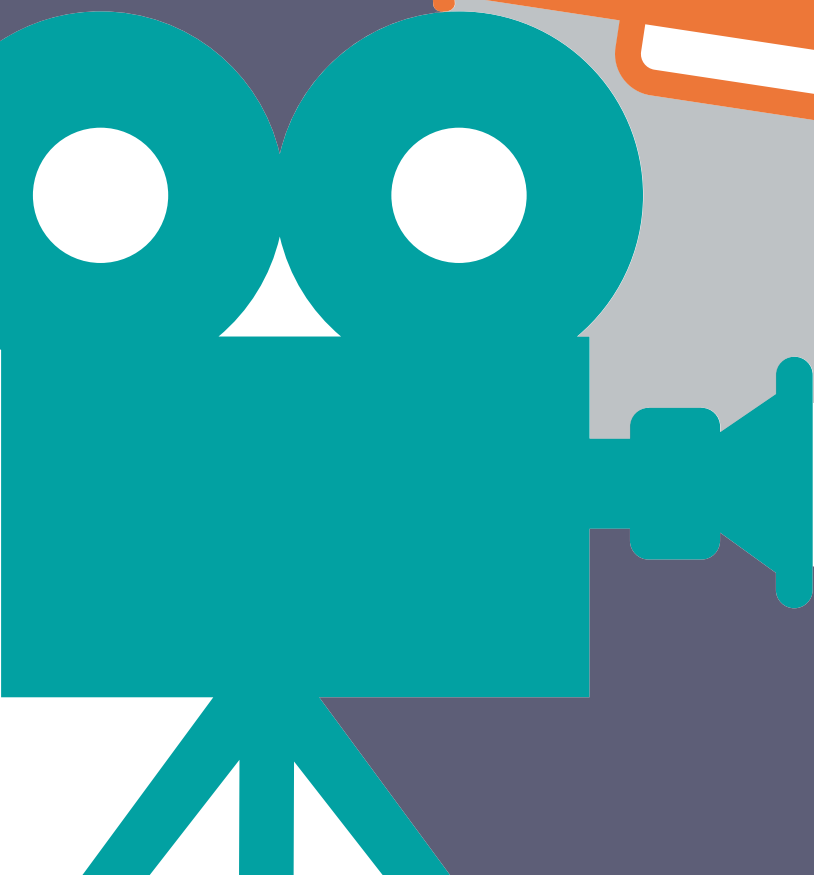


CUENTA SATÉLITE DE CULTURA DE COSTA RICA

# PRIMERAS MEDICIONES

Sectores Editorial,  
Audiovisual y  
Publicidad  
2010-2012







**PRIMERAS MEDICIONES**  
SECTORES EDITORIAL,  
AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD  
*PERÍODO 2010 - 2012*





# ¡LA CULTURA CUENTA!

---

De violines y tractores  
fue la frase de don Pepe  
que nos marcó en los albores  
de una aventura valiente:  
la de invertir en cultura,  
la de empezar a mezclar  
herramientas de labrar  
con la música más pura.  
Se inició en aquellos años  
un camino diferente  
que hizo nido en nuestra gente  
y empezó a escalar peldaños.  
Con toda la marea en contra  
se fundaron academias  
para que aquella bohemia  
pudiera pulir sus obras.  
Y nacieron las orquestas,  
y se nos llenó la escena  
con títeres y poemas,  
con muchas nuevas propuestas  
proyectadas al futuro  
desde la imaginación,  
que se volvían canción  
y daban la vuelta al mundo.  
Pero un problema mayor  
estaba en otro lugar:  
en la poca comprensión  
del aporte singular,  
del inmenso capital  
que hay detrás del maquillaje,  
de que en cada buen montaje  
hay desarrollo y hay más:  
hay democracia y hay paz,  
hay crecimiento y riqueza,  
hay lucha contra la pobreza  
y caminos por andar.

Cada uno de esos violines  
se convirtió en mil tractores,  
y aquellos arcos febriles  
hoy son semiconductores.  
Del leotardo y el pincel  
han nacido los creadores,  
oleadas de emprendedores  
que han pasado del papel  
a la cruda realidad  
y han aprendido a batirse  
en los medios más hostiles  
de alta rentabilidad.  
Hoy, al hacer un recuento,  
de la industria editorial,  
del aporte audiovisual,  
de lo que cuentan los cuentos,  
vemos, con admiración  
que la cultura ha crecido  
por encima de cultivos  
con siglos de tradición.  
Hoy, por los datos, sabemos  
que el arte es imprescindible  
y da de comer a miles  
más que el banano y el café.  
Hoy podemos afirmar,  
sin temor a equivocarnos,  
que tenemos en las manos  
un instrumento esencial  
pa' alcanzar prosperidad,  
y pa' entender de qué forma  
la cultura se hace horma  
de progreso y dignidad,  
de un país que se define  
por lo que canta y ofrece:  
de una economía que crece  
con tractores... y violines!



## **Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ)**

Manuel Obregón López  
*Ministro de Cultura y Juventud*

Iván Rodríguez Rodríguez  
*Viceministro de Cultura*

Irene Morales Kött  
*Viceministra de Juventud*

Ileana González Álvarez  
*Viceministra Administrativa*

### *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica*

Anahí Moyano Larrea  
*Coordinadora General CSCCR/CICSC*

Sylvia Mora Zamora  
*Analista Secretaría de Planificación Institucional y Sectorial/ Integrante CICSC*

### *Equipo Técnico CSCCR del MCJ*

Katherine Miranda Álvarez  
*Coordinadora y Encargada Medición Sectores Editorial y Publicidad*

Karina Castro Bolaños  
*Encargada Medición Sectores Audiovisual y Publicidad*

Rebecca Baker Hernández  
*Encargada Investigación del aporte público a la cultura (en desarrollo)*

Jimmy Castillo Fernández  
*Asignado Investigación del aporte público a la cultura (en desarrollo)*



## Banco Central de Costa Rica (BCCR)

Félix Delgado Quesada  
*Gerente*

Róger Madrigal López  
*Director de la División Económica*

Henry Vargas Campos  
*Director Departamento de Estadística  
Macroeconómica*

### *Equipo Técnico CSCCR del BCCR*

Alejandra Ramírez Vargas  
Elvia Campos Villalobos  
Carlos Carrillo Chaves  
Jackeline Zamora Bolaños  
*Departamento de Estadística  
Macroeconómica*



## Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Floribel Méndez Fonseca  
*Gerente*

María Elena González Quesada  
*Coordinadora Área de Coordinación del  
Sistema Estadístico Nacional*



## Programa Estado de la Nación (PEN)

Miguel Gutiérrez Saxe  
*Director*

Jorge Vargas Cullel  
*Director a.i.*



## Tecnológico de Costa Rica (TEC)

Julio César Calvo Alvarado  
*Rector*

## Estrategia de Comunicación CSCCR

*Asociación Voces Nuestras*  
Maritza Salgado Silva  
*Directora*  
Liliana Ramos Zanca

