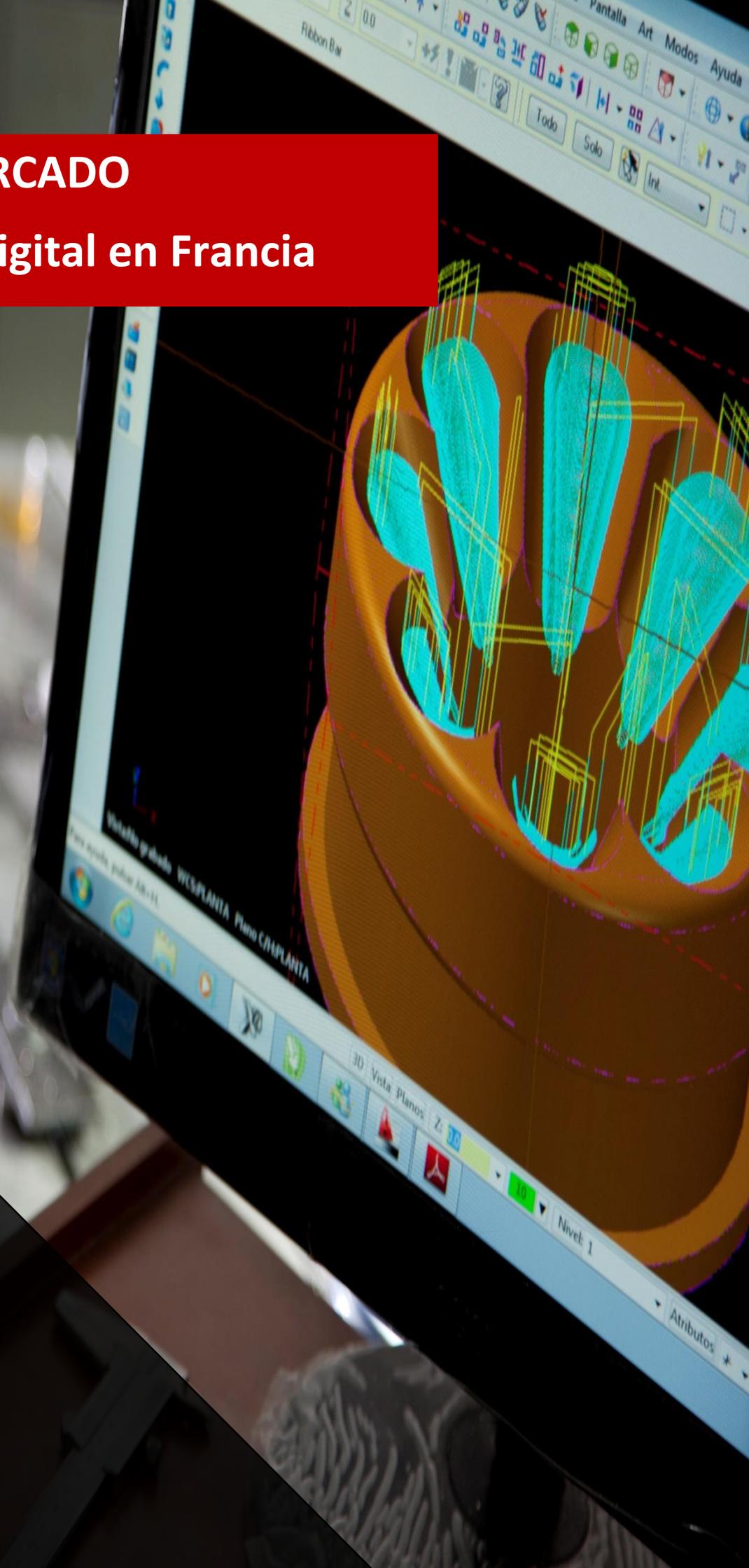


INFORME DE MERCADO para animación digital en Francia



Promperú, 2025

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

Subdirección de Inteligencia de Mercados

Departamento de Inteligencia de Mercados

Coordinador: Franck Pucutay

Elaborado por: Pérez, Marcela

Diseño de portada y contraportada: Promperú

Nota legal

Toda información, dibujos, gráficas y tablas contenidas en el presente documento son proporcionadas únicamente con fines informativos

Mercado de la Animación Digital

Francia

I. Introducción

La animación digital ha evolucionado rápidamente en las últimas décadas, consolidándose como un pilar fundamental en diversas industrias, desde el entretenimiento hasta la publicidad, la educación y los videojuegos. Con la expansión de plataformas de streaming y la creciente demanda de contenido digital, el mercado de la animación ha adquirido una dimensión global, donde distintos países aportan talento, tecnología e innovación. A nivel mundial, la industria de la animación digital está en constante crecimiento y se estima que supere los USD 600 mil millones en los próximos años, impulsado por el auge del streaming, el desarrollo de efectos visuales (VFX) y la integración de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA) y la realidad virtual (VR). Las tendencias actuales en la industria incluyen el uso de IA y machine learning para acelerar procesos de animación, el crecimiento del 3D y la hibridación con 2D, la expansión del metaverso y la animación interactiva, así como una mayor inclusión y diversidad en las narrativas y los equipos de producción.

