es decir:

$$L = [l_{ij}]$$

En el caso del multiplicador de empleo, este viene de la multiplicación de la matriz de Leontief  $L$  con el vector de coeficientes técnicos de empleo:

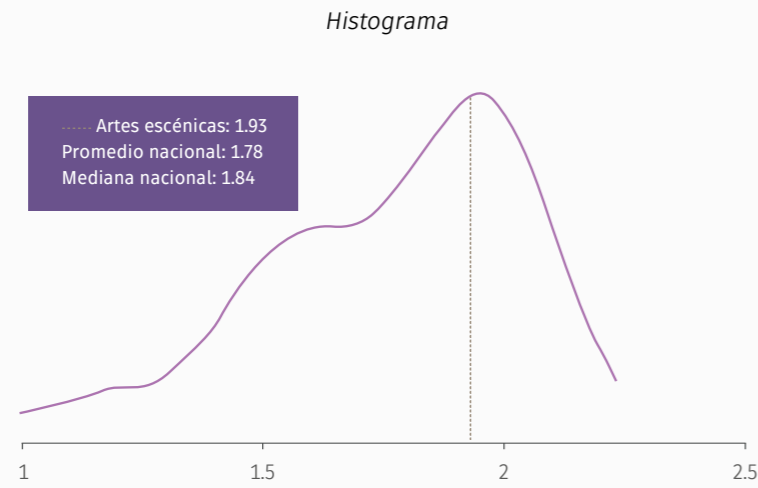
$$M_{L_j} = \sum_j [l_{ij} * E_{ij}],$$

Donde  $E_{ij} = \frac{PEA_{ij}}{X_j}$  representa cuánto de mano de obra se requiere para producir una unidad de producto del sector 'j'.

De acuerdo con la metodología formulada, se estima que el efecto multiplicador de la industria de artes escénicas sobre el valor agregado nacional es 1.93. De esta manera, es posible interpretar que, por cada millón invertido en la industria de artes escénicas, a partir de sus encadenamientos con el resto de las actividades productivas, se han generado 1.93 millones de soles de valor agregado en la economía nacional. Asimismo, según la estructura productiva peruana, se evidencia que el efecto multiplicador sobre el valor agregado de la industria de artes escénicas es mayor que el promedio (1.78) y la mediana (1.84) nacional. Para contextualizar, los multiplicadores del sector construcción, por ejemplo, alcanzan (2.1%), el correspondiente a telecomunicaciones (2.2%). En contraste, el sector de la minería metálica, la cual bordea el 1.9%.

<sup>25</sup> Para el caso desarrollado en este informe, el número de sectores es de 101 (INEI, 2016).

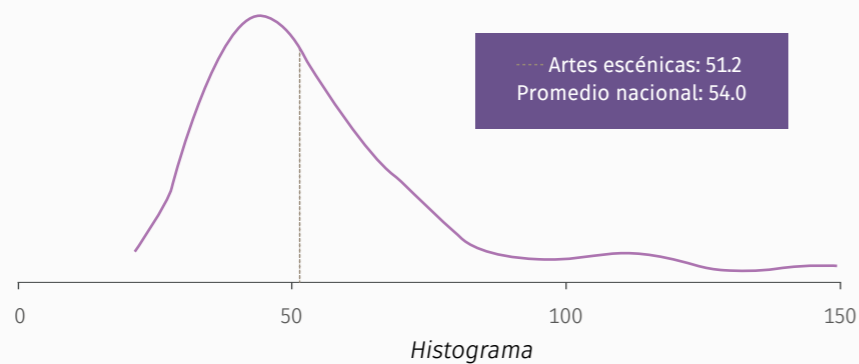
**Gráfico 6. Distribución de multiplicadores del valor agregado en la economía nacional y la industria de artes escénicas, 2017**



Fuente: Matriz Insumo Producto, 2017 (INEI).  
Elaboración propia

Por otro lado, se estima que el efecto multiplicador de la industria de artes escénicas sobre el empleo directo e indirecto es 51.2. De esta manera, es posible interpretar que, por cada millón invertido en la industria de artes escénicas, se han generado 51 puestos de trabajo por un año de manera directa o indirecta, en función de sus encadenamientos con el resto de las actividades económicas. Asimismo, conforme a la estructura productiva peruana, se reconoce que el efecto multiplicador sobre el valor agregado de la industria de artes escénicas es menor que el promedio nacional (54.0), pero mayor que su mediana (49.4).

**Gráfico 7. Distribución de multiplicadores de empleo en la economía nacional y la industria de artes escénicas, 2017**

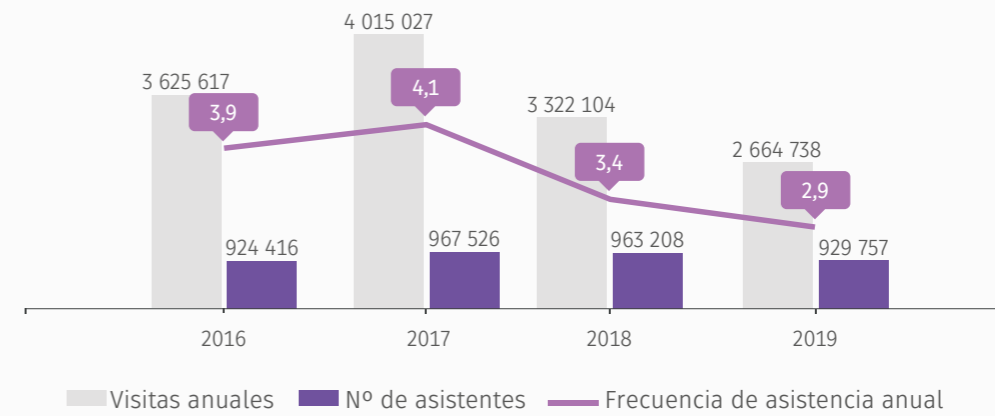


Fuente: Matriz Insumo Producto, 2017 (INEI).  
Elaboración propia.

**3.4 CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMO DE ARTES ESCÉNICAS EN LIMA METROPOLITANA**

Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (Enapres), se estima que 929 mil personas asistieron a algún espectáculo de teatro en Lima Metropolitana durante el 2019, cifra que representó el 12.2% de la población total de la ciudad<sup>26</sup>. A pesar de ello, se reconoce que el número de asistentes a espectáculos de teatro se ha reducido entre 2017 y 2019 en una magnitud de 37 mil espectadores (3.9%). Asimismo, entre 2017 y 2019 se identifica que el total de visitas anuales al teatro se ha reducido en 1.3 millones de visitas, lo que representa una reducción del 33.6%. De similar forma, la frecuencia de la asistencia anual promedio también se redujo de 4.1 visitas anuales en 2017 a 2.9 visitas anuales en 2019.

**Gráfico 8: Evolución del consumo de espectáculos de teatro en Lima Metropolitana, 2019**



Fuente: Enapres 2016-2019.  
Elaboración propia.

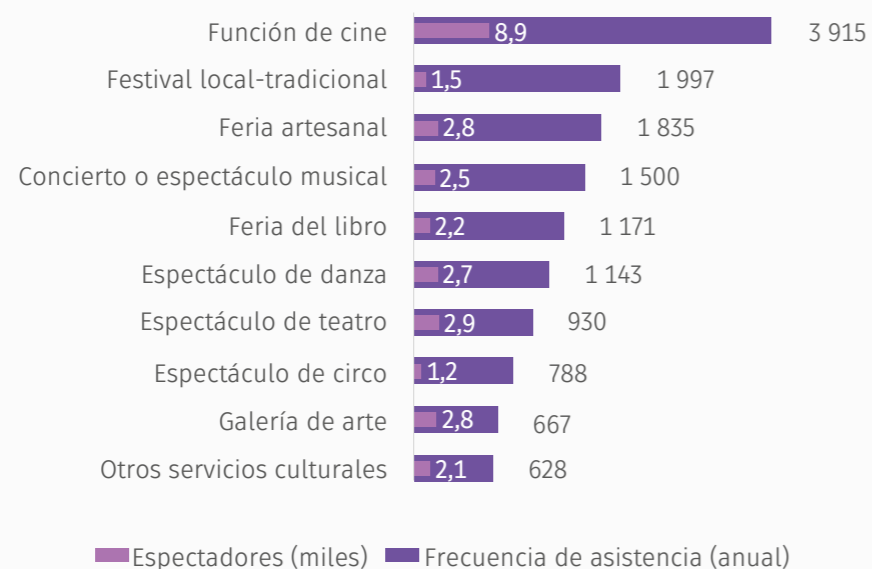


Según la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (ENAPRES), se estima que **929 mil personas asistieron** a algún espectáculo de teatro en Lima Metropolitana durante el 2019, cifra que representó el **12.2% de la población total de la ciudad**.

<sup>26</sup> Se considera a la población mayor de 14 años residente en Lima Metropolitana.

En Lima Metropolitana, el servicio cultural más consumido por la población son las funciones de cine, con más de 3.9 millones de espectadores anuales que asisten a funciones con una frecuencia de 8.9 veces al año. En ese sentido, en el 2019, el número de asistentes a los espectáculos de teatro estuvo bastante rezagado, siendo inferior a otros servicios culturales como los conciertos musicales (1.5 millones) y los espectáculos de danza (1.1 millones). A pesar de ello, se evidencia que el espectador de funciones teatrales es el segundo con mayor asistencia anual, con una frecuencia promedio de 2.9 veces al año.

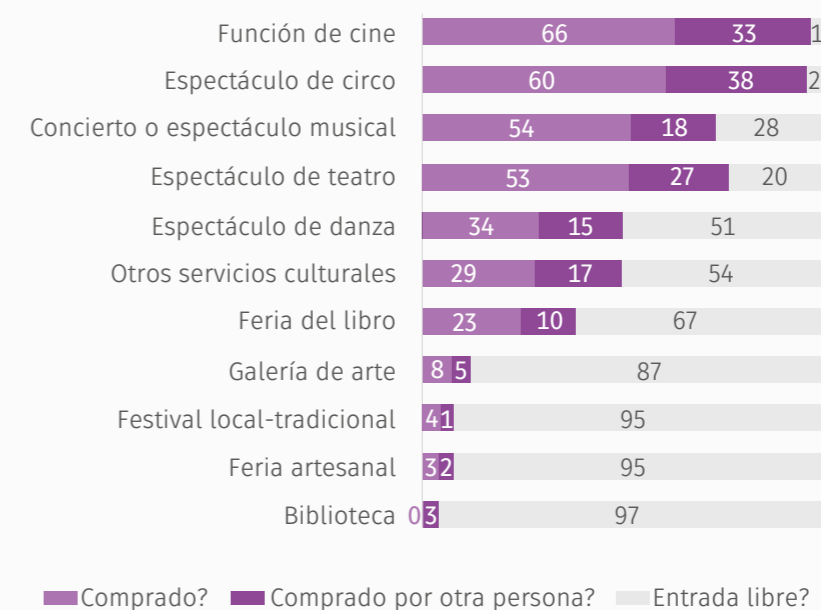
**Gráfico 9: Consumidores de servicios culturales en Lima Metropolitana, 2019**



Fuente: Enapres 2019.  
Elaboración propia.

En Lima Metropolitana, el 53% de espectadores de espectáculos de teatro obtuvieron su entrada mediante la compra directa; del 27% su entrada fue comprada por otra persona, y el 20% asistió a un espectáculo con entrada libre. De esta manera, los espectáculos teatrales presentaron una menor proporción de funciones de entrada libre que otros servicios culturales como los conciertos musicales (28%), los espectáculos de danza (51%), los festivales locales (95%). Asimismo, el porcentaje de asistentes que obtuvieron una entrada a través de la compra directa fue menor que en las funciones de cine (66%), espectáculos de circo (60%) y conciertos musicales (54%).

