DEPARTAMENTO ESTUDIOS, REFERENCIAS Y SERVICIOS TÉCNICOS

AL-DEST- IEC -013-2020

LEY DE CINEMATOGRAFÍA Y AUDIOVISUAL

EXPEDIENTE N. º 20. 661

INFORME ECONOMICO

ELABORADO POR:
JOSÉ OVIDIO VALERIO COLOMER
ASESOR PARLAMENTARIO

SUPERVISADO POR:
MAURICIO PORRAS LEON
JEFE DE ÁREA

REVISIÓN FINAL Y AUTORIZACIÓN
FERNANDO CAMPOS MARTÍNEZ
DIRECTOR

11 DE MAYO DE 2020

ASAMBLEA LEGISLATIVA
de la República de Costa Rica

CONTENIDO

I. RESUMEN DEL PROYECTO 3

II. CONSIDERACIONES CONCEPTUALES ECONÓMICAS 4

Doctrina de la Industria Naciente 5

Sobre los Bienes y Servicios Públicos 7

Relación Conceptual de Cultura y Economía 7

III. CIFRAS ECONÓMICAS RELEVANTES 14

Cifras del Sector Cultura 14

Cifras del Subsector Audiovisual 22

IV. CONSIDERACIONES SOBRE LA TEMATICA EN ESTUDIO 26

Sobre la Actividad Cinematográfica del País 26

Alcance de las Modificaciones Propuestas 28

V. IMPACTO ECONOMICO DE LA INICIATIVA 37

Finalidad de la Iniciativa 37

Impacto Esperado 38

a) Sobre la Industria del Cine 39

b) Sobre la Industria del Audiovisual 42

Medidas Impositivas 43

a) Modificación al Impuesto sobre Espectáculos Públicos 43

b) Creación de Impuesto a la Suscripción o Alquiler de Contenido Audiovisual 46

c) Otras Medidas Tributarias 47

VI. CONCLUSIONES 47

VII. ANEXOS 48

ANEXO 1 49

ANEXO 2 56

ANEXO 3 58

ANEXO 4 63

ANEXO 5 67

ANEXO 6 69

AL-DEST- IEC-013-2020
INFORME ECONOMICO[1]

LEY DE CINEMATOGRAFÍA Y AUDIOVISUAL

EXPEDIENTE N. º 20. 661

I. RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto de Ley tiene como objetivo promover la actividad cinematográfica y audiovisual en todo su ciclo creativo-productivo desde la producción, la distribución y la exhibición hasta la conservación y difusión del acervo cinematográfico. Además, busca promocionar la educación cinematográfica y audiovisual, la formación de públicos, la investigación, así como la promoción y fomento de emprendimientos culturales.

Para estos efectos, crea el Centro Costarricense de Cine y Audiovisual (CRCA), como institución pública especializada en el fomento y desarrollo de la producción y cultura cinematográfica y audiovisual, adscrita al Ministerio de Cultura y Juventud con desconcentración mínima, dotado de personalidad jurídica instrumental y patrimonio propio. Entre otros el CRCA se financiará con las sumas que se le asignen en los presupuestos ordinarios y extraordinarios de la República, el producto que por concepto de ventas o arrendamiento de sus películas o servicios se perciba y los recursos percibidos por el Fondo de Fomento.

El proyecto también crea el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual “El Fauno” que estará conformado entre otros por el monto que le corresponde al CRCA por concepto del Impuesto a los Espectáculos Públicos, el monto que le corresponde al CRCA por concepto del impuesto que se crea en la ley a la suscripción o alquiler de contenido audiovisual, los recursos que se obtengan con las rentas, regalías e ingresos provenientes de coproducciones o de los contratos de fomento, los intereses derivados de las operaciones que se realicen con los recursos del Fondo y los recursos que se le asignen en el presupuesto nacional. Para sufragar los gastos de operación y fiscalización del Fondo, se podrán destinar hasta en un diez por ciento de los recursos percibidos. Valga iniciar que los recursos del Fondo estarán excluidos del límite presupuestario del CRCA.

La dirección y administración del Fondo estará a cargo del CRCA. El CRCA establecerá las actividades, los porcentajes, los montos, los límites, las modalidades de concurso o coproducción y los demás requisitos y condiciones necesarias para

[1] Elaborado por Lic. José Ovidio Valerio Colomer, Asesor Parlamentario, supervisado por MSC Mauricio Porras León, Jefe Área Económica y autorizado por Lic. Fernando Campos Martínez, Director Departamento de Estudios, Referencia y Servicios Técnicos.

acceder a los estímulos asignables con los recursos del Fondo.

Finalmente se incluyen una serie de incentivos fiscales relacionados con el impuesto sobre la renta, como la posibilidad de diferir pérdidas para efectos del cálculo del impuesto, la deductibilidad del gasto por donaciones, el reconocimiento de ciertos gastos como deducibles. Así mismo, se incluyen algunas reformas tributarias como la relacionada con el impuesto a los espectáculos públicos, además de la creación del impuesto a la suscripción o alquiler de contenido audiovisual, independientemente del formato en que se rente o consuma, incluyendo el consumo en línea.

II. CONSIDERACIONES CONCEPTUALES ECONÓMICAS

El presente informe se realiza con el objetivo de valorar y exponer el posible impacto económico de la propuesta en estudio, de tal manera que se analizara como las medidas incorporadas en el proyecto afectan las variables económicas más relevantes, tales como la producción nacional, el empleo, tasas de interés, sectores económicos relacionados, recursos financieros disponibles, entre otras.

Dado que la proposición legislativa se refiere a la actividad de la producción cinematográfica, define una serie de tareas que pretenden modificar las condiciones actuales de dicho sector, pero a la vez parece intentar una mayor incidencia de la actividad cultural en el quehacer nacional. Por esta razón, en el presente estudio se presenta la situación actual del proceso relacionado con la producción de la cinemateca nacional para posteriormente determinar la incidencia de la propuesta en las variables que conforman dicho sector, específicamente las de carácter económico, y de esta manera valorar el impacto en la micro y macroeconomía.

En el presente análisis, resulta de suma importancia incluir los conceptos teóricos económicos, que están implícitos en la propuesta en estudio, de tal manera que la valoración se fundamente en los mismos.

Además, se debe considerar que, desde la óptica económica, la iniciativa parece incorporar una serie de elementos que tienden a proteger a la industria cinematográfica, a dirigir sus actuaciones y el desarrollo de sus actividades, lo cual en algunos casos podría parecer la aplicación de medidas relacionadas con la protección a la industria incipiente. Por otra parte, es importante observar que se presentan acciones propias de la asignación de recursos, en especial de recursos públicos para financiar actividades privadas.

Doctrina de la Industria Naciente

Una industria naciente o incipiente, es una nueva industria que está en el proceso de desarrollo.

La doctrina de industria incipiente señala que estas son muy vulnerables a la competencia y son débiles en el mercado debido a que no están bien desarrolladas: se basa en la idea que, a menudo, estas unidades económicas no tienen las economías de escala que poseen sus competidores más desarrollados, en especial los de otros países, y por lo tanto deben ser protegidas hasta que puedan alcanzar economías de escala similares.

Sin embargo, algunos teóricos y grupos de interés económicos señalan que a estas industrias se les debe permitir valerse por sí mismas y hacer su propio camino en el mundo, ya que al protegerlas se le está cubriendo su ineficiencia, ya que sus rendimientos y costos marginales no reflejan sus valores económicos.

Sin embargo, muchos gobiernos estimulan la creación de estas industrias, definiendo una serie de políticas fiscales. Tanto a favor suyo como en contra de sus competidores, de tal manera que fijan barreras arancelarias, imponen restricciones al acceso de los competidores, generan condiciones económicas favorables, como las financieras y crediticias y hasta asesoría especializadas de soporte técnico. Esta actuación responde a intereses generales o específicos, como la generación de empleo, la reducción o sustitución de importaciones, la explotación de recursos naturales, intelectuales o de oportunidad, la búsqueda de la autosuficiencia y hasta para cumplir con políticas nacionales, internacionales o mundiales en las que el país se haya comprometido, como por ejemplo la tendencia hacia el carbono neutral.

Aunque se debe considerar que, cualquier iniciativa de negocios privada obedece a un interés por lograr beneficios económicos, para ello debe considerar toda la realidad de oportunidades que se presentan en el mercado en que se pretende actuar. En un mercado abierto, competir es emular, innovar, esforzarse por atender las necesidades de la sociedad como condición inexorable para el propio mejoramiento.

En la actualidad, se considera que un país debe brindar cierta protección a una industria nueva, hasta que esta pueda crecer y convertirse en una industria madura capaz de competir en los mercados mundiales. Este argumento se basa en la idea de la que la ventaja absoluta competitiva dinámica, debe surgir del aprendizaje mediante la práctica**,** la cual conlleva al crecimiento de la productividad, por lo que la ventaja comparativa evoluciona y cambia debido a la experiencia en el trabajo. No obstante, esta protección se debe brindar en el tanto influya en el resto de la economía, generando un efecto positivo en otras ramas económicas y en los

diferentes sectores socioeconómicos. Pues de no ser así, se puede estar creando beneficios odiosos, y hasta aumentando la riqueza, para un grupo a costa de los ingresos o el desarrollo de otros.

En lo anterior es en lo que se basa, la contradicción del proteccionismo a estas industrias, pues por lo general un gobierno, no tiene mecanismos claros o bien, no desarrolla metodologías para valorar hasta qué momento o nivel de producción debe proteger a esos grupos, y por lo general se cruzan los intereses de grupos políticos o gremiales que tienden a desviar el objetivo inicial de una medida como la señalada.

Por otra parte, la decisión de proteger a una industria naciente se debe fundamentar en varios criterios económicos y sociales, como son valorar si la industria podrá ir reduciendo sus costos marginales, aumentar su eficiencia y productividad, pues de no suceder así, sería imposible lograr que la misma pueda competir con los que ya poseen este nivel y se llegará a tener costos sociales muy altos. Luego a esto, se debe confrontar qué beneficios sociales se logran con ella, como por ejemplo si se logra disminuir el desempleo, el nivel de pobreza o bien la distribución de la riqueza. Dentro de esta misma línea de pensamiento se debe considerar qué tipo de protección se brindará, si es a través de medidas fiscales, subsidios, fijación de precios; pues dependiendo de esta determinación podría afectarse a los consumidores, ya sea directa o indirectamente.

Sobre lo antes comentado resulta relevante, el siguiente comentario:

> *"El proteccionismo, entonces, en el corto plazo destruye valor porque dilapida recursos que podrían estar fabricando cosas que la gente necesita más. El debate es si eso puede ser considerado un costo a pagar para desarrollar una industria que logre algún día producir aquellos bienes que la gente realmente está dispuesta a comprar de manera voluntaria; o puesto en otras palabras, si ese sector productivo puede eventualmente agregar valor.*
>
> *Cuando la protección es parte de una estrategia planificada y controlada, consistente con una posibilidad cierta de desarrollo de un conjunto de habilidades valoradas socialmente, la respuesta es fácil. Cuando no está articulada con el proceso educativo y pretende simplemente reemplazar mano de obra poco calificada barata, por mano de obra poco calificada cara, la respuesta también es fácil"*[2]*.*

[2] MARTIN TETAZ ANALISIS - ¿Proteger industrias agrega valor, o lo destruye? Diario el Día de Argentina, edición del 14 de mayo de 2017

Sobre los Bienes y Servicios Públicos

Desde la teoría económica, los bienes o servicios que se catalogan como públicos y que generalmente son producidos por el Estado, son definidos por varias características en su comportamiento y estructura, siendo los principales los siguientes:

- No pueden ser valorados por su consumo, lo que quiere decir que, una vez producido el bien o servicio, el aumento del nivel de consumo por el ingreso de nuevos individuos no va a alterar el precio

- No se aplica el principio de exclusión para ningún consumidor o usuario, o sea cualquiera puede ser usuario o consumidor del bien o servicio.

- No existe rivalidad o competencia entre los consumidores o productores, por consumir o producirlo.

- El aumento del nivel de consumo tampoco aumenta el costo de la producción del bien o servicio, esto se conoce como que el coste marginal de producir una nueva unidad es igual a cero.

No obstante, lo antes señalado, no todo bien o servicio que produce el Estado, posee estas características, siendo lo correcto señalar que éste también produce bienes privados en los cuales su característica más relevante es la existencia de la rivalidad entre las unidades productiva y consumidoras vía el precio y los costes marginales.

El pensamiento ortodoxo sostiene que el mercado genera los conocidos como “fallos de mercado” en el sentido que ofrece resultados imperfectos en determinadas circunstancias. Para éstos, la intervención del Estado en dichos casos es necesaria para corregir la disfunción y propiciar un resultado óptimo, una asignación eficiente de recursos.

Por otro lado, el pensamiento liberal sostiene que la provisión privada tiene varios argumentos para ser defendida frente a la estatal, entre ellos que la producción pública tiende a ser ineficiente y de que debe existir la libertad de elección.

Relación Conceptual de Cultura y Economía

Dado que el tema relevante del proyecto es la cinematografía y la producción audiovisual, temas que se consideran dentro de la cultura, esta Asesoría considera importante incorporar algunas consideraciones teóricas sobre la relación de estos

dos conceptos.

Dentro del análisis económico, se ha venido incorporando el concepto de la economía cultural, el cual se define como: el estudio del comportamiento económico de diversos agentes en la producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios directamente relacionados con la producción cultural. El tema ha sido incorporado dentro de la política de Estado, pues se considera que es una actividad lucrativa para toda la economía.

No obstante que desde la década de los 70 del siglo anterior, el tema de la cultura en la economía ha sido estudiado, todavía existen posiciones contrarias sobre el trato que se debe dar a la cultura. Al respecto, algunos consideran que la cultura debe ser tratada como cualquier otra actividad económica; por otra parte, están los que señalan que debe ser valorado en forma diferente. En síntesis, lo que se discute es si la actividad cultural se debe dejar al libre mercado o debe ser una actividad protegida. En este último caso, el fundamento se sostiene en el hecho de que la cultura tiene efectos inmateriales e intangibles en el ser humano, que pueden afectar su comportamiento social y grupal de formas no cuantificables ni esperadas, que además forma parte del acervo de la humanidad. Véase lo que señala los autores Palma y Aguado[3]:

> *"Más allá de la aplicación del análisis económico a los bienes y servicios culturales, hay un aspecto básico en el desarrollo de la su disciplina, que constituye su piedra angular: ¿los bienes y servicios artísticos y culturales tienen características especiales que distinguen su producción y consumo de los demás bienes? La respuesta a esta pregunta es clave para entender el comportamiento de los consumidores, las empresas, los mercados y la acción del gobierno en el sector cultural, así como el papel que en la historia del pensamiento económico se ha atribuido a las actividades culturales."*
>
> *"El desarrollo de la su disciplina parte de una definición de cultura que es operativa cuando se aplica el método de la elección racional en ciertos marcos institucionales. Por ello, la aproximación funcional al concepto de cultura es más apropiada en la aplicación del análisis económico. Ese enfoque ha puesto énfasis en la caracterización de los bienes y servicios culturales, cuyo análisis se creía ajeno al mercado.*
>
> *El ámbito de la Economía de la Cultura se ha ido ampliando, de las artes en sentido estricto hasta las industrias culturales y la política cultural, y en el camino se ha incorporado la noción de creatividad como eje central del análisis vinculado a la innovación y al crecimiento económico. Sin duda, esta última*

[3]Luis Antonio Palma M. y Luis Fernando Aguado; Economía De La Cultura Una Nueva Área De Especialización De La Economía; Revista de Economía Institucional, vol. 12, n. º 22, primer semestre/2010, pp. 129-165

línea de investigación será un elemento fundamental en los próximos años."[4]

Dentro de los estudios realizados a través del tiempo, en especial a finales del siglo pasado e inicios del actual se ha encontrado una serie de dificultades para obtener una única línea de pensamiento que permita aplicar una sola metodología de análisis económico a la cultura. No obstante, sí se ha logrado conceptualizar que dependiendo del tipo de servicio cultural o incluso del bien, se puede aplicar el instrumental analítico, que existen algunos bienes y servicios que responden al mercado como cualquier otro, caso de conciertos, cine, circo: mientras otros dependen del apoyo gubernamental y del nivel educativo de personas e incluso del grado y calidad de la educación, como es el caso del patrimonio cultural, museos y obras de teatro, como se observa a continuación:

"DiMaggio y Useem (1978) mostraron que los patrones de consumo cultural no obedecen a diferencias arbitrarias en las preferencias de los individuos, sino que se relacionan con aspectos de la estructura de clases que inciden en la reproducción intergeneracional de los intereses culturales que afectan y moldean las preferencias estéticas. El contexto familiar y la socialización temprana a través del arte pueden aumentar la frecuencia de la asistencia a actos culturales. En un estudio posterior, DiMaggio y Useem (1980, 64) encontraron que "la educación hace la diferencia [...] el nivel de educación formal es el mejor predictor de la participación en actividades artísticas y culturales". Así mismo, Andreasen y Belk (1980) mostraron que los estilos de vida y las experiencias previas en actividades artísticas son conceptual y empíricamente más importantes que las variables socioeconómicas (precios, ingreso) para entender el comportamiento de los asistentes a actividades artísticas y culturales"[5]

De lo antes expuesto se puede llegar a la posición que han adoptado entes mundiales relacionados con la cultura, como la UNESCO, que ha declarado en su reunión en Florencia, Italia, lo siguiente:

"«La cultura es el petróleo de países ricos en historia y en talento. En una economía mundial del conocimiento, los que eligen invertir en ella eligen en realidad invertir en porvenir», declaró la Directora General de la UNESCO, Irina Bokova, en la apertura del Foro. «Creo que los países deben invertir en cultura con la misma determinación con la que invierten en recursos energéticos, en nuevas tecnologías […]. En un contexto de crisis económica, es preciso encontrar de nuevo motores de cohesión, y la cultura ofrece respuestas"[6]

---

4 Ibídem 2
[5] Ibídem 3
6 Declaración de Florencia. Octubre 04 de 2014; Tercer Foro Mundial De La Unesco Sobre La Cultura Y Las Industrias Culturales. "Cultura, creatividad y desarrollo sostenible. Investigación, innovación, oportunidades"

Y en su Declaración conjunta señala:

> *"Reconocemos nuestra responsabilidad de seguir una agenda para incluir el desarrollo económico, social y la sostenibilidad ambiental. Creemos que esto se puede lograr a través de la corporación internacional que demuestre el valor que la cultura y las industrias culturales traen como fuente de creatividad e innovación para el desarrollo sostenible y las oportunidades que ofrecen para las futuras generaciones. Reconocemos la importancia de medir el impacto de la cultura y la creatividad para el desarrollo sostenible para mantener en alto la agenda política, por lo tanto, recibimos la voluntad expresada por la ciudad de Florencia de acoger una institución internacionalmente activa en este campo."*[7]

Igualmente, Naciones Unidas señala:

> *"...las industrias creativas constituyen un vasto y heterogéneo campo: artes tradicionales, edición, música, artes escénicas y visuales, cine, televisión, emisiones de radio, nuevos medios y diseño…"*[8]

Además, hace la siguiente tipología de los bienes y servicios culturales:

- *Su producción requiere algún input de creatividad humana.*
- *Son vehículos para mensajes simbólicos a quienes los consumen.*
- *Contienen, al menos potencialmente, alguna propiedad intelectual que es atribuible al individuo o al grupo que produce el bien o servicio. "* [9]

Alternativamente, se señala que los bienes y servicios culturales tienen un valor cultural además de cualquier valor comercial. Los bienes y servicios culturales pueden ser vistos como una categoría más amplia de bienes, los bienes y servicios creativos.