# COMISIÓN INTERINSTITUCIONAL PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DE CULTURA DE COSTA RICA (CICSC)

---

Anahí Moyano Larrea  
*MCJ, Coordinadora CICSC*

## ***Ministerio de Cultura y Juventud***

Ileana González Álvarez  
*Viceministra Administrativa*

Irene Morales Kött  
*Viceministra de Juventud*

Ana Isabel Padilla Duarte  
*Jefa Secretaría de Planificación  
Institucional y Sectorial*

Guadalupe Gutiérrez Aragón  
*Jefa Departamento Financiero Contable*

Yehilyn Chía Rodríguez  
*Asesora Viceministra Administrativa*

Sylvia Mora Zamora  
*Secretaría de Planificación Institucional y  
Sectorial*

Marianela Sánchez Badilla

Natalia Cedeño Vargas  
*Dirección de Cultura*

Katherine Miranda Álvarez

Karina Castro Bolaños

Rebecca Baker Hernández

Jimmy Castillo Fernández  
*Equipo Técnico*

## ***Banco Central de Costa Rica***

Alejandra Ramírez Vargas

Elvia Campos Villalobos

Carlos Carrillo Chaves

Jackeline Zamora Bolaños

## ***Instituto Nacional de Estadística y Censos***

Cinthya Chacón Salazar

## ***Programa Estado de la Nación***

Miguel Gutiérrez Saxe

Natalia Morales Aguilar

## ***Tecnológico de Costa Rica (TEC)***

Désirée Mora Cruz

Alicia Coto Guzmán



# AGRADECIMIENTOS

---

*Agradecemos profundamente a las siguientes personas e instituciones que, de diferentes maneras, han enriquecido con sus aportes estas primeras mediciones de la CSCCR.*

A todo el personal del Ministerio de Cultura y Juventud y especialmente a: Ana Lorena Herrera, María Elena Morera y Departamento de Cooperación Internacional.

Olga Rodríguez, Susan Coronado, Agencia Nacional ISBN y SINABI.

Laura Molina y Centro Costarricense de Producción Cinematográfica.

Giancarlo Protti y Comisión para la Construcción de la Política Nacional de Derechos Culturales y la Ley General de Derechos Culturales.

Carmen Luisa Madrigal y Corredor Cultural Caribe.

Festival Internacional y Nacional de las Artes, Feria Internacional del Libro y Costa Rica Festival Internacional de Cine 2013, Paz con la Tierra: Señor Viceministro de Cultura Iván Rodríguez, Anselmo Navarro, Berny Abarca, José Montero, Alejandro Tosatti, Patricia Aguilar, Karina Salguero, Lorena Ávila e Itatí Moyano.

A los y las pasantes que colaboraron en diferentes etapas de la CSCCR: Patricia Morera, Christian Vargas, Daniela Vargas y Milena Chaves.

Ministerio de Hacienda.

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica.

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto.

Comisión Costarricense de Cooperación con la UNESCO.

AIMEC Consultores.

María Elena González, Miguel Gutiérrez, Johnny Madrigal, Pilar Ramos y Jazmín Peralta.

Fundación Panamericana para el Desarrollo, Colombia: Carolina Monsalve.

Gobierno de Colombia: Ministerio de Cultura (Ángel Moreno, Eduardo Saravía, Adriana Rubio, Raúl Casas y Alejandra Muñoz), Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Francisco Carrillo, Marion Pinot, Ana Victoria Vega, Nohora Palencia y Santiago Molina), Ministerio de Relaciones Exteriores, Estrategia Caribe (Diana Valero y Bibiana Rodríguez), Agencia Presidencial de Cooperación Internacional.

Gobierno de España: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Andrés Pérez, Yorlenny Alpízar, Bruno Velazco y Sergio Herrera).

Organización de Estados Iberoamericanos para la Cultura, la Ciencia y la Tecnología: Alvaro Marchesi y Observatorio Iberoamericano de Cultura.

Convenio Andrés Bello: Diana Rey, Liliana Ortiz y Javier Machicado.

Al Banco Interamericano de Desarrollo, a la Organización de los Estados Americanos y al Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.

A la Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana y a la Comisión Centroamericana de Estadística.

A nuestros amigos y colegas de CSC de Argentina: Natalia Calcagno, Juan Manuel Zanabria y Gerardo Sánchez, Brasil: Luiz Gouveia, Chile: Alejandra Aspillaga, México: José Cáceres, Perú: Mariela Noriega y Uruguay: Diego Traverso.

De manera especial, a nuestros compañeros del Proyecto Regional de CSC del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA): Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá y República Dominicana, a Alberto Valenzuela, Carlos Rodríguez, Alejo Campos y a los Señores Viceministros Leandro Yax y Carlos Santos.



# INDICE DE CONTENIDOS

## PARTE 1 ANTECEDENTES Y CONSTRUCCIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DE CULTURA DE COSTA RICA

Introducción	1
Antecedentes	3
Comisión Interinstitucional de CSCCR (CICSC)	5
Cooperación Internacional	6
Proyecto de CSC del SICA	7
Otros procesos relacionados con la CSCC	
<i>Medición de Eventos Culturales Masivos</i>	8
<i>Encuesta Nacional de Cultura</i>	9
<i>Investigación del aporte del sector público a la cultura costarricense</i>	9
Objetivos de la CSCCR	10
El proceso de construcción de la CSCCR	10
Principales resultados de la CSCCR	
<i>Producción Cultural</i>	12
<i>Comercio Exterior Cultural</i>	13
<i>Empleo Cultural</i>	15
<i>PIB Cultural</i>	16
Próximos pasos de la CSCCR	19

## PARTE 2 METODOLOGÍA DE LAS PRIMERAS MEDICIONES: SECTOR EDITORIAL, AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD, PERÍODO 2010-2012

Introducción	23
Cuadros de salida	
<i>Cuentas de producción</i>	25
<i>Balance de oferta y utilización (BOU)</i>	26
<i>Gasto en cultura y su financiación</i>	26
<i>Empleo</i>	27
<i>Otros indicadores no monetarios</i>	27

**Unidades de observación**

Elaboración del directorio de empresas y establecimientos del sector editorial	29
Agencia Nacional ISBN (International Standard Book Number)	29
Directorio de Unidades Institucionales y Establecimientos (DUIE)	29
Dirección General de Tributación (DGT)	30

**Fuentes de información**

Fuentes primarias	30
Dirección General de Tributación (DGT)	31
Banco Central de Costa Rica (BCCR)	31
Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)	32
Cámara Costarricense del Libro (CCL)	32
Editoriales Universitarias Públicas	32
Agencia Nacional ISBN (International Standard Book Number) e ISSN (International Standard Serial Number)	32

**Resultados**

Cuentas de producción en términos corrientes	33
Cuenta de generación del ingreso	34
Resultados: Edición de libros (5811)	34
Resultados: Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición (5813 y 5819)	35
Balance de oferta y utilización (BOU)	35
Resultados: Balance de oferta y utilización de libros	36
Resultados: Balance de oferta y utilización de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición, 2010-2012	37
Gasto en cultura y su financiación	38
Empleo	39
Otros indicadores no monetarios	39