Dentro de la industria, algunos de los perfiles más solicitados incluyen animadores 2D y 3D, diseñadores de personajes y entornos, artistas de efectos visuales (VFX), especialistas en rigging y modelado 3D, storyboard artists y directores creativos, programadores de herramientas de animación, y expertos en motion graphics y real-time animation. En este contexto, Francia se ha consolidado como una de las potencias mundiales en animación, destacándose por su enfoque artístico y la alta calidad de sus producciones. Películas como *Persepolis* o *Ernest y Celestine* han demostrado la creatividad e influencia de la industria francesa, mientras que estudios como Illumination Mac Guff y Mikros Animation han ganado reconocimiento global. El mercado de animación en Francia se beneficia de incentivos fiscales, apoyo estatal y una cultura cinematográfica que fomenta la innovación, aunque sigue enfrentando una creciente demanda de especialistas en animación 3D, efectos visuales, diseño de entornos digitales y programación de herramientas de animación.

Francia también alberga algunos de los festivales más importantes del mundo, como el Festival Internacional de Animación de Annecy, Animafest Paris y SIGGRAPH Europe, además de contar con instituciones de prestigio como Gobelins, l'école de l'image, Supinfocom Rubika y La Poudrière, que forman a profesionales altamente capacitados para la industria global.

Por otro lado, en Perú, la industria de la animación digital aún está en crecimiento, pero ha logrado avances notables con producciones locales como *Ainbo: La Guerrera del Amazonas*. Aunque el mercado peruano sigue siendo pequeño en comparación con otros países, hay un creciente interés en la formación de talento y colaboraciones internacionales. Para las empresas peruanas de animación digital, Francia representa una oportunidad significativa debido a la creciente demanda de contenido y la escasez de talento en algunas áreas técnicas. Las productoras peruanas podrían beneficiarse del modelo de outsourcing, ofreciendo servicios de animación a estudios franceses que

buscan externalizar ciertas etapas de producción. Además, participar en festivales y ferias internacionales podría abrir puertas a colaboraciones con estudios europeos.

II. Perfil de la Industria

El mercado de animación y efectos visuales (2D, 3D, gráficos en movimiento, stop motion) se estima tiene un tamaño de mercado de USD 179,78 mil millones el 2024, y se estima que para el 2029 llegué a los USD 311,46 mil millones.¹

Esta creciente demanda se debe a factores como una mayor aceptación y empleo de efectos visuales en producciones cinematográficas, es así que cada vez más proyectos persiguen realizarse solo empleando efectos visuales (VFX).

Cadena de Valor^{2 3}

En esta industria, se observa una tendencia en la cual las grandes empresas de animación forman parte de conglomerados empresariales que se dedican al desarrollo de contenidos. Estos estudios de renombre están involucrados en todas las etapas de la cadena de producción, desde la preproducción hasta la distribución.

La animación digital puede ser un producto final por sí sola o una etapa intermedia en la creación de otros productos o procesos, como videojuegos o cine, y también puede relacionarse con áreas tan diversas como la publicidad, la medicina, la arquitectura o la biotecnología.

Cadena de valor de la Animación Digital



Fuente: CEPAL – “Fortalecimiento de la cadena de valor de la animación digital en Colombia” Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Aunque los procesos clave y la creación de valor se concentran en los aspectos creativos, la cadena de valor de la animación digital incluye también un componente transversal de gestión empresarial. Este aspecto cobra especial importancia en contextos donde la animación se emplea con fines comerciales, más allá de su uso artístico o recreativo. Además, la relevancia de este componente se debe a que, debido al tamaño reducido de la mayoría de las empresas, estas tareas suelen ser gestionadas por equipos creativos que no están especializados, lo que impacta en la administración y el rendimiento de las empresas, así como en la utilización del tiempo de los animadores.