Como señalamiento general se puede decir que, la concepción de la cultura como generador de desarrollo es un hecho mundial, en la cual los países están llamados a aplicar y lograr este compromiso. Es reconocido el impacto de la producción cultural en el producto de los sistemas económicos, aun cuando existan dificultades metodológicas para calcular su producto o sobre todo para definir una tipología clara de los bienes y servicios a incorporar y la relación derivada en el resto de la economía.

---

[7] Ídem.
[8] NACIONES UNIDAS (2008): "Creative economy: 2008 Report".
[9] Ídem.

Por otra parte, y para efectos del presente informe resulta de importancia señalar que una de las cuestiones de mayor discusión en los teóricos económicos es lo relacionado con el financiamiento de la oferta cultural. Los que señalan que la producción cultural debe tratarse como un bien o servicio más, señalan que los productores deben cubrir los costos de la producción, pues los beneficios de la actividad son privados. No obstante, otros señalan que el Estado debe financiar parcial o totalmente la actividad, pero que ello dependerá del impacto, de la importancia en la vida cultural y principios sociales de la actividad, así como de su representatividad en el marco de valores de la sociedad, véase la siguiente argumentación:

> *"De conformidad con los principios y las prioridades que acaban de exponerse, exhortamos a los gobiernos y los agentes de la sociedad civil y el sector privado a actuar a escala mundial para promover los entornos, los procesos y los productos creativos mediante el apoyo a las siguientes medidas:*
>
> *1) el aumento de las capacidades humanas e institucionales en los planos regional, nacional y local, prestando especial atención al empoderamiento de los jóvenes, para propiciar, desde una concepción holística de la cultura y el desarrollo sostenible, unos sistemas efectivos de gestión de la cultura y el florecimiento de sectores creativos pujantes;*
>
> *2) el fortalecimiento de los marcos jurídicos y políticos para promover la cultura, apoyar el surgimiento de industrias culturales y creativas dinámicas y reconocer que las ciudades son laboratorios de creatividad e innovación, salvaguardia del patrimonio y sostenibilidad ambiental;*
>
> *3) nuevos modelos de asociación y estrategias de inversión innovadoras para apoyar la investigación, la innovación, la producción local de bienes y servicios culturales, el desarrollo de mercados nacionales y regionales, y el acceso a plataformas mundiales de distribución e intercambio de dichos bienes y servicios;*
>
> *4) programas, proyectos y actividades de concienciación concebidos por los gobiernos y la sociedad civil para dar a conocer las dimensiones económicas, sociales y ambientales de la cultura para el desarrollo, entre otros medios aplicando las convenciones de la UNESCO sobre cultura;*
>
> *5) la elaboración y utilización constantes de indicadores de referencia e impacto con los que supervisar y evaluar la contribución de la cultura al desarrollo sostenible, mediante el acopio, el análisis y la difusión de información y estadísticas, así como de buenas prácticas en materia de formulación de políticas públicas.[10]"*

[10] Ibidem nota 5

Es relevante señalar que nuestro país se ha comprometido en el desarrollo de programas que incentiven y promuevan la cultura como eje de desarrollo, esto se confirma con la siguiente declaración "*Las Jefas y los Jefes de Estado y de Gobierno de América Latina y el Caribe, reunidos el 29 de enero de 2014 en La Habana, Cuba, en ocasión de la II Cumbre de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), aprobaron la Declaración de La Habana el Plan de Acción de la CELAC 2014*" dentro del mismo se incorpora una serie de compromisos, de los cuales para efectos del estudio económico reseñamos los siguientes:

- *"La importancia de la cultura y de las industrias culturales para las economías nacionales y el compromiso de los Estados de promover el emprendimiento cultural, como una herramienta de conservación del patrimonio cultural y la generación de oportunidades de empleo y riqueza, de tal forma que contribuya al bienestar de los ciudadanos y al progreso de la sociedad en su conjunto.*

- *Reconocen que la cultura es un factor esencial para la erradicación de la pobreza, la disminución de las desigualdades sociales, la ampliación de las oportunidades de empleo y la reducción de los índices de exclusión social, como parte del proceso de promoción de sociedades más equitativas, con especial atención a las poblaciones indígenas, afrodescendientes, mujeres, niños, personas con discapacidad, adultos mayores, jóvenes, migrantes y los habitantes de los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo (PEID).*

- *Formular políticas públicas e implementar las Convenciones de la UNESCO como herramientas que contribuyan al desarrollo humano, social y económico sostenible;*

- *Compartir e intercambiar metodologías que permitan analizar de manera cuantitativa y cualitativa el impacto real de la cultura, de las industrias creativas y culturales en las economías y el desarrollo social de nuestros países;*

- *Trabajar por construir un sistema de información cultural que logre alcanzar a todos los miembros de la CELAC que permita conocer y hacer valer la participación de la cultura en las economías y el desarrollo social de nuestros países;*

- *Solicitar a la UNESCO elaborar estudios, en colaboración con la CEPAL, con una metodología consensuada que cuantifiquen el impacto de la cultura y de las industrias culturales para contribuir en con el logro de los objetivos de la erradicación de la pobreza y la disminución de las desigualdades sociales en América Latina y el Caribe, así como un catálogo sobre las buenas*

prácticas en la materia;

Sobre el Portal de la Cultura de América Latina y el Caribe y otros proyectos del Foro de Ministros:

- *Preservar las actividades del Foro de Ministros de Cultura, los acuerdos alcanzados en ese marco, la continuidad de los proyectos y programas implementados hasta ahora por el Foro y sus reuniones, en particular el Portal de Cultura de América Latina y el Caribe, y que la UNESCO continúe cooperando con tales proyectos y programas…"*[11]

Dentro de ese Plan de Trabajo, se incluyen varias actividades relacionadas con la actividad audiovisual, pero se refieren a la creación de productos que ilustren la problemática de la cultura, así como la historia del país y la diversificación cultural de los países miembros, no se refieren a la actividad comercial de la cinemateca.

Por otra parte, es importante considerar las definiciones que ha incorporada el Estado costarricense en algunos programas del Ministerio de Cultura, la cual se encuentra en el sitio web de "SI a la CULTURA":

"La Economía Creativa o Economía Naranja

La Economía Creativa o Economía Naranja incluye a las industrias culturales y creativas y genera crecimiento económico al mismo tiempo que promueve la inclusión social, la diversidad cultural y un desarrollo integral. La Unidad de Cultura y Economía (UCE) del Ministerio de Cultura y Juventud tiene como objetivo potenciar la economía creativa costarricense.

Los Emprendimientos Culturales

Los Emprendimientos Culturales son iniciativas o proyectos culturales y creativos con un plan de viabilidad que los hace económicamente sostenibles o en vías de serlo (UNESCO, 2014). De manera amplia, el concepto de emprendimiento incluye tanto a proyectos que están iniciando como a empresas culturales."[12]

Este programa tiene las siguientes características y fines:

"Financiamiento

La Unidad también sirve de enlace entre emprendedores culturales y fuentes de financiamiento, incluyendo programas de crédito e inversión naranja.

[11] Plan de Trabajo de Cultura de la Unesco para América Latina y el Caribe 2016 – 2021; Oficina Regional de Cultura para América latina y el Caribe; UNESCO La Habana
[12] https://si.cultura.cr/emprendimiento-cultural.html

Ecosistema

Las alianzas, la asociatividad y el fortalecimiento de comunidades naranja son fundamentales para el crecimiento de nuestro ecosistema.

Por eso desde la UCE promovemos la formación de Grupos de Trabajo Sectoriales, reuniendo a representantes de academia - empresa - gobierno. También apoyamos la conformación de asociaciones y actividades que desarrollen comunidad.

Capacitación

Desde la UCE desarrollamos programas de capacitación para emprendedores culturales en las áreas técnico-artística, gestión empresarial, habilidades blandas e internacionalización" [13]

III. CIFRAS ECONÓMICAS RELEVANTES

A continuación, se exponen algunas cifras generales de la situación del sector cultura dentro de la economía nacional, y el comportamiento del subsector audiovisual, dentro del cual se incluye lo relacionado con cine y video. La finalidad es brindar una valoración general del sector en estudio y a la vez posicionar dentro de la economía nacional el aporte de dicho sector y de los subsectores.

Cifras del Sector Cultura

A continuación, se incluyen los resultados observados en la Cuenta Satélite definida para el Sector Cultura, ordenado por los subsectores y actividades económicas relacionadas, con la finalidad de brindar, a los miembros de la comisión, un panorama del aporte productivo a la economía, para posteriormente valora el verdadero impacto de la medida sobre la economía nacional, en esta presentación estadística se incorporan los datos según la clasificación y definiciones que utilizan los entes técnicos relacionados con esta medición, que son: el BCCR, el MCyJ y el INEC, así como los datos disponibles en la página del Ministerio de Cultura y Juventud, en la Cuenta Satélite

Para ilustrar estadísticamente el comportamiento del Sector Cultura, se presenta las cifras relevantes en cuanto al valor agregado del mismo, incorporando sus diferentes subsectores y actividades, dando relevancia a las relacionadas con el proyecto:

[13] Ibidem nota 12

Cuadro 1
COSTA RICA
CIFRAS RELEVANTES DE LA ECONOMIA Y SECTOR CULTURA
CIFRAS EN MILLONES DE COLONES CORRIENTES
Período 2010-2016

	PIB			POBLACION OCUPADA			VALOR AGREGADO		
Año	NACIONAL	SECTOR CULTURA	PARTIC.	TOTAL	SECTOR CULTURA/1	PARTIC.	NACIONAL /2	SECTOR CULTURA	PARTIC.
2010	19.596.936,7	713.173,4	3,6	1.902.164	35.739	1,9	19.563.150,4	424.946,4	2,2
2011	21.370.733,3	814.790,2	3,8	1.989.530	39.331	2,0	20.356.927,2	479.166,8	2,4
2012	23.371.405,9	907.617,2	3,9	2.012.255	40.501	2,0	21.382.076,6	530.837,6	2,5
2013	24.860.943,5	909.409,6	3,7	2.022.471	39.300	1,9	22.747.106,8	543.524,7	2,4
2014	27.226.719,1	545.240,6	2,0	2.059.600	27.652	1,3	24.959.711,9	327.166,3	1,3
2015	29.263.882,3	573.149,2	2,0	2.027.518	28.585	1,4	26.871.746,0	345.213,1	1,3
2016	31.126.879,5	256.377,3	0,8	2.063.366	12.636	0,6	28.577.693,4	200.767,3	0,7

Notas:
1-Para el 2016 no incluye datos de: Servicio de televisión por suscripción, Actividades de fotografía, Radio, televisión y agencias de noticias, por no estar disponible en la página de la Cuenta Satélite, ni en BCCR
2- Del 2010 al 2012 se utilizan datos de la página del BCCR
Fuente: Elaboración propia con datos de la Cuenta Satélite de Cultura y el BCCR

El cuadro anterior permite observar que, en el periodo expuesto, la producción del Sector Cultura ha venido en decrecimiento, demostrando hasta el 2015, un monto absoluto que se redujo en cerca de ¢140.024,2 millones con respecto al 2010, mientras que la tasa de participación dentro del PIB, paso de 3.6% al 2.0% (por lo indicado en la nota 1 del cuadro no se considera el 2016). Aunque en la página oficial del MCyJ, no se indica alguna explicación, esto parece obedecer a varios factores, por un lado, al actuar propio de la economía y por otro a cuestiones de metodología, esto último se refleja con mayor impacto en el año 2016[14], sin embargo, con un afán de brindar bases sólidas para la decisión política, esta Asesoría, expondrá más adelante otras variables de interés con respecto al accionar del sector.

Es relevante señalar que, en el cuadro anterior, también se puede obtener, el aporte del sector al empleo nacional, el cual ha venido alcanzando valores superiores al 1%, siendo el valor máximo el 2% obtenido en los años 2011 y 2012, lo cual representa un total de puesto que rondan ente el 27.652 y 40.501.

[14] Ver anexo 1

Por otra parte, en lo que respecta al valor agregado que aporta el sector Cultura, se mantuvo en monto superiores el 2,0% del valor agregado nacional, no obstante, ha sido muy fluctuante y con valores hacia la baja, siendo sus aportes mayores en los años 2011 y 2012, o sea en los mismos en que su producción fue mayor, lo que demuestra la relación directa entre ambas variables, y que los factores nacionales que se incorporan en las actividades que componen al sector, mantienen proporciones estables y homogéneas, de tal manera que si la producción aumenta así su valor agregado, y sucede al inversa si se reduce lo producido. Por lo señalado, este sector parece ser intensivo en el uso de mano de obra, por lo tanto, al afectarse el volumen de la actividad cultural, la generación de empleo se verá directamente afectada.

Cuadro 2
Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Producción Anual por Subsector cultural
Período 2010-2016
En millones de colones

SECTORES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	**713.173,4**	**814.790,2**	**907.617,2**	**909.409,6**	**545.240,6**	**573.149,2**	**256.377,3**
Publicidad	278.377,3	309.640,9	346.198,2	372.183,0	n.d./**1**	n.d.	n.d.
Audiovisual	186.506,3	205.526,7	222.624,2	237.451,7	277.016,5	293.800,2	n.d.
Educación Cultural y Artística	81.539,5	118.231,5	132.566,1	156.543,6	173.054,6	189.361,2	198.278,0
Editorial	58.570,7	60.123,7	66.493,2	65.173,5	64.290,5	58.334,7	58.099,2
Diseño	51.064,7	57.065,6	66.849,0	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Música	28.478,5	31.745,3	35.220,0	36.308,0	n.d.	n.d.	n.d.
Artes Visuales	19.510,2	22.306,8	25.580,1	28.118,5	30.879,0	31.653,1	n.d.
Artes Escénicas	9.126,1	10.149,7	12.086,3	13.631,2	n.d.	n.d.	n.d.

1. n.d es no disponible
Fuente: Elaboración propia con datos de Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR

La producción total del Sector cultura demuestra incrementos anuales en forma sostenida, ya que en los años en que se observan tasas negativas, se debe a la falta de información de sectores importantes en su aporte productivo especialmente lo relativo a “Publicidad”.

En cuanto a los subsectores, el de “Publicidad”, es el de mayor producción, siendo el nivel de producción con crecimiento positivo, sin embargo, no se puede valorar su comportamiento en forma total por falta de información. En los años en que se pueden comparar todos los subsectores, el subsector Audiovisual, en el cual se

ubican las actividades que se afectan con el proyecto, tiene el segundo nivel de producción anual más alto, aunque demuestra un comportamiento irregular en sus valores de crecimiento, el mismo siempre es positivo.

En el siguiente cuadro se incorporan las tasas de crecimiento anual, de cada subsector:

Cuadro 3
Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Producción, según Subsector Cultural
Tasa de Crecimiento Anual
Período 2010-2016

SUBSECTOR	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	14,2	11,4	0,2	-40	5,1	-55,3
Publicidad	11,2	11,8	7,5	n.d-	n.d-	n.d.
Audiovisual	10,2	8,3	6,7	16,7	6,1	n.d.
Educación Cultural y Artística	45	12,1	18,1	10,5	9,4	4,7
Editorial	2,7	10,6	-2	-1,4	-9,3	-0,4
Diseño	11,8	17,1	n.d-	n.d-	n.d-	n.d-
Música	11,5	10,9	3,1	n.d-	n.d-	n.d-
Artes Visuales	14,3	14,7	9,9	9,8	2,5	n.d-
Artes Escénicas	11,2	19,1	12,8	n.d-	n.d-	n.d-

Fuente Cuenta Satélite del Sector Cultura

El valor agregado a la economía por cada subsector cultural, permite tener una visión del monto en que aumenta el valor monetario de un bien o servicio, al aplicar los diferentes insumos nacionales durante el proceso productivo. En el siguiente cuadro se incorpora la desagregación del Valor Agregado por Subsectores del sector Cultura:

Cuadro 4
Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Valor Agregado, según Sector Cultural
Período 2010-2016
millones de colones

SECTORES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	**424.946,4**	**479.166,8**	**530.837,6**	**543.524,7**	**327.166,3**	**345.213,1**	**200.767,3**
Publicidad	178.856,9	185.616,7	210.509,8	227.200,9	n.d.	n.d.	n.d.

Educación Cultural y Artística	68.294,3	99.409,3	110.872,1	130.213,6	143.591,3	157.745,4	164.337,4
Audiovisual	89.056,8	99.078,1	101.936,7	109.681,3	122.811,2	130.085,1	n.d.
Editorial	37.400,0	37.376,5	42.557,4	41.254,9	40.943,4	36.850,2	36.429,9
Diseño	24.908,8	27.527,3	31.098,3	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Artes Visuales	12.790,0	14.756,3	16.691,2	18.150,1	19.820,3	20.532,4	n.d.
Música	11.441,8	12.924,8	14.045,7	13.801,8	n.d.	n.d.	n.d.
Artes Escénicas	2.197,9	2.477,7	3.126,4	3.222,0	n.d.	n.d.	n.d.