**Unidades de observación**

Elaboración del directorio de empresas y establecimientos del sector audiovisual	45
Directorio de Unidades Institucionales y Establecimientos (DUIE)	46
Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (CCPC)	46
Programa Nacional para el Desarrollo de las Artes Escénicas (PROARTES)	47
Fondo de Fomento al Audiovisual de Centroamérica y el Caribe (CINERGIA)	47
Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL)	47

**Fuentes de información**

Fuentes primarias	48
Dirección General de Tributación (DGT)	48
Banco Central de Costa Rica (BCCR)	49
Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)	49
Fiscalía de Espectáculos Públicos	49

**Resultados**

Cuentas de producción en términos corrientes	50
Cuenta de generación del ingreso	51
Resultados: Producción y postproducción de películas cinematográficas y cintas de video (5911 y 5912)	52
Resultados: Distribución y exhibición de películas cinematográficas y cintas de video (5913 y 5914)	52
Resultados: Programación y transmisión de radio y televisión y actividades de agencias de noticias (6010, 6020 y 6391)	52
Resultados: Producción del servicio de televisión por suscripción	53
Balance de oferta y utilización (BOU)	53
Resultados: Balance de oferta y utilización de cine y video	54
Resultados: Balance de oferta y utilización de programación y transmisión de radio y televisión, y actividades de agencias de noticias	55
Resultados: Balance de oferta y utilización del servicio de televisión por suscripción	56
Gasto en cultura y su financiación	57
Empleo	59
Otros indicadores no monetarios	59

<b>Unidades de observación</b>		ANEXO 1.	
<i>Elaboración del directorio de empresas y establecimientos del sector publicidad</i>	65	<b>DESGLOSE Y DESCRIPCIÓN DEL CONSUMO INTERMEDIO</b>	76
<i>Dirección General de Tributación (DGT)</i>	65	ANEXO 2.	
<i>Registro de Variables Económicas (REVEC)</i>	65	<b>ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS PARA EL SECTOR EDITORIAL SEGÚN CIIU REV. 4.</b>	79
<i>Directorio de la Comunidad de Empresas de Comunicación de Costa Rica</i>	65	ANEXO 3.	
<b>Fuentes de información</b>		<b>ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL SEGÚN CIIU REV. 4.</b>	80
<i>Fuentes primarias</i>	66	ANEXO 4.	
<i>Dirección General de Tributación (DGT)</i>	66	<b>PUBLICIDAD: ACTIVIDAD ECONÓMICA SEGÚN CIIU REV. 4.</b>	83
<i>Banco Central de Costa Rica (BCCR)</i>	67	ANEXO 5.	
<i>Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)</i>	67	<b>DEFINICIONES</b>	83
<b>Resultados</b>		Bibliografía	84
<i>Cuenta de producción en términos corrientes</i>	67		
<i>Cuenta de generación del ingreso</i>	68		
<i>Resultados: Publicidad (7310)</i>	68		
<i>Balance de oferta y utilización (BOU)</i>	69		
<i>Resultados: Balance de oferta y utilización de publicidad (7310)</i>	69		
<i>Gasto en cultura y su financiación</i>	70		
<i>Empleo</i>	70		
<i>Otros indicadores no monetarios</i>	71		

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b> Producción Cultural: Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad	12	<b>Cuadro 17.</b> Costa Rica: Número y variación porcentual de títulos de libros por tipo de soporte, 2010-2012	40
<b>Cuadro 2.</b> Comercio Exterior Cultural: Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad	13	<b>Cuadro 18.</b> Costa Rica: Número de títulos de libros por subtema, 2010-2012	41
<b>Cuadro 3.</b> Personas ocupadas por sector cultural, 2010-2012	15	<b>Cuadro 19.</b> Costa Rica: Número de títulos y ejemplares de libros según tipo de editor, 2010	41
<b>Cuadro 4.</b> PIB Cultural por sector, 2010-2012	16	<b>Cuadro 20.</b> Costa Rica: Número de títulos y ejemplares de libros según tipo de editor, 2011	42
<b>Cuadro 5.</b> Comparación de aportes al PIB de los sectores culturales, el banano y el café, 2012	17	<b>Cuadro 21.</b> Costa Rica: Número de títulos y ejemplares de libros según tipo de editor, 2012	42
<b>Cuadro 6.</b> Comparación de aportes al PIB de los sectores culturales, el banano y el café, 2012	17	<b>Cuadro 22.</b> Costa Rica: Número y variación de títulos y ejemplares de libros editados por editoriales universitarias públicas, 2010-2012	43
<b>Cuadro 7.</b> PIB Cultural: Comparación internacional del aporte de los sectores Editorial y Audiovisual al PIB	18	<b>Cuadro 23.</b> Costa Rica: Número y variación de títulos y tiraje de revistas editadas por editoriales universitarias públicas, 2010-2012	43
<b>Cuadro 8.</b> Costa Rica: Actividades características para el Sector Editorial	28	<b>Cuadro 24.</b> Costa Rica: Títulos de libros editados según nacionalidad de los autores, 2010-2012	43
<b>Cuadro 9.</b> Costa Rica: Cuenta de producción de edición de libros, 2010-2012	34	<b>Cuadro 25.</b> Costa Rica: Actividades características para el Sector Audiovisual	44
<b>Cuadro 10.</b> Costa Rica: Cuenta de producción de edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición, 2010-2012	35	<b>Cuadro 26.</b> Costa Rica: Cuenta de producción de producción y postproducción de películas cinematográficas y cintas de video, 2010-2012	52
<b>Cuadro 11.</b> Costa Rica: BOU de libros, 2010-2012	36	<b>Cuadro 27.</b> Costa Rica: Cuenta de producción de distribución y exhibición de películas cinematográficas y cintas de video, 2010-2012	52
<b>Cuadro 12.</b> Costa Rica: BOU de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición, 2010-2012	37	<b>Cuadro 28.</b> Costa Rica: Cuenta de producción de programación y transmisión de radio y televisión y actividades de agencias de noticias, 2010-2012	52
<b>Cuadro 13.</b> Costa Rica: Personas ocupadas en el Sector Editorial según actividad económica, 2010-2012	39	<b>Cuadro 29.</b> Costa Rica: Cuenta de producción del servicio de televisión por suscripción, 2010-2012	53
<b>Cuadro 14.</b> Costa Rica: Cantidad de empresas y establecimientos del Sector Editorial según actividad económica principal	39	<b>Cuadro 30.</b> Costa Rica: BOU de cine y video, 2010-2012	54
<b>Cuadro 15.</b> Costa Rica: Número de títulos de libros por año, 2010-2012	40	<b>Cuadro 31.</b> Costa Rica: BOU de programación y transmisión de radio y televisión, y actividades de agencias de noticias, 2010-2012	55
<b>Cuadro 16.</b> Costa Rica: Número de títulos y estructura porcentual de libros por tipo de soporte, 2010-2012	40	<b>Cuadro 32.</b> Costa Rica: BOU del servicio de televisión por suscripción, 2010-2012	56









PARTE 1.