¹ Mordor Intelligence

² BID

³ CEPAL – “Fortalecimiento de la cadena de valor de la animación digital en Colombia”

Aparte de sus propios eslabones, la animación digital se conecta con diversas industrias, tales como: Publicidad, Comunicaciones, incluyendo institucionales, corporativas, redes sociales y transmedia, Efectos visuales, Videojuegos, Educación y formación, incluyendo simulaciones y modelado. Esta amplia gama de interacciones posiciona a la animación digital en la confluencia de las industrias del entretenimiento, la cultura y la creatividad, aprovechando las tecnologías de la información y comunicación como un elemento clave.

Debido a la magnitud de las imágenes animadas requeridas en producciones de esta escala, los estudios suelen subcontratar diversas tareas, especialmente durante la etapa de producción y en ciertas fases de la pre y postproducción.

La animación abarca tanto a las empresas que crean y comercializan sus propios productos para la industria del entretenimiento, como a las compañías que brindan servicios de animación a otras empresas más grandes involucradas en la producción de películas, videojuegos, aplicaciones, y más.

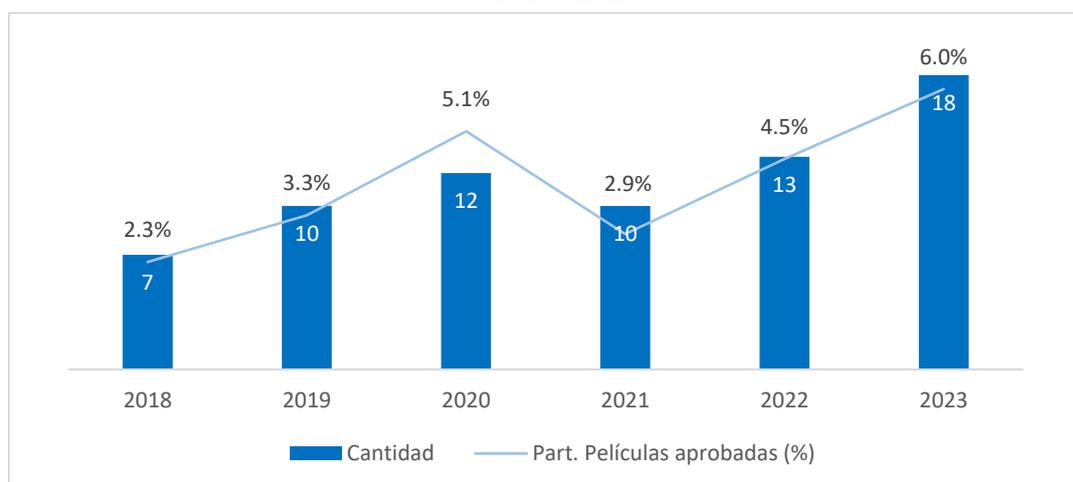
III. Mercado Seleccionado: Francia

Largometrajes de animación

- Películas de animación

Entre el 2004 y 2023 se aprobaron 171 películas de animación. En 2023, un total de 18 películas de animación fueron aprobadas para inversiones, marcando un récord, tras el alcanzado en 2022 con 13 películas. De estas 18, 12 son de iniciativa francesa (incluyendo 5 películas 100% francesas) y 13 son coproducciones (7 mayoritarias y 6 minoritarias). En 2022, se aprobaron 6 películas de animación de iniciativa francesa.

**Número de largometrajes de animación aprobados
2018 - 2023**



Fuente: CNC

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

De manera promedio, una película de animación de iniciativa francesa cuesta el doble que una película de ficción. En el periodo 2014-2023, el costo promedio de una película de animación aprobada en producción fue de 10,7 millones de euros. Este mayor costo ha resultado en una mayor dependencia de inversiones extranjeras, tanto directamente de compañías extranjeras como a través de mandatos de empresas francesas.

Las contribuciones extranjeras, aportadas por compañías extranjeras, representan el 16,9% del costo final de las películas de animación de iniciativa francesa aprobadas en los últimos diez años (9,7% en todos los géneros), mientras que los mandatos financiados por empresas francesas representan un 8,8% (5,6% en todos los géneros). Otro hecho destacable en la estructura de financiamiento es el aumento de la participación de los productores, que alcanzan un 23,6% para las películas de animación, frente al 14,9% en todos los géneros. Estas dos fuentes de financiamiento compensan la menor participación de los difusores. La participación de las ayudas públicas es similar a la media de todos los géneros, con un 22,9%.