Fuente Cuenta Satélite del Sector Cultura

El cuadro anterior, permite concluir que, para los años con que se cuenta con información para todos los sectores, el subsector Publicidad es el que mayor monto absoluto aporta como valor agregado, le sigue el subsector Educación Cultural y Artística y luego el subsector Audiovisual, siendo el de Artes escénicas el que menor valor agregado absoluto aporta.

Para efectos de análisis, la cuenta de valor agregado tiene más información que las cuentas totales por ello se presenta el siguiente cuadro:

Cuadro 5
Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Contribución porcentual del valor agregado en el Producto Interno Bruto, según sector cultural
Período 2010-2015

SECTORES	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Publicidad	0,913%	0,869%	0,901%	0,914%	0,838%	0,789%
Educación Cultural y Artística	0,348%	0,465%	0,474%	0,524%	0,527%	0,539%
Audiovisual	0,454%	0,464%	0,436%	0,441%	0,451%	0,444%
Editorial	0,191%	0,175%	0,182%	0,166%	0,150%	0,126%
Diseño	0,128%	0,129%	0,142%	0,147%	0,139%	0,135%
Artes Visuales	0,065%	0,069%	0,071%	0,073%	0,073%	0,070%
Música	0,058%	0,060%	0,060%	0,056%	0,052%	0,059%
Artes Escénicas	0,011%	0,012%	0,013%	0,015%	0,015%	0,014%
Total	**2,170%**	**2,243%**	**2,281%**	**2,334%**	**2,245%**	**2,176%**

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR.

El valor agregado por Sector Cultura en el cálculo del PIB representa aproximadamente el 2.2%, el cual se mantiene muy constante, siendo que, en el análisis por categoría productiva, las que más aportan resultan ser las relacionadas con el subsector de publicidad, el subsector del conocimiento profesional y el subsector audiovisual.

En el Anexo 3, se puede observar los datos referentes al total producido por el sector cultura ordenado por subsectores y actividades, de tal manera que, a nivel de la producción de los subsectores, se tiene que el de mayor generación de producto es el "subsector Publicidad" con un 40%, siendo que dentro de este la actividad "Otras actividades de Publicidad" aporta alrededor del 30% de todo el Sector Cultura.

Mientras que para el subsector Audiovisual, que representa el segundo lugar con tasas de participación anual que rondan el 25%, es relevante hacer notar que , dentro de éste, las actividades que, más aportan al producto cultura son: "Servicio de televisión por suscripción" con alrededor del 16% y "Programación y transmisión de televisión, programación de radio y actividades de agencias de noticias" con tasas de participación de alrededor del 5,5%; estas dos actividades que se relacionan con la rama de televisión y radio, reflejan en conjunto alrededor del 22% del todo el sector Cultura, mientras que la **"**Distribución y exhibición de películas cinematográficas y cintas de vídeo" únicamente aporta valores que rondan el 2%, y Cine y Video aportan alrededor del 1,5%.

Para valorar las actividades relacionadas con la iniciativa, esta asesoría incluye las siguientes definiciones y comentarios [15]:

- *La medición del Sector Audiovisual dentro del marco de construcción de la CSCCR se implementó bajo los lineamientos establecidos en el Manual del Convenio Andrés Bello (CAB), identificando las siguientes actividades productivas, a partir de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, CIIU Rev. 4.*

Costa Rica: actividades características del Sector Audiovisual
Clase CIIU 4 Actividades características
5911 Producción de películas cinematográficas,
vídeos y programas de televisión
5912 Postproducción de películas cinematográficas,
vídeos y programas de televisión
5913 Distribución de películas cinematográficas,
vídeos y programas de televisión
5914 Exhibición de películas cinematográficas y cintas
de vídeo
6010 Transmisiones de radio
6020 Programación y transmisiones de televisión
6110 Telecomunicaciones alámbricas
6120 Telecomunicaciones inalámbricas

[15] Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud. Unidad de Cultura y Economía / Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: Metodología y
Resultados. 1 ed. San José: Editorial MCJ, 2017

6130 Telecomunicaciones por satélite
6391 Actividades de agencias de noticias

- *La actividad audiovisual es de carácter cultural debido a que su razón de ser consiste en crear, expresar, conservar, interpretar y transmitir contenidos simbólicos. (subrayado de esta Asesoría)*
- *Para efectos de presentación de los indicadores monetarios y no monetarios del Sector Audiovisual las actividades económicas se agrupan dando origen a los siguientes subsectores:*
    - *Cine y vídeo*
    - *Cine y vídeo*
- *Animación digital, videojuegos y multimedia*
- *Servicio de televisión por suscripción*
- *Radio, televisión y agencias de noticias*

- ***Caracterización del sector:***
  El Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la UNESCO (2009), establece dentro del dominio Medios Audiovisuales e Interactivos: la difusión por Radio y Televisión (incluyendo la transmisión de datos por Internet en tiempo real o streaming), Filmes y Vídeos y los Medios Interactivos. Este último dominio cubre los juegos de vídeo y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en Internet o mediante computadoras.
  En él se incluyen los juegos en línea, los portales y los sitios web diseñados para actividades asociadas con redes sociales como Facebook y el podcasting en Internet, tal como YouTube. (UNESCO 2009, p. 27).
  Asimismo, el MEC indica que los programas de software y computadoras (y agregaríamos otros dispositivos) deben excluirse por considerarse parte del dominio transversal Equipamiento y Materiales de Apoyo.
  Con el fin de comprender el funcionamiento básico del Sector Audiovisual seguidamente se muestra el diagrama que toma como punto de partida el ciclo cultural presentado en el MEC de la UNESCO.

- *El diagrama que toma como punto de partida el ciclo cultural presentado en el MEC de la UNESCO, que es el siguiente:*



Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ, a partir de información del MEC de la UNESCO (2009) y la colaboración de agentes del Sector Audiovisual del país.

- *Consumo audiovisual en Costa Rica*
  La Encuesta Nacional de Cultura 2013 indaga aspectos relevantes sobre el consumo de productos audiovisuales, en el país, vinculados con la televisión, la radio, el cine, los vídeos y los videojuegos. Entre sus principales resultados destacan:

- *El 93,6% de la población de 5 años y más que fueron encuestados (4.346.737 personas) vio televisión al menos uno de los últimos siete días, convirtiéndose en la actividad cultural de mayor frecuencia entre la población de Costa Rica.*
- *Los programas más vistos por la población de 12 años y más que vio televisión (3.546.811 personas) fueron los noticieros (59,5%), seguidos por las películas (25,2%) y las telenovelas (23,9%).*
- *El 57,3% de la población de 5 años y más escuchó radio en los últimos siete días.*
- *El 36,5% de la población de 5 años y más asistió al menos una vez al cine en los últimos 12 meses.*
- *El 19,7% de la población de 12 años y más vio películas costarricenses en los últimos 12 meses (744.509 personas), siendo la televisión el medio que más utilizó para verlas (74,1%).*
- *El 33,9% de la población de 5 años y más vio vídeos musicales en los últimos 30 días.*
- *El 28,9% de la población de 5 años y más jugó videojuegos en los últimos 30 días.*
- *Los dispositivos más utilizados por las personas de 12 años y más para jugarlos fueron las consolas (63,5%), seguidas por los celulares o teléfonos móviles (19,9%) y las computadoras*

(11,6%).

- *El 43,9% de la población de 5 años y más que usó internet en los últimos 30 días (2.412.934 personas) lo hizo para ver o descargar películas o vídeos y el*
- *38,6% jugó o descargó videojuegos (la segunda y tercera actividades culturales de mayor frecuencia realizadas en internet, después de escuchar o descargar música, con un 62,9%).*

La conceptualización previa demuestra que en el Subsector Audiovisual se incorporan una serie de actividades que resultan importantes y productivas por sí mismas, como lo relativo a televisión, radio, internet, y como el proyecto se relaciona con la producción cinematográfica y la audiovisual, se encontrarían dentro de este subsector.

Con las definiciones se podría estar planteando un problema de aplicación de las acciones incorporadas en el proyecto, pues estas deberían aplicarse a cualquier de las actividades económicas señaladas, mientras parece que el objetivo es cubrir únicamente la producción audiovisual y la de cine, pero por lo amplio del subsector podría presentarse esta situación , lo cual haría que empresas de televisión, de cualquier modalidad, o de noticias, por ejemplo diarios, puedan exigir su ingreso a los programas del fondo y los beneficios tributarios que se planteen, afectando así tanto a la utilización y destinos de los recursos como los ingresos del Gobierno Central.

Cifras del Subsector Audiovisual

Los siguientes datos representan diferentes variables de la actividad económica del subsector audiovisual en el sistema económico nacional.

Cuadro 6
Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Cuenta de producción del Sector Audiovisual
Principales agregados
Período 2010-2015
Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estructura %	2011	Estructura %	2012	Estructura %	2013	Estructura %	2014	Estructura %	2015	Estructura %
Producción	186.506,3	100,0%	205.526,7	100,0%	222.624,2	100,0%	237.451,7	100,0%	277.016,5	100,0%	293.800,2	100,0%
Consumo intermedio	97.449,5	52,2%	106.448,7	51,8%	120.687,5	54,2%	127.770,4	53,8%	154.205,3	55,7%	163.715,2	55,7%
Valor agregado bruto	89.056,8	47,8%	99.078,1	48,2%	101.936,7	45,8%	109.681,3	46,2%	122.811,2	44,3%	130.085,1	44,3%

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR.

Como se observa, el subsector mantiene una producción en crecimiento, en la que el valor agregado ha ido perdiendo su porcentaje de participación en el periodo, mientras el consumo intermedio que se relaciona con el gasto que se genera por una serie de insumos que se requieren para el proceso productivo, cada vez tiene mayor proporción.

A continuación, se refleja el comportamiento de la actividad cine y video que forma parte del subsector audiovisual y que como ya fue referido es una actividad con un nivel de representatividad muy bajo, pero parece referirse a la producción de origen nacional

Cuadro 7

Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica

Cuenta de producción de las actividades producción y postproducción de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión[1], Subsector: cine y video

Principales agregados

Período 2010-2015

Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estructura %	2011	Estructura %	2012	Estructura %	2013	Estructura %	2014	Estructura %	2015	Estructura %
Producción	10.142,7	100,0%	10.463,7	100,0%	10.832,9	100,0%	11.807,8	100,0%	13.009,7	100,0%	13.149,1	100,0%
Consumo intermedio	6.954,6	68,6%	7.216,0	69,0%	7.220,7	66,7%	7.845,8	66,4%	8.386,8	64,5%	8.163,2	62,1%
Valor agregado bruto	3.188,1	31,4%	3.247,8	31,0%	3.612,2	33,3%	3.962,0	33,6%	4.622,9	35,5%	4.985,9	37,9%

[1]Agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 5911 y 5912.

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR.

Como se nota, el consumo intermedio es elevado, y su participación ha ido en disminución, lo cual significa que cada vez se utilizan en menor grado, mientras el valor agregado ha aumentado en alrededor del 6%, en el periodo, lo cual es un buen indicador pues, demuestra que el proceso productivo genera riqueza nacional.

Para efecto de brindar un panorama general comparativo en relación con las cifras anteriores, se proporciona información sobre las actividades relacionadas con la distribución y exhibición de películas, videos y programas de televisión:

Cuadro 8

Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Cuenta de producción de las actividades distribución y exhibición de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión[1]
Principales agregados
Período 2010-2015

Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Valor de la Producción						
Producción	**13.694,5**	**16.252,3**	**16.810,1**	**18.192,5**	**18.412,8**	**22.329,2**
Consumo intermedio	8.126,8	9.820,7	10.079,1	11.383,0	11.726,6	13.664,4
Valor agregado bruto	5.567,7	6.431,6	6.731,1	6.809,5	6.686,2	8.664,9

Estructura de Participación de los Principales agregados						
Producción	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**
Consumo intermedio	59,3%	60,4%	60,0%	62,6%	63,7%	61,2%
Valor agregado bruto	40,7%	39,6%	40,0%	37,4%	36,3%	38,8%

[1]Agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 5913 y 5914.
Fuente: Elaboración propia con datos del Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR.

Es clara la gran diferencia en valores absolutos, entre ambos grupos a favor del ultimo, lo cual significa que estas fases del proceso productivo completo generan mayor producto que la fase de producción, y si se refiere la venta y exhibición de películas y videos extranjeros, un elemento explicativo sería la calidad y posicionamiento de dichos productos en el mercado internacional y nacional.

A continuación, y por ser importante para el análisis económico, se presenta el comportamiento de la oferta de las salas de cine, que como es bien conocido el producto que ofrece por lo general proviene del exterior, pero los especialistas de las estadísticas lo han incorporado dentro del sector señalado:

Cuadro 9
Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Equipamiento de los exhibidores cinematográficos por provincia

Concepto	Año 2014		Año 2015	
Ubicación por provincia	Número de salas	Número de butacas	Número de Salas	Número de butacas
Alajuela	13	2.191	30	5327
Cartago	26	6.012	26	4.292
Guanacaste	4	602	5	700
Heredia	11	1.677	11	1.498
Puntarenas	4	334	4	334
San José	52	9.289	63	10.773
TOTAL	**110**	**18.481**	**139**	**22.924**

Fuente: Elaboración propia con datos de Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR

Como se observa, en una año, el total de salas del país aumentó en 29, que equivale a una tasa del 26%, mientras las butacas demostró un crecimiento absoluto de 4.443, que equivale al 24%, lo cual significa que las nuevas salas tienen en promedio menos butacas que las anteriores, o sea se construyen salas más pequeñas, lo cual se explica en que se construyen varias salas en un mismo local comercial, pero con poca oferta de butaca, esto tiene la finalidad de ofrecer varias películas o eventos, para diferentes grupos de consumidores con gustos y preferencias diferentes en el mismo centro, atrayendo así a mayor cantidad de

consumidores. Este comportamiento se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 10
COSTA RICA
Equipamiento de los exhibidores cinematográficos por provincia
Comparativo Año 2014- 2015

Exhibidor cinematográfico		Número de salas	Número de butacas	Exhibidor cinematográfico		Número de salas	Número de butacas
1	CCM Mall Internacional	4	635	17	CitiCinemas Outlet Alajuela	4	635
5	CCM San Carlos	3	698	4	CCM San Carlos	3	698
7	CCM San Ramón	3	366	6	CCM San Ramón	3	366
15	CitiCinemas Plaza Grecia	3	492	19	CitiCinemas Plaza Grecia	3	492
12	Cinépolis Paseo Metrópoli	8	1.382	14	Cinépolis Paseo Metrópoli	8	1382
13	Cinépolis Terramall	15	2.458	15	Cinépolis Terramall	15	2458
18	Multicines Plaza Paraíso	3	548	2	CCM Paraíso	3	452
17	Multicines Liberia	4	602	23	Multicines Liberia	4	602
2	CCM Mall Real Cariari	6	854	20	CitiCinemas Real Cariari	6	854
3	CCM Paseo de las Flores	5	823	13	Cinépolis Paseo de las Flores	5	644
14	CitiCinemas Plaza Coral Jacó	4	334	18	CitiCinemas Plaza Coral Jacó	4	334
4	CCM Plaza Lincoln	8	1.173	12	Cinépolis Lincoln	8	940
6	CCM San Pedro	10	1.350	5	CCM San Pedro	10	1350
8	Cine Magaly	1	540	7	Cine Magaly	1	540
9	Cinemark Multiplaza Curridabat	8	1.717	9	Cinemark Multiplaza Curridabat	8	1717
10	Cinemark Multiplaza Escazú	8	1.508	10	Cinemark Multiplaza Escazú	8	1508
11	Cinépolis Desamparados	6	1.121	11	Cinépolis Desamparados	6	1121
16	Multicinemas Pérez Zeledón	3	380	21	Multicinemas Pérez Zeledón	3	380
19	NOVA Cinemas Escazú	7	1.280	25	NOVA Cinemas Escazú	7	1280
20	Sala Garbo	1	220	26	Sala Garbo	1	220
				3	CCM Plaza Mayor	2	272

				8	Cinemark CityMall Alajuela	8	1667
				16	CitiCinemas City Place	4	780
				1	Beach Cinema Hermosa	1	98
				22	Multicinemas San Rafael	5	665
				24	NOVA Cinemas Alajuela	9	1469
Total		**110**	**18.481**			**139**	**22924**

Fuente: Elaboración propia con datos de Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR

Como se puede observar, el promedio de butacas por sala de cine, paso de 168 en el 2014 a 164 en el 2015, comportamiento que obedece tanto a que las nuevas salas tienen menor cantidad de butacas, como a que una sala existente fue remodelada y ofrecen menor cantidad de butacas.

IV. CONSIDERACIONES SOBRE LA TEMATICA EN ESTUDIO

Sobre la Actividad Cinematográfica del País

El Centro Costarricense de Producción Cinematográfica se crea en el año 1977, no obstante, en el país existían los siguientes órganos relacionados con esta actividad: Departamento de Cine del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes y la Cinemateca Nacional, los cuales se refunden dentro del CCPC.

Dentro de los objetivos y fines que posee este ente, se encuentran:

- Fomentar y desarrollar la producción y cultura cinematográfica nacionales.
- La producción, adquisición, archivo y distribución de toda naturaleza de películas, sin perjuicio de las que realicen los particulares.
- Organizar cursos de los diversos procesos de la producción cinematográfica.
- Organizar funciones y festivales de cine.
- Crear premios ocasionales o periódicos en el campo de la Cinematografía.
- Representar a Costa Rica, en los eventos internacionales sobre cinematografía.

Con la finalidad de ilustrar el desarrollo de la actividad en estudio, en el Anexo1 se presenta un resumen del estudio de María Lourdes Cortés[16], los cuales permiten ubicar temporal y funcionalmente esta actividad, y desde el análisis económico

[16] **María Lourdes Cortés;** Historia Del Cine Costarricense- publicado en Diccionario del Cine Iberoamericano. España, Portugal, y América; SGAE, 2011; Tomo 2, pp. 942-950

permite obtener las características más relevantes del cine costarricense, los cuales se exponen a continuación:

- La producción de cine nacional tiene una larga data.