# ANTECEDENTES Y CONSTRUCCIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DE CULTURA DE COSTA RICA



## INTRODUCCIÓN

---

El Proyecto Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR) inició en junio de 2011 y la presentación de las primeras mediciones se realizó el día 17 de octubre de 2013.<sup>1</sup>

La CSCCR es un sistema de información que permite conocer las características económicas de la cultura costarricense de manera confiable, consistente y continua. Este marco contable de periodicidad anual está diseñado como satélite del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN)<sup>2</sup>.

Las particularidades del mundo cultural no permiten que se mida todo y muchos de sus aportes más importantes no se pueden cuantificar. Sin embargo, por medio de este primer avance se construyeron indicadores monetarios y no monetarios como PIB Cultural, Empleo, Importaciones y Exportaciones, Producción, Financiamiento, entre otros, para los sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad; visibilizando así la contribución de la cultura a la economía costarricense.

Los datos suministrados por la CSCCR constituyen el punto de partida para el diseño, seguimiento y evaluación de políticas públicas que promuevan el crecimiento de la economía creativa del país, y son especialmente relevantes para la Política Nacional de Derechos Culturales y la Ley General de Derechos Culturales, que el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) ha elaborado en consulta con diversos sectores.

---

<sup>1</sup> Estas primeras mediciones de la CSCCR son parciales (ya que se están midiendo 3 de los 13 sectores culturales) y preliminares (preliminar en términos económicos significa que no es definitivo. Esto quiere decir que los datos al momento del cálculo son preliminares y son sujetos de modificaciones cuando se cuente con los datos definitivos por parte de las distintas fuentes; por lo general los cambios no son significativos).

<sup>2</sup> El Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) es un conjunto coherente, sistemático e integrado de cuentas macroeconómicas, balances y cuadros basados en una serie de conceptos, definiciones, clasificaciones y normas contables convenidos internacionalmente. El SCN constituye una relación exhaustiva y detallada de las complejas actividades económicas que se realizan en una economía y de las interacciones entre diferentes agentes y grupos de agentes económicos que tienen lugar en los mercados o en otros marcos.

La CSCCR es también una herramienta para tomar decisiones más efectivas desde los ámbitos público y privado y para planificar proyectos acordes a la realidad y necesidades del sector. La información generada es útil para artistas, cultores, gestores culturales, empresarios, medios de comunicación, la academia y la sociedad en general, que produce y disfruta la cultura.

Por medio de la CSCCR se pretende ampliar el concepto de cultura, trascendiendo las bellas artes y el entretenimiento y evidenciar su relevancia en las nuevas sociedades del contenido y el conocimiento. Como consecuencia, los recursos que se destinan al sector no son un gasto, sino una inversión en la gente.

La cultura contribuye al crecimiento económico del país y es, sin duda, un motor para el desarrollo más justo, integral y equitativo de Costa Rica.

La CSCCR es la primera Cuenta Satélite de Cultura de Centroamérica y el Caribe, la quinta de América Latina y la séptima del mundo. Es, además, la primera Cuenta Satélite del país en publicar resultados.

## ANTECEDENTES

---

El estudio de la dimensión económica de la cultura inició a nivel mundial en los años setenta del Siglo XX.

En el contexto íbero e interamericano, la promoción y consolidación de los sistemas de información y medición cultural fue adquiriendo mayor relevancia hasta convertirse en un tema de referencia en los últimos años. Así lo demuestran eventos e iniciativas de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Convenio Andrés Bello (CAB), el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) y la Organización de los Estados Americanos (OEA), entre otros.

En referencia a las Cuentas Satélite de Cultura (CSC) específicamente, entre mediados de la década pasada y el 2013 se presentaron los primeros resultados de las Cuentas Satélite de Cultura de Argentina, Chile, Colombia y Uruguay, en América y de España y Finlandia, en Europa. En el año 2006 se efectuó el primer ejercicio conjunto entre países del Mercosur Cultural. También se han desarrollado mediciones más localizadas como en los casos de la CSC de Cali en Colombia y la CSC de Cataluña en España, para mencionar algunos ejemplos.

En 2009 se produjo un avance fundamental con la publicación, por parte del CAB, del Manual Metodológico para la implementación de CSC en Latinoamérica.

Tanto en la XXII Reunión Ordinaria de la Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana (CECC/SICA), en San Salvador, 2003, como en la Segunda Reunión Interamericana de Ministros y Máximas Autoridades de Cultura, en la ciudad de México, 2003, los gobernantes coincidieron en la necesidad urgente de contar con indicadores para la medición del impacto cultural en los ámbitos social y económico y poder coordinar políticas culturales regionales a nivel comercial, fiscal, económico y social.

A nivel regional, se realizaron investigaciones sobre el tema en diversos países del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), destacando el estudio del consultor mexicano Ernesto Piedras para el Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala y el BID, titulado: *“Guatemala: Un Análisis de la Contribución Económica de la Cultura”*, en 2007.

Un año después, la CECC/SICA y la UNESCO dieron a conocer el Informe: *“La Cultura en números: hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica”*, en el que se mencionaban pasos a seguir para la construcción de CSC.

En 2011, los países del SICA aprobaron la Política Cultural de Integración Centroamericana 2012-2015. Entre las Acciones por Desarrollar en el marco del Lineamiento Estratégico V: Economía, creatividad y cultura, se menciona: *“Medir el impacto económico de la cultura en el Producto Interno Bruto (PIB) de los países de la región”* y *“Valorar la articulación de las Cuentas Satélite de Cultura en los Sistemas de Cuentas Nacionales de los países centroamericanos, para su comparativa a escala regional”*.

En Costa Rica, hasta muy recientemente la dimensión económica de la cultura se caracterizó por los grandes vacíos de información existentes y el desconocimiento sobre su aporte al desarrollo nacional. Incluso hoy, los temas de cultura y economía todavía generan controversia entre quienes sostienen que la interacción de ambos significaría inexorablemente la mercantilización de la cultura.

El Ministerio de Cultura y Juventud avanzó, a partir de mediados de la década pasada, en la creación de otras herramientas de información como la Plataforma Tecnológica Cultural (Sicultura, Decultura y Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural) y el Sistema de Datos Abiertos; y realizó la Primera Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales (2010).

Dentro de las Metas Sectoriales del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2006-2010 se fijó *“Visibilizar el aporte de la cultura al PIB de Costa Rica y aumentar su relevancia en la economía costarricense por medio de la ampliación de oportunidades de desarrollo productivo a creadores y artistas”*. En el PND 2011-2014, como parte de la Acción Estratégica de Cultura, Economía y Desarrollo se incluyó: *“Visualizar el aporte del sector artístico al desarrollo económico y social costarricense mediante mecanismos de construcción y participación ciudadana”*.

Como primer antecedente directo de la CSCCR, a inicios de 2011 se conformó en el MCJ la Comisión de Cultura y Economía, teniendo entre sus objetivos principales la generación de información y conocimiento para comprender la realidad del sector por medio de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica.

## COMISIÓN INTERINSTITUCIONAL DE CSCCR (CICSC)

En el año 2011 se constituyó la Comisión Interinstitucional para la construcción de la Cuenta Satélite de Cultura (CICSC), impulsada por el Ministerio de Cultura y Juventud en alianza estratégica con el Banco Central de Costa Rica (BCCR), el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el Tecnológico de Costa Rica (TEC) y el Programa Estado de la Nación (PEN).