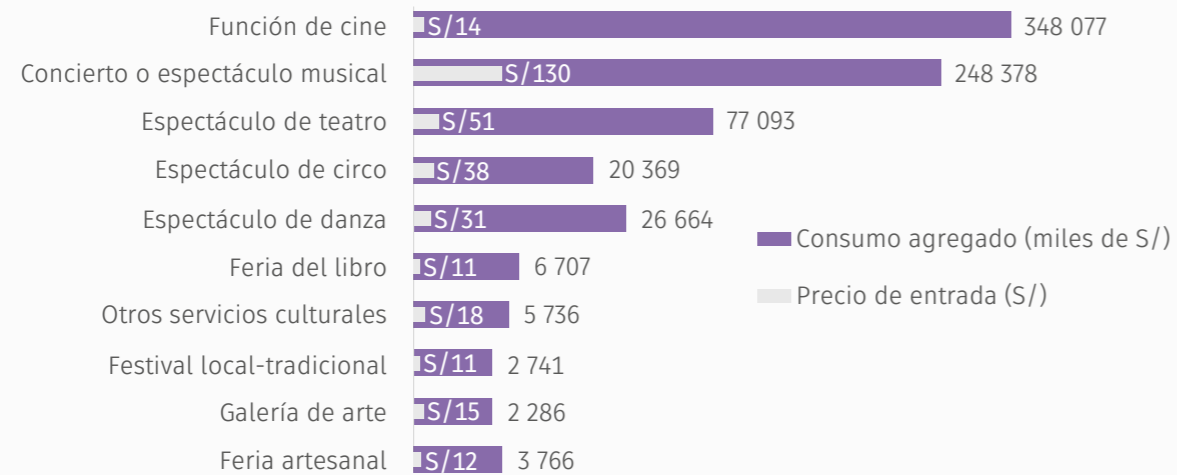
**Gráfico 10: Obtención de entrada de servicios culturales en Lima Metropolitana, 2019**  
En porcentaje



Fuente: Enapres 2019.  
Elaboración propia.

En el año 2019, en Lima Metropolitana, se estima que los hogares gastaron 77 millones de soles en su asistencia a espectáculos de teatro, con un precio promedio de S/ 51 por entrada. De esta manera, los espectáculos teatrales son el tercer servicio cultural con mayor recaudación, por debajo de las funciones de cine, que recaudaron más de 348 millones de soles con un precio promedio de S/ 14, y los conciertos musicales, que recaudaron más de 248 millones de soles con un precio promedio de S/ 130

**Gráfico 11: Valor del consumo agregado y precio de entrada de servicios culturales en Lima Metropolitana, 2019**



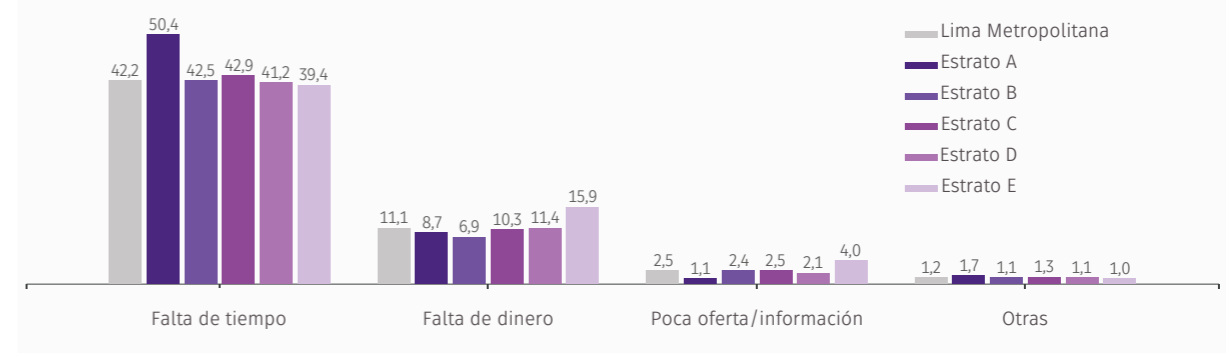
Fuente: ENAPRES 2019.  
Elaboración propia.



En Lima Metropolitana, se estima que los hogares gastaron **77 millones de soles** en su asistencia a espectáculos de teatro, con un precio promedio de **S/ 51 por entrada**.

En el año 2019, según Enapres, en Lima Metropolitana, el 42.9% de los hogares que no asistieron a espectáculos de teatro mencionaron que su principal razón fue su falta de interés hacia estos tipos de teatro. Asimismo, el resto de los hogares reportó que la falta de tiempo (42.2%), la falta de dinero (11.1%) y la poca oferta e información sobre las obras (2.5%) fueron sus principales motivos. A pesar de eso, se reconoce que, en los estratos más bajos, la proporción de hogares que explica su inasistencia al teatro por la falta de dinero se incrementa hasta 15.9 %, y por la falta de tiempo, se reduce hasta un 39.4%.

**Gráfico 12: Principales razones de los hogares para no asistir a espectáculos de teatro en Lima Metropolitana, 2019**



Fuente: ENAPRES 2019.  
Elaboración propia.



Según ENAPRES, en **Lima Metropolitana**, el **42.9%** de los hogares que no asistieron a espectáculos de teatro mencionaron que su principal razón fue su **falta de interés** hacia estos tipos de teatro.

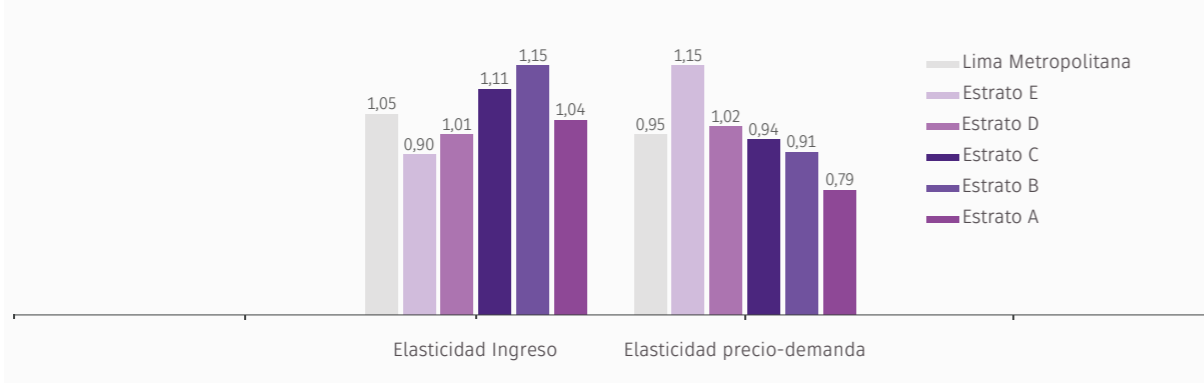
### 3.5 ELASTICIDADES DE DEMANDA DE LA ASISTENCIA A ESPECTÁCULOS TEATRALES

En esta sección se estimarán las elasticidades de demanda de la asistencia a espectáculos teatrales en Lima Metropolitana. De esta manera, la estimación realizada en este estudio parte de los trabajos propuestos por Deaton and Muellbauer (1980), Banks, Blundell and Lewbel (1997) y Poi (2012) para la formulación de una función de demanda AIDS<sup>27</sup> y su variante cuadrática QUAIDS. Asimismo, para la estimación del modelo, se utilizó la información reportada en el módulo de Patrimonio, Servicios y Bienes Culturales de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales 2019 (Enapres 2019).

De acuerdo con la metodología formulada, se estima que la elasticidad ingreso de la demanda de espectáculos teatrales en Lima Metropolitana es 1.05. De esta manera, es posible interpretar que ante un incremento de 1% en el ingreso promedio de los hogares, la asistencia a espectáculos teatrales aumentaría un 1.05% en promedio.

Por otro lado, los resultados muestran que la elasticidad ingreso de la demanda de espectáculos teatrales es menor en los hogares pertenecientes a niveles socioeconómicos más bajos. En ese sentido, los hogares del estrato E y D muestran las menores elasticidades ingreso de la demanda a espectáculos de teatro, con 0.9 y 1.01, respectivamente. De forma contraria, los hogares de estratos C y B muestran las elasticidades ingreso más elevadas, que ascienden a 1.11 y 1.15.

**Gráfico 13: Elasticidad de ingreso y precio de la asistencia a espectáculos de teatro en Lima Metropolitana por estrato socioeconómico, 2019**

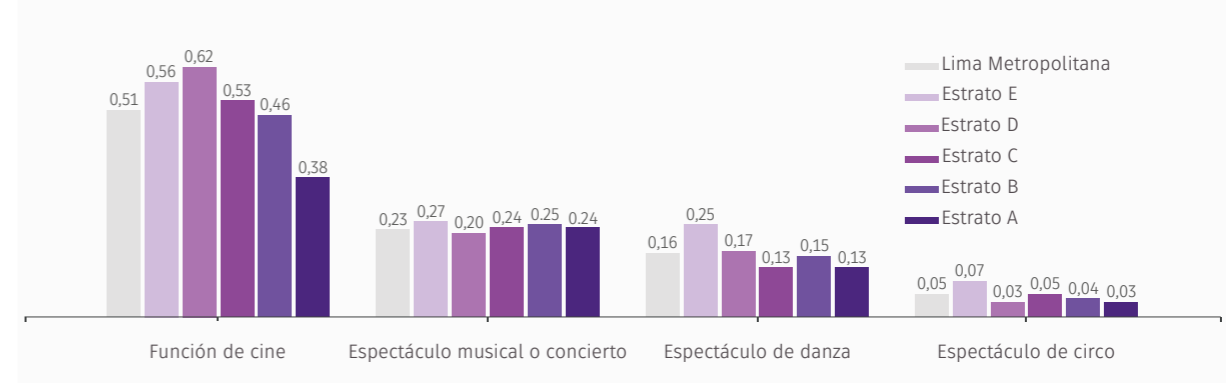


Fuente: ENAPRES 2016-2019. Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados, se estima que la elasticidad precio de la demanda de espectáculos teatrales en Lima Metropolitana es 0.95. De esta manera, es posible interpretar que ante una reducción de 1% en el precio promedio de los espectáculos teatrales, la asistencia a los teatros se incrementaría un 0.95% en promedio.

En ese sentido, los resultados nos muestran que la elasticidad precio de la demanda de espectáculos teatrales es mayor en los hogares pertenecientes a niveles socioeconómicos más bajos. En ese sentido, los hogares del estrato E y D muestran las mayores elasticidades precio de la demanda a espectáculos de teatro, con 1.15 y 1.02, respectivamente. De forma contraria, los hogares de estratos C y B muestran las elasticidades ingreso más bajas, que ascienden a 0.91 y 0.79.

**Gráfico 14: Elasticidad de precio cruzada de la asistencia a espectáculos de teatro en Lima Metropolitana por estrato socioeconómico, 2019<sup>28</sup>**



Fuente: ENAPRES 2019. Elaboración propia.

A partir de la metodología formulada previamente, se estima que la elasticidad precio cruzada de la demanda de espectáculos de teatro en Lima Metropolitana muestra su mayor valor en las funciones de cine (0.51), seguida por los conciertos musicales (0.23), espectáculos de danza (0.16) y espectáculos de circo (0.05). De esta manera, es posible interpretar que ante un incremento de 1% del precio promedio de las entradas de cine, se incrementaría la demanda de espectáculos teatrales un 0.5% por un efecto sustitución. Asimismo, se estima que ante un incremento de 1% del precio promedio de las entradas a los conciertos musicales, se incrementaría la demanda de espectáculos teatrales un 0.23%.