- La tipología de la producción nacional ha tenido varios enfoques, desde lo comercial a la crítica social.

- La iniciativa privada, aunque financiada por terceros, ha sido la responsable de los avances en la dirección del enfoque comercial, aunque este no ha logrado calar en los consumidores nacionales.

- A partir de la creación del CCPC, se han observado diferentes corrientes de pensamiento y dirección de la actividad, lo cual no ha permitido el desarrollo comercial, ni un fuerte impacto en los patrones de consumo del bien producido.

- A través de la historia se dieron intentos por fortalecer la oferta desde el sector privado, pero fueron intentos muy focalizados en individuos, no en grupos.

- El papel del Estado en la formación de la industria ha sido débil, pues, aunque se creó un ente para su fomento, no estableció principios económicos ni objetivos claros, de tal manera que el rumbo de la actividad parece obedecer a los intereses sociopolíticos de los dirigentes de la institución más que a la creación de una industria nacional que compita con otros mercados o por lo menos con otros productores extranjeros. Lo cual resulta ineficiente pues se afectó el crecimiento de una industria nacional, la cual carecía del conocimiento, la técnica, el financiamiento y los recursos necesarios para competir con la producción externa.

- Es, a todas luces, claramente deducible que en el quehacer del Centro no se observa la creación de una industria privada comercial, de carácter competitiva, sino que se ha dirigido a la crítica social y política, apartándose del rumbo y tipología de la gestión que históricamente se observa.

De lo señalado se retoman, a manera de fundamentos, las siguientes:

- La producción de cine en Costa Rica es una industria con muy poco desarrollo, que se inició y ha continuado por el interés de personas entusiastas, no por profesionales o empresarios interesados en su explotación comercial.

- No ha existido una política pública que siente las bases para el desarrollo de la industria, aun cuando se creó el CCPC, sus objetivos fueron muy generales y centrados a que el mismo ente fuese el productor de los productos.

- No ha existido estudios de mercado tendientes a conocer los gustos y preferencias del producto nacional.

- No hay una clara definición de lo que se persigue con la producción nacional, si es para competir, para socializar la realidad nacional, para fortalecer los principios culturales nacionales o simplemente para satisfacer los deseos de grupos académicos o críticos del quehacer nacional o centroamericano.

- Las posiciones de los entes culturales internacionales, a los que se pertenece, tienden al desarrollo de un cine crítico, que refleje las realidades de grupos específicos, como por ejemplo: la diversidad cultural (siendo este el tema primordial), la discriminación étnica o regional, eta posición queda claramente reflejada de los acuerdos mencionados, así como en la iniciativa en estudio (véase página 2 de la Exposición de Motivos "*A pesar de estos números alentadores y de enormes avances de los creadores nacionales en la producción de cine, series de televisión, videojuegos y productos transmediáticos, la construcción de contenidos simbólicos propios es apenas una parte muy pequeña del pastel. Aún más, una vez creados esos artefactos culturales encuentran grandes problemas para acceder al gran público. Es aquí donde resulta fundamental el rol del Estado para hacer realidad nuestro derecho a la cultural y a nuestra propia diversidad cultural.")*

- A nivel nacional no han existido ni se han desarrollado los recursos o factores necesarios para cubrir las necesidades que demanda la producción de videos y películas y productos semejantes, de tal manera que el recurso humano especializado es escaso y se tiene que preparar en el exterior, no hay la infraestructura material, ni existe recursos financieros para sostener una producción.

- Por una serie de razones expuestas y otras explicadas por el propio funcionamiento del CCDC, este no ha alcanzado su objetivo ni fines que dieron origen a su creación.

Alcance de las Modificaciones Propuestas

La iniciativa propone una modificación a la normativa existente, no crea una nueva actividad ni en lo cultural ni en lo económico, sino que modifica algunas condiciones al ente rector y al financiamiento público de las actividades económicas involucradas en este tema, por lo cual en el presente ítem se presenta un comparativo entre la situación actual del ente afectado y lo propuesto en el proyecto,

En el siguiente cuadro se incorporan, únicamente en lo relevante para el informe económico, las diferencias de los objetivos y funciones actualmente establecidos

por la ley del CCDC y lo propuesto por el proyecto, para así valorar su posible efecto económico:

Cuadro 11
Comparativo de Variables de Interés

Ley N°6158 Creación del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica	Expediente N°20661
OBJETIVO	
Fomentar y desarrollar la producción y cultura cinematográfica nacionales	Fomento y desarrollo de la producción y cultura cinematográfica y audiovisual, Promover la actividad cinematográfica y audiovisual de forma sistémica en todo su ciclo creativo-productivo desde la producción, la distribución y la exhibición hasta la conservación y difusión del acervo cinematográfico. Así como promocionar la educación cinematográfica y audiovisual, la formación de públicos, la investigación, así como la promoción y fomento de emprendimientos culturales.
COMPETENCIAS DEL CENTRO	
La producción, adquisición, archivo y distribución de toda naturaleza de películas, sin perjuicio de las que realicen los particulares. Organizar cursos de los diversos procesos de la producción cinematográfica. Organizar funciones y festivales de cine	Trazar las políticas y adoptar decisiones para el desarrollo cultural, artístico, industrial y comercial de la cinematografía y audiovisual nacional, así como para su distribución, exhibición, conservación y divulgación Propiciar la creación y el fortalecimiento de empresas creativas audiovisuales, en el marco de las políticas públicas relacionadas con el desarrollo de la economía basada la creación, la propiedad intelectual y el conocimiento. Promover y velar por las condiciones de competitividad para la obra cinematográfica y audiovisual costarricense y dictar normas sobre los porcentajes de participación nacional en obras cinematográficas y audiovisuales nacionales. Promover los estímulos e incentivos previstos en esta ley y vigilar el adecuado funcionamiento del Fondo de Fomento. Proteger y ampliar los espacios dedicados a la exhibición cinematográfica y audiovisual.

	Mantener un sistema de información y registro sobre agentes o sectores participantes de la actividad, cinematográfica y audiovisual en Costa Rica y, en general, estadísticas de producción, asistencia y consumo.
FUNCIONES DEL CENTRO	
	Fomentar el desarrollo cinematográfico y audiovisual en su dimensión cultural y como parte de una economía creativa basada en la creación, propiedad intelectual y el conocimiento. Elaborar la política de desarrollo cinematográfico y audiovisual, en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo. Fomentar acciones e iniciativas para el desarrollo de la alfabetización cinematográfica y audiovisual como medio de expresión de la diversidad cultural costarricense y mundial. Realizar y apoyar la capacitación, así como las investigaciones y publicaciones dentro del campo cinematográfico y audiovisual. Promover la creación, la distribución y la exhibición de obras cinematográficas y audiovisuales costarricenses, en el país y el mundo. Apoyar el fortalecimiento de empresas creativas audiovisuales. Fomentar la producción, la distribución y la exhibición, bajo principios de reciprocidad, de la producción cinematográfica y audiovisual de países o uniones de países con los cuales se mantengan acuerdos de coproducción, cooperación y acceso preferencial. Producir y coproducir obras cinematográficas y audiovisuales. Mantener una coordinación permanente entre las entidades y organizaciones de los sectores participantes para facilitar la labor institucional público-privada y las gestiones de aquellas, en favor de las realizaciones y producciones cinematográficas y audiovisuales.

DESTINO DE LOS RECURSOS DEL FONDO ADMINISTRADO POR EL CENTRO	
	Los recursos del Fondo se ejecutarán con destino a: 1- Promover, fomentar y desarrollar planes y programas educativos de formación en las áreas cinematográficas y audiovisuales; así como en la formación y sostenibilidad de emprendimientos culturales en esta área. 2- Otorgar recursos financieros a la producción y realización de obras cinematográficas y audiovisuales costarricenses, así como a la distribución, exhibición y divulgación de la obra cinematográfica y audiovisual nacional o aquella internacional de particular valor cultural. 4- Investigaciones en el campo de la actividad cinematográfica y audiovisual; en derechos de autor; así como para la comercialización, distribución y exhibición de la obra cinematográfica y audiovisual, de forma que pueda contribuir a la fijación de las políticas nacionales en la materia y al establecimiento de estímulos a la formación en diferentes áreas de la cinematografía.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Exposición de Motivos, el marco legal vigente y el texto del proyecto de ley en estudio.

El comparativo anterior, permite observar la cobertura que asigna el proyecto al ente rector del sector de cine y audiovisual, que es más amplia a la que posee actualmente, tanto en las actividades económicas sobre las que ejercerá sus potestades, como en mecanismos de gestión, financiamiento, en el ciclo productivo que fiscalizará y fomentará.

Destaca, las funciones, objetivos y acciones que ejercerá este ente público, pues deberá definir una serie de instrumentos que permitan desarrollar la actividad cinematográfica y la audiovisual, no obstante este señalamiento, a continuación, se valora la actuación del ente en cada actividad objeto del proyecto:

a) Actividad Cinematográfica

En lo que respecta a la actividad cinematográfica, el ente debía haber logrado un mayor desarrollo en los últimos 50 años pues la ley actual, que rige desde la década de los 70, fijo como su objetivo fundamental el de *"Fomentar y desarrollar la*

producción y cultura cinematográfica nacionales”.

Al valorar este objetivo vigente, se puede señalar que es tan amplio como la suma de las funciones que se le están asignando en el proyecto de ley, las cuales se pueden considerar como un detalle o desglose del objetivo que actualmente lo rige. Esta asesoría considera señalar que, desde la óptica de administración o de la definición de acciones de política económica, el concepto de fomento, se relaciona con la promoción de una actividad por parte de sujetos económicos, sean particulares o públicos, cuya finalidad es lograr una mejora en el bienestar general o al menos cubrir una necesidad que se considera de utilidad pública. Para lograrlo se definen y ejecutan instrumentos administrativos, así como mecanismos operativos, tales como incentivos económicos, entre los que se encuentran: los fiscales, los subsidios, el financiamiento directo, reembolsable o no reembolsable que los particulares realicen por sí mismos actividades consideradas de utilidad general.

Sin embargo, los resultados que se observan en el siguiente cuadro, demuestran la poca acción o reacción que se ha logrado en esta actividad económica:

Cuadro 12

Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica	
Producciones costarricenses exhibidas en salas de cine del país	
Período 2010-2015	
Año de exhibición	**TOTAL PRODUCCIONES**
2010	7
2011	4
2012	3
2013	5
2014	4
2015	10

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR, a partir de datos del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica y la Cámara de

Como se observa, en el periodo de 6 años se generaron 33 producciones nacionales, este resultado asociado a las observaciones que se presentan en la Reseña Histórica, demuestran el débil papel que ha ejercido el ente.

b) Actividad Audiovisual

Según el proyecto, esta actividad no se contempló en la ley vigente, y por ello es necesario ampliar el rango de acción de la ley, de tal manera que el proyecto le da la potestad de cubrir el fomento y desarrollo de esta área económica.

En la reseña histórica se señala que esta industria ha venido en auge desde finales del siglo recién pasado, comportamiento que se explica por el bajo costo relativo de los audiovisuales.

De tal manera que al consultar algunas páginas web[17], se encuentra que en IVENTOS, ubican 108 empresas dedicadas a esta actividad en todo el territorio nacional, siendo en San José donde se encuentran 52 de ellas, o sea el 48%, mientras que, en Limón y Puntarenas, se han creado 4 en cada provincia. Mientras el programa "SICULTURA" se señalan un total de 230 entes dedicados a esta categoría.

Por otra parte, la enseñanza de esta técnica ha venido en aumento; para ilustrarlo se presenta los comentarios realizados en el Diario La Nación Digital:

> *"Hace 12 años, María tiró la toalla. Era estudiante universitaria y llevaba como sueño estudiar producción audiovisual, pero, en aquel entonces, cumplir con ese sueño, en Costa Rica, no era tarea fácil.*
>
> *Las universidades estatales no habían abierto todavía sus programas de enseñanza en este campo y no había tampoco muchas academias o centros donde estudiar.*
>
> *Desde entonces, la situación ha cambiado. Hoy la realidad es otra en Costa Rica y, desde hace algunos años, se asoman programas, talleres y cursos en el campo del cine y la producción audiovisual."*
>
> *"El Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) tiene un programa de capacitación en el área de la producción audiovisual, el cual se desarrolla e imparte en el Centro de Imagen, ubicado en la sede metropolitana que esa entidad tiene en San José centro."*
>
> *"Las universidades estatales también tienen la puerta abierta. La carrera de Ciencias de la Comunicación Colectiva ofrece una licenciatura con énfasis en producción audiovisual."*
>
> *"La Universidad Estatal a Distancia (UNED) no ha implementado la carrera en el campo de la producción audiovisual, sin embargo, tiene en línea al menos una buena pincelada de lo que es el campo de la realización. En la dirección electrónica www.uned.ac.cr es posible llegar al apartado Aprendiendo a producir, una ventana de la página web de la UNED que detalla el proceso de la producción, la preproducción, la posproducción y los procesos de edición.*

[17] **https://www.ineventos.com/cr/produccion-audiovisual**

Esa "ventana" está a cargo del Programa de Producción de Materiales Audiovisuales de la Universidad Estatal a Distancia, una de las productoras educativas más desarrolladas de América Latina y que lleva 24 años funcionando.

Por su parte, el Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC) también cuenta con un programa de cursos de extensión para la comunidad en el que se contempla un entrenamiento básico en la producción y el video. Los cursos son manejados por la Casa de la cultura de esta entidad y los mismos son variados y definidos conforme avanza el periodo lectivo del TEC."

"El Centro Costarricense de Producción Cinematográfica –o Centro de Cine– no tiene un programa establecido. Pero, esta es una de las entidades que durante varios años ha abierto talleres y cursos relacionados con el cine y la producción audiovisual, aprovechando el recurso humano existente en el país o que viene por circunstancias especiales."

"El Programa Identidad Cultural, Arte y Tecnología que está ligado a la Facultad de Artes de la Universidad Nacional.

El plan capacita en producción audiovisual interactiva digital. Imparten cursos que van desde guion y estructura dramáticas hasta montaje básico de imagen digital, animación, producción para web y cd room."[18]

También, el desarrollo de la actividad ha contado con el apoyo estatal[19], tal como se demuestra en las siguientes afirmaciones de la entonces viceministra de Cultura:

"Costa Rica Audiovisual:

"La oportunidad que esperábamos.

La Viceministra de Cultura Aurelia Garrido presentó oficialmente al sector audiovisual el programa Costa Rica Audiovisual, una importante iniciativa en pro de esta industria emergente.

El pasado martes 18 de setiembre, la Viceministra de Cultura presentó a miembros del sector de la producción audiovisual, el programa Costa Rica Audiovisual, la iniciativa más importante y ambiciosa en pro del sector que se ha generado desde el Ministerio de Cultura en los últimos años.

A la cita acudió una buena cantidad de publicistas, cineastas, productores

[18] http://wvw.nacion.com/viva/2002/septiembre/04/portada.html
[19] http://www.redcultura.com/php/Articulos213.htm; 24/10/2007 1Natalia Rodríguez nrodriguez@redcultura.com

audiovisuales, tanto de colectivos formales como de individuales, quienes colmaron el Teatro 1887 del CENAC para escuchar detenidamente en qué consiste Costa Rica Audiovisual.

La cabeza del proyecto ha sido la Viceministra de Cultura Aurelia Garrido, quien desde el principio de su gestión manifestó su interés por reconocer y responder al talento nacional existente en esta área. Ella confía en que una vez finalizada su gestión, el nuevo gobierno le dé continuidad.

Costa Rica Audiovisual es un proyecto amplio, que busca básicamente: brindar un mayor apoyo del Estado a la producción y establecer alianzas con el sector audiovisual nacional y con entidades públicas. Además, pretende promover a Costa Rica como locación y venta de servicios de cualquier etapa de producción para audiovisuales extranjeros.

"Estos son los principales puntos del programa, según lo explicado por la Viceministra de Cultura durante el pasado 18 de setiembre: Mayor apoyo del Estado a la producción audiovisual:

Asignación de 20 millones de colones del Fondo Proartes para incentivar la realización proyectos audiovisuales. Las bases de participación ya están publicadas.

Ingreso a Ibermedia en el 2008. Costa Rica deberá dar un aporte de US$100.000 dólares al Fondo de Ibermedia, los cuales ya están presupuestados. Esto dará derecho a que costarricenses presenten proyectos para concursar en el fondo, que es de más de US$5 millones.

Alianzas con el sector audiovisual nacional

Realización de jornadas de trabajo con el sector audiovisual para identificar las áreas con mayor necesidad de apoyo y las áreas de mayor potencial. Estas jornadas ya iniciaron y continuarán durante el resto del año. Acompañamiento del MCJD en la redacción del proyecto de la Ley de Fomento a la Industria Audiovisual. La Ley debe estar lista antes del 2010, según el Plan Nacional de Desarrollo.

Alianzas con entidades públicas

Acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior para promover la producción y exportación de servicios culturales, con un énfasis en el audiovisual, así como promover una imagen internacional de Costa Rica vinculada con un alto componente artístico y cultural. Se busca promover que los costarricenses proveedores de servicios relacionados con el sector cultura puedan proyectarse y vender sus servicios a nivel mundial. En este momento, CINDE se encuentra

realizando un estudio de atracción de inversión de sector audiovisual, el cual se presentará en unos meses. Hacerse visibles en los mercados y públicos internacionales, comunicando y mostrando las características y atributos con que se desea ser reconocido en el área de la cultura, incluido el audiovisual."

De lo señalado se deduce que, aunque la ley no haya señalado el deber del desarrollo o fomento del área audiovisual, el Estado mediante el MCJ y el ente en estudio ha generado esfuerzos para su implementación y desarrollo, de tal manera que los logros han sido positivos.