En diciembre de 2012 se integró en el MCJ el Equipo Técnico CSCCR, con la asesoría y supervisión del BCCR.

El grupo de trabajo se completó con la contratación de la Asociación Voces Nuestras para el desarrollo conjunto de la estrategia de comunicación de la CSCCR, con el objetivo de difundir y promover el uso de los indicadores generados, asegurando su utilización y apropiación por parte de la sociedad costarricense.

## COOPERACIÓN INTERNACIONAL

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 técnica de Colombia, por medio de la Estrategia Caribe, incluyendo al Ministerio de Cultura y al Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores y la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional.



El apoyo técnico del Gobierno de Colombia ha sido fundamental y ha incluido el Seminario "Avances en la Medición Económica en el Campo de la Cultura" realizado en San José, con la participación de diez países de la Cuenca del Caribe (2011); una pasantía en Bogotá para funcionarios de las cinco instituciones de la CICSC (2012) y un taller con un experto del DANE en Costa Rica (2012). Asimismo se han llevado a cabo numerosas videoconferencias con los técnicos de CSC de Colombia y dos videoconferencias con el equipo de CSC de Argentina.

Con el apoyo de la Comisión Costarricense de Cooperación con la UNESCO, en 2013, un experto de Colombia y otro de México impartieron talleres para fortalecer el capítulo económico de la Política y la Ley General de Derechos Culturales, haciendo especial énfasis en la importancia de la CSC.

En setiembre de este mismo año, el Gobierno de la República de Costa Rica a través del MCJ firmó un Convenio de Cooperación con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), que, entre otros objetivos, aportará financiamiento para contribuir al desarrollo del Plan de Trabajo de la CSCCR durante el período 2014-2015.

Actualmente, funcionarias de la CICSC y del Equipo Técnico de la CSCCR participan en la Mesa de Trabajo Virtual "Consolidación de experiencias de las CSC en Iberoamérica", y en el Curso virtual "Economía y Cultura en Iberoamérica", del CAB.



Asimismo, Costa Rica ha sido designada por los países del 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 Cuentas Satélite de Cultura de la región.

## PROYECTO DE CSC DEL SICA



**CECC/SICA**  
Coordinación Educativa y  
Cultural Centroamericana

A nivel latinoamericano, se encuentran en desarrollo tres proyectos de CSC regionales, integrando respectivamente a países del Mercosur Cultural, de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA).

La CSCCR forma parte del Proyecto Regional de CSC del 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 y Directores de Cultura (República Dominicana, junio 2013) y de los Jefes de Estado y de Gobierno de la región (Declaración de San José, junio 2013).

El Proyecto también se presentó ante la Comisión Centroamericana de Estadística del SICA (CENTROESTAD), logrando su aval e inclusión en la Estrategia Regional de Desarrollo Estadístico (ERDE). Esto constituye un logro importante en el proceso de entender que la generación de estadísticas culturales es de interés tanto para los ministerios y rectores de cultura, como para los bancos centrales e institutos nacionales de estadística del área.

## OTROS PROCESOS RELACIONADOS CON LA CSCCR

Otros procesos que se desarrollan en el marco de la CSCCR y que brindarán aportes fundamentales a la CSCCR, al MCJ en su conjunto y al sector cultural nacional, son la Medición de Eventos Culturales Masivos y la Encuesta Nacional de Cultura.



### • Medición de Eventos Culturales Masivos

El primer ejercicio de medición tuvo lugar en el Festival Internacional de las Artes 2012 y contó con el apoyo técnico de Colombia (se realizaron dos talleres sobre este tema específico con expertos colombianos en Costa Rica). A partir de esa experiencia se inició un proceso de adaptación de la metodología al país, y se realizaron cambios importantes para posibilitar la incorporación de la información económica a la CSCCR. Posteriormente, se aplicó una medición parcial en el Festival Nacional de las Artes 2013, y mediciones completas en la Feria Internacional del Libro 2013 y en la Segunda Edición del Festival Internacional de Cine de Costa Rica Paz con la Tierra (incluyendo encuestas a público y a empresas participantes, medición de asistencia y visitación del público y entrevistas a profundidad a los organizadores).

Como resultado de estos procesos se está elaborando una Metodología para la Medición de Eventos Culturales Masivos, que se dará a conocer en el primer semestre de 2014 y permitirá, de manera innovadora, incorporar los datos generados a la CSCCR del año correspondiente.

### • Encuesta Nacional de Cultura

Desde el proyecto CSCCR, el MCJ y el INEC se aliaron para incluir por primera vez un Módulo de Cultura en la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) 2012.

Tras esta exitosa experiencia interinstitucional, durante los años 2012 y 2013 se ha trabajado intensamente para avanzar en la realización de la Encuesta Nacional de Cultura (ENC) 2013, que marcará un hito en la generación de información estadística del sector a nivel nacional.

La Encuesta se trabaja desde el Proyecto CSCCR del MCJ en coordinación con el Programa Estado de la Nación/Consejo Nacional de Rectores y el INEC, con la colaboración técnica del DANE de Colombia (se realizó un taller con una experta en Costa Rica, así como varias videoconferencias). La ENC tiene como antecedente la Primera Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales, realizada por la Dirección de Cultura del MCJ (2010-2012).

La presentación de los resultados de la ENC 2013 se realizará en el transcurso del año 2014.

### • Investigación del aporte del sector público a la cultura costarricense

A partir de la CSCCR surgió el interés por analizar de manera paralela el aporte del ámbito público a la cultura costarricense.

Dicha investigación, que aún se encuentra en desarrollo, generará datos referidos a la inversión que se hace desde las instituciones públicas en actividades y/o productos culturales, la cantidad de personas que se encuentran trabajando en el área de cultura, entre otros indicadores; además de ampliar el concepto de cultura dentro del ámbito público.



## OBJETIVOS DE LA CSCCR

---

El objetivo general de la CSCCR es construir un sistema de información confiable, consistente y continuo, 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.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Generar indicadores monetarios y no monetarios que permitan conocer las principales características económicas de la cultura costarricense, iniciando con la medición de las actividades y productos culturales de los sectores Audiovisual, Editorial y Publicidad.
- 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.

## EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA CSCCR

---

Desde la formación de la CICSC se llevaron a cabo reuniones periódicas para definir la metodología a seguir y hacer un primer acercamiento a las herramientas de información cultural existentes.

Una de las primeras decisiones en cuanto a la elaboración de la CSCCR fue adoptar los conceptos y técnicas que se plantean en el Manual Metodológico para la Implementación de CSC del CAB, que establece una interrelación estructural con el Sistema de Cuentas Nacionales.

En el Manual del CAB se define a la cultura de manera operativa como “un conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos”.