Por otro lado, de similar forma a lo señalado previamente, los resultados nos muestran que la elasticidad precio cruzada de la demanda de espectáculos teatrales suele ser mayor en los hogares pertenecientes a niveles socioeconómicos más bajos.

<sup>27</sup> Almost Ideal Demand System (AIDS) (1980) es un modelo de demanda de consumo, el cual es utilizado principalmente por los economistas para estudiar el comportamiento del consumidor. El modelo AIDS da una aproximación de primer orden arbitraria a cualquier sistema de demanda. El sistema AIDS se deriva del modelo de piglog, que permite a los investigadores tratar el comportamiento agregado de los consumidores como si fuera el resultado de un solo consumidor maximizador. Ver anexo 1.

<sup>28</sup> Porcentaje de personas que reportan haber asistido a servicios culturales en los últimos 12 meses.



## IV. FAE LIMA 2020: UNA INICIATIVA PARA EL DESARROLLO DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN PERÚ

### 4. FAE LIMA 2020: UNA INICIATIVA PARA EL DESARROLLO DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN PERÚ

En el presente estudio, se analizan los resultados de las encuestas efectuadas a los distintos tipos de participantes del FAE Lima 2020 que hicieron posible su puesta en escena. El análisis efectuado se desarrolla con dos enfoques. Primero, desde la perspectiva del espectador, donde se evalúan condiciones de demanda y de preferencias del consumidor. Lo cual se relaciona con un análisis orientado a la caracterización del consumidor, la disposición por asistir al teatro y las expectativas del público por el festival. Por otro lado, desde la perspectiva de la oferta, el eje central está caracterizado por la producción teatral (directores y productores); los cuales se identifican y evalúan los principales aportes, potencialidad y desafíos del FAE Lima de cara al desarrollo y promoción de las artes escénicas en el Perú.

De esta manera, para la caracterización y análisis de los espectadores del FAE Lima 2020, se realizó una encuesta en trece obras teatrales del festival, que recogió información de 791 espectadores sobre aspectos socioeconómicos, consumo de espectáculos de teatro y valoración del festival. Por otro lado, para evaluar los resultados del festival sobre la producción de artes escénicas, se realizaron entrevistas individuales semiestructuradas a siete directores y productores que participaron del festival sobre su intervención y percepción de logros y desafíos del festival.

#### 4.1 PROPUESTA DE TEORÍA DE CAMBIO PARA EL FAE LIMA

En el 2017, se inició el primer Festival de Artes Escénicas de Lima como una alternativa para contribuir al fortalecimiento de las artes escénicas del país y articular las instituciones y los artistas de la comunidad nacional e internacional. De esta manera, tiene como objetivo el ofrecer una propuesta cultural más amplia y diversa al público, aportar al desarrollo de las producciones nacionales de artes escénicas y generar puentes entre el sector artístico nacional y el mercado internacional.

Una teoría de cambio es una hoja de ruta que conecta insumos y actividades con los productos de un programa, mostrando cómo, a través de ellos, se alcanzan los resultados intermedios y finales formulados. En tal sentido, contribuye al fácil reconocimiento de la cadena causal de la intervención para su mejor comprensión y comunicación. Asimismo, es una herramienta útil para el diseño de programas u oferta de servicios públicos o privados. Por otro lado, permite la construcción de un sistema de monitoreo y el reconocimiento de los componentes claves para una evaluación de procesos o impactos.

En esta sección, se desarrollará una propuesta de teoría de cambio para el Festival de Artes Escénicas de Lima. Para el diseño de la presente propuesta, se toma como punto de partida la información de fuente primaria obtenida de parte de los organizadores del FAE Lima. Asimismo, en los anexos<sup>29</sup>, se detalla una propuesta de indicadores económicos, sociales y productivos, que sirva como base para futuras mediciones y evaluaciones de las actividades en el marco del Festival de Artes Escénicas (FAE) de Lima.

<sup>29</sup> Ver cuestionario en el anexo 1.



### a. Necesidades y/o problemas

En la cadena causal de una teoría de cambio, las necesidades o problemas explicitan la carencia que la intervención pretende enfrentar, teniendo en cuenta el contexto y las características de la población objetivo. Es necesario reconocer que el FAE Lima se formula sobre tres necesidades/problemas en el área de intervención, que, si bien son distintos en cuanto a su naturaleza respecto de la población objetivo y la cadena causal formulada para su tratamiento, están interrelacionadas en los componentes de la intervención.

- N1. Insuficientes mecanismos para la promoción de nuevas propuestas teatrales nacionales.
- N2. Las propuestas teatrales nacionales se encuentran poco vinculadas a mercados internacionales.
- N3. El consumo de espectáculos de artes escénicas en Lima es reducido.

### b. Insumos y actividades

Los insumos y actividades de un proyecto corresponden a los principales recursos humanos y financieros necesarios para producir cada producto del programa. De esta manera, para el FAE Lima, se identifican las siguientes actividades clave para su desarrollo:

- A1. Convocatoria y selección de obras nacionales.
- A2. Invitación y selección a obras internacionales.
- A3. Supervisión técnica y disposición de espacios de teatro.
- A4. Organización y acompañamiento a las presentaciones seleccionadas.
- A5. Invitación a programadores nacionales e internacionales.
- A6. Organización de talleres, conversatorios y actividades de confraternidad.
- A7. Actividades de difusión y publicidad del festival.
- A8. Organización de actividades de mercado y vitrina.

### c. Productos

Los productos son los resultados directos de la combinación de actividades e insumos, y son condiciones inmediatas para que ocurran los cambios esperados. En ese sentido, en el FAE Lima 2020, se identifican los siguientes productos que derivan de sus actividades:

- P1. Las obras nacionales e internacionales son presentadas a precios accesibles al público.
- P2. Las propuestas teatrales nacionales son presentadas a los programadores en las actividades de mercado y vitrina.
- P3. La comunidad teatral asiste a los talleres, conversatorios y actividades de confraternidad del festival.
- P4. Otras actividades culturales y obras se presentan con entrada libre.

### d. Resultados intermedios

Los resultados intermedios son los cambios inmediatos en la población objetivo en actitudes, conocimientos, capacidades o comportamientos que se ocasionan a partir de los productos del proyecto. De esta manera, para el FAE Lima, se identifican los siguientes resultados intermedios:

- R1. Las nuevas propuestas nacionales de teatro adquieren mayor visibilización.
- R2. Las obras nacionales acceden a nuevos mercados a través de los programadores y los nuevos contactos generados en el festival.
- R3. El público accede a obras de teatro y actividades culturales de calidad con un precio accesible.
- R4. El público es atraído a incrementar su consumo de cultura y teatro.

### e. Resultados finales

Los resultados finales se refieren a cambios a largo plazo que queremos lograr en la población objetivo con la intervención. Estos resultados están directamente relacionados con las necesidades/problemas del proyecto. En el caso del FAE Lima, los resultados finales están directamente relacionados con las necesidades de promover la oferta y demanda de las producciones nacionales de teatro.

- F1. La demanda de nuevas propuestas teatrales nacionales se incrementa.
- F2. Las obras nacionales acceden a nuevos mercados y festivales nacionales e internacionales.
- F3. La oferta de obras de teatro nacional se incrementa.

### f. Condiciones implícitas

En la formulación de una teoría de cambio, existen condiciones implícitas en las conexiones de cada componente de la cadena causal. Por un lado, los supuestos hacen referencia a eventos o situaciones externas al programa que asumimos como verdades y que, en caso de no cumplirse, pondrían en riesgo la validez de la cadena causal. Por otro lado, los riesgos son los sucesos no esperados que pudieran afectar negativamente la intervención y no son explícitos en la teoría de cambio.

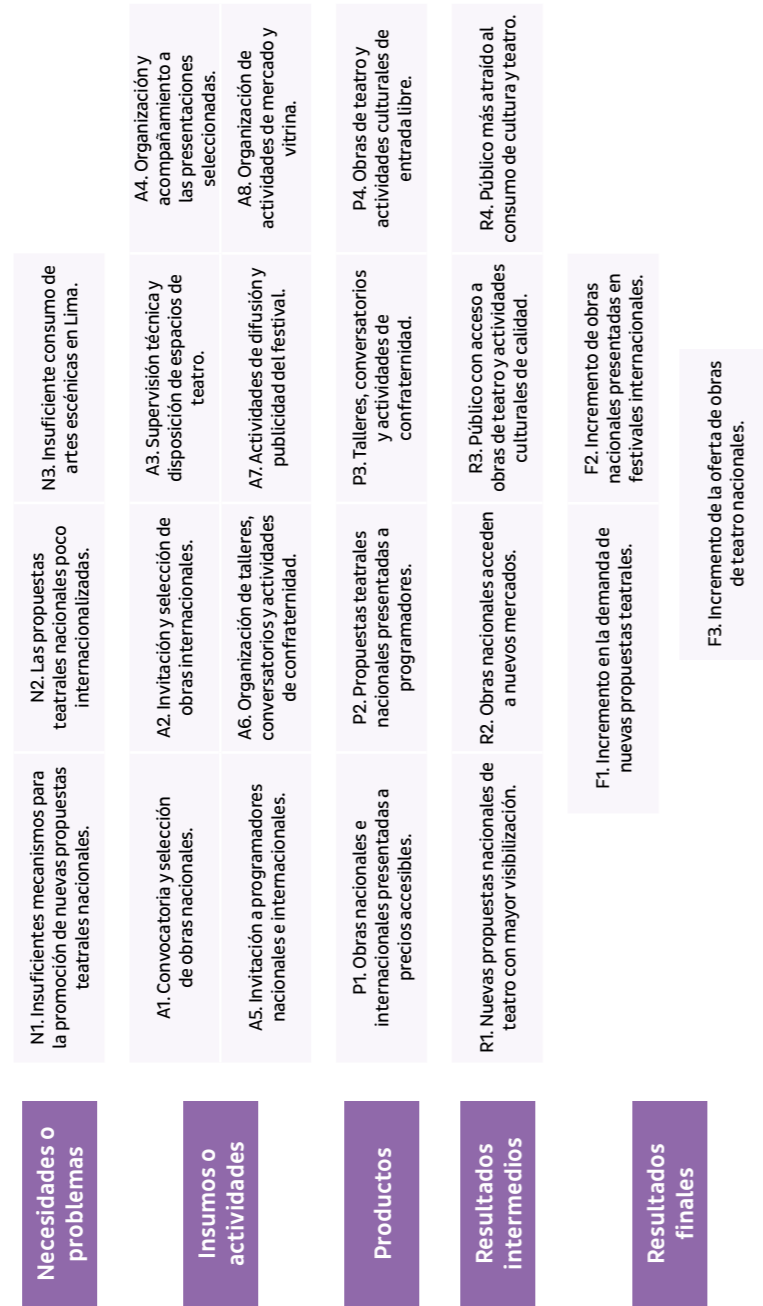
La teoría del error es una herramienta útil para identificar los riesgos implícitos en una teoría de cambio, y funciona bajo la premisa de averiguar qué podría hacer que la intervención falle en cada una de las conexiones de los componentes de la cadena causal. De esta manera, algunos ejemplos de condiciones implícitas para el cumplimiento de la cadena causal serían los siguientes:

- S1. Las propuestas teatrales nacionales son atractivas para los programadores y las logran colocar en festivales internacionales.
- S2. Las nuevas propuestas teatrales son realizadas en horarios oportunos para incrementar su visibilización.
- S3. La implementación del FAE Lima reduce la demanda de las obras y compañías que no participan del festival.

<sup>30</sup> Ver Anexo 2.