En las salas de cine, la oferta de películas de animación, sin importar su nacionalidad, alcanzó un récord histórico con 59 películas en estreno exclusivo en 2023 (52 en 2022). La oferta de películas francesas es especialmente alta (14 películas, frente a 15 en 2022 y 8 por año de promedio entre 2014 y 2019), al igual que la de películas europeas no francesas (13 películas, frente a 9 en 2022 y en años previos a la crisis). El número de películas no europeas y no estadounidenses también ha aumentado considerablemente, especialmente el número de películas japonesas (13 en 2023, frente a 17 en 2022 y una media de 6 por año entre 2014 y 2019). En cambio, la oferta de películas estadounidenses, que fue más baja en 2022, ha vuelto a su nivel precrisis con 12 películas en estreno exclusivo en 2023, el mismo número que la media observada entre 2014 y 2019. Estas 59 películas han alcanzado un total de 29,7 millones de entradas en el año, recuperando su nivel precrisis (+1,1% respecto al promedio 2017-2019), en un contexto de recuperación progresiva de la asistencia en general (-15,4% para todas las películas en estreno exclusivo).

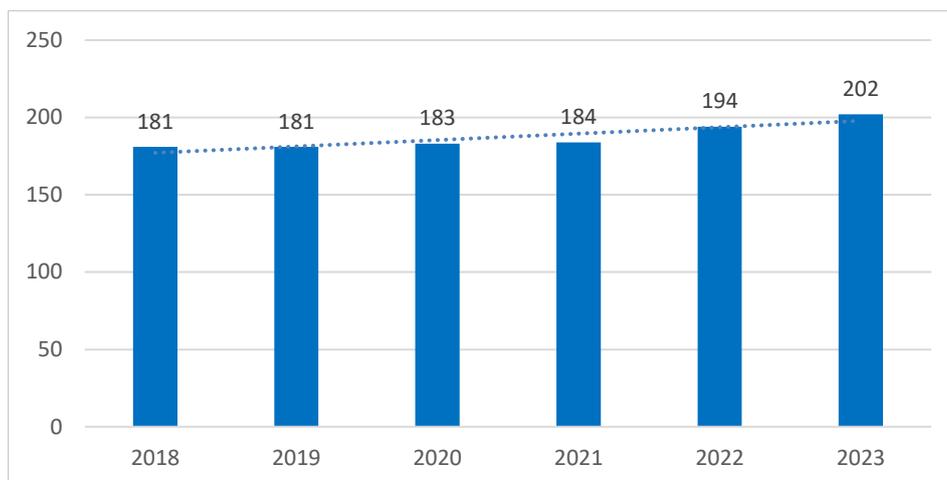
Super Mario Bros, la película, desarrollada por la compañía francesa Illumination Studios Paris, fue la película con mayor número de entradas en 2023, con 7,25 millones de entradas. La primera película de animación francesa es Miraculous: La película, que ocupó el sexto lugar en el ranking de películas de animación con 1,65 millones de entradas.

- **Empresas** ⁴

El número de empresas activas en la producción de películas de animación en Francia ha aumentado constantemente desde 2004. En 2023, había un total de 202 empresas activas trabajando en la producción de contenido animado en Francia.

⁴ Statista

Número de empresas en el sector de producción de películas de animación 2018 - 2023



Fuente: CNC Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

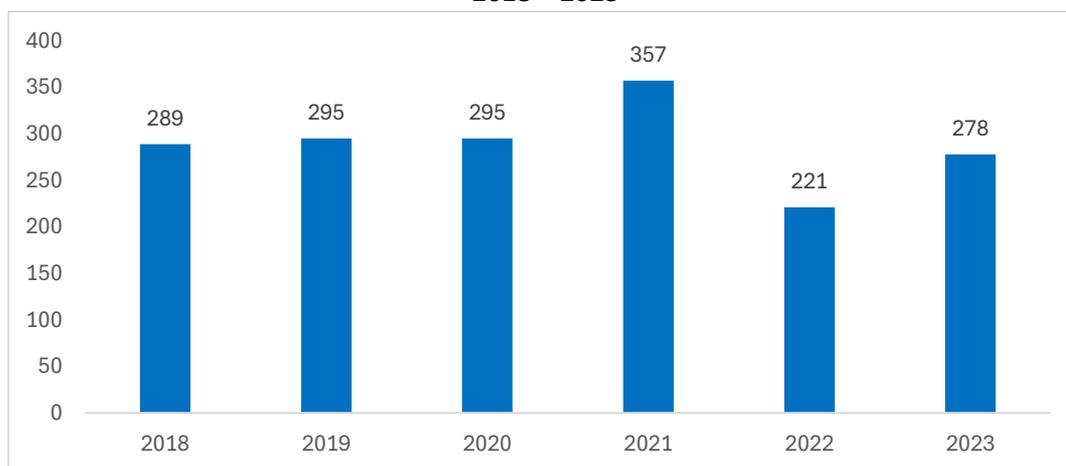
Audiovisual

- Horas de animación audiovisual

En 2023, el CNC apoyó 278 horas de animación audiovisual, lo que representa un aumento del 25,6% respecto a 2022 (221 horas). La producción de animación está caracterizada por ciclos de alta y baja relacionados con los plazos de producción de las obras animadas, que suelen ser más largos que los de las producciones de acción real.