El campo cultural, según el Manual del CAB, se divide en doce sectores:

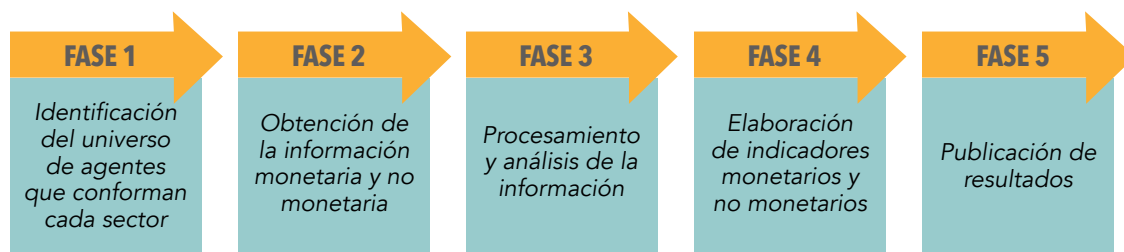
1) Creación literaria, musical, teatral, etc. 2) Artes escénicas y espectáculos artísticos 3) Artes plásticas y visuales 4) Editorial 5) Audiovisual 6) Música 7) Diseño 8) Juegos y juguetería 9) Patrimonio material 10) Patrimonio natural 11) Patrimonio inmaterial y 12) Formación cultural.<sup>3</sup>

Para definir los primeros sectores que se medirían en la CSCCR, en octubre de 2011 se realizó un taller con la metodología de Juicio Grupal Ponderado bajo la dirección del Programa Estado de la Nación. Participaron especialistas en diferentes aspectos de la cultura, desde lo público y lo privado.

Como resultado de este ejercicio colectivo, se identificaron los ámbitos considerados prioritarios para la elaboración de una cuenta satélite representativa de la cultura costarricense, validándola y enriqueciéndola. Los primeros dos sectores seleccionados fueron el Editorial y el Audiovisual.<sup>4</sup>

Durante el año 2012 el proyecto siguió avanzando y se produjo una importante transferencia de conocimientos gracias a la cooperación técnica de Colombia. A finales de ese año se conformó en el MCJ un Equipo Técnico para llevar a cabo el proceso técnico de construcción de la CSC, con el apoyo y aval del Banco Central de Costa Rica.

El Equipo Técnico elaboró un Plan de Trabajo en cinco fases para la medición de los sectores elegidos<sup>5</sup>:



<sup>3</sup> Ver Figura 1: Sectores del Campo Cultural (página 24).

<sup>4</sup> Los resultados más importantes del Juicio Grupal Ponderado se encuentran disponibles en el sitio web de la CSCCR: [www.cuentasatelitecultura.go.cr](http://www.cuentasatelitecultura.go.cr)

<sup>5</sup> Este Plan de Trabajo también se aplicará a los siguientes sectores a estudiar.

Si bien originalmente se había planteado la medición de los Sectores Editorial y Audiovisual, los productores audiovisuales solicitaron visibilizar el aporte de la publicidad, por su importancia como actividad generadora de ingresos a nivel nacional, pero también por el valor cultural y artístico de ciertos anuncios y por el hecho de que la publicidad es un importante medio transmisor de ideas, valores, formas de ver y vivir la vida.

El Manual del CAB incorpora la publicidad como parte del consumo intermedio de los sectores Editorial y Audiovisual. Para la CSCCR se decidió medir la Publicidad como Sector, generando indicadores similares en los tres casos.<sup>6</sup>

## PRINCIPALES RESULTADOS DE LA CSCCR <sup>7</sup>

### I. PRODUCCIÓN CULTURAL

**Cuadro 1.** Producción Cultural: Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad.

\* Millones de colones

Sectores culturales	2010	2011	2012
Editorial	89.666,18	90.848,85	101.095,94
Audiovisual	179.738,36	207.450,77	220.282,66
Publicidad	278.377,30	309.640,90	346.198,23
<b>Total</b>	<b>547.781,84</b>	<b>607.940,52</b>	<b>667.576,83</b>

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

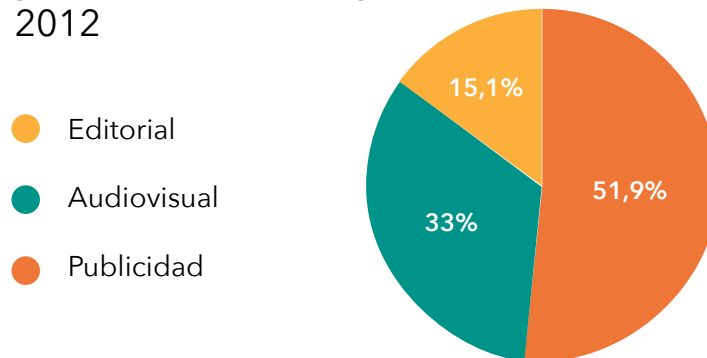
Se evidencia un crecimiento de la producción de estos sectores culturales en el período de estudio. En el año 2012, la producción de los Sectores Audiovisual, Editorial y Publicidad registra incrementos del 6,2%, 11,3% y 11,8% respectivamente.

<sup>6</sup> Es importante mencionar que, en el momento de redactar el presente documento, el CAB se encuentra en proceso de actualización del Manual y uno de los puntos de discusión precisamente es la incorporación de nuevos sectores al campo cultural, entre ellos la Publicidad.

<sup>7</sup> Ver Parte II: Metodología de las primeras mediciones de los Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad, CSCCR, Período 2010-2012.

**Gráfico 1.** Composición porcentual de la Producción Cultural por sector, 2012.

### Composición porcentual de la producción cultural por sector 2012



Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

En cuanto a la distribución de la Producción Cultural por sector, para el año 2012 el Sector Publicidad fue el que más aportó, con 51,9%, seguido por el Audiovisual con un 33% y el Editorial, con un 15,1%.

## II. COMERCIO EXTERIOR CULTURAL

**Cuadro 2.** Comercio Exterior Cultural: Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad.

\* Millones de colones

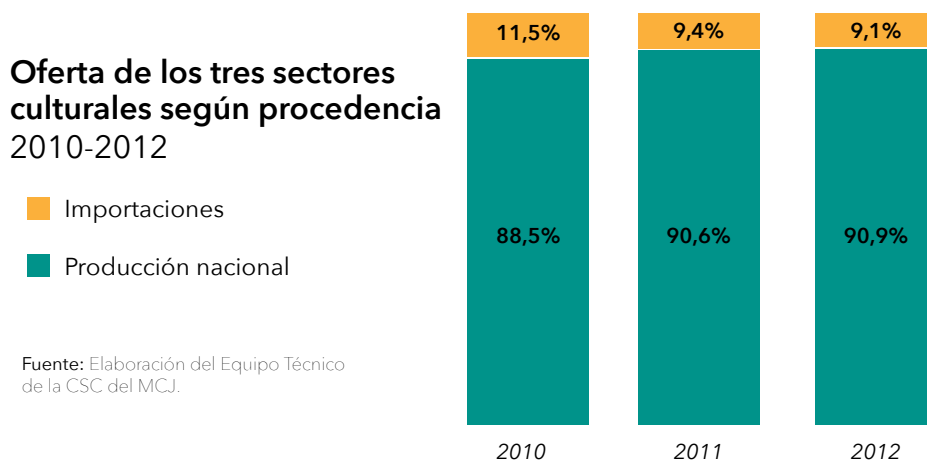
Descripción	2010	2011	2012
<b>Exportaciones</b>	<b>10.982,61</b>	<b>10.118,45</b>	<b>9.357,40</b>
Editorial	9.456,34	8.880,36	8.181,32
Audiovisual	351,10	444,75	366,98
Publicidad	1.175,17	793,34	809,11
<b>Importaciones</b>	<b>71.110,58</b>	<b>63.402,90</b>	<b>66.713,69</b>
Editorial	27.026,82	27.295,27	29.410,34
Audiovisual	25.872,12	17.721,26	19.081,35
Publicidad	18.211,64	18.386,38	18.222,01

Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

El Comercio Exterior de los tres sectores culturales es deficitario, registrándose una disminución en las exportaciones totales durante los tres años de estudio. Aunque en las exportaciones del Sector Audiovisual se observa un aumento muy importante (27%) en 2011, este incremento no se vio reflejado en el total porque ese mismo año el Sector Publicidad sufrió una disminución de 32%. En 2012, las exportaciones del Sector Audiovisual bajaron considerablemente, un 17% y, en cambio, las de Publicidad subieron 2%. Por su parte, el Sector Editorial disminuyó sus exportaciones en 6% en 2011 y 8% el año siguiente.

En cuanto a las importaciones, disminuyeron de manera notable en el año 2011 y aunque aumentaron en 2012 no superaron las del año 2010. Observando los sectores se nota que esta disminución se debe al comportamiento del Sector Audiovisual, cuyas importaciones bajaron 32% en 2011 y aumentaron 8% un año después. El Sector Editorial, en cambio, registró aumentos en sus importaciones del 1% en 2011 y de 8% en 2012 y para la Publicidad las importaciones crecieron 1% en 2011 y bajaron en 1% en 2012.

**Gráfico 2.** Composición porcentual de la oferta de los tres sectores culturales según procedencia, año 2010-2012.



De la comparación de los cuadros 1 y 2 se evidencia que, si bien la balanza comercial cultural es claramente deficitaria (como en la mayoría de los países del mundo), resulta interesante comprobar que las Importaciones Culturales de los tres sectores en el año 2012 constituyen 9,1% de la Producción Nacional de los mismos (Gráfico 2).



### III. EMPLEO CULTURAL

**Cuadro 3.** Personas ocupadas por sector cultural, 2010-2012.

Sectores culturales	2010	2011	2012
Editorial	2.755	2.777	2.960
Audiovisual	9.396	9.678	9.596
Publicidad	6.821	7.209	8.151
<b>Total</b>	<b>18.972</b>	<b>19.664</b>	<b>20.707</b>

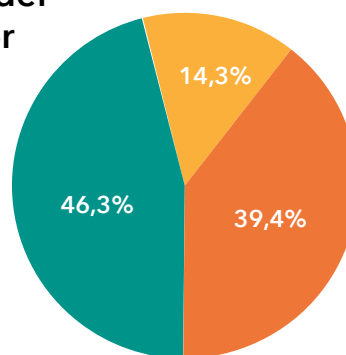
Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ a partir del Censo 2011.

Se registró un aumento en la cantidad total de personas ocupadas en los años de estudio. A nivel de sectores, hubo incrementos en los tres, con la excepción del Sector Audiovisual para el año 2012, con una disminución del 1% respecto al año anterior.

**Gráfico 3.** Composición porcentual del Empleo Cultural por sector, 2012.

#### Composición porcentual del empleo cultural por sector 2012

- Editorial
- Audiovisual
- Publicidad



Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

Del total de empleos culturales, el Sector Audiovisual es el que más trabajo genera con un 46,3%, le sigue la Publicidad con 39,4% y, finalmente, el Editorial con 14,3%.

Debe tenerse en cuenta que estos indicadores se elaboran con base en los puestos de trabajo fijo, sin considerar los empleos temporales o la denominada economía sombra, que incluye la informalidad y la ilegalidad.

#### IV. PIB CULTURAL<sup>8</sup>

El valor agregado generado por los Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad ascendió a ₡315.273 millones de colones en 2012, monto equivalente a \$627 millones de dólares. Porcentualmente, el aporte a la economía nacional de los tres sectores culturales en 2012 correspondió a 1,4% del PIB total del país.

**Cuadro 4.** PIB Cultural por sector, 2010-2012.

Sectores culturales	2010	2011	2012
Editorial	0,25%	0,23%	0,19%
Audiovisual	0,50%	0,49%	0,43%
Publicidad	0,66%	0,68%	0,77%
<b>Total</b>	<b>1,41%</b>	<b>1,41%</b>	<b>1,39%</b>

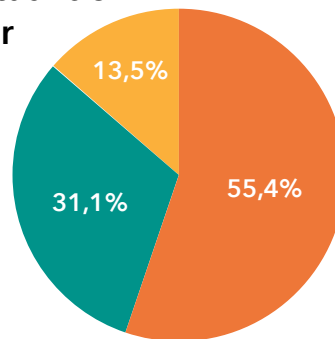
*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

El valor agregado de los sectores culturales medidos fue cercano al 1,4% en los tres años de estudio. El Sector Publicidad es el que muestra un mayor aporte al PIB, seguido por el Sector Audiovisual y el Editorial.

**Gráfico 4.** Composición porcentual del PIB Cultural según sector, año 2012.

#### Composición porcentual del PIB cultural por sector 2012

- Editorial
- Audiovisual
- Publicidad



*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

Si se compara el aporte al PIB por sector, para el año 2012 se observa que el Sector Publicidad realiza la mayor contribución, con 55,4%, el Audiovisual le sigue con 31,1% y el Editorial contribuye con 13,5%.

<sup>8</sup> En el ámbito cultural se denomina PIB Cultural al valor agregado.

Para contextualizar el aporte a la economía nacional de los tres sectores culturales estudiados, se realizó una comparación del valor agregado de dos productos tradicionales de Costa Rica: el banano y el café.

**Cuadro 5.** Comparación de aportes al PIB de los sectores culturales, el banano y el café, 2012.

Descripción	Aporte al PIB (VA/PIB)
Cultivo de banano	0,80%
Cultivo y manufactura de café	0,80%
Sector Editorial	0,19%
Sector Audiovisual	0,43%
Sector Publicidad	0,77%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

**Cuadro 6.** Comparación de aportes al PIB de los sectores culturales, el banano y el café, 2012.

Descripción	Aporte al PIB (VA/PIB)
Banano y Café	1,6%
Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad	1,4%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

En 2012, el valor agregado incluyendo los Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad supera en 0,6 puntos porcentuales al valor agregado generado por el cultivo de banano y el cultivo y manufactura del café. El aporte a la economía nacional de los tres primeros sectores culturales medidos (1,4%) se aproxima al aporte del banano y del café juntos (1,6%).

Para poder comparar el valor agregado de los sectores culturales estudiados en Costa Rica con el de otros países que han realizado mediciones semejantes a través de CSC, se tienen en cuenta solamente los dos sectores que forman parte del campo cultural en la Metodología del CAB: Editorial y Audiovisual, sin incluir Publicidad. Se decidió utilizar el dato del año 2010 por ser el más próximo a las mediciones disponibles de los otros dos países, que corresponden al año 2009.