Figura 1: Teoría de cambio propuesta para el Festival de Artes Escénicas de Lima 2020

PROPÓSITO: Brindar contenidos artísticos a la comunidad y fomentar el trabajo creativo de las artes escénicas.

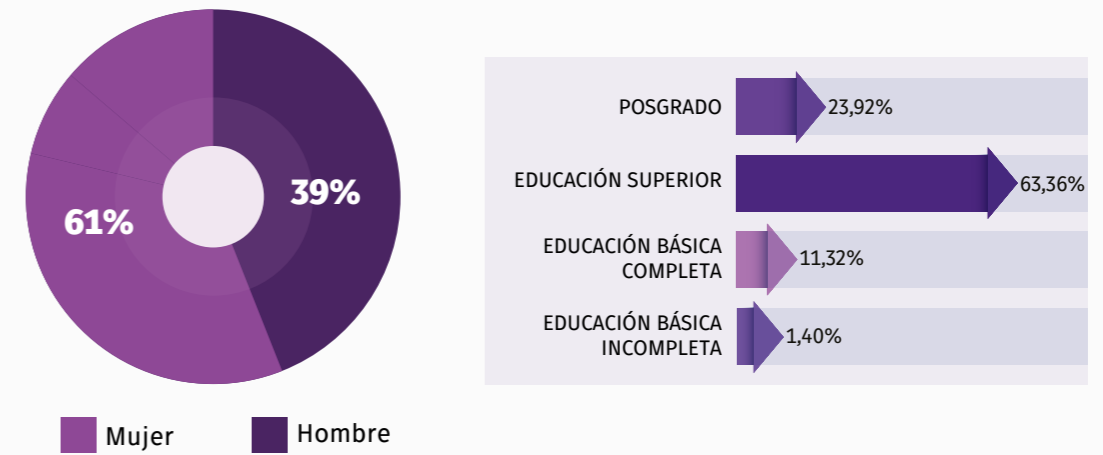


Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2 ANÁLISIS DEL ESPECTADOR DEL FAE LIMA 2020

A partir de las encuestas realizadas, se evidencia que el 92% de espectadores del FAE Lima son residentes de Lima Metropolitana. Asimismo, se identifica que el perfil del espectador característico del festival tiene una edad promedio de 33 años y reside en Lima Metropolitana (92.0%). Se reconoce que la mayor parte de los espectadores poseen un nivel educativo superior o de posgrado (87.3%), y en menor medida cuentan solo con educación básica (11.3%). De esta forma, los espectadores son en una mayor proporción mujeres (61.0%) y en su mayoría identifican su estado civil como soltero(a)s (80.0%).

Gráfico 15: Nivel educativo y sexo del espectador FAE Lima 2020  
En porcentaje



Elaboración propia.

A partir de las encuestas realizadas, se evidencia que los asistentes al FAE Lima son un público que frecuenta el teatro en mayor medida que el habitante promedio de Lima Metropolitana. De esta forma, mientras el 12.2% de la población de Lima Metropolitana reportó haber asistido al teatro en el 2019, el 92.0% de espectadores del FAE asistieron a un espectáculo de teatro en los últimos doce meses. Por otro lado, mientras en la ciudad capital los asistentes a espectáculos teatrales asisten con una frecuencia de 2.9 veces al año (Enapres, 2019), el 73.3% de espectadores del FAE asisten al teatro de 6 veces al año a más.

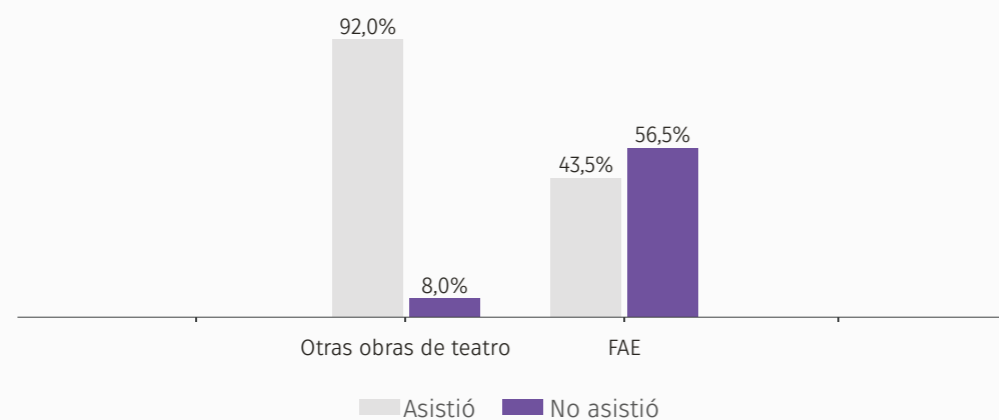
**Gráfico 16: Frecuencia de asistencia al teatro del espectador FAE Lima 2020**  
En porcentaje



Elaboración propia.

En ese sentido, a pesar de ser un público que se caracteriza por frecuentar espectáculos teatrales por encima del promedio de Lima Metropolitana, el 56.5% de espectadores del FAE Lima 2020 asistió por primera vez al festival.

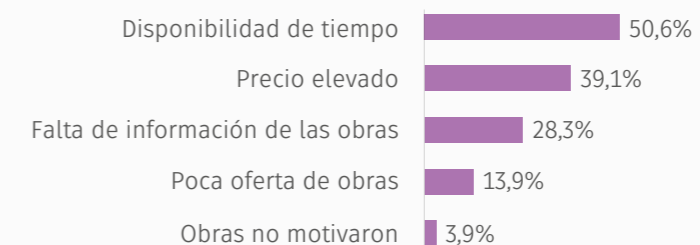
**Gráfico 17: Asistencia del espectador FAE Lima 2020 al teatro y a ediciones anteriores del FAE**  
En porcentaje



Elaboración propia.

De similar forma al público que frecuenta el teatro en Lima Metropolitana, la mayor proporción de espectadores del FAE Lima 2020 identifica que no asiste con mayor frecuencia al teatro por no contar con suficiente tiempo disponible (50.6%) y por los precios elevados de las entradas (39.1%).

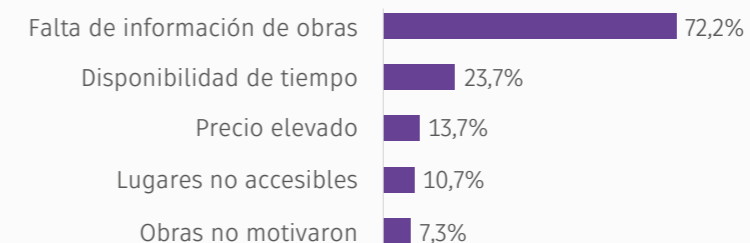
**Gráfico 18: Motivos de no asistencia al teatro del espectador FAE Lima 2020**  
En porcentaje



Elaboración propia.

Sin embargo, cuando se hace referencia a anteriores ediciones del festival, los espectadores del FAE Lima 2020 reconocen en una mayor proporción que el principal factor que explica su inasistencia es la falta de información de las obras (72.2%), seguido por la poca disponibilidad de tiempo (23.7%) y los precios elevados (13.7%). Respecto de ello, los asistentes reportan haberse enterado del festival a través de internet (51.7%) y amigos o conocidos (41.3%) en la mayoría de los casos.

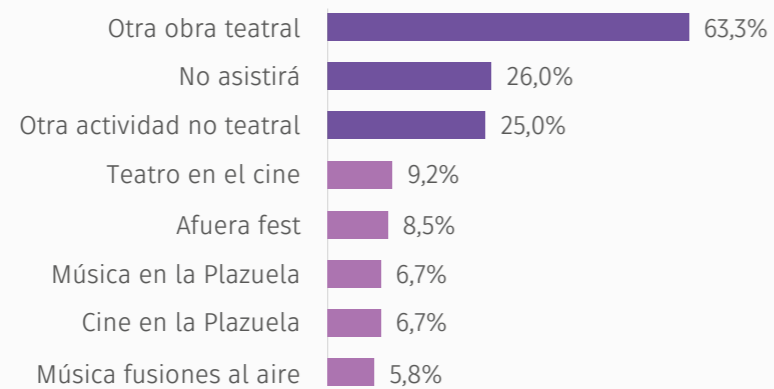
**Gráfico 19: Motivos de no asistencia a anteriores ediciones del FAE Lima**  
En porcentaje



Elaboración propia.

Respecto a la asistencia a otras actividades del FAE Lima 2020, el 63.3% de los asistentes respondieron que tenían intenciones de asistir a otra obra teatral del festival. Asimismo, el 25.0% reportó tener intenciones de asistir a otra actividad del festival no teatral: Teatro en el Cine (9.2%), Afuera Fest (8.5%), Música en la Plazuela (6.7%), Cine en la Plazuela (6.7%) y Música Fusiones al Aire (5.8%). Finalmente, el 25.0% reportó que no asistiría a ninguna otra actividad del festival.

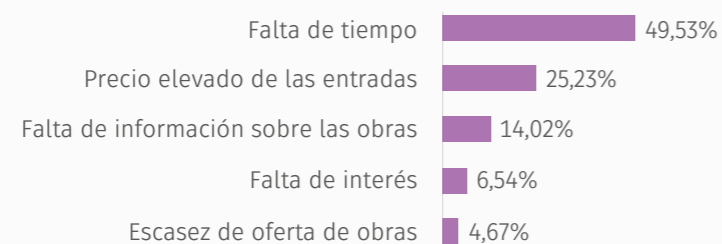
**Gráfico 20: Asistencia del espectador FAE Lima 2020 a otros espectáculos del festival**  
En porcentaje



Elaboración propia.

En ese sentido, los espectadores que reportaron que no asistirían a otra actividad del FAE Lima 2020, mencionaron que sus principales motivos serían la falta de tiempo (49.5%), seguido por el precio elevado de las entradas (25.3%). Asimismo, en menor medida, reconocieron que la falta de información de las obras (14.0%), la falta de interés en las obras (6.5%) y la escasez de oferta de obras (4.7%) los motivaron a no asistir a otros a espectáculos del festival.

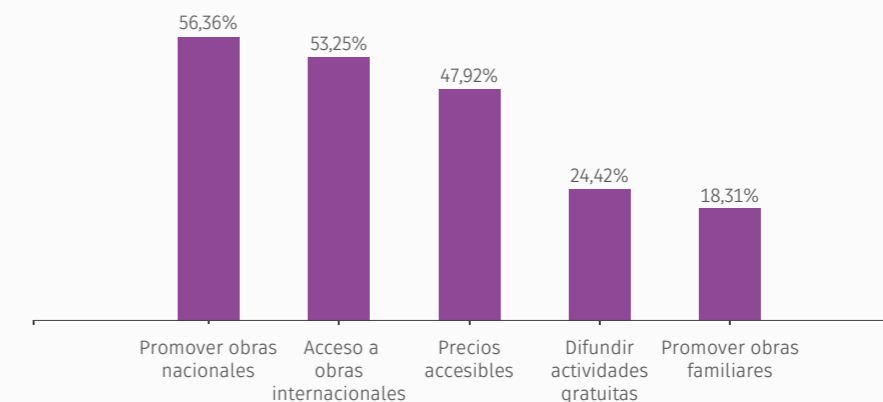
**Gráfico 21: Motivos de no asistencia a espectáculos adicionales del FAE Lima 2020**  
En porcentaje



Elaboración propia.

Con respecto a la valoración del festival, más de la mitad de los espectadores indicaron que promover obras nacionales (56.4%) es uno de los principales aportes del FAE Lima 2020 a la cultura peruana. Asimismo, una gran mayoría señaló que el acceso a obras internacionales (53.3%) y los precios accesibles de las obras (47.9%) son un importante aporte del festival para promover la cultura nacional.