El ciclo de producción más bajo fue notable en 2022 debido a una combinación de factores: un 2021 muy activo, el aplazamiento de proyectos de TF1 hasta principios de 2023 a la espera de la firma de un acuerdo con productores y autores, un mayor número de formatos cortos y menos episodios encargados por temporada. Sin embargo, aunque el volumen de producción asistida aumentó en 2023, sigue siendo ligeramente inferior al promedio de la última década, que es de 302 horas anuales.

Número de largometrajes de animación aprobados 2018 - 2023



Fuente: CNC Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

- Presupuesto y Financiamiento

En cuanto al presupuesto, en 2023 el total destinado a programas de animación alcanzó los 237,6 millones de euros, lo que supone un incremento del 30,3% en comparación con 2022. Los productores continúan siendo numerosos, sus aportes suman 56,4 millones de euros en 2023, un incremento del 68,1% respecto a 2022. Estos aportes representan el 23,7% del presupuesto total, frente al 18,4% en 2022 y al 21,8% en el período 2014-2019.

Por otro lado, las cadenas de televisión siguen siendo actores clave en el financiamiento de los programas audiovisuales de animación respaldados por el CNC, representando un 22,2% en 2023 (21,8% en 2022), aunque ha disminuido en comparación con el inicio de la década (26,2% en 2014). La proporción de los broadcasters en el financiamiento total se ha diluido, pero siguen siendo esenciales en la producción de animación audiovisual en Francia. France Télévisions es, como cada año, el principal difusor en términos de volumen encargado (152 horas iniciadas, es decir, el 56,4% del total) e inversiones (29,6 millones de euros, lo que equivale al 55,9% de las aportaciones de los difusores).

Finalmente, los socios internacionales, que son otros financiadores importantes de las obras de animación, contribuyen al 85% de la producción asistida de animación. En 2023, el 23,5% del presupuesto fue asumido por los socios internacionales, una proporción mucho más alta que en otros géneros audiovisuales (2,4% en ficción y 6,0% en documentales).

Además de la producción asistida, los productores franceses también tienen una importante actividad de servicios. En 2023, 54 obras de animación que se beneficiaron del crédito fiscal internacional generaron gastos en el territorio francés, de los cuales 44 fueron programas audiovisuales. Los gastos en Francia de estas obras alcanzaron un nuevo récord (194,5 millones de euros en 2023, frente a 189,0 millones de euros en 2022 y 27,5 millones de euros en 2005). La mayoría de estos proyectos provienen de América del Norte (69% durante el período 2019-2023), lo que convierte esta actividad en un sector muy expuesto al contexto internacional. Desde principios de 2022, de hecho, el número de encargos de programas de animación ha disminuido en América del Norte (99 programas encargados entre el segundo trimestre de 2023 y el primer trimestre de 2024, lo que supone una caída del 48,2% en comparación con el año anterior), debido a la racionalización de las inversiones de los principales difusores estadounidenses, en particular de los servicios de video bajo demanda (con Netflix y Disney a la cabeza).

Exenciones Fiscales ⁵

En Francia, los beneficios fiscales para la industria de la animación se encuentran bajo el esquema del TRIP (Tax Rebate for International Productions). Este incentivo permite a las empresas de servicios de producción francesas cubrir hasta el 30% de los gastos generados dentro del país, o hasta el 40% si los gastos de efectos visuales franceses superan los 2 millones de euros.

⁵ Incentivos tributarios para las industrias creativas - CERLALC

Los gastos elegibles incluyen salarios y sueldos pagados a escritores franceses o de la Unión Europea, actores, personal de dirección y producción, así como contribuciones sociales relacionadas, costos de transporte, viajes, catering, y depreciación de bienes de capital.

Si el monto del reembolso de impuestos supera el impuesto de sociedades adeudado, la diferencia es pagada por el estado francés.