En el siguiente cuadro se incluyen las cifras relacionados con los proyectos y recursos públicos que han sido financiados y destinados en el periodo señalado

Cuadro 13
Cuenta Satélite de Cultura
Cantidad de proyectos beneficiados y monto otorgado para el Sector Audiovisual según programa o fondo concursable
Período 2010-2015

Programa o fondo que financia	Año	Cantidad de proyectos	Monto otorgado en colones	Monto otorgado en dólares
			en millones	
TOTAL		**136,0**	1420,74	2,74
Fondo para el Fomento Audiovisual y Cinematográfico "El Fauno"	**2015**	8,0	250,00	0,47
IBERMEDIA	**2010**	9,0	115,65	0,22
	2011	8,0	106,19	0,21
	2012	8,0	112,65	0,22
	2013	6,0	133,43	0,27
	2014	3,0	21,32	0,04
	2015	4,0	130,97	0,25
PROARTES	**2010**	16,0	96,32	0,18
	2011	12,0	75,41	0,15
	2012	13,0	70,00	0,14
	2013	11,0	74,35	0,15
	2014	8,0	62,64	0,12
	2015	10,0	41,00	0,08
docTV	**2011**	1,0	35,40	0,07
	2015	1,0	37,42	0,07

Premio Nacional Amando Céspedes Marín para obras audiovisuales y cinematográficas costarricenses	**2015**	3,0	11,98	0,02
Cinergia	**2010**	4,0	13,14	0,03
	2011	3,0	12,64	0,03
	2012	1,0	5,03	0,01
	2013	1,0	2,50	0,01
	2014	1,0	1,08	0,00
	2015	3,0	6,41	0,01
Becas Taller	**2015**	2,0	5,22	0,01

Fuente: Elaboración propia con datos de Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR

V. IMPACTO ECONOMICO DE LA INICIATIVA

Expuesto las consideraciones previas, tanto conceptuales como sobre la realidad histórica y actual, a continuación se valora el posible efecto que podría generar las medidas propuestas sobre las variables económicas relacionados con la actividad en estudio, en especial sobre el mercado del cine y la producción de audiovisuales, así como variables típicas económicas, como el empleo, la demanda derivada, la asignación de recursos, tanto públicos como privados y sociales, además se analiza el efecto que podría generar las propuestas impositivas ya señaladas.

El análisis que se presenta se fundamenta en los temas tratados en las secciones previas, y en las proposiciones que se incluyen el en proyecto.

Finalidad de la Iniciativa

En el artículo 1, se establece claramente la finalidad que persigue la iniciativa, que para efectos del análisis económico se exponen a continuación:

- Pretende fomentar todo el ciclo económico de la actividad cinematográfica y de audiovisuales, estableciendo normas en las diferentes fases que lo componen (primer párrafo del artículo 1).

- Establecer condiciones para el desarrollo y fomento del mercado de la cinematografía y los audiovisuales, desde las diferentes unidades económicas que participan en el mismo (segundo párrafo del artículo 1)

Para el análisis económico interesan los siguientes aspectos incorporados en el texto del proyecto:

- Se propone cobrar el impuesto “Sobre Espectáculos Públicos” (IEP) a todos los cines del país; al señalar que “Los teatros y salas del cine pagarán el seis por ciento (6%) de la entrada bruta obtenida en cada función”; artículo 31, inciso 2).

- Se crea un impuesto que recae sobre *“La suscripción o alquiler de contenido audiovisual, independientemente del formato en que se rente o consuma, incluyendo el consumo en línea, pagará el seis por ciento (6%) del alquiler bruto obtenido en cada servicio de suscripción o alquiler*"(artículo 31 inciso 2)

- Se modifica la distribución entre los beneficiarios del impuesto señalado (artículo 31, inciso3)

- Propone que se deduzcan de la renta bruta una serie de gastos relacionados con el ciclo productivo de la actividad cinematográfica y audiovisual, (artículo 31 inciso 1)

- Incorpora que las pérdidas de un periodo fiscal, de las empresas del sector cinematográfico y audiovisual, se puedan deducir en los siguientes 5 periodos fiscales

- Incorpora que las donaciones en dinero a este tipo de iniciativas puedan ser deducidas del impuesto sobre la renta, (artículo 312 inciso 1)

- Se modifica el nombre, las competencias y funciones del actual ente responsable de la gestión cinematográfica, ampliando su cobertura en lo relativo al proceso de gestión, de tal manera que abarca todo el ciclo productivo, tanto del cine como de los audiovisuales, su financiamiento y el de proyectos de las actividades involucradas. (capítulos II, III, IV, y V; artículo 31 inciso 3

- Crea el Centro Costarricense de Cine y Audiovisual (CCRA) y deroga el actual Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (CCPC) (artículo 32)

- Crea el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual “El Fauno” (capitulo IV)

Impacto Esperado

Partiendo de las características señaladas, se analiza el impacto económico en cada variable, siendo claro que el proyecto lo que plantea es una modificación a la Ley de creación del Centro Costarricense de Cine.

El proyecto pretende ampliar las funciones y competencias del actual ente, de tal manera que, en la proposición se incluye una serie de cambios que afectan tanto la cobertura de la actividad regulada las funciones y competencias. En el caso de

la cobertura se presenta que dentro de su proceder se incluye además del cine, lo relacionado con los audiovisuales, lo cual resulta innovador dentro de sus alcances; además se debe dedicar a cubrir todo el proceso gestor de ambas actividades.

Por el lado de nuevas funciones y competencias se encuentra que, además de las que tiene asignadas por la actual ley, deberá velar por el desarrollo de ambas actividades y actuar en todo el sector, no limitarse únicamente a su producción, sino que debe actuar en beneficios del desarrollo de una actividad nacional, la cual cubre a los productores privados y a públicos.

También, se propone varias medidas relacionadas con la materia impositiva que consisten en:

- Aumentar la tasa del IEP, a las entradas a salas de cine ubicadas en distritos que no son cabecera de cantón, de tal manera que se unifica el monto del impuesto en el 6%.

- Crear un impuesto del 6% a toda suscripción o alquiler de contenido audiovisual, incluyendo el consumo en línea

Propone un tratamiento en el pago del impuesto sobre la renta especial para la actividad en estudio, de tal manera que: se reconozcan como deducibles las donaciones en efectivo que se brinden a producciones y coproducciones aprobadas por el Centro, así como una serie de gastos, además que las pérdidas generadas en un periodo fiscal se aceptarán como deducción en los siguientes cinco periodos.

Estas propuestas generarían una serie de impactos en diferentes unidades económicas, pues se estaría actuando sobre todas las fases del ciclo productivo y en sus agentes, por esto se presenta el análisis en forma individualizada.

a) Sobre la Industria del Cine

Si bien en el sitio web del Sistema de Información Cultural (https://si.cultura.cr/)[20], se incluye dentro de categoría “Audiovisuales” las siguientes actividades culturales: estaciones de radio y de televisión, productoras de animación, videos juegos y multimedia, productoras de cine, televisión y videos; en el presente informe se considerará el cine y su ciclo productivo como separado de los audiovisuales, criterio que se fundamenta en que esta actividad es uno de los nuevos elementos que se le asigna en la iniciativa de ley al CCDC, y porque la incorporación de estaciones de radio, de televisión y el cine, son actividades económicas muy diferenciadas de la producción de audiovisual.

Como ya se señaló, la industria nacional de cine y en alguna medida la audiovisual,

[20] Programa del Ministerio de Cultura que presenta el mapa cultural del país.

se puede tipificar como de características “incipientes o nuevas”, lo cual aunado al hecho de que Costa Rica se ha comprometido a apoyar el desarrollo de esta actividad, se puede considerar que el planteamiento económico de la propuesta estará en total sintonía con lo que se pretende cumplir.

De tal manera que en el texto del proyecto se encuentra el apoyo financiero a ambas actividades, pues se propone fomentar y apoyar las iniciativas de formación empresarial, los proyectos, generar una capacitación en todas las fases del ciclo productivo, generar una cultura del cine y los audiovisuales, generar estudios de mercado, proyectar la producción nacional, y sobre todo, definir políticas públicas para el desarrollo del mercado y brindar financiamiento al sector o industrias involucradas.

Tal y como fue señalado en la reseña histórica en relación con el cine, la producción nacional demuestra un comportamiento muy discontinuo, siendo el año 2015 en el cual se alcanzó la mayor producción, lo cual es consistente con los comentarios ya indicados en el sentido de la participación de productores privados.

i. En relación con los productores

Los productores se enfrentarán a condiciones favorables, tanto en la consecución de recursos financieros, como materiales y humanos, y trato fiscal favorable. Entonces, sería de esperar que una vez que estas condiciones maduren, lo cual podría necesitar de un plazo corto, pues se estaría en la necesidad de capacitar la formación e implementación de los mecanismos públicos requeridos o necesarios para el arranque inicial de una industria con características más profesionales y comerciales. En estos casos, se requiere que, dentro de la formación de la cultura requerida, se encuentre la formación del recurso humano, tanto en los directores, productores y elenco artístico, pues según lo ya expuesto, el país carece de este elemento.

Entonces, no solo se necesitan los recursos financieros, los cuales tampoco existirían en el plazo inmediato, pues todos ellos sería recursos públicos, tanto en el origen como en el uso de los mismos requieren de plazos y requisitos legales para su utilización, lo cual implica tener que esperar para su uso efectivo.

Por lo tanto, sería de esperar que, a corto plazo, la industria se desarrolle, lo cual dependerá del tipo de bien que se produzca y la demanda que por el mismo exista, pues, en este aspecto se debe considerar, el tipo de producto que se va a fomentar, pues si se dedican los esfuerzos a seguir la temática que tradicionalmente se aplicó, es posible que no exista mercado para los mismos.

No obstante, al estar la propuesta tan abierta a todos los sectores, y que se realicen los estudios de mercado pertinentes, entonces podría existir una amplia gama para el desarrollo de nuevos productos.

Además, se está proponiendo un tratamiento tributario, acorde con la doctrina del industria naciente o incipiente, pues se permite que la existencia de pérdidas de la empresa su pueda difundir durante 5 años, esto claramente da una ventaja sobre los gastos y reduce la presión sobre los ingresos anuales.

Resulta de vital importancia la realización de estudios de mercado, y que los oferentes, ya sean productores nacionales o producciones nacionales, conozcan el mercado y sus gustos y preferencias y los capitalicen, o bien, busquen nichos de mercado, en los cuales puedan dirigir sus esfuerzos.

Entonces, aunque se presenten condiciones favorables en lo referente al marco productivo de ambos productos, debe crearse las condiciones en la demanda, de tal manera que el producto sea asimilable y demandable por el consumidor nacional, pues la competencia a la que se enfrenta el productor nacional, en especial de cine, es fuerte y con patrones de consumo firmemente establecidos.

Entonces se deberá destinar los esfuerzos, al presentar productos de interés, con calidad, con precios de entrada competitivos, que calen en dicho consumidor.

En resumen, parece que el proyecto está ideado para ampliar la base productiva de ambos productos, pero a la vez generar los insumos productivos necesarios para un desarrollo sostenible y eficaz.

No obstante, la definición de las reglas operativas del financiamiento, uso y destino de los recursos del fondo que se crea, parecen no existir o quedar a la definición del reglamento, lo que podría conllevar a problemas en la asignación de recursos, tema en el cual se ahondará posteriormente. Pero esto podría, generar una industria que se acostumbre a recibir beneficios estatales y por ende a caer en la ineficiencia, lo que conlleva al error de financiar una industria, una empresa o persona física, que al no conocer o trabajar con sus costos reales sigue funcionando. Por esto, resulta necesario aclarar algunos tópicos relacionados con el uso de los recursos, con los plazos y proyectos que se financiarán, y requisitos que se deben establecer y cumplir para mantener los beneficios que se proponen.

Sin embargo, es importante reiterar lo señalado sobre la amplitud del subsector Audiovisual, que incluye una serie de empresas dedicadas a las actividades definidas, por lo que estos podrían utilizar los beneficios, tanto los impositivos como de financiamiento de proyectos, afectando el objetivo de la ley, siendo plausible de esperar que no haya beneficios para sus consumidores pero si para sus ganancias, pues podrían reducir sus costos de financiamiento y de administración.

ii. En relación con la demanda

La situación que se pretende crear se debe valorar desde la óptica de los gustos, preferencias y precio del producto que se ofrezca. Como ya se indicó la oferta nacional está dominada por el cine extranjero, principalmente norteamericano, o provenientes de países desarrollados en el cine comercial, de tal manera que, aunque el consumidor nacional ha aceptado algunas obras nacionales, éste actuar puede obedecer a criterios ajenos a una cultura favorable hacia estos productos, al tipo de consumidor, y a una cuestión de curiosidad más que a un sentido racional comercial.

Es sobre estos patrones que se debe actuar y dirigir la formación de la cultura que se señala en las competencias del nuevo ente.

En el tanto, se presente lo antes señalado, es de esperar, que exista un segmento de la demanda para las películas nacionales. Tal y como fue señalado en la historia del cine nacional. Cuando se han presentado producciones nacionales, el público ha respondido, sin embargo, este comportamiento no se puede considerar como un fenómeno estructural, pues las producciones han sido significativamente pequeñas, entonces el comportamiento observado puede obedecer a emociones del momento, más que a un patrón de consumo fijo.

No obstante, es probable que, a un mediano plazo, y al estar en desarrollo los puntos señalados en el acápite anterior, es de esperar que la producción nacional se llegue a posicionar, siempre y cuando, se entre en un proceso de competencia, basado en calidad y fundamentación de argumentos que obedezcan a estudios del comportamiento del consumidor.

b) Sobre la Industria del Audiovisual

En relación con la industria audiovisual, la situación imperante, parece indicar que esta actividad tiene características propias de una industria firme, la cual ya paso su periodo de maduración y se encuentra en plena expansión. Se observa, que se cuenta con recursos humanos capacitados, y una amplia gama de opciones para continuar este proceso, se brinda financiamiento y apoyo estatal, para cubrir otras necesidades tales como la promoción, apertura de mercados e información de los productos y bienes ofrecidos.

De tal manera que, el impacto de la iniciativa será de menor cuantía que lo esperado en la actividad cinematográfica, sin embargo, las posibilidades de un mayor financiamiento, de estudios de mercado y la creación de una política pública, podrían reafirmar las iniciativas actuales y ampliar el mercado, lo cual beneficiaria al consumidor, pues podría obtener mejor calidad, así como esperar efectos en el precio de los productos.

Desde la posición del consumidor se debe considerar que, según los señalado en la reseña histórica, esta se dedica especialmente a los anuncios publicitarios, actividades comerciales, y eventos personales, pero siendo el destinatario principal las empresas, es de esperar que los consumidores finales no se han afectados en forma directa.

Medidas Impositivas

En esta sección se analizará el impacto de las medidas propuestas relacionadas con la materia fiscal, para lo cual reiteramos que en el texto se incorpora una modificación al impuesto vigente sobre los "Espectáculos Públicos" (IEP), además la creación de un impuesto a "la suscripción o alquiler de contenido audiovisual" y un tratamiento específico a la actividad en estudio; para facilitar la comprensión del impacto se presenta cada medida en forma individual.

a) Modificación al Impuesto sobre Espectáculos Públicos

El proyecto incorpora como una de las fuentes de financiamiento del Fondo que se pretende crear, para sustento a los fines de la ley, la ampliación de la cobertura del actual Impuesto que grava los Espectáculos Públicos y la creación de un nuevo impuesto. En el anexo 2, esta Asesoría presenta un comparativo de las diferentes leyes que han creado y modificado el impuesto a los Espectáculos Públicos y el texto que se presenta en la iniciativa referente al impuesto citado; de dicho comparativo, lo que resulta relevante para el informe es lo siguiente:

- En primer lugar y aunque no es el alcance del informe económico, resulta importante señalar que en la ley vigente existen una serie de modificaciones que, en algunos casos, dificultan el entendimiento sobre la tasa del impuesto, su cobertura y beneficiarios de los recursos, esto se ilustra específicamente con las diferentes modificaciones que ha sufrido el artículo 4 de la Ley 148, que el texto original establecía un monto del ¢0,10 a la entrada, pero luego se fue transformando en un porcentaje, hasta llegar a la Ley 6844, que define un impuesto del 5%.

  No obstante, en el Decreto Ejecutivo Nº27762-H-C (Reglamento para la Aplicación del Impuesto sobre Espectáculos Públicos No 27762-H-C, se establece como tarifa el 6%, los contribuyentes, los recaudadores, la base de cálculo, entre otras normas.

- Aunque no hay claridad directa, se deduce que la tasa del impuesto actual es:

  a. Del 6% a las entradas en aquellos teatros y salas de cine que se ubiquen en las cabeceras de cantones.

b. Del 3% en los negocios que se ubiquen en distritos que no son las cabeceras de los cantones.

- El siguiente cuadro se incluye información sobre la asistencia a cine:

Cuadro 14
Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Cantidad de asistencias a salas de cine en Costa Rica
Período 2010-2015

Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Asistencia a salas de cine	5.184.436	6.081.257	5.871.779	6.030.197	6.002.360	7.084.363

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR, a partir de datos de la plataforma Rentrak proveniente del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica.

No existe la información sobre la ubicación geográfica de las salas de cine por distritos y cantones, no obstante, se considera que la realidad es que la mayoría se encuentran en centros comerciales los cuales por lo general se ubican en distritos fuera de la cabecera. Partiendo de lo anterior y considerando la información del cuadro 12 del presente informe, sobre la capacidad de butacas, se puede deducir que la cobertura del impuesto se incrementará en un porcentaje importante.

- En lo que respecta a los beneficiarios de los recursos que genera el IEP, la legislación actual no está claramente establecida y parece existir una indefinición, pues por una parte se establece que son unos entes los beneficiarios y por otra parte se establece a las municipalidades, sin embargo, la aplicación que parece utilizarse ha sido la que se presenta en el siguiente cuadro, y se compara con lo que se propone en el proyecto:

Cuadro 15
Distribución Recursos del IEP

Institución	Distribución	
	Actual	Propuesto
TNCR	50%	40%
CNT	30%	22%
MAC	10%	8%
INM	10%	8%
CCPC	--	22%

Fuente: Exposición de Motivos del expediente en estudio

Como se indicó, la iniciativa propone homogenizar la tarifa para el impuesto, de tal manera que se eliminaría el tratamiento actual que cobra un 6% a los establecimientos que se encuentran en los distritos cabecera de los cantones,

mientras el cobro es del 3% a los que se encuentran en otros distritos.