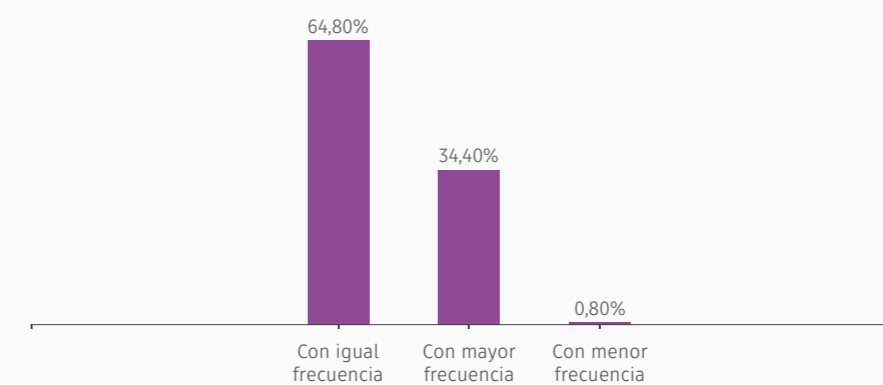
**Gráfico 22: Valoración subjetiva del aporte del FAE Lima 2020 a la cultura peruana**  
En porcentaje



Elaboración propia.

Acerca de las expectativas de asistencia al teatro posterior al FAE Lima 2020, más de un tercio (34.4%) de los espectadores del festival señaló que empezaría a ir con mayor frecuencia a funciones teatrales. Asimismo, casi dos tercios (64.8%) de los asistentes señalaron que mantendrían la frecuencia en su asistencia a espectáculos de teatro.

**Gráfico 23: Expectativas de asistencia futura al teatro del espectador FAE Lima 2020**  
En porcentaje



Elaboración propia.

### 4.3 RESULTADOS DEL FAE LIMA 2020 SOBRE LA PRODUCCIÓN DE ARTES ESCÉNICAS

La información para evaluar los resultados y desafíos del FAE Lima 2020 sobre la producción de artes escénicas es obtenida mediante entrevistas individuales semiestructuradas realizadas a los directores y productores participantes del festival. Los productores y directores entrevistados contaban con experiencia en el rubro de las artes escénicas en un rango entre dos y doce años, participando en la producción de espectáculos de teatro como ocupación principal o secundaria, a tiempo completo o parcial. Asimismo, los entrevistados mencionaron que la edición 2020 del evento era su primera o segunda participación.

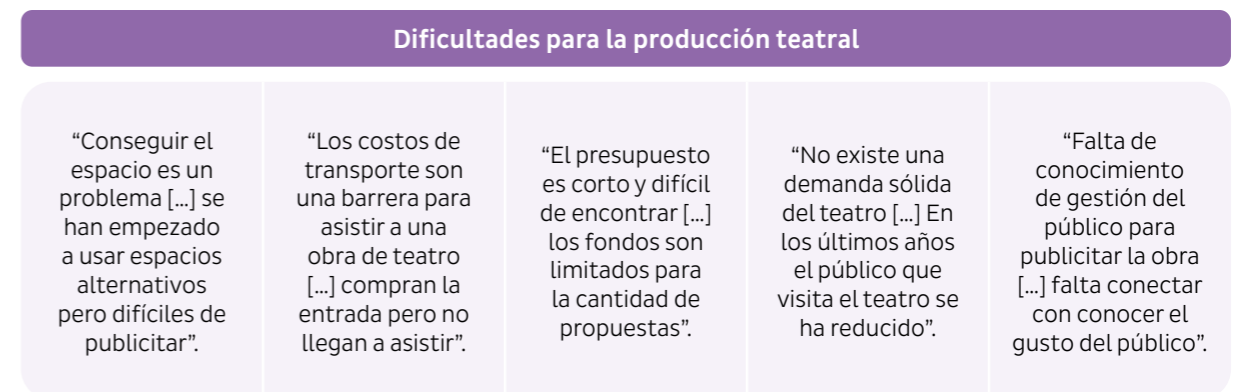
#### a. Dificultades generales en la producción teatral

De acuerdo con los productores y directores entrevistados, los principales problemas en la producción de una obra de teatro en Lima Metropolitana están asociados a conseguir un espacio adecuado. Mencionan que crear nuevos espacios para el teatro no suele ser una alternativa viable debido a los fondos necesarios para el mantenimiento y los costos para cumplir las condiciones que habiliten su funcionamiento (Indeci, municipalidad, etcétera). Respecto a ello, debido a que la cantidad de salas y convocatorias para puestas teatrales son limitadas, los entrevistados reconocieron que se han empezado a utilizar espacios alternativos para la puesta de obras teatrales, pese a las dificultades de publicitar la obra. En ese escenario, por la poca oferta de espacios, los entrevistados identificaron que la ubicación de la obra y los costos de transporte asociados han adquirido relevancia para el éxito de una producción teatral.

Por otro lado, los entrevistados reportaron que conseguir presupuesto para la producción de obras teatrales es una dificultad que ha estado siempre presente en las artes escénicas en Perú. En ese sentido, identificaron que el presupuesto desde el sector privado suele ser corto y difícil de encontrar, y los fondos públicos son aún limitados para la cantidad de propuestas teatrales que se ofertan. De esta manera, sus producciones se suelen realizar con ahorros propios y donaciones o préstamos de familiares y conocidos.

Finalmente, de acuerdo con los productores y directores entrevistados, no existe una demanda sólida del teatro en el Perú. De esta manera, señalan que, en los últimos años, el público que asiste al teatro se ha reducido. Y reconocen que una de las causas de este suceso es la falta de conocimiento de gestión del público para publicitar la obra por parte de las compañías de teatro.

Figura 2: Principales dificultades para la producción de una obra de teatro en Lima Metropolitana

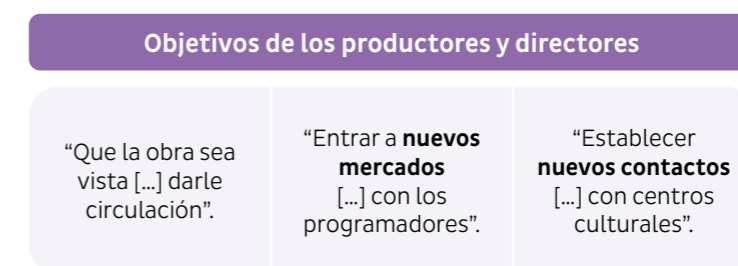


Elaboración propia.

#### b. Objetivos y dificultades de directores y productores en el FAE Lima 2020

En una primera instancia, todos los directores y productores entrevistados que participaron del FAE Lima a través de la convocatoria coincidieron en que la principal motivación para participar fue la de incrementar la visibilización y circulación de su obra en el medio teatral. Por otro lado, los entrevistados también señalaron haber sido motivados a participar en el festival por la posibilidad de entrar a nuevos mercados nacionales e internacionales mediante los programadores. Otra motivación que mencionaron fue la de establecer nuevos contactos por medio de la red de teatros del festival.

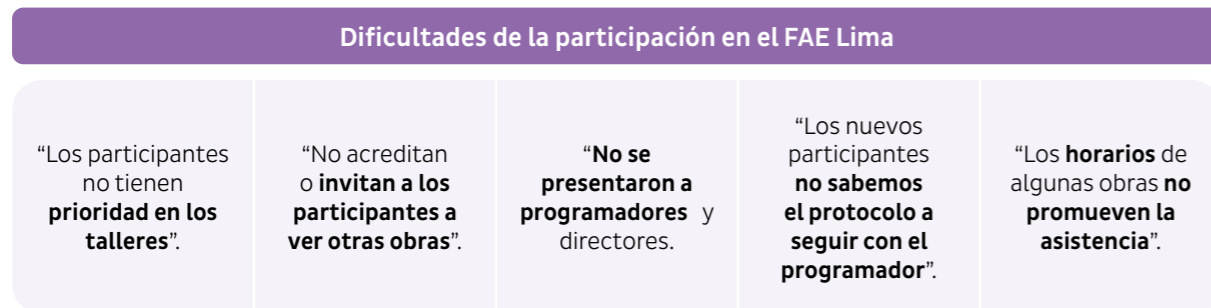
Figura 3. Objetivos de participantes del FAE Lima 2020



Elaboración propia.

En este contexto, los directores y productores reconocieron algunas dificultades en su participación de cara al festival que pudieron limitarlos a alcanzar los objetivos que tenían trazados. En una primera instancia, algunos entrevistados identificaron que sus expectativas no fueron cubiertas en relación con los programadores, debido al reducido contacto que tuvieron con ellos y al desconocimiento de los protocolos a seguir para su presentación. En ese sentido, los entrevistados también mostraron mayores expectativas en la prioridad y exclusividad que deberían recibir como participantes del FAE Lima, sobre todo con relación al acceso a otras obras del festival y a los talleres. Finalmente, reconocieron que los horarios de algunas obras no promovieron la asistencia de los espectadores, limitando la visibilidad de sus obras.

Figura 4: Dificultades de los participantes en el FAE Lima 2020



Elaboración propia.

### c. Aporte y desafíos del FAE Lima en la producción de artes escénicas

En una primera instancia, los directores y productores entrevistados evidenciaron que el FAE Lima logra visibilizar al teatro desde una mirada colectiva. Declararon que el festival promueve el acercamiento de los miembros de la comunidad hacia el teatro local, como un medio de concertación y a través del cual se construye identidad con una sensación colectiva o de conjunto.

Además, los entrevistados evidenciaron que la presencia del FAE Lima ha promovido el crecimiento de la oferta de propuestas teatrales en el ámbito local. Mencionaron que a partir del FAE Lima han surgido nuevos proyectos independientes con el objetivo de presentar más o nuevas obras en el festival, para ser vistas por un mayor número de programadores.

Por otro lado, los entrevistados declararon que el FAE Lima aporta a las artes escénicas peruanas a través de la mayor visibilidad que logra dar al teatro independiente. En ese sentido, reconocen la importancia del festival al otorgar espacios a propuestas independientes en los teatros con mejor infraestructura del Perú.

Figura 5: Aporte del FAE Lima a la producción de artes escénicas

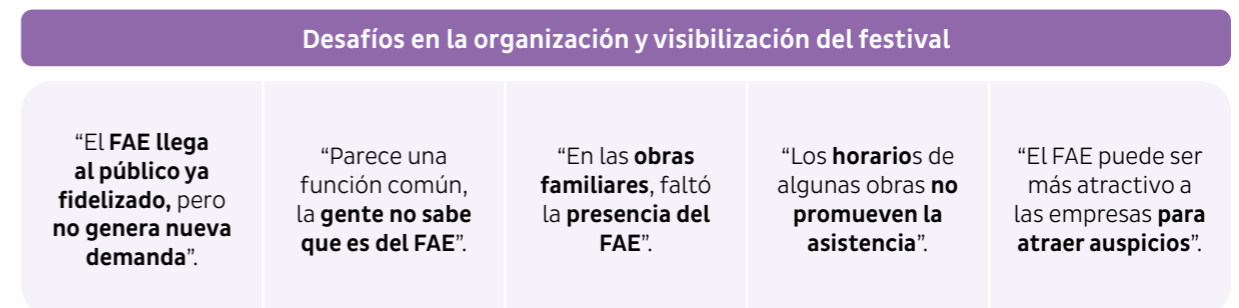


Elaboración propia.

En este contexto, los directores y productores entrevistados también evidenciaron algunos desafíos del FAE Lima 2020 en su organización y visibilidad. En una primera instancia, los entrevistados reconocieron que, si bien el festival promueve el incremento de propuestas teatrales, no se promueve un incremento en la demanda, por lo que solo se cuenta con el público ya fidelizado. De esta manera, en la industria de artes escénicas, se ocasiona que el mismo número de espectadores se divida en un mayor número de propuestas.