Tejido Empresarial

Entre las instituciones públicas tenemos al Centro Nacional de Cine y la Imagen Animada (CNC), organismo del Ministerio de Cultura creado en 1946, se encarga de diseñar e implementar la política estatal en los ámbitos del cine y otras artes e industrias relacionadas con la imagen animada, como el audiovisual, el vídeo, la creación digital y los videojuegos.⁶

Por otro lado, en cuanto a las asociaciones profesionales podemos mencionar a la AFCA (Association Française du Cinéma d'Animation), promueve la animación de autor en todos sus formatos desde 1971, dirigiendo una red de profesionales y apoyando a los jóvenes creadores, así como a aquellos que participan en la distribución y las actividades culturales. A través de sus diversos sistemas, los eventos que gestiona y las herramientas que ofrece, la AFCA interviene en cada etapa de la vida de una obra en las etapas de: concepción, escritura, desarrollo, producción, fabricación y distribución al público. Su función es ser un punto de contacto profesional para recopilar, procesar y difundir información relacionada con las novedades del sector de la animación y actuar como embajadores de la animación ante otros profesionales del cine y del sector audiovisual, actores culturales y medios de comunicación.⁷

AnimFrance es un sindicato dedicado exclusivamente al sector de la producción audiovisual y de películas de animación, y fue el encargado de negociar el primer Convenio Colectivo Nacional para la producción de películas de animación. Creado en 1989 por unos pocos productores pioneros en el género, el sindicato reúne hoy a más de 70 productoras delegadas y estudios de producción repartidos por todo el país, que representan el 96% del sector.

IV. Evolución del Comercio Exterior

A nivel global, el comercio exterior de la animación digital ha crecido significativamente en las últimas décadas, impulsado por la digitalización, el auge del streaming y la creciente demanda de contenido animado en múltiples plataformas. Países como Estados Unidos, Japón, Francia, Canadá y Corea del Sur han liderado la industria, exportando no solo series y películas animadas, sino también servicios de animación para estudios y productoras de todo el mundo.

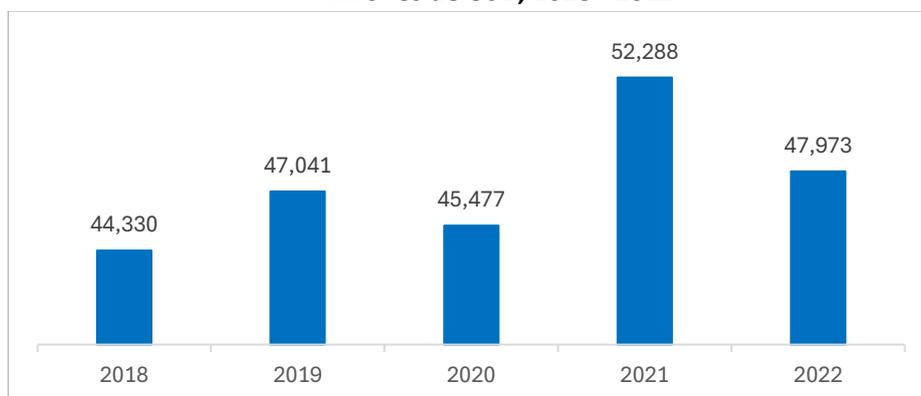
Además de las grandes productoras, muchos países han fortalecido su presencia en la industria global a través de la tercerización de servicios de animación. Estudios en América Latina por ejemplo han logrado posicionarse como proveedores de animación 2D, 3D y efectos visuales (VFX) para producciones internacionales, gracias a costos competitivos y a una fuerza laboral altamente calificada.

⁶ Centro Nacional de Cine y la Imagen Animada (CNC) - <https://www.cnc.fr>

⁷ AFCA (Association Française du Cinéma d'Animation) - <https://www.afca.asso.fr/>

En 2022, las exportaciones mundiales de servicios audiovisuales y afines sumaron USD 47 973 millones.