Es claro que medidas como las existentes obedecen a intereses de política económica, de tal manera que con este tipo de acciones se pretende beneficiar a grupos socioeconómicos de cada zona geográfica. De tal manera que, al definir menores tasas impositivas para esos distritos, por lo general, se persigue llevar mejores condiciones para disminuir el desempleo, activar otras actividades económicas propias de la zona o bien mejorar las condiciones de infraestructura, en resumen, se pretende mejorar el nivel de bienestar general de la zona.

No obstante, es importante mencionar que esta medida se incorporó por primera vez en la ley N° 561 de enero de 1947, época con condiciones económicas y geográficas, de transportes y accesibilidad muy diferentes a las actuales.

Dado el desarrollo urbanístico que se ha presentado en los últimos 50 años, en especial en lo relativo al desarrollo de las zonas comerciales en los distritos alejados del centro cantonal, lo cual ha obedecido, básicamente, a los menores costos de las tierras de esos lugares y a las facilidades de transporte y accesibilidad a los mismos, ha traído aparejado una mayor conglomeración de consumidores, lo que directamente es aprovechado por los propietarios de los centros de diversión que entonces se trasladan en esos lugares, entre ellos se encuentran las salas de cine y algunos otros tipos de comercio dedicados al esparcimiento, tales como los dedicados a conciertos y otras actividades artísticas.

Y aunque el objetivo de las empresas dedicadas al negocio del cine, puede no obedecer al menor pago del IEP, sí se han visto beneficiados por la menor tasa del tributo, aunque es relevante señalar que algunas de estos centros comerciales se ubican en distritos cabeceras de cantón, y de ser rentable las salas de cine también se ubican en ellos, pagando la tasa del 6%.

Por lo tanto, no se puede señalar, en forma tajante, que las salas de cine actuales se ubican en esos distritos únicamente por que la tasa del impuesto es menor.

Pero el impacto del cambio en la tasa de impuesto para esas salas, muy probablemente, se traslade al precio de las entradas, pues la variación es del 3%, sobre el precio de entrada que si se considera un valor regular de ¢3.100[21], representa ¢93. Se debe considerar que el cine tiene muchos sustitutos, que el producto no es el mismo pues las películas son diferentes, que es un servicio que representa un nivel de gasto relativamente pequeño en el consumo personal, todo ello incide en que cambios en el precio afecten poco su cantidad demandada.

[21] https://cr.cineticket-la.com/

b) Creación de Impuesto a la Suscripción o Alquiler de Contenido Audiovisual

El proyecto propone la creación de un nuevo impuesto, sin embargo, no aclara en su totalidad las variables operativas, no obstante, esta Asesoría, realiza un intento de desarrollarlas a partir de la redacción, aunque lo correcto sería que se incorporen al texto:

- **Objeto:** cada suscripción al servicio de cable
- **Sujeto Activo:** empresa cablera que brinda el servicio
- **Sujeto pasivo:** persona que contrata el servicio.
- **Tarifa:** 6% del costo de servicio de televisión e internet

.

En el siguiente cuadro se incluye la información relacionada con el servicio de televisión por suscripción:

Cuadro 16

Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Balance de oferta y utilización
Servicio de televisión por suscripción[1]
Período 2010-2014
Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estructura %	2011	Estructura %	2012	Estructura %	2013	Estructura %	2014	Estructura %
Producción a precios básicos	**76.318,7**	**80,5%**	**83.756,9**	**81,0%**	**90.696,6**	**81,4%**	**94.344,3**	**81,9%**	**113.951,9**	**68,4%**
Importaciones CIF	**8.587,4**	**9,1%**	**8.724,9**	**8,4%**	**9.068,2**	**8,1%**	**8.647,2**	**7,5%**	**38.005,0**	**22,8%**
Impuesto al valor agregado (IVA)	**9.907,0**	**10,4%**	**10.863,4**	**10,5%**	**11.718,0**	**10,5%**	**12.181,4**	**10,6%**	**14.680,7**	**8,8%**
OFERTA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	**94.813,1**	**100,0%**	**103.345,2**	**100,0%**	**111.482,9**	**100,0%**	**115.172,8**	**100,0%**	**166.637,6**	**100,0%**
DEMANDA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	**94.813,1**	**100,0%**	**103.345,2**	**100,0%**	**111.482,9**	**100,0%**	**115.172,8**	**100,0%**	**166.637,6**	**100,0%**
Consumo intermedio a precios comprador	**15.142,5**	**16,0%**	**15.918,9**	**15,4%**	**16.858,3**	**15,1%**	**16.750,5**	**14,5%**	**47.792,5**	**28,7%**
Consumo intermedio a precios básicos	14.388,4	15,2%	15.091,3	14,6%	15.962,1	14,3%	15.818,3	13,7%	46.666,5	28,0%
Impuesto al valor agregado (IVA)	754,1	0,8%	827,6	0,8%	896,2	0,8%	932,2	0,8%	1.126,0	0,7%
Consumo final de los hogares precios comprador	**79.559,7**	**83,9%**	**87.233,6**	**84,4%**	**94.066,4**	**84,4%**	**97.780,9**	**84,9%**	**117.821,7**	**70,7%**
Consumo final de los hogares a precios básicos	70.406,8	74,3%	77.197,9	74,7%	83.244,6	74,7%	86.531,7	75,1%	104.267,0	62,6%
Márgenes de comercio y transporte	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Impuesto al valor agregado (IVA)	9.152,9	9,7%	10.035,7	9,7%	10.821,8	9,7%	11.249,1	9,8%	13.554,7	8,1%
Formación bruta de capital fijo precios comprado	**-**	**0,0%**	**-**	**0,0%**	**-**	**0,0%**	**-**	**0,0%**	**-**	**0,0%**
Exportaciones a precios comprador	**110,9**	**0,1%**	**192,6**	**0,2%**	**558,2**	**0,5%**	**641,4**	**0,6%**	**1.023,5**	**0,6%**

[1]Agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 6110, 6120 y 6130; sin embargo únicamente lo relacionado con el servicio de televisión por suscripción.

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR.

Estos datos permiten dimensionar la base sobre la que se impondrá el impuesto, la cual al 2014 alcanzó la suma de ¢117,821,7 millones (consumo a precios de comprador), que ha demostrado un incremento absoluto en el periodo, de cerca de ¢38.000 millones

De imponerse un tributo del 6%, es de esperarse que el impuesto se traslade al precio del consumidor sin que la demanda se afecte, pues es un servicio de alto consumo nacional, esto se refleja el siguiente comportamiento de clientes de este servicio[22]

2012= 111.482,9
2013= 115.172,8
2014= 117.821,7

Su demanda se relaciona con patrones de consumo relacionados con el estatus quo, por difícilmente el consumidor se retire del contrato por incrementos que rondaran los ¢3000, pues en promedio los planes, que incorporan el servicio de televisión y el de internet, rondan los ¢50.000 mensuales, aunque se encuentran precios y planes menores, lo cual disminuye el impacto absoluto.

Incluso es de esperar que exista, un nivel de reasignación de clientes entre empresas pues los precios de mercado son muy similares, donde la diferencia la hacen la cantidad de canales, la velocidad de internet, y los servicios que ofrezca la empresa.

c) Otras Medidas Tributarias

Las medidas indicadas, lo que pretenden es dar un trámite que beneficia a las empresas de este sector, no obstante, el resultado final será el de retrasar el pago de las obligaciones en caso de que tengan perdidas en un periodo y generar una menor carga en los gastos corrientes de las empresas. En lo que respecta a donaciones, como son en efectivo, si pueden afectar las finanzas, pero dado el volumen que representa esta actividad, dentro de la producción nacional, el impacto es mínimo.

VI. CONCLUSIONES

El proyecto plantea una serie de benéficos para el sector cinematográfico y el de audiovisuales, no obstante, parece que este último ha recibido muchos beneficios sin necesidad de que se hayan creado impuesto específicos, ni cambiado la legislación vigente, además al ser este sector muy amplio los beneficios pueden ir a parar a otros entes económicos que no lo necesitan ni son el objetivo del proyecto. Los cambios impositivos, aunque representan montos pequeños en los precios afectados, pueden representar una cantidad de recursos significativos para el Fondo que se crea.

[22] **Cuenta Satélite del Sector Cultura**

Es de esperar que los cambios en las tasas y en la actividad que se grava no generen efectos negativos en la oferta ni en la demanda, y por ende en otros agregados económicos.

VII. ANEXOS

ANEXO 1

CONCEPTO	DESCRIPCION
Nombre de la Investigación	Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR)
Sigla de la Investigación	CSCCR
Antecedentes	El estudio de la dimensión económica de la cultura se relaciona con el tercer lineamiento incluido en las Políticas Sectoriales del área en el Plan Nacional de Desarrollo 2011-2014, donde se espera visibilizar el aporte de la cultura al desarrollo económico. Con estos objetivos a inicios del 2011 se constituyó en el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) la Comisión de Cultura y Economía, a cargo del proyecto Cuenta Satélite de Cultura (CSC). En aras del desarrollo del proyecto CSCCR se conformó una Comisión Interinstitucional integrada por el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), el Banco Central de Costa Rica (BCCR), el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el Programa Estado de la Nación (PEN) y el Consejo Nacional de Rectores (CONARE). En el 2013 se firmaron convenios con el INEC y el PEN y en el 2014 con el BCCR. En diciembre de 2012 se integró en el MCJ un Equipo Técnico para la construcción de la CSCCR, con la asesoría y supervisión del BCCR. Durante la primera etapa de elaboración de la CSCCR, se ha contado con la cooperación financiera de España, a través de la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo) y el apoyo técnico de Colombia. La cooperación del Gobierno de Colombia ha incluido una pasantía en Bogotá para funcionarios de las cinco instituciones de la CICSC (2012), dos talleres con expertos del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) en Costa Rica (2012) y la realización del Seminario "Avances en la Medición Económica en el Campo de la Cultura" en San José, con la participación de diez países de la Cuenca del Caribe (2011). En octubre de 2013 se consiguió la aprobación de un nuevo proyecto de la CSCCR en la Comisión Mixta entre Costa Rica y Colombia que permitirá la realización de cinco talleres, cada uno con la participación de dos expertos colombianos (un funcionario del DANE y otro del MinCultura) en Costa Rica para 2014, 2015 y 2016. En setiembre de 2013 se firmó un Convenio de Cooperación con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), que, entre otros objetivos, aportó financiamiento para contribuir al desarrollo del Plan de Trabajo de la CSCCR durante el período 2015-2016. Con el apoyo de la Comisión Costarricense de Cooperación con la UNESCO se hicieron dos talleres en 2013 en San José, con un experto del Ministerio de Cultura de Colombia y un consultor mexicano, para fortalecer el capítulo económico de la Política y la Ley General de Derechos Culturales, haciendo especial énfasis en la importancia de la CSC. El documento final de La Política Nacional de Derechos Culturales (PNDC) fue aprobado mediante el Decreto 38120-C, publicado el 17 de diciembre de 2013. Como parte del Eje Estratégico II, denominado Dinamización Económica de la Cultura, se destacan varios puntos vinculados con el fortalecimiento de la CSCCR.

1

CONCEPTO	DESCRIPCION
	Funcionarios de la CICSC y del Equipo Técnico de la CSCCR participaron en la Mesa de Trabajo Virtual "Consolidación de experiencias de las CSC en Iberoamérica", en el Curso virtual "Economía y Cultura en Iberoamérica", del CAB, y en las investigaciones sobre CSC promovidas por el CAB y las realizadas por OEI/CEPAL. A principios de diciembre de 2013 y gracias a la cooperación de la Organización de los Estados Americanos (OEA) se realizó un taller con el objetivo de generar insumos para la creación de la Unidad de Cultura y Economía (UCE) en el MCJ, impartido por expertos de Colombia y del Uruguay. Se destacó la relevancia de la CSCCR como componente de esta Unidad. El país fue sede los días 26 y 27 de febrero de 2014 de la Reunión Internacional para la Actualización de la Metodología de Cuentas Satélite de Cultura (CSC) y creación de la Red de las CSC, organizada por el Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica y el Convenio Andrés Bello, la cual contó con la participación de representantes de 11 países y de 8 organismos internacionales. En abril de 2014 se creó la UCE con el objetivo de generar las condiciones para crear y potenciar los emprendimientos e industrias culturales y creativas costarricenses, mediante la coordinación y articulación de esfuerzos a nivel institucional e interinstitucional, con el sector privado y la sociedad civil, orientados hacia el crecimiento del sector y el desarrollo sostenible local y nacional. Uno de los procesos principales de la UCE es el de Investigación para la Acción. Sus componentes son la Cuenta Satélite de Cultura, el Sistema de Información Cultural (Sicultura) y la Encuesta Nacional de Cultura (ENC). <u>Proyecto Regional</u> La CSCCR forma parte del Proyecto Regional de CSC del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), que comenzó en 2013 y permitirá la generación de datos comparables entre Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá y República Dominicana. Esta iniciativa ha logrado acuerdos de apoyo de los Ministros de Cultura y de los Jefes de Estado y de Gobierno de la región. También se presentó el Proyecto ante la Comisión Centroamericana de Estadística del SICA (CENTROESTAD), logrando su aval y su inclusión en la Estrategia Regional de Desarrollo Estadístico (ERDE). Asimismo, Costa Rica ha sido designada por los países del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) para representarlos ante el Consejo Ejecutivo del Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC), impulsado por la OEI y que tiene como uno de sus ejes estratégicos el apoyo a las CSC de la región. Durante el 2013 y 2014 se ha promovido el intercambio de experiencias entre los países del SICA, especialmente con los Equipos de El Salvador, Guatemala, Honduras y República Dominicana.
Objetivo General	Construir un sistema de información confiable, consistente y continua, que permita conocer las características económicas de la cultura costarricense para orientar la formulación de políticas públicas y la toma de decisiones desde los ámbitos público y privado.

CONCEPTO	DESCRIPCION
Objetivos Específicos	• Generar indicadores monetarios y no monetarios que permitan conocer las principales características económicas de la cultura costarricense. • Promover el uso de dichos indicadores para la formulación, seguimiento y evaluación de políticas públicas y para la toma de decisiones desde los ámbitos público y privado. • Visibilizar el aporte de la cultura a la economía costarricense. • Utilizar bases metodológicas que permitan la armonización estadística y la generación de datos comparables a nivel regional e internacional.
Definiciones básicas	Cuenta Satélite de Cultura: Sistema de información que permite conocer las características económicas de la cultura de manera confiable, consistente y continua, con el fin de visibilizar el aporte que realiza la cultura a la economía del país; además de servir como instrumento de toma de decisiones tanto desde el ámbito público como el privado. Campo Cultural: Conjunto de actividades humanas de las cuales se generan productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos. Cuentas de Producción: En la cuenta de producción se valora tanto la producción como los insumos que son requeridos para la transformación y/o generación de los otros productos y del cual se obtiene un valor agregado o adicional creado por el proceso de producción. Balances de oferta y utilización (BOU): Los BOU representan un análisis de la oferta total y de la demanda total de los productos culturales generados a partir de las actividades humanas estudiadas en las cuentas de producción. Donde la oferta está constituida por la producción, las importaciones, los impuestos a las importaciones, los márgenes de comercio y transporte, los impuestos a los productos y el impuesto al valor agregado; y resulta equivalente a la demanda total que incluye el consumo intermedio, el consumo final, la formación bruta de capital, la variación de existencias, las exportaciones y los respectivos márgenes de comercio y transporte e impuestos. Gasto en cultura y su financiación: Representa una reclasificación de la utilización de los productos culturales, de manera que se logre identificar a los beneficiarios últimos de éstos productos y los financiadores del mismo. Dicha cuenta incluye: • Gastos para la adquisición de bienes y servicios culturales • Los gastos inherentes a las prácticas culturales • Los gastos relacionados con el desarrollo de la infraestructura requeridas para la producción en el futuro (FBKF)

CONCEPTO	DESCRIPCION
	• Y las erogaciones que facilitan el acceso a la cultura
Alcance temático	Ámbito Cultural-Económico Nacional
Tipo de Estadística	Estadística inferencial, continua
Variables e Indicadores	• Producción • Consumo intermedio • Valor agregado • Remuneración a los asalariados • Impuestos a la producción • Depreciación • Excedente de explotación • Empleo • Importaciones • Exportaciones • Gasto en cultura y su financiación
Parámetros a estimar	Participación de las industrias culturales y creativas al PIB; sectores: • Editorial • Audiovisual • Publicidad • Diseño • Educación Cultural y Artística • Artes escénicas • Música • Artes visuales • Juegos y juguetería • Creación literaria, musical, teatral • Patrimonio material • Patrimonio inmaterial • Patrimonio natural
Universo de estudio	Actividades productivas culturales de la economía nacional costarricense
Población Objetivo	Unidades Institucionales Residentes
Unidades estadísticas de observación, muestreo.	Empresas y establecimientos físicos y jurídicos que realicen como actividad económica principal la respectiva actividad cultural en estudio. Método de muestreo: Muestra mínima con dos estratos.

FICHA METODOLÓGICA CSCCR

CONCEPTO	DESCRIPCION
Fuentes y tipos de fuentes de información primaria y secundaria	• Cuestionarios aplicados a productores de los Sectores de interés. • Dirección General de Tributación: Estadísticas de ingresos y costos por actividad económica cultural a partir de la Declaración Jurada del Impuesto sobre la Renta (D-101). • Estadísticas nacionales de comercio exterior del Banco Central de Costa Rica. • Encuestas: Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIG) • Censo 2011. • Registros administrativos: Directorio de Unidades Institucionales y Establecimientos del INEC; Registro de Variables Económicas del BCCR; International Standard Book Number (Agencia ISBN), International Standard Serial Number (Agencia ISSN), información presupuestaria de proyectos audiovisuales, Atlas de Infraestructura Cultural, Decultura, y Sicultura del MCJ; información estadística de patronos, trabajadores y salarios de la Dirección Actuarial y Económica de la Caja Costarricense de Seguro Social; listado de proyectos inscritos por profesionales en arquitectura del Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos; cantidad de estudiantes según disciplina en la Educación Superior Privada del Consejo Nacional de Rectores, cantidad de proyectos financiados y monto otorgado por los programas PROARTES, Becas Taller, IBERMÚSICAS, IBERORQUESTAS e IBERESCENA.
Indicadores de Calidad	Aval del Banco Central de Costa Rica encargado de las Cuentas Nacionales del país. Asesoramiento técnico internacional del Equipo Técnico de CSC de Colombia (DANE y MinCultura).
Cobertura Geográfica	Cobertura: Nacional.
Periodo de referencia	Anual.
Periodicidad de la recolección	Anual.
Frecuencia de entrega de resultados	Anual.