Asimismo, algunos de los productores y directores manifestaron que en las obras que presentaron no se visibilizó la presencia del festival. Por un lado, mencionan que los espectadores asisten a las funciones sin saber que pertenecen al FAE Lima. Por otro lado, en las obras familiares, los entrevistados mencionaron que faltó la presencia del festival desde la organización y el acompañamiento a los participantes.

Figura 6: Desafíos en la organización y visibilización del FAE Lima 2020



Elaboración propia.

#### d. El rol del FAE Lima en la descentralización de la oferta teatral

Los directores y productores entrevistados manifestaron que los costos de transporte son una barrera para asistir al teatro. En ese sentido, se evidencia el potencial del FAE Lima llevado a cabo en Lima para descentralizar las presentaciones de obras teatrales. Los entrevistados identifican que la presentación de obras descentralizadas fue una gran propuesta del festival.

A pesar de ello y de todos los beneficios obtenidos del festival, algunos directores y productores entrevistados evidenciaron que durante la temporada del FAE Lima, el resto de los teatros y propuestas que no forman parte del festival pierden espectadores y cierran. Los entrevistados identificaron que el círculo del teatro es pequeño y tiene barreras altas de entrada, sobre todo para los teatros más alejados y menos conocidos, pero que el festival tiene el potencial aún no aprovechado de incluirlos y visibilizarlos.

Figura 7: Perspectivas de los participantes de los espacios para el desarrollo del teatro y el FAE Lima 2020

Espacios para el teatro y el FAE Lima		
“La presentación de <b>obras descentralizadas</b> fue una gran propuesta”.	“En temporada del FAE, <b>el resto de los teatros están vacíos</b> ”.	“ <b>El círculo del teatro es pequeño</b> y es difícil entrar [...] muchos teatros están alejados y no son conocidos”

Elaboración propia.



Los entrevistados identifican que la presentación de obras descentralizadas fue una gran propuesta del festival. A pesar de ello, algunos directores y productores entrevistados evidenciaron que durante la temporada del FAE Lima, el resto de los teatros y propuestas que no forman parte del festival pierden espectadores y cierran. En ese sentido, el festival tiene el potencial aún no aprovechado de incluirlos y visibilizarlos.



## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 CONCLUSIONES SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DEL FAE LIMA 2020

En una primera instancia, el análisis de los datos recuperados a través de este estudio muestra resultados positivos acerca de la potencialidad del FAE Lima 2020 en la promoción de las artes escénicas. Se evidencian resultados positivos hacia el incentivo para la creación de nuevas propuestas teatrales; así como en brindar espacios para propuestas independientes y promover la entrada de obras nacionales a nuevos mercados.

Sobre los espectadores del FAE Lima 2020, los resultados de las encuestas muestran que, a pesar de ser asistentes habituales al teatro, no participaron en anteriores ediciones del festival, principalmente debido a la poca promoción de las obras. Desde el lado del espectador, se evidencia que el principal motivo por el cual no asiste a espectáculos teatrales es la falta de tiempo, asociado a los costos de trasladarse hacia los teatros. Asimismo, los resultados muestran la amplia valoración de los espectadores hacia el festival debido a la promoción de obras nacionales, oferta de obras internacionales y oferta de obras a precios bajos o gratuitos.

Sobre la organización e implementación del festival, se recupera información relevante acerca de tareas pendientes para el éxito de futuras organizaciones, tales como desafíos pendientes en torno a la estandarización y formalización de sus actividades para alcanzar sus objetivos. En ese sentido, se identifican potencialidades no aprovechadas por el festival vinculadas a la descentralización de la oferta y la visibilización del evento. Asimismo, se remarcan las limitaciones con respecto a la formación de demanda por espectáculos teatrales, que responde a cambios más estructurales y a potenciales metas a trazar a largo plazo.

### 5.2 RECOMENDACIONES PARA EL DISEÑO Y LA IMPLEMENTACIÓN DEL FAE LIMA 2020

Las principales recomendaciones que se formulan a partir de este estudio se realizan sobre dos puntos centrales: la organización y la visibilización del festival.

#### a. Organización del FAE Lima

A corto plazo, resulta relevante y conveniente estandarizar formalmente los objetivos, actividades, productos y resultados esperados de las ediciones del FAE en protocolos y documentos institucionales. De esta manera, será posible (i) identificar con más claridad los objetivos del festival, (ii) reconocer las actividades y productos claves para alcanzar estos objetivos, (iii) focalizar los esfuerzos y recursos hacia estas actividades y productos de manera más eficiente, y (iv) examinar cómo amoldar las actividades del festival a distintos contextos sin perder la perspectiva hacia sus objetivos.

Por otro lado, una vez definidos los procesos del festival, se recomienda diseñar e implementar un sistema de monitoreo de sus actividades y los productos que ofrecen. Esta herramienta permitirá identificar de forma sistematizada el cumplimiento de los procesos internos del proyecto y corregir oportunamente sus potenciales problemas o cuellos de botella.

Según lo mencionado, se recomienda que, a partir de la teoría de cambio que se propone en este estudio, se estandarice cada actividad del FAE Lima y se establezca un sistema de monitoreo interno acerca de sus procesos.

#### b. Visibilización del FAE Lima

En este estudio, se identifica que uno de los principales desafíos para el crecimiento del festival es incrementar su visibilización. Para ello, se recomiendan algunas estrategias puntuales:

- Incrementar la visibilización del festival mediante medios virtuales.
- Descentralizar la oferta de espectáculos del festival negociando la incorporación de nuevos establecimientos independientes o espacios alternativos.
- Definir y difundir la información sobre sus beneficios como participantes a los postulantes por convocatoria del FAE Lima.

### 5.3 AGENDA DE EVALUACIÓN

A corto plazo, los estudios más relevantes que requeriría el festival están vinculados al fortalecimiento de sus procesos, a través del diseño de un sistema de monitoreo y, posteriormente, una evaluación de procesos o impacto.

En ese sentido, se identifican los siguientes estudios requeridos que la organización del festival podría considerar:

- Diseño de un sistema de monitoreo de indicadores del FAE Lima.
- Diseño de herramientas de recolección de información.
- Diseño de sistemas de monitoreo de información.
- Generar evidencia empírica sobre el impacto del FAE Lima:
  - Impacto del FAE sobre el consumo de artes de sus espectadores.
  - Impacto del FAE sobre las compañías de teatro y directores participantes.



## BIBLIOGRAFÍA

- Ágreda, S. (2017). *Análisis de la situación de las artes escénicas en el Perú: Caso Trujillo*. Lima, Perú.
- Austrian Institute for SME Research and VVA Europe. (2016). *Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Belfiore, E. (2002). Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK. *International Journal of Cultural Policy*, 8(1), 91-106.
- Belfiore, E., & Bennett, O. (2007). Determinants of Impact: Towards a Better Understanding of Encounters with the Arts. *Cultural Trends*, 16(3), 225-275.
- Bonet, L. (2007). Aproximación al análisis económico de la oferta y de la demanda cultura en fundamentos de Ciencias Sociales aplicados a la gestión cultural (artes escénicas). En J. Rubio, *Fundamentos de Ciencias Sociales Aplicadas a la Gestión Cultural*. Comunidad de Madrid.
- Booyens, I. (2012). Creative Industries, Inequality and Social Development: Developments, Impacts and Challenges in Cape Town. *Urban Forum*, 23, 46-60.
- Bourdieu, P. (1979). *La Distinction: Critique social du jugement*. Paris: Les editions de minuit.
- Brouwer, L. (2019). *Cultural Value Beyond Measure? The Emergence of Impact and Impact Evaluation in the Dutch Cultural Sector*. Institute for Creative and Cultural Entrepreneurship, Goldsmiths, University of London.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja*. Nueva York: Editorial Aguilar.
- Bureau of Economic Analysis. (2020). Obtenido de <https://www.bea.gov/data/special-topics/arts-and-culture>.
- Catungal, J., Leslie, D., & Hii, Y. (2009). Geographies of displacement in the creative city: The case of Liberty Village, Toronto. *Urban Studies*, 46(5/6), 1095-1114.
- Cunningham, S., Hearn, G., & Keane, M. (s.f.). An Innovation Agenda for the Creative Industries: Where is the R&D? *Media International Australia; Incorporating Culture & Policy*, 112, 174-185.
- Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2020). Obtenido de <https://www.gov.uk/government/news>.
- Department of Art and Culture Republic of South Africa. (2015). *Annual Report 2014/2015*.
- Evans, G. (2009). Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies*, 46, 1003-1040.



## BIBLIOGRAFÍA

- Gregory, J. (2019). Creative Industries and Neighbourhood Change in South African Cities. En J. Knight, & C. Rogerson (Edits.), *The Geography of South Africa. World Regional Geography Book Series*. Springer, Cham.
- Haanstra, F. (2000). Dutch Studies of the Effects of Arts Education Programs on School Success. *Studies in Art Education: A Journal of Issues and Research*, 42(1), 20-35.
- Harris, A. (2008). From London to Mumbai and back again: Gentrification and public policy in comparative perspective. *Urban Studies*, 45(12), 2407-2428.
- Hospers, G. (2003). Creative cities: Breeding places in the knowledge economy. *Knowledge, Technology and Policy*, 16(3), 143-162.
- McCarthy, K., Zakaras, E., & Brooks, A. (2004). *Gifts of the Muse: Reframing the Debate About Benefits of Arts*. RAND Corporation.
- Ministerio de Cultura. (2011). *Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural de las Américas: Perú*. Lima: Ministerio de Cultura : BID. Fundación Interamericana de Cultura y Desarrollo : AECID.
- National Endowment for the Arts. (2019). *Artists and Other Cultural Workers: a Statistical Portrait*. Washington, D.C.
- Neligan, A. (2006). Public funding and repertoire conventionality in the German public theatre sector: an econometric analysis. *Applied Economics*, 38(10), 1111-1121.
- O'hagan, J., & Neligan, A. (2005). State Subsidies and Repertoire Conventionality in the Non-Profit English Theatre Sector: An Econometric Analysis. *Journal of Cultural Economics*, 29, 35-57.
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2016). *Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Iberoamérica Estado de las políticas públicas y aportes para el fortalecimiento de las economías creativas y culturales*. Madrid, España: Fundación Santillana.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las Industrias culturales y creativas*. Argentina.
- Puffelen, F. v. (1996). Abuses of conventional impact studies in the arts. *The European Journal of Cultural Policy*, 2(2), 241-254.
- Ruiz, J. (2004). A Literature Review of the Evidence Base for Culture, the Arts and Sport Policy. *Social Research. Research Findings*, 2.
- Scott, A. (2006). Creative cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 28, 1-17.
- Scott, C. (2005). *Museums and impact—How do we measure the impact of museums?* Paper presented to 8th International Conference on Arts and Cultural Management, Montreal.

- Skrede, J. (2015). What may culture contribute to urban sustainability? Critical reflections on the uses of culture in urban development in Oslo and beyond. *Journal of Urbanism*.
- Strom, E. (2003). Cultural Policy as Development Policy: evidence from the United States. *International Journal of Cultural Policy*, 9(3), 247-263.
- Throsby, D. (2010). *The Economics of Cultural Policy*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Walmsley, B. (2011). Why people go to the theatre: A qualitative study of audience motivation. *Journal of Customer Behaviour*, 10(4), 335-351.
- Walmsley, B. (2013). "A big part of my life": a qualitative study of the impact of theatre. *Arts Marketing: An International Journal*, 3(1), 73-87.
- Werck, K., Grinwis Paat, M., & Heyndels, B. (2008). Budgetary constraints and programmatic choices by Flemish subsidized theatres. *Applied Economics*, 40(18), 2369-2379.
- White, T., & Hede, A.-M. (2008). Using Narrative Inquiry to Explore the Impact of Art on Individuals. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 38(1), 19-36.