Exportaciones de servicios audiovisuales y conexos
Millones de USD, 2018 - 2022



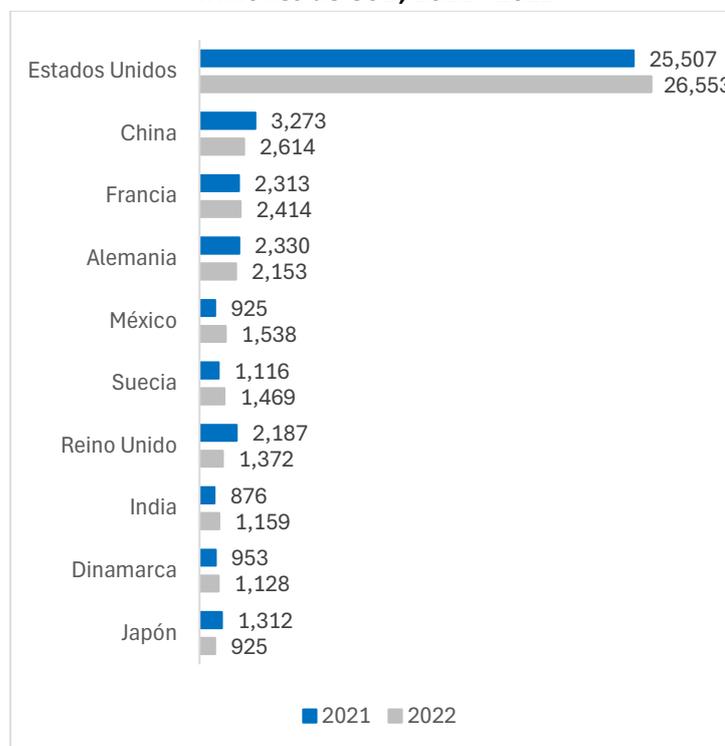
Fuente: Trademap Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Los principales exportadores de servicios audiovisuales, según datos disponibles, son EEUU, Suecia, Reino Unido, Singapur y Francia.

Desde el punto de vista de las importaciones, sumaron para el 2022 un total de USD 47 730 millones.

Los mayores mercados se encuentran en Estados Unidos, China, Francia, Alemania, México, Suecia y Reino Unido.

Principales países importadores de servicios audiovisuales y conexos
Millones de USD, 2021 - 2022



Fuente: Trademap Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Principales tendencias ⁸

- Integración inmersiva de AR/VR

La realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV) están transformando la animación 3D al ofrecer experiencias inmersivas e interactivas. Los animadores emplean técnicas avanzadas de modelado 3D para desarrollar entornos realistas en juegos, simulaciones de formación y narrativas virtuales. La creciente demanda de contenido de RA/RV de alta calidad abarca áreas como el entretenimiento, la educación y la salud. Esta tendencia está impulsando la innovación en herramientas y técnicas de animación para enriquecer la interacción del usuario.

- Automatización y aprendizaje automático impulsados por IA

La automatización basada en inteligencia artificial (IA) está transformando los flujos de trabajo de animación al encargarse de tareas complejas como la captura de movimiento, el rigging de personajes y la animación facial. Los algoritmos de aprendizaje automático procesan grandes volúmenes de datos para generar movimientos y expresiones realistas con un esfuerzo manual mínimo. Esto no solo reduce el tiempo de producción y los costos, sino que también mejora la calidad general de la animación. Gracias a estas herramientas avanzadas, los estudios de animación y producción están optimizando su capacidad creativa y productiva. Además, la IA no solo acelera la creación de contenido en animación, sino que también permite la personalización de personajes y entornos de manera más eficiente, lo que abre nuevas posibilidades para proyectos más complejos en áreas como los videojuegos, el cine, y las experiencias virtuales. A medida que la tecnología avanza, se espera que la IA continúe desempeñando un papel crucial en la evolución de la animación digital, aumentando la flexibilidad y la innovación en el proceso creativo.

- Auge del metaverso y los NFT

El metaverso está impulsando la creciente demanda de animación 3D, ya que las empresas crean mundos virtuales para interacción social, videojuegos y comercio. Los activos digitales, como avatares, entornos y objetos interactivos, requieren animación de alta calidad para ofrecer experiencias realistas. Los NFT (tokens no fungibles) permiten a los animadores monetizar sus obras digitales y resguardar la propiedad intelectual. Esta tendencia abre nuevas oportunidades para los creadores y redefine la manera en que se posee, comercializa y disfruta el contenido digital.

- Colaboración y renderizado basados en la nube

La colaboración en la nube está optimizando la eficiencia en la animación 3D al permitir que los equipos trabajen de manera remota en proyectos compartidos. Los estudios pueden acceder a servicios de renderizado en la nube de alto rendimiento sin la necesidad de invertir en hardware costoso, lo que agiliza la producción y disminuye los gastos. Las actualizaciones en tiempo real y la integración sin interrupciones facilitan la colaboración entre animadores, diseñadores y

⁸ Kings Research

desarrolladores desde distintas ubicaciones. Esta tendencia favorece la escalabilidad, la flexibilidad y la reducción de los tiempos de entrega en animación y efectos visuales.

- Integración de renderizado en tiempo real y motor de juego

El renderizado en tiempo real está revolucionando el ámbito de la computación, ya que permite a los creadores visualizar los cambios de manera inmediata, eliminando la necesidad de esperar largos períodos para el procesamiento de imágenes. Motores de juegos son herramientas clave en la animación, producción cinematográfica y creación de experiencias virtuales. Estos motores permiten a los estudios generar imágenes de alta calidad de forma más eficiente, lo que no solo acelera los procesos de producción, sino que también reduce los costos asociados. Además, la creciente demanda de contenido interactivo en videojuegos, experiencias virtuales, simulaciones y en sectores como la realidad aumentada y la realidad virtual está impulsando aún más el avance de esta tecnología. Este enfoque no solo mejora la velocidad y la eficiencia en la producción, sino que también abre nuevas posibilidades creativas, al permitir que los creadores experimenten en tiempo real con diferentes escenarios y efectos.