CONCEPTO	DESCRIPCION
Desagregación de resultados	Producción: Actividades de producción, CIIU Rev. 4 a 4 dígitos en algunos casos; en otros casos se tuvieron que agrupar ciertas de las actividades a 4 dígitos. Consumo intermedio: Se cuenta con una apertura de 38 productos en donde se abarcan todos los productos que se generan en cada una de las actividades según la CIIU Rev. 4. Cuenta de generación del ingreso: Remuneraciones totales, impuestos a la producción, depreciación y excedente. Comercio exterior de los productos por actividad económica según la CIIU Rev. 4 a 4 dígitos en algunos casos; en otros casos se tuvieron que agrupar ciertas de las actividades al igual que en la producción.
Nomenclaturas y clasificaciones utilizadas	• Actividades productivas culturales: CIIU Rev. 4. • Productos culturales: CPC Rev. 2.
Bases económicas, años y sectores disponibles	Años 2010-2012, base 2011. Sector disponible: • Diseño Años 2010-2013, base 2011. Sectores disponibles: • Publicidad • Música • Artes Escénicas Años 2010-2015, base 2011. Sectores disponibles: • Audiovisual • Artes Visuales Años 2010-2016, base 2011. Sectores disponibles: • Editorial • Educación Cultural y Artística
Medios de difusión	• Sitio web del Sistema de Información Cultural de Costa Rica: si.cultura.cr • Sitio web del Ministerio de Cultura y Juventud: mcj.go.cr • Sitio web del Banco Central de Costa Rica: bccr.fi.cr • Estrategia de Comunicación de la CSCCR: Talleres, Desayunos informativos, Foros, Reuniones, Eventos, Conferencias, Conferencias de Prensa, Comunicados de prensa, Artículos, etc.
Sistema informático: herramienta de desarrollo	No desarrollado.
Sistema informático: módulos desarrollados	No desarrollado.

FICHA METODOLÓGICA CSCCR

CONCEPTO	DESCRIPCION
Publicaciones	• Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: Metodología y Resultados. • El Sector Audiovisual de Costa Rica: datos y competitividad. • Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: Sector Educación Cultural y Artística y Sector Diseño, 2010-2012. • Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: Primeras mediciones, Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad, 2010-2012. • Metodología de medición de eventos culturales masivos. • Aporte del ámbito público a la cultura costarricense, 2010-2012.

ANEXO 2

CUENTA SATÉLITE DE CULTURA DE COSTA RICA (CSCCCR)

¡La cultura cuenta!

La CSCCR es un componente de la Unidad de Cultura y Economía (UCE) del Ministerio de Cultura y Juventud, se caracteriza por ser un sistema de información diseñado como satélite del Sistema de Cuentas Nacionales, que visibiliza la contribución de la cultura a la economía costarricense.

Su construcción está a cargo de una Comisión Interinstitucional, compuesta por el Ministerio de Cultura y Juventud, el Banco Central de Costa Rica, el Instituto Nacional de Estadística y Censos, el Programa Estado de la Nación y el Consejo Nacional de Rectores; con el apoyo técnico de Colombia y la cooperación financiera de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Los aportes más valiosos de la cultura no pueden medirse cuantitativamente, pero la CSCCR genera indicadores que permiten conocer características económicas importantes a nivel nacional, tales como: Producción, PIB Cultural, Empleo, Demanda, Gasto y financiamiento e Importaciones y Exportaciones.

Los datos obtenidos son útiles para la toma de decisiones efectivas desde los ámbitos público y privado. También contribuyen a ampliar el concepto de cultura, visibilizando que los recursos que se le asignan no son un gasto, sino una inversión. La información generada es el punto de partida para la creación de estímulos e incentivos que potencien el crecimiento del sector creativo del país, promoviendo la protección y promoción de la diversidad cultural. Esto beneficia a toda la población porque la cultura es fundamental para lograr el desarrollo sostenible, integral y más equitativo del país.

Con las primeras mediciones de la CSCCR presentadas en octubre de 2013, esta se convirtió en la primera CSC de Centroamérica y el Caribe, la quinta CSC de América Latina y la séptima CSC del mundo. Además, es la primera Cuenta Satélite en Costa Rica que publica resultados.

Dentro del marco de construcción de la CSCCR hasta el momento las mediciones incluyen ocho de los trece sectores del campo cultural con datos para los Sectores: Artes Escénicas, Artes Visuales, Audiovisual, Diseño, Editorial, Educación Cultural y Artística, Música y Publicidad.

Entre los principales indicadores generados se encuentra el PIB cultural o valor agregado de las actividades culturales. El aporte de los 8 sectores culturales medidos fue de ¢530.838 millones de colones (1.056 millones de dólares), lo cual representa el 2,3% del PIB nacional. Este porcentaje es similar al aporte que realizan en conjunto call centers y otros servicios de apoyo a empresas (2,3%) y es superior al aporte de la industria del software y la informática (1,6%). En 2012, la producción cultural de los 8 sectores ascendió a ¢907.617 millones de colones (1.805 millones de dólares) y se identificó a 40.501 personas ocupadas en actividades culturales, cuya cifra equivale al 2,0% del total de personas ocupadas en el país.

Ese mismo año se editaron 2.726.370 ejemplares de libros y 2.321 títulos. Se identificaron 111 salas de cine de las cuales cerca del 80% están ubicadas en el Gran Área Metropolitana, se registraron 5.871.779 asistencias a salas de cine del país, asimismo se pautaron 5.967.759 anuncios publicitarios en radio, TV y prensa escrita (esto equivale a más de un anuncio por habitante del país). Además, se llevaron a cabo 14.758 presentaciones relacionadas con las Artes Escénicas y 1.307.143 de personas asistieron a presentaciones musicales en vivo.

Otros procesos desarrollados desde la UCE incluyen la Encuesta Nacional de Cultura, la Metodología de Medición de Eventos Culturales Masivos y una investigación del Aporte económico del ámbito público a la cultura costarricense. Asimismo, Costa Rica forma parte del Proyecto Regional de CSC del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA).

Para más información de la CSCCR: Unidad de Cultura y Economía Tel: (506) 2255-3188 Ext. 404 cuentasatelite@mcj.go.cr si.cultura.cr. B.C.C.R

ANEXO 3

Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Producción Total del Sector Cultura
Por Actividad Económica y Subsector
Período 2010-2016
Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	**713.173,4**	**814.790,2**	**907.617,2**	**909.409,6**	**545.240,6**	**573.149,2**	**256.377,3**
Subsector Publicidad	**278.377,3**	**309.640,9**	**346.198,2**	**372.183,0**	**n.d.**	**n.d.**	**n.d.**
Otras actividades de publicidad[1]	206.538,0	242.282,3	268.042,2	275.171,4	n.d.	n.d.	n.d.
Diseño Publicitario	71.839,3	67.358,6	78.156,0	97.011,6	n.d.	n.d.	n.d.
Subsector Audiovisual	**186.506,3**	**205.526,7**	**222.624,2**	**237.451,7**	**277.016,5**	**293.800,2**	**n.d.**
Servicio de televisión por suscripción[2]	120.828,6	132.604,9	143.591,9	149.366,9	180.409,9	189.430,4	n.d.
Programación y transmisión de televisión, programación de radio y actividades de agencias de noticias[3]	40.541,7	44.863,0	49.872,1	56.373,7	62.934,2	66.272,7	n.d.
Distribución y exhibición de películas cinematográficas y cintas de vídeo[4]	13.694,5	16.252,3	16.810,1	18.192,5	18.412,8	22.329,2	n.d.
Cine y video[5]	10.142,7	10.463,7	10.832,9	11.807,8	13.009,7	13.149,1	n.d.
Animación digital, videojuegos y multimedia[5]	1.298,9	1.342,8	1.517,2	1.710,8	2.249,8	2.618,8	n.d.
Subsector Educación Cultural y Artística	**81.539,5**	**118.231,5**	**132.566,1**	**156.543,6**	**173.054,6**	**189.361,2**	**198.278,0**
Educación Formal	74.146,5	109.951,8	123.668,6	146.536,3	162.905,1	178.501,9	186.895,5

Educación preescolar, primaria y secundaria, dependencia pública y privada	56.409,4	90.331,3	101.458,8	123.071,6	138.660,5	151.874,3	158.797,3
Educación superior y técnica pública y privada	17.737,1	19.620,6	22.209,8	23.464,7	24.244,6	26.627,7	28.098,2
Educación No Formal	7.393,0	8.279,7	8.897,5	10.007,3	10.149,5	10.859,2	11.382,6
Educación no formal privada	5.598,7	5.942,6	6.331,6	7.017,9	7.118,4	7.496,4	7.643,6
Educación no formal pública	1.794,3	2.337,1	2.565,9	2.989,4	3.031,1	3.362,9	3.739,0
Subsector Editorial	**58.570,7**	**60.123,7**	**66.493,2**	**65.173,5**	**64.290,5**	**58.334,7**	**58.099,2**
Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas; Otras actividades de edición	38.748,4	39.286,9	43.555,9	45.073,4	42.622,7	36.762,0	36.494,2
Edición de libros	19.822,3	20.836,9	22.937,2	20.100,2	21.667,9	21.572,6	21.605,0
Subsector Diseño	**51.064,7**	**57.065,6**	**66.849,0**	**n.d.**	**n.d.**	**n.d.**	**n.d.**
Actividades de arquitectura	39.304,9	42.521,1	50.439,0	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Actividades especializadas de diseño	11.759,8	14.544,5	16.410,0	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Subsector Música	**28.478,5**	**31.745,3**	**35.220,0**	**36.308,0**	**n.d.**	**n.d.**	**n.d.**
Producción de presentaciones musicales en vivo	8.011,4	10.125,5	12.756,9	12.017,2	n.d.	n.d.	n.d.
Interpretación y ejecución musical	8.615,1	9.788,8	10.569,7	11.682,8	n.d.	n.d.	n.d.
Actividades de grabación y publicación de grabaciones sonoras	6.709,8	6.854,3	6.839,6	7.437,3	n.d.	n.d.	n.d.

Ventas al por menor de grabaciones musicales y videográficas en almacenes especializados	5.142,1	4.976,6	5.053,7	5.170,7	n.d.	n.d.	n.d.
Subsector Artes Visuales	**19.510,2**	**22.306,8**	**25.580,1**	**28.118,5**	**30.879,0**	**31.653,1**	**n.d.**
Actividades de fotografía	13.285,7	15.463,2	18.284,4	20.449,1	22.730,1	23.189,2	n.d.
Actividades de producción de pintura, escultura, grabado, dibujo y otras artes visuales	6.224,5	6.843,5	7.295,7	7.669,4	8.148,8	8.463,8	n.d.
Subsector Artes Escénicas	**9.126,1**	**10.149,7**	**12.086,3**	**13.631,2**	**n.d.**	**n.d.**	**n.d.**

[1]Otras actividades de publicidad considera del CIIU Rev.4; 7310 a las actividades de Colocación de anuncios de publicidad en los diferentes medios, Alquiler y venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión, y la Realización de campañas de comercialización.
[2]Agrupa las actividades según CIIU Rev. 4; 6110, 6120 y 6130; sin embargo, únicamente lo relacionado con el servicio de televisión por suscripción.
[3]Agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 6010, 6020 y 6391.
[4]Agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 5913 y 5914.
[5]Agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 5911 y 5912.
Fuente: Elaboración propia con datos de Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR

Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Producción Total del SubSubsector Cultura y Actividades
Tasa de Participación Anual
Período 2010-2016

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**
Subsector Publicidad	**39,03**	**38,00**	**38,14**	**40,93**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
Otras actividades de publicidad[1]	28,96	29,74	29,53	30,26	0,00	0,00	0,00
Diseño Publicitario	10,07	8,27	8,61	10,67	0,00	0,00	0,00
Subsector Audiovisual	**26,15**	**25,22**	**24,53**	**26,11**	**50,81**	**51,26**	**0,00**
Servicio de televisión por suscripción[2]	16,94	16,27	15,82	16,42	33,09	33,05	0,00

Programación y transmisión de televisión, programación de radio y actividades de agencias de noticias[3]	5,68	5,51	5,49	6,20	11,54	11,56	0,00
Distribución y exhibición de películas cinematográficas y cintas de vídeo[4]	1,92	1,99	1,85	2,00	3,38	3,90	0,00
Cine y video[5]	1,42	1,28	1,19	1,30	2,39	2,29	0,00
Animación digital, videojuegos y multimedia[5]	0,18	0,16	0,17	0,19	0,41	0,46	0,00
Subsector Educación Cultural y Artística	**11,43**	**14,51**	**14,61**	**17,21**	**31,74**	**33,04**	**77,34**
a-Educación Formal	**10,40**	**13,49**	**13,63**	**16,11**	**29,88**	**31,14**	**72,90**
Educación preescolar, primaria y secundaria, dependencia pública y privada	7,91	11,09	11,18	13,53	25,43	26,50	61,94
Educación superior y técnica pública y privada	2,49	2,41	2,45	2,58	4,45	4,65	10,96
b-Educación No Formal	**1,04**	**1,02**	**0,98**	**1,10**	**1,86**	**1,89**	**4,44**
Educación no formal privada	0,79	0,73	0,70	0,77	1,31	1,31	2,98
Educación no formal pública	0,25	0,29	0,28	0,33	0,56	0,59	1,46
Subsector Editorial	**8,21**	**7,38**	**7,33**	**7,17**	**11,79**	**10,18**	**22,66**
Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas; Otras actividades de edición	5,43	4,82	4,80	4,96	7,82	6,41	14,23
Edición de libros	2,78	2,56	2,53	2,21	3,97	3,76	8,43
Subsector Diseño	**7,16**	**7,00**	**7,37**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
Actividades de arquitectura	5,51	5,22	5,56	0,00	0,00	0,00	0,00

Actividades especializadas de diseño	1,65	1,79	1,81	0,00	0,00	0,00	0,00
Subsector Música	**3,99**	**3,90**	**3,88**	**3,99**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
Producción de presentaciones musicales en vivo	1,12	1,24	1,41	1,32	0,00	0,00	0,00
Interpretación y ejecución musical	1,21	1,20	1,16	1,28	0,00	0,00	0,00
Actividades de grabación y publicación de grabaciones sonoras	0,94	0,84	0,75	0,82	0,00	0,00	0,00
Ventas al por menor de grabaciones musicales y videográficas en almacenes especializados	0,72	0,61	0,56	0,57	0,00	0,00	0,00
Subsector Artes Visuales	**2,74**	**2,74**	**2,82**	**3,09**	**5,66**	**5,52**	**0,00**
Actividades de fotografía	1,86	1,90	2,01	2,25	4,17	4,05	0,00
Actividades de producción de pintura, escultura, grabado, dibujo y otras artes visuales	0,87	0,84	0,80	0,84	1,49	1,48	0,00
Subsector Artes Escénicas	**1,28**	**1,25**	**1,33**	**1,50**	**0,00**	**0,00**	**0,00**

[1]Otras actividades de publicidad considera del CIIU Rev.4; 7310 a las actividades de Colocación de anuncios de publicidad en los diferentes medios, Alquiler y venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión, y la Realización de campañas de comercialización.
[2]Agrupa las actividades según CIIU Rev. 4; 6110, 6120 y 6130; sin embargo, únicamente lo relacionado con el servicio de televisión por suscripción.
[3]Agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 6010, 6020 y 6391.
[4]Agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 5913 y 5914.
[5]Agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 5911 y 5912.
Fuente: Elaboración propia con datos de Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR

ANEXO 4

RESUMEN DE HISTORIA DEL CINE COSTARRICENSE

El presente es un resumen de los hechos más relevantes para el análisis económico que se desarrolla del documento “Historia Del Cine Costarricense” referenciado en la nota al pie N°10

- *A partir de 1907 algunos costarricenses adquieren artículos cinematográficos, lo que significa el desarrollo de la actividad de manera más estable y sistemática, e incluso con miras a convertirla en una actividad lucrativa permanente.*
- *A la par de este paso hacia el negocio del cine, también en 1907 se empiezan a proyectar las primeras imágenes registradas en el país, realizadas en su mayoría por camarógrafos extranjeros.*
- *Las películas llevadas a cabo por costarricenses sólo se producen a finales de 1913.*
- *En octubre de ese año se celebra en San José el Segundo Congreso Eucarístico, filmado por dos conocidos fotógrafos de la época, Amando Céspedes Marín y Manuel Gómez Miralles. Céspedes Marín es escritor y pionero de la radio y el cinematógrafo en Costa Rica. Considerado como el primer camarógrafo profesional, crea el Departamento de Fotografía de la República.*
- *De igual manera, Walter Bolandi, autodidacta, es otro de los pioneros del cine nacional, y realiza la fotografía del primer largometraje El retorno, del italiano Albert Francis Bertoni (1930). Estos tres camarógrafos, especialmente Bolandi, realizan múltiples imágenes de la cotidianidad del país y de los actos oficiales más importantes de la historia patria.*
- *Durante esta época se intenta también la producción de obras de ficción… “son relatos que intentan colaborar en la cohesión de una imagen que la literatura y los discursos patrios están fijando en torno a la identidad nacional. El campo como espacio privilegiado, el costarricense identificado en la imagen del “labriego sencillo”, es decir, valorado positivamente como trabajador humilde y constante, así como la paz y el trabajo en tanto rasgos caracterizadores de la patria, son tópicos que… son retomados y reforzados por el cine de estos años. Los tres filmes de ficción destacan el campo como el espacio en que el país debe reconocerse...” “No es sino hasta 1968 que el periodista y folclorista Miguel Salguero realiza nuevamente una ficción, La apuesta, en 16 mm, también desde una visión idealizada de la realidad del país. Salguero realiza múltiples programas de televisión durante las décadas de 1970 y 1980, e incluso dos largometrajes más, Los secretos de Isolina (1986) y El trofeo (2001), igualmente con una valoración de lo tradicional campesino.”*
- *Durante la década de 1960 se continúa con la realización de pequeños documentales y notas de información por parte de diversos camarógrafos, los cuales generalmente son fotógrafos de profesión-*
- *El Espejo Roto: El Documental Social Y La Producción Del Estado. A esta imagen mitificada de país perfecto que ofrece el cine de estos primeros años, se*

opone el cine "radiografía" que se produce a partir de la década de 1970, que descubre los problemas más hondos de la sociedad y que no pretende agradar, sino problematizar y a la larga, provocar transformaciones.