# ANEXOS

## Anexo 1. Encuesta a espectadores del FAE Lima 2020

CARACTERÍSTICAS PERSONALES				ASISTENCIA AL FESTIVAL DE ARTES ESCÉNICAS DE LIMA	
Lugar de residencia				8. ¿A través de que medio se enteró del FAE Lima 2020?	
1. Departamento				a. Internet	Marca solo una opción
2. Provincia				b. Televisión	
3. Distrito				c. Radio	
				d. Periódicos	
Sexo	M	F	Edad	e. Amigos o conocidos	
				f. Otros	
Estado Civil				9. ¿Qué tipo de entrada ha adquirido para ver esta función?	
Último nivel de estudios alcanzados				Marca solo una opción	
a. Inicial					
b. Educación básica incompleta (primaria o secundaria)					
c. Educación básica completa (primaria o secundaria)					
d. Educación superior o universitaria o técnica					
e. Posgrado					
CONSUMO DE PRODUCTOS CULTURALES					
1. ¿Con qué frecuencia suele asistir a algún espectáculo artístico? (danzas, teatro, concierto, festivales)				Marca solo una opción	
a. Esta es la primera vez que asistió					
b. Una vez al año					
c. Una vez cada semestre					
d. Una vez cada bimestre					
e. Una vez al mes					
f. Menos de una vez al mes					
g. Otro (indique el número de veces)					
2. ¿Cuál es el monto máximo que estaría dispuesto a pagar por una entrada para algún espectáculo artístico? (teatro, danza, concierto-música)				S/	
3. ¿En los últimos 12 meses, usted asistió a algún espectáculo teatral?				SI	NO
4. En los últimos 12 meses, ¿A cuántas funciones de teatro asistió?					
5. ¿Cuál es la principal razón por la que no asistió con mayor frecuencia al teatro?				Marca solo una opción	
a. Falta de tiempo					
b. Falta de interés					
c. Precio elevado de las entradas					
d. Falta de información sobre obras					
e. Escasez de oferta de obras teatrales					
7. ¿Este es el primer año al que asiste al festival de Artes Escénicas de Lima (FAE)?				SI	NO
10. Además de la función de hoy, ¿Asistirá a alguna otra actividad del FAE Lima 2020?				SI	NO
a. Otra obra teatral FAE					
b. Cine en la plazuela					
c. Teatro en el cine					
d. Afuera Fest					
e. Música en la plazuela					
f. Música Fusiones al aire					
11. ¿Cuál es la principal razón por la que no asistirá a otra actividad del FAE?				Marca solo una opción	
a. Falta de tiempo					
b. Falta de interés					
c. Precio elevado de las entradas					
d. Falta de información sobre las obras					
e. Escasez de oferta de obras teatrales					
12. ¿Cuál es la principal razón por la que no asistirá a otra actividad del FAE?				Marca solo una opción	
a. Falta de tiempo					
b. Falta de interés					
c. Precio elevado de las entradas					
13. ¿Cuál considera que es el principal aporte de FAE Lima a la cultura peruana?				Marca solo una opción	
a. Difusión de obras a precios accesibles					
b. Promover las obras nacionales					
c. Proporcionar obras dirigidas a la familia					
d. Acceso a obras internacionales					
e. Difusión de otras actividades gratuitas					

**Anexo 2. Cuestionario-entrevista directores y/o productores de obras.  
FAE Lima, 2020**

**A. INFORMACIÓN GENERAL**

1. ¿Cuál es el nombre de la obra (s) con la que participó en el FAE Lima 2020?	
2. ¿Cuál es la compañía (s) teatral (es) con la que presentó la obra?	
3. ¿Desde cuándo trabaja en teatro?	
4. ¿Desde cuándo trabaja como director de obras escénicas?	
5. ¿Ser director de la compañía de teatro es su ocupación principal?	
6. ¿Trabaja a medio tiempo o tiempo completo como director de obras escénicas?	
7. ¿Tienes otros trabajos en paralelo además de ser director de obras escénicas? Detalle y explique	

**B. CARACTERÍSTICA DE LAS OBRAS**

8. ¿Dónde suele presentar sus obras? (teatros privados, públicos, anfiteatros, etc.). Explique el por qué	
9. ¿Trabaja con algún teatro en forma permanente? Si, No. Explique las condiciones usuales de trabajo con los representantes de teatro.	
10. ¿Cuál es el número total de obras escénicas que presentó en 2019?	
11. ¿En qué lugares se han presentado estas obras?	a. En Lima Metropolitana b. En Regiones al interior del país c. En otros países
12. ¿A cuánto asciende el ingreso promedio anual que obtuvo por todas las obras presentadas en el 2019?	
13. ¿Cómo ha evolucionado el ingreso que ha obtenido producto de la dirección de obras teatrales desde el 2017 hasta el 2019?	a. En Lima Metropolitana b. En Regiones al interior del país c. En otros países <i>¿Por qué? Detalle</i>

**C. ACCESO A SERVICIOS DE APOYO**

14. ¿Ha accedido a financiamiento del sistema financiero bancario para la producción de una obra?	
15. ¿Ha accedido a apoyo financiero en el 2019 para la puesta en marcha de sus obras?	a. Programas del gobierno b. ONG c. Empresas privadas d. Organizaciones internacionales
16. ¿Qué organizaciones le han proporcionado apoyo no financiero a la para la producción de alguna obra?	a. Programas del gobierno b. ONG c. Empresas privadas d. Organizaciones internacionales e. Otros Especifique el tipo de apoyo
17. ¿Cuál considera Usted es la mayor limitante a la hora de producir y poner en escena una obra teatral? Puede marcar más de una	a. Renta de establecimientos (teatros, locales, etc.) b. Costos del personal c. Acceder a financiamiento (espónsores, sistema financiero tradicional, academia, etc.) d. Publicitar la obra e. Encontrar el personal calificado (artistas, productores, backstage, otros) f. Baja taquilla/ Pocos espectadores g. Precio de entrada no adecuado h. Otros  <i>Usted puede ordenar de mayor a menor su (s) respuesta (s) acerca de la (s) opción (es) que considere más grave (coloque 1, 2, 3 de acuerdo con las que considera más graves)- Comente y detalle su (s) respuesta (s).</i>

continúa

**D. PARTICIPACIÓN FAE LIMA 2020**

18. ¿Desde qué edición ha participado con alguna obra como director/productor en el FAE? <i>Detalle año y Lugar</i>	
19. ¿Cuáles fueron los objetivos que buscaba alcanzar a través de su participación en el FAE Lima 2020? <i>Explique y detalle</i>	
20. ¿Cuáles cree Usted que han sido los principales desafíos que ha encontrado para poder participar en el FAE Lima 2020?	
21.1. ¿Cuántas personas participaron para producir su (s) obra (s) presentada (s) en el FAE Lima 2020?	<b>Nombre de la Obra:</b> a. Número de Actores: b. Número de Personal de backstage: c. Otros:
21.2. ¿Puede detallar bajo qué modalidad (es) de contrato se emplea mayormente a cada grupo?	<b>Modalidad de Contratación:</b> (planilla, terceros, jornal diario, se le paga al final de la obra, se reparte la taquilla, etc.)  a. Actores: b. Número de Personal de backstage c. Otros:  <b>Nombre de la Obra:</b> Modalidad del Pago de alquiler (pago directo al inicio del contrato, al final de la obra se reparte la taquilla, etc.)
21.3. ¿Puede detallar cómo se efectúa el pago de alquiler a los dueños o representantes del teatro en el que se presentó o presentaron su (s) obra (s)?  Explique y detalle el momento y la modalidad de pago (también, mencione, de ser necesario si fue a gratuidad)	Fue a gratuidad
22. ¿Puede detallar cómo se efectúa el pago de alquiler a los dueños o representantes del teatro en el que se presentó o presentaron su (s) obra (s)?  <i>Si, No. Nombre sus obras y Explique y detalle su percepción</i>	

**E. BALANCE FAE LIMA 2020**

23. ¿Considera Usted que el FAE Lima 2020 fue un éxito? <i>Si, No. Explique y Detalle</i>	
24. ¿Cuáles cree usted que fueron las debilidades del FAE Lima 2020? <i>Explique y Detalle</i>	
25. ¿Cuáles cree Usted que son las principales restricciones para que el Teatro no se desarrolle como una actividad económica competitiva y altamente productiva? <i>Explique y Detalle</i>	
26. ¿Cuál considera Usted que es el principal aporte del FAE en relación con la promoción y crecimiento de las industrias creativas y culturales como el teatro? <i>Explique y Detalle</i>	

**Anexo 3. Cuestionario-entrevista organizadores.  
FAE Lima, 2020**

FORMULARIO FAE LIMA 2020	
A. Información del programa	
A.1 ¿A qué institución (es) representa? Indique su cargo	
A.2 ¿Desde cuándo la organización a la que representa participa de la organización del FAE?	
A.3 ¿Por qué razones su organización decidió participar en el FAE?	
B. Objetivos del programa	
<b>Objetivo</b> B.1 ¿Cuáles son los objetivos que persigue su organización a través del FAE?	
<b>Contexto</b> B.2 ¿Cómo participa su organización en el FAE? Describa relación financiera, de representatividad, ofreciendo lugar y/o servicios?	
<b>Población objetivo</b> B.3 ¿Qué obras y por qué razones fueron elegidas por su organización como parte de la oferta de obras en el FAE?	
B.4 ¿A qué tipo de espectador se desea atraer a través del FAE? Existe dificultad en atraer a ese público durante las funciones tradicionales.	
B.5 A su percepción. ¿Cuál es la edad promedio de los espectadores que se pudieron atraer de manera mayoritaria durante la puesta en escena de las obras que sugirió durante el FAE?	
C. Descripción del programa	
<b>Componentes y actividades</b> C.1 ¿Cuáles considera Usted que son las actividades clave en la implementación del FAE para su éxito?	
C.2 ¿Cuáles son los bienes, servicios u oportunidades que el FAE genera para su representada?	
C.3 ¿Qué cambios espera generar sobre el comportamiento, actitud, conocimiento o motivación en los espectadores hacia el teatro?	
C.4 ¿Cuáles considera Usted que han sido los principales desafíos a lo largo de todo el desarrollo del FAE Lima 2020?	
<b>Criterios de selección de beneficiarios</b> D.1 ¿Cómo se selecciona a quienes participan en el FAE (Obras de teatro, teatros, entrada libre, espectáculos musicales, obras de audiovisuales, etc.)?	
D.2 ¿Puede decirnos cuáles fueron los criterios, - técnicos, económico-financieros, sociales, entre otros-, que se emplearon para seleccionar a las obras escénicas que participaron en el FAE Lima 2020?	
<b>Número de beneficiarios actuales</b> E.1 ¿A cuántos trabajadores empleó su organización en todo el desarrollo y puesta en marcha del FAE 2020?, mencione cargos y/o niveles de responsabilidades (nuevos y aquellos ya laborando).	
E.2 ¿Tuvo el FAE Lima 2020 la acogida que Usted esperaba? Si, no.	
E.3 ¿Considera Usted que el FAE Lima 2020 logró atraer a todos aquellos espectadores que usted esperaba? Si, no, explique.	