V. Oferta Peruana

La industria de animación digital en Perú ha experimentado un crecimiento sostenido en la última década, impulsado por el talento local y el reconocimiento internacional de varias producciones. Uno de los principales hitos fue *Ainbo: La guerrera del Amazonas* (2021), producida por Tunche Films, que logró distribución en más de 100 países y posicionó al país en el mapa global de la animación. Además, estudios como Red Animation Studios y Apus Estudios han desarrollado proyectos innovadores, desde contenido educativo hasta producciones originales para plataformas de streaming. Si bien la animación peruana aún enfrenta desafíos en financiamiento y estructura industrial, el creciente interés en historias con identidad cultural ha generado oportunidades para coproducciones con otros países y el acceso a mercados internacionales.

En términos de avances tecnológicos y capacitación, la industria ha logrado mejoras significativas en la calidad de animación y efectos visuales, lo que ha permitido competir en festivales internacionales como Annecy y Premios Quirino. El desarrollo de programas académicos especializados y la participación de artistas peruanos en producciones extranjeras han contribuido a elevar el nivel técnico del sector. Además, la expansión de la animación hacia otras áreas como los videojuegos y la publicidad digital ha abierto nuevas fuentes de ingresos para los estudios locales.

Marco Regulatorio ⁹

La animación digital, como obra audiovisual, está protegida por derechos de autor en Perú, lo que garantiza la propiedad intelectual de sus creadores. La legislación establece que varios individuos pueden ser considerados coautores de la obra, salvo que exista un acuerdo diferente. Entre ellos se incluyen el director o realizador, el ilustrador, el compositor de la música original, el guionista, el autor de los diálogos y quienes contribuyan con el argumento o su adaptación. Esta protección reconoce la colaboración de múltiples profesionales en la creación de una producción animada.

⁹ Guía de Derecho de autor en el cine. Lima: INDECOPI

En cuanto a los derechos patrimoniales, como la reproducción, distribución, adaptación y explotación comercial de la obra, generalmente se atribuyen al productor, es decir, al estudio de animación. Sin embargo, si una empresa contrata un servicio para desarrollar una producción audiovisual, como en publicidad, cine o videojuegos, es posible que no adquiera automáticamente los derechos patrimoniales, los cuales pueden permanecer en manos de la empresa creadora. Cabe destacar que, aunque el registro de la obra no es obligatorio, es recomendable para establecer una fecha de creación y reforzar su protección legal. Asimismo, la animación utilizada en videojuegos también puede ser protegida como una obra independiente o como parte integral del videojuego en su conjunto.

Capital humano ¹⁰

Las empresas abordan el desafío de la escasez de talento de dos maneras: contratando profesionales más experimentados de otros países para trabajar de manera remota y/o asumiendo el rol de educadores y brindando capacitación continua a sus empleados. No obstante, en ambos casos, existe una competencia global por el talento, lo que aumenta el riesgo asociado a invertir en el desarrollo profesional de la industria. Además, es común que se produzca una alta rotación de personal, lo que genera efectos negativos para la industria peruana, ya que constantemente se pierde personal calificado en un sector donde el capital humano desempeña un papel fundamental.

Empresas Peruanas de animación

- Maneki Studio

Con más de 10 años de experiencia, ofrece servicios completos en animación 2D y 3D, desde el desarrollo inicial hasta la postproducción. Han participado en producciones internacionales de series animadas, largometrajes y videos musicales, trabajando con empresas de Estados Unidos, Canadá, México, España, Alemania y otros países.

- Red Animation Studios

Especializada en animación y postproducción, Red Animation Studios es otra empresa clave en el sector. Aunque no se detalla su portafolio específico en los resultados, es mencionada como una de las empresas relevantes en el ámbito de la animación digital en Perú.

- Apus Studio

El estudio ha ganado reconocimiento internacional por su trabajo en animación 2D y 3D, así como en proyectos de arte digital. Apus Estudio ha colaborado en producciones cinematográficas, publicitarias y televisivas. Entre sus proyectos más ambiciosos se encuentra el largometraje Vigilados, ganador del concurso DAFO en 2017.

¹⁰ BID



prom
perú