- *Ya en esta década se puede hablar de una producción sistemática de cine con la creación en 1973 del Departamento de Cine, institución adscrita al Ministerio de Cultura. Este pasa a convertirse en 1977 en el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (CCPC) y bajo el lema "Dar voz a quien no la tiene", produce unos 75 documentales en 16 mm, la mayor parte transmitidos por la televisión nacional en una especie de "cadena" de todos los canales. Dicho departamento es creado en enero de 1973, gracias a un acuerdo entre el Gobierno de la República y la Sección de Información de la Unesco, con el apoyo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.*
- *Más que un proyecto artístico, el trabajo del Departamento de Cine es un proyecto político de revisión de los más importantes problemas que aquejan al país en ese momento, una gran radiografía de la nación. Basta revisar algunos de los temas para descubrir que nunca se intenta hacer cine por hacer cine, sino que éste tiene objetivos concretos, poner el dedo en la llaga, descubriendo enemigos ocultos y ofreciendo, algunas veces, soluciones. Casi siempre "dando voz al que no la tiene". La pérdida de los recursos naturales, la desnutrición, el alcoholismo, la delincuencia, la prostitución, el abandono del campesinado y la dependencia del país de intereses extranjeros son algunos de los temas tratados.*
- *En un inicio los trabajos tienen una gran acogida por parte del público y las autoridades. Siempre se transmiten en televisión y algunos son presentados por importantes personalidades… Pero pronto se evidencia la contradicción de que una entidad estatal es la encargada de denunciar los más graves problemas de la sociedad y, por lo tanto, la incapacidad del gobierno para resolverlos. El Ministerio de Cultura empieza a ser duramente criticado por otras instancias gubernamentales.*
- *na segunda etapa, entre 1976 y 1980, enfatiza temáticas sobre cultura popular y programas de desarrollo. De un cine crítico se pasa a un cine informativo, pero empieza nuevamente otra paradoja, intentar hacer trabajos directamente para el gobierno, pero siempre evitando la propaganda. La idea del gobierno es que al obtener el Departamento financiamiento gubernamental y nuevas entradas económicas, por trabajos a instituciones autónomas y semiautónomas, se puede ampliar el equipo de producción.*
- *Según los funcionarios, el Departamento entra en una segunda etapa de profesionalismo y expansión, en cuanto a producción se refiere. En noviembre de 1976 se anuncia la creación de un "centro de producción", proyecto que apoyan todas las tendencias políticas. El Departamento deja de ser una dependencia del Ministerio para convertirse en un centro de producción con mayor independencia del estado. El Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (CCPC) es creado el 11 de noviembre de 1977.*
- *Asimismo, se crea un Consejo Nacional de Cinematografía, que está presidido por el Ministro de Cultura, e integrado por dos personas más nombradas*

por el poder ejecutivo. A partir de este momento, la producción se encamina, sea a la documentación de aspectos de la cultura, sea a la producción de filmes de instituciones autónomas o de programas gubernamentales.

- *"Este sutil giro a temas menos polémicos implica unas mejores relaciones con los gobiernos… no obstante, no es suficiente para que el CCPC sobreviva a la crisis económica que se desata en 1980 y que lleva a la institución prácticamente al cierre" "Ya los filmes tampoco se transmiten por televisión y ésta se torna decididamente comercial."*
- *No obstante, se produce un tercer momento en el cual los cineastas incursionan en la ficción y regresan a temas críticos… Los cineastas del CCPC creen en ese momento que la ficción es la salida para no competir con lo que se está haciendo en la televisión, ya que los noticieros empiezan a filmar lo que el Centro de Cine trabaja en los primeros años y realizan más reportajes.*
- *Por otra parte, el video se populariza, desplazando la producción cinematográfica que se torna muy costosa. Durante 1985-86, la institución intenta su último momento como ente productor, con un equipo de video y nuevos realizadores en este formato.*
- *En suma, la mayoría de los temas giran sobre figuras de la cultura o el deporte nacional. Con el video, el Centro de Cine se mantiene produciendo material propio. Con la llegada de la realizadora Patricia Howell a la dirección del Centro, la prioridad es apoyar la Megaproducción española El Dorado de Carlos Saura (1987). Esta iniciativa de plena colaboración es el "espejismo" del ingreso del cine costarricense al mapa de la cinematografía internacional, pero en la realidad no deja ganancias al país, ni en el ámbito económico ni mucho menos en un sentido simbólico, ya que éste aparece como una localización y no como un país capaz de coproducir con industrias cinematográficas como la española.*
- *A partir de entonces, la producción estatal se paraliza, ya que se decide enviar el equipo de video al canal estatal de televisión, que por fin se funda y el Centro de Cine se queda sin presupuesto para producir en cine y sin equipo para producir en video. A partir de 1990 se dedica a labores de difusión, sobre todo con la organización de la Muestra Costarricense de Cine y Video, y a ocasionales apoyos a la producción independiente.*
- *La Muestra De Cine Y Video Costarricense. El panorama cinematográfico se revitaliza cuando arriba al país una nueva generación de cineastas, después de cursar estudios formales en diversos países.*
- *En 1992 algunos de los jóvenes creadores se unen para discutir problemas comunes y fundan la Muestra de Cine y Video Costarricense, que se convierte en la más importante vitrina del trabajo audiovisual del país. Patrocinados por el entonces recién creado Centro Cultural de España, las dos primeras ediciones se realizan en su sede y participan trabajos tanto aficionados como profesionales, en ficción como en documental, cine y video… La organización de la Muestra de Cine y Video es la actividad más importante del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica.*
- *La Producción Independiente. La producción independiente logra una cierta*

regularidad a finales de la década de 1970. Por otra parte, se realizan algunas ficciones críticas de la realidad nacional como la fábula moral. Sin embargo, a partir de 1982 pareciera que el cine nacional busca aislarse de los problemas centroamericanos e identificarse con una imagen del país como "isla de paz"

- *La Segua de Antonio Yglesias (1984), bajo la producción de Castillo, el largometraje que se presenta como la primera incursión de Costa Rica en la pantalla grande…. el cine local intenta acercarse a la corriente del realismo mágico tan en boga en Latinoamérica.*
- *El Video Y La Nueva Agenda. A partir de 1985 el panorama del audiovisual sufre una importante transformación con la popularización del formato de video, que abre nuevas posibilidades a los creadores de la imagen. La nueva tecnología aumenta considerablemente la producción, ya que los costos son significativamente más accesibles.*
- *Hasta entrado el siglo XXI lo que predomina en el país para los productores independientes, desde mediados de la década de 1970, es la producción publicitaria sin duda, y que es la única industria audiovisual rentable y sólida en el país. No obstante, en los últimos quince años del siglo XX se desarrolla la producción de documentales educativos y culturales, muchos de ellos financiados por agencias de cooperación y desarrollo, organizaciones no gubernamentales e instituciones estatales.*
- *Se empiezan a constituir una serie de productoras independientes.*
- *Otro de los temas de esta nueva agenda que trabaja en el audiovisual es lo que se puede llamar "la otra Costa Rica", es decir, aquella que trasciende la historia oficial, en la que no se reconoce el discurso estereotipado del "concho", labriego, campesino bueno y blanco del valle central, que ha sido exaltado en las primeras ficciones. En este nuevo discurso, que puede ser tanto de redescubrimiento de otras zonas del país, de otros seres como los indígenas o los afrocaribeños, o una relectura de la historia, se producen algunos de los trabajos más interesantes de los últimos años. La Universidad Estatal a Distancia (UNED), desde su Departamento de Producción, se aproxima ampliamente al tema*
- *Otras de las vertientes reiteradas del audiovisual en el país a finales del siglo XX y principios del XXI, es el rescate de la vida y obra de personajes importantes de la vida política, cultural, científica y deportiva, como hizo el Centro de Cine en su segunda etapa, en la década de 1980; y como hizo el Centro Gandhi y también la UNED…"*
- *CINE Y LEGISLACIÓN. Hasta fines del siglo XX, Costa Rica no tiene en sentido estricto, ningún tipo de legislación que fomente el cine y el video y la actividad es producto de esfuerzos audiovisuales o de apoyos de la cooperación internacional o la empresa privada. No obstante, el panorama se transforma. En 2002 se crea Cinealianza, asociación de productores y realizadores costarricenses, que se encuentra trabajando en un proyecto de ley para el fomento al audiovisual. Al año siguiente, en 2003, se inaugura la primera escuela de cine y televisión de la región centroamericana en la Universidad Veritas. Hasta entonces, no existe una escuela dedicada exclusivamente al audiovisual, y los realizadores o son*

autodidactas o se forman en el exterior, ya que sólo se imparten cursos de producción en otras carreras, o talleres breves a nivel técnico. También en 2004 se abre otra vitrina, además de la Muestra de Cine y Video Costarricense, creada en 1992, para el video joven, llamada La 240, y que estimula la creación de realizadores no profesionales y estudiantes.

- *Por último, en 2004 se crea Cinergia, Fondo de Fomento al Audiovisual de Centroamérica y Cuba, único estímulo al audiovisual que existe en Centroamérica. Cinergia otorga anualmente apoyos en dinero en efectivo a la producción audiovisual en todos sus procesos…. Estos donativos, si bien no son muy altos, estimulan la producción, sobre todo de los nuevos realizadores. El Fondo también ofrece talleres de profesionalización en diversas áreas como el guion y la producción ejecutiva y becas de estudio en la Universidad Veritas y talleres cortos en el exterior, gracias a diversas alianzas con otros países de Latinoamérica, en un esfuerzo por visibilizar el cine de Centroamérica y el Caribe que ya está dando sus frutos.*

ANEXO 5

Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica
Producciones costarricenses exhibidas en salas de cine del país
Período 2010-2015

Año de exhibición	Título	Productor	Género
2010	Arresto domiciliario	Gabriel Retes	Largometraje de ficción
2010	Del amor y otros demonios	Hilda Hidalgo	Largometraje de ficción
2010	Donde duerme el horror	Óscar Castillo	Largometraje de ficción
2010	Luces de esperanza	Ericka Bagnarello	Documental
2010	A ojos cerrados	Hernán Jiménez	Largometraje de ficción
2010	El último comandante	Isabel Martínez, Vicente Ferraz	Largometraje de ficción
2010	El sanatorio	Miguel Gómez	Largometraje de ficción
2011	Agua fría de mar	Paz Fábrega	Largometraje de ficción
2011	Tercer Mundo	César Caro	Largometraje de ficción
2011	El compromiso	Óscar Castillo	Largometraje de ficción
2011	El regreso	Hernán Jiménez	Largometraje de ficción
2012	El fin	Miguel Gómez	Largometraje de ficción
2012	Las tres Marías	Francisco González	Largometraje de ficción
2012	Los Vargas Brothers	Juan Manuel Fernández	Documental
2013	Padre	Alejo Crisóstomo	Largometraje de ficción
2013	Historia de un Oscar	Dyrson Brown	Largometraje de ficción
2013	Por las Plumas	Ernesto Villalobos	Largometraje de ficción
2013	Princesas Rojas	Laura Astorga	Largometraje de ficción
2013	Puerto Padre	Gustavo Fallas	Largometraje de ficción
2014	Muñecas Rusas	Jurgen Ureña	Largometraje de ficción
2014	Italia 90	Alejo Miguel Gómez	Largometraje de ficción
2014	Rosado Furia	Nicolás Pacheco	Largometraje de ficción
2014	Maykol Jordan de viaje perdido	Miguel Gómez	Largometraje de ficción
2015	Nina y Laura	Alejo Crisóstomo	Largometraje de ficción
2015	Espejismo	José Miguel González	Largometraje de ficción
2015	Semana U	Gerardo Selva	Largometraje de ficción
2015	El codo del Diablo	Ernesto y Antonio Jara	Documental
2015	Viaje	Paz Fábrega	Largometraje de ficción
2015	Dos Aguas	Patricia Velásquez	Largometraje de ficción
2015	Presos	Esteban Ramírez	Largometraje de ficción
2015	El Cielo Rojo 2	Miguel Gómez	Largometraje de ficción
2015	El Lugar más Feliz del Mundo	Soley Bernal	Largometraje de ficción
2015	La Mettrie	Héctor Calderón y Tomás Lestard	Largometraje de ficción

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSCCR del MCJ y del BCCR, a partir de datos del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica y la Cámara de Distribuidores y Exhibidores Cinematográficos de Costa Rica.

ANEXO 6

COMPARATIVO IMPUESTO ESPECTACULOS PUBLICOS

LEY VIGENTE	TEXTO PROYECTO
Ley 148 Artículo 4º.- "1)- Se establece un impuesto del cinco por ciento (5%) a favor de las municipalidades, que pesará sobre el valor de cada boleta, tiquete o entrada individual a todos los espectáculos públicos o de diversión no gratuitos, que se realicen en teatros, cine…" **LEY N° 561** Modifica el artículo 4 de la Ley 148: 1) El producto de un impuesto de diez céntimos que pesará sobre cada boleta o entrada individual de todos los espectáculos públicos y diversiones no gratuitas que se realicen en teatros, radioteatros, cines, salones de baile,	
LEY N° 841 Presenta las siguientes modificaciones a las leyes anteriores: Artículo 2: "…Los teatros o salones de cine situados en distritos que no sean cabecera de provincia, pagarán por concepto del impuesto a que este artículo se refiere, un cinco por ciento sobre la entrada bruta obtenida en cada espectáculo…" Artículo 3: "…un sobreimpuesto de diez céntimos de colón, que se establece sobre toda entrada a cualquier	Artículo 31

espectáculo público que se verifique en el país, sin perjuicio de lo dispuesto en la ley número 163 de 18 de agosto de 1945. Este sobreimpuesto no afecta las entradas a galería. Los teatros o salones de cine situados en los distritos que no sean cabecera de provincia, pagarán por concepto del impuesto a que este artículo se refiere, un cinco por ciento sobre la entrada bruta obtenida en cada espectáculo. Los teatros o salones de cine situados en distritos que no sean cabeceras de provincia, pagarán, por el anterior concepto, el tres por ciento de la entrada bruta obtenida en cada espectáculo.” **Ley 6844** “Artículo 1°-Modificase el inciso 1) del artículo 4° de la ley N° 148…: 1) Se establece un impuesto del cinco por ciento (5%) a favor de las municipalidades, que pesará sobre el valor de cada boleta, tiquete o entrada individual a todos los espectáculos públicos o de diversión no gratuitos, que se realicen en teatros, cines, …” **Ley 6890** Artículo 16, se reforma el artículo 1º de la ley Nº 6844: "Artículo 1º.-Se establece un impuesto del cinco por ciento (5%) a favor de las municipalidades, que pesará sobre el valor de cada boleta,	Modifica el artículo 3 de la Ley N° 841, de la siguiente manera: “Los teatros y salas del cine pagarán el seis por ciento (6%) de la entrada bruta obtenida en cada función. La suscripción o alquiler de contenido audiovisual, independientemente del formato en que se rente o consuma, incluyendo el consumo en línea, pagará el seis por ciento (6%) del alquiler bruto obtenido en cada servicio de suscripción o alquiler.”

tiquete o entrada individual a todos los espectáculos públicos o de diversión no gratuitos, que se realicen en teatros, cines…”	
DISTRIBUCIÓN DE LOS RECURSOS	
Ley 5780 Artículo 1º.- El impuesto sobre espectáculos públicos asignado a la restauración del Teatro Nacional y a sus labores de extensión cultural, establecido en la ley Nº 3632 de 16 de diciembre de 1965, se distribuirá de la siguiente forma: un 50% del ingreso de ese impuesto se otorgará a la Junta Directiva del Teatro Nacional, para atender las obras de restauración, remodelación y mantenimiento del Teatro Nacional; un 30% a la Compañía Nacional de Teatro, para sus programas de extensión, difusión y promoción; un 10% para la Dirección General de Artes y Letras; y un 10% para los programas juveniles de la Orquesta Sinfónica Nacional, todas unidades del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, que cumplen actividades de extensión cultural	**Artículo 31** Modifica la Ley 5780 de la siguiente forma: Artículo 1º- El impuesto sobre espectáculos públicos asignado a la restauración del Teatro Nacional y a sus labores de extensión cultural, establecido en la Ley N° 3632, de 16 de diciembre de 1965, se distribuirá de la siguiente forma: un cuarenta por ciento (40%) del ingreso de ese impuesto se otorgará al Teatro Nacional para atender las obras de restauración, remodelación y mantenimiento de su edificación patrimonial; un veintidós por ciento (22%) al Centro Costarricense de Cine y Audiovisual, para el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual; un veintidós por ciento (22%) a la Compañía Nacional de Teatro para sus programas de extensión, difusión y promoción; un ocho por ciento (8%) para el Museo de Arte Costarricense; y un ocho por ciento (8%) para el Instituto Nacional de la Música; todos órganos desconcentrados o programas del Ministerio de Cultura y Juventud, que desarrollan actividades de extensión cultural. El Teatro Nacional, como órgano auxiliar de la administración tributaria en todo el territorio nacional, deberá liquidar mensualmente el monto que le corresponde a cada institución beneficiaria, pudiendo rebajar de previo,

	el costo por las labores de administración, fiscalización y cobro de los citados impuestos. Este monto no podrá superar el quince por ciento (15%) de la recaudación bruta. La metodología para el establecimiento anual de este monto deberá realizarse mediante resolución razonada.

Elaborado por: ovc
/*lsch// 11-5-2020
c.archivo