continúa

<b>Exceso o déficit de demanda</b> F.1 ¿Reconoce que hay más personas/entidades que desean participar del FAE y que quieren ser parte de la organización en cada edición? Si, No. Explique	
F.2 ¿Reconoce que hay más obras escénicas que desean participar del FAE y que quieren ser parte de la puesta en marcha? Si, No. Explique. (Por qué quedan fuera, o por qué se genera el incentivo de participar. Detalle)	
F.3 ¿Puede decirnos cuántas obras quedaron fuera y por qué razones?	
<b>Expansión programada</b> G.1 ¿Se ha planificado expandir el FAE? ¿A nivel regional?	
G.2 ¿A cuántos espectadores más espera atender la próxima edición del FAE? (Puede usar porcentajes para explicar su respuesta)	
<b>Presupuesto implementación</b> H.1 ¿Cuál es el presupuesto anual del FAE?	
H.2 ¿Cómo se financia el FAE?	
H.3 ¿Cómo su representada financia el FAE? <b>Detallar: Origen del Financiamiento</b> (donaciones, partidas presupuestales, de otra actividad principal y/o secundaria al que se dedica su representada, de origen nacional, extranjero, etc.)	
H.4 ¿Puede expresar en porcentaje y en un monto aproximado A cuánto asciende el monto que aportó su representada al FAE Lima 2020?	
D. Información sobre la evaluación	
<b>Motivación</b> I.1 ¿Por qué se quiere llevar a cabo una evaluación al FAE Lima 2020?	
I.2 ¿Cómo utilizará los resultados para mejorar la implementación del FAE?	
<b>Preguntas de evaluación</b> J.1 ¿Qué inquietudes tiene que les gustaría responder con esta evaluación?	
E. Sistemas de información	
<b>Sistemas de información</b> K.1 ¿Han recogido previamente información sobre su población objetivo y/o población atendida? (directores, artistas, espectadores, etc).	
K.2 ¿Qué información que esté disponible y con la cuál su representada cuenta considera que puede ser relevante para medir los resultados del FAE? Detalle <i>Si cuenta con información o la genera, explique:</i>	
K.3 ¿A través de qué medio recogen la información y con qué periodicidad?	
<b>Manejo de datos</b> L.1 ¿Cuenta con algún indicador para monitorear la implementación y los resultados del FAE?	
L.2 ¿Existe algún responsable en el FAE del manejo de bases de datos sobre la población objetivo y/o población atendida? Si es así, explique y detalle datos de contacto.	
DOCUMENTACIÓN ADICIONAL	
Por favor incluya cualquier comentario, información o documentación adicional que considere relevante para describir el programa y para una potencial evaluación de impacto	

**Anexo 4. Diseño de indicadores económicos, sociales y productivos para futuras mediciones y evaluaciones de las actividades en el marco del festival de artes escénicas (FAE) Lima**

Insumos-Actividades	Indicadores	Fuente de información
<b>A1. Convocatoria y selección de obras nacionales</b>	# Obras nacionales postulantes en la convocatoria. # Obras nacionales aceptadas en la convocatoria Puntaje otorgado por el jurado a las obras postulantes en la convocatoria Puntaje otorgado por el jurado a las obras aceptadas en la convocatoria Ratio de aceptación de obras del festival Brecha de puntaje promedio de obras nacionales postulantes y aceptadas	Información administrativa Información administrativa Reporte de calificación de obras seleccionadas por el jurado Reporte de calificación de obras seleccionadas por el jurado Información administrativa Reporte de calificación de obras seleccionadas por el jurado
<b>A2. Invitación y selección a obras internacionales</b>	# de invitaciones realizadas a obras internacionales # de obras internacionales seleccionadas en la convocatoria Puntaje otorgado por el jurado a las obras internacionales invitadas Puntaje otorgado por el jurado a las obras internacionales seleccionadas Ratio de aceptación de obras internacionales del festival Brecha de puntaje promedio de obras internacionales invitadas y seleccionadas	Información administrativa Información administrativa Reporte de calificación de obras seleccionadas por el jurado Reporte de calificación de obras seleccionadas por el jurado Información administrativa Reporte de calificación de obras seleccionadas por el jurado
<b>A3. Supervisión técnica y disposición de espacios de teatro</b>	# de espacios de teatro disponibles en el festival Puntaje de calidad del espacio de teatro en la supervisión técnica	Información administrativa Reporte de supervisión técnica de espacios de teatro
<b>A4. Organización y acompañamiento a las presentaciones seleccionadas</b>	Costos administrativos de organización y acompañamiento a las presentaciones Puntaje de satisfacción de los productores y directores con la organización del Festival de Artes Escénicas de Lima	Información administrativa Encuesta de satisfacción a directores y productores
<b>A5. Invitación a programadores nacionales e internacionales</b>	# de invitaciones realizadas a programadores nacionales # de invitaciones realizadas a programadores internacionales # de invitaciones aceptadas por programadores nacionales # de invitaciones aceptadas por programadores internacionales Costos administrativos asociados a la participación de programadores nacionales Costos administrativos asociados a la participación de programadores internacionales Ratio de aceptación de programadores internacionales Brecha de costos para la participación de programadores nacionales e internacionales	Información administrativa Información administrativa Información administrativa Información administrativa Información administrativa Información administrativa Información administrativa Información administrativa
<b>A6. Organización de talleres, conversatorios y actividades de confraternidad</b>	# talleres realizados # conversatorios realizados # actividades de confraternidad realizadas Gasto en la realización de talleres Gasto en la realización de conversatorios Gasto en la realización de actividades de confraternidad	Información administrativa Información administrativa Información administrativa Información administrativa Información administrativa
<b>A7. Actividades de difusión y publicidad del festival</b>	Gasto en difusión y publicidad del festival # de accesos a la página web del festival # de reacciones a la página de Facebook e Instagram del festival % de asistentes que se enteró del festival, por tipo de canal de difusión (televisión, radio, página web, etc.)	Información administrativa Información administrativa Información administrativa Encuesta a espectadores del FAE
<b>A8. Organización de actividades de Mercado y Vitrina</b>	Costos administrativos de la organización de las actividades de Mercado y Vitrina % de obras presentadas del total de obras seleccionadas en las actividades de mercado y vitrina Puntaje de satisfacción de los directores y productores con la organización de la actividad mercado y vitrina Puntaje de satisfacción de los programadores con la organización de la actividad mercado y vitrina	Información administrativa Información administrativa Información administrativa Encuesta a programadores del FAE

Productos	Indicadores	Fuente de información
<b>P1. Las obras nacionales e internacionales son presentadas a precios accesibles al público.</b>	# de funciones realizadas de obras nacionales # de funciones realizadas de obras internacionales # de asistentes a obras nacionales # de asistentes a obras internacionales Puntaje promedio de satisfacción del público con el precio de las obras nacionales Puntaje promedio de satisfacción del público con el precio de las obras internacionales Puntaje promedio de satisfacción del público con la calidad de las obras nacionales Puntaje promedio de satisfacción del público con la calidad de las obras internacionales	Información administrativa Información administrativa Información administrativa Información administrativa Encuesta a espectadores del FAE Encuesta a espectadores del FAE Encuesta a espectadores del FAE
<b>P2. Las propuestas teatrales nacionales son presentadas a los programadores en las actividades de Mercado y Vitrina.</b>	# de obras presentadas en las actividades de mercado y vitrina % de obras presentadas del total de obras seleccionadas en las actividades de mercado y vitrina # de programadores asistentes a actividades de mercado y vitrina Puntaje de satisfacción de los programadores con la calidad de las obras presentadas	Información administrativa Información administrativa Información administrativa Encuesta a programadores del FAE
<b>P3. La comunidad teatral asiste a los talleres, conversatorios y actividades de confraternidad del festival</b>	# de asistentes a los talleres realizados # de asistentes a los conversatorios realizados # de asistentes a las actividades de confraternidad realizadas Puntaje de satisfacción de los asistentes a los conversatorios realizados Puntaje de satisfacción de los asistentes a los talleres realizados Puntaje de satisfacción de los asistentes a las actividades de confraternidad realizadas	Registro de asistencia a los talleres Registro de asistencia a los conversatorios Registro de asistencia a las actividades de confraternidad Encuesta de satisfacción a participantes de los conversatorios Encuesta de satisfacción a participantes de los talleres Encuesta de satisfacción a participantes de las actividades de confraternidad
<b>P4. Otras actividades culturales y obras se presentan a entrada libre.</b>	# de funciones realizadas de otras actividades culturales y obras, por tipo de actividad # de asistentes a otras actividades culturales y obras, por tipo de actividad Puntaje promedio de satisfacción del público con la calidad de otras actividades culturales y obras, por tipo de actividad	Información administrativa Información administrativa Encuesta a espectadores del FAE

Resultados Intermedios	Indicadores	Fuente de información
<b>R1. Las nuevas propuestas nacionales de teatro adquieren mayor visibilización.</b>	# directores y productores participantes que responden que el FAE Lima incrementará la visibilización de sus obras % directores y productores participantes que responden que el FAE Lima incrementará la visibilización de sus obras	Encuesta a directores y productores del FAE Encuesta a directores y productores del FAE
<b>R2. Las obras nacionales acceden a nuevos mercados.</b>	# de obras participantes del FAE invitadas a otros festivales nacionales por los programadores o los nuevos contactos generados en el festival # de obras participantes del FAE invitadas a otros festivales internacionales por los programadores o los nuevos contactos generados en el festival	Encuesta a programadores del FAE / Encuesta a directores y productores del FAE Encuesta a programadores del FAE / Encuesta a directores y productores del FAE
<b>R3. El público accede a obras de teatro y actividades culturales de calidad a un precio accesible.</b>	Puntaje promedio de satisfacción del público con el precio de las obras nacionales Puntaje promedio de satisfacción del público con el precio de las obras internacionales Puntaje promedio de satisfacción del público con la calidad de las obras nacionales Puntaje promedio de satisfacción del público con la calidad de las obras internacionales	Encuesta a espectadores del FAE Encuesta a espectadores del FAE Encuesta a espectadores del FAE Encuesta a espectadores del FAE
<b>R4. El público es atraído a incrementar su consumo de cultura y teatro.</b>	# de espectadores que responde que el FAE Lima lo atrae a incrementar su asistencia al teatro # de espectadores que responde que el FAE Lima lo atrae a incrementar su consumo de otros servicios culturales % de espectadores que responde que el FAE Lima lo atrae a incrementar su asistencia al teatro % de espectadores que responde que el FAE Lima lo atrae a incrementar su consumo de otros servicios culturales	Encuesta a espectadores del FAE Encuesta a espectadores del FAE Encuesta a espectadores del FAE Encuesta a espectadores del FAE

Resultados Finales	Indicadores	Fuente de información
<b>F1. La demanda de nuevas propuestas nacionales incrementa</b>	Incremento de la frecuencia anual de asistencia al teatro de los espectadores que asistieron al FAE Incremento del gasto en servicios culturales de los espectadores que asistieron al FAE Incremento del gasto en servicios culturales de los espectadores que asistieron al FAE	Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo
<b>F2. Las obras nacionales acceden a nuevos mercados y festivales nacionales e internacionales</b>	Incremento de la participación en festivales fuera de Lima de directores y productores que participaron del FAE Incremento de la participación en festivales internacionales de directores y productores que participaron del FAE Incremento de la producción de obras fuera de Lima de los directores y productores del FAE Incremento de la producción de obras fuera del país de los directores y productores del FAE	Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo
<b>RF3. La oferta de obras de teatro nacional incrementa</b>	Incremento de la producción de obras anuales de los directores y productores que participaron del FAE Incremento de la asistencia a las obras de los directores y productores que participaron del FAE Incremento de los sponsors y patrocinios que reciben las obras de los directores y productores que participaron del FAE	Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo Encuesta de evaluación de resultados de mediano plazo