**Cuadro 7.** PIB Cultural: Comparación Internacional del aporte de los Sectores Editorial y Audiovisual al PIB

Sectores culturales	España	Costa Rica	Uruguay
	2009	2010	2009
Editorial	1,04%	0,25%	0,21%
Audiovisual	0,79%	0,50%	0,45%
<b>Total</b>	<b>1,83%</b>	<b>0,75%</b>	<b>0,66%</b>

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

En la comparación efectuada, Costa Rica presenta un aporte del Sector Editorial 0,79 puntos porcentuales menor que el de España, y 0,04 puntos porcentuales mayor que el del Uruguay y un Sector Audiovisual con una contribución al PIB 0,29 puntos porcentuales menor que el país europeo y 0,05 puntos porcentuales mayor que el sudamericano.

Los resultados de esta comparación son especialmente significativos, teniendo en cuenta que el país ibérico es conocido por un importante desarrollo histórico tanto editorial como audiovisual y que Uruguay cuenta con una industria audiovisual en crecimiento.

## PRÓXIMOS PASOS DE LA CSCCR

---

Es tan importante la construcción de la CSCCR como su permanencia en el tiempo para hacer posible la comparación anual de los datos y para llegar a completar la medición de todos los sectores que conforman el campo cultural.

Tras las primeras mediciones de los Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad en el año 2013, se espera medir los Sectores de Diseño y Formación Cultural en 2014 y continuar hasta abarcar los trece sectores que integran el campo cultural, en los próximos años. El objetivo es medir primero las actividades y productos característicos en su totalidad, para después concentrarse en los productos conexos (conexos propiamente dichos, interdependientes y auxiliares).

Asimismo se está trabajando en el MCJ para crear la estructura institucional que albergue la CSCCR y que utilice los datos de este sistema de información como punto de partida para el diseño, seguimiento y evaluación de políticas públicas y toma de decisiones eficientes.

En tal sentido, desde la CSC se ha propuesto la conformación de una Unidad de Economía Creativa (UEC), que asuma la coordinación nacional del desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos culturales y de las industrias culturales y creativas costarricenses, articulando dichos esfuerzos a nivel institucional, interinstitucional, con el sector privado y la sociedad civil.

La Economía Creativa, que incluye a las industrias culturales y creativas, es un área generadora de crecimiento económico al mismo tiempo que promueve la inclusión social, la diversidad cultural y un desarrollo más justo y equitativo.

La UEC tendrá como uno de sus ejes estratégicos la generación de información, investigación y conocimiento a través de la CSC -la cual se constituirá en el insumo fundamental para su accionar- y, por otra parte, se hará cargo de promocionar el uso de los datos por parte de la sociedad en general.

Desde el nacimiento del proyecto de CSCCR, en el año 2011, se han realizado importantes avances y, si bien todavía queda mucho por hacer, el principal logro es haber posicionado a la Cuenta Satélite de Cultura como un proyecto país, demostrando que LA CULTURA CUENTA.





PARTE 2.

# METODOLOGÍA DE LAS PRIMERAS MEDICIONES SECTOR EDITORIAL, AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERÍODO 2010-2012





## INTRODUCCIÓN

---

La Cuenta Satélite de Cultura (CSC) consiste en una valoración económica focalizada en los productos culturales y las respectivas actividades culturales que los generan, 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.

Las cuentas satélite representan una extensión de las cuentas nacionales, por lo que las mismas se llevan a cabo siguiendo los lineamientos técnicos del Sistema de Cuentas Nacionales, lográndose de esta manera que la información estadística que se genere sea consistente, confiable y comparable.

Este primer avance parcial y preliminar de la medición de la Cuenta Satélite de Cultura, es resultado del trabajo conjunto del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) y los técnicos de cuentas nacionales del Banco Central de Costa Rica (BCCR); ente oficial encargado del cálculo de las cuentas nacionales del país. Asimismo contribuyeron distintas personas, cámaras y asociaciones (agrupaciones involucradas en los sectores estudiados) e instituciones públicas como el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y el Ministerio de Hacienda.

Para el proyecto fue fundamental contar con el apoyo técnico del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y del Ministerio de Cultura de Colombia, y la cooperación financiera de España por medio de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

Para la construcción de la CSCCR y de los procesos relacionados (Encuesta Nacional de Cultura 2013 y Medición de Eventos Culturales Masivos) se conformó en el año 2011 una Comisión Interinstitucional (CICSC), con la participación del 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 Tecnológico de Costa Rica.

En diciembre de 2012 se constituyó el Equipo Técnico del MCJ. Una de las principales labores realizadas por el mismo fue la recolección de la información base de distintas fuentes, utilizando diferentes instrumentos y canales, los cuales fueron traducidos, junto a los técnicos del BCCR, en indicadores monetarios y no monetarios para la medición de los sectores considerados en este primer avance preliminar de la CSCCR.

El presente documento destaca los aspectos metodológicos referentes a las fuentes de información utilizadas, así como el respectivo tratamiento realizado para generar los primeros resultados de indicadores monetarios y no monetarios de esta medición parcial de la CSCCR. El mismo ha sido elaborado por el Equipo Técnico del MCJ con el apoyo y aval del BCCR, mediante la adopción de conceptos y técnicas que se plantean en el Manual Metodológico para la Implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Latinoamérica del Convenio Andrés Bello (CAB), que establece una interrelación estructural con el Sistema de Cuentas Nacionales.

En el Manual, resultado de la investigación de los países miembros del CAB, se define el campo cultural como “un conjunto de actividades humanas y sus productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos”. A partir de esta definición se realiza una segmentación del campo cultural en doce sectores:

**Figura 1.** Sectores del campo cultural



Para el caso específico de Costa Rica, y por solicitud de los productores audiovisuales nacionales, se decidió incluir un sector adicional: la Publicidad, ya que es una importante actividad creadora de contenidos simbólicos y generadora de ingresos, que posibilita la producción de otras actividades culturales.

En la metodología del CAB la Publicidad está ligada a los sectores Editorial y Audiovisual. Si bien en la CSCCR se considera y calcula de manera individualizada, se mantiene la comparabilidad con el resto de países que no la miden como un sector cultural propiamente dicho.

En las primeras mediciones de la CSCCR se abarcan los siguientes sectores culturales:



Sector **EDITORIAL**



Sector **AUDIOVISUAL**



Sector **PUBLICIDAD**

## CUADROS DE SALIDA

De las respectivas actividades y productos característicos que comprenden los sectores antes mencionados se generaron las cuentas de producción, el balance de oferta y utilización, el cuadro del gasto en cultura y su financiación, empleo y otros indicadores no monetarios.

### CUENTAS DE PRODUCCIÓN

La valoración económica de la producción se realiza tomando en consideración todas aquellas actividades que dan lugar a productos (ya sean bienes, servicios y productos de captura del conocimiento) que pueden suministrarse a otras unidades institucionales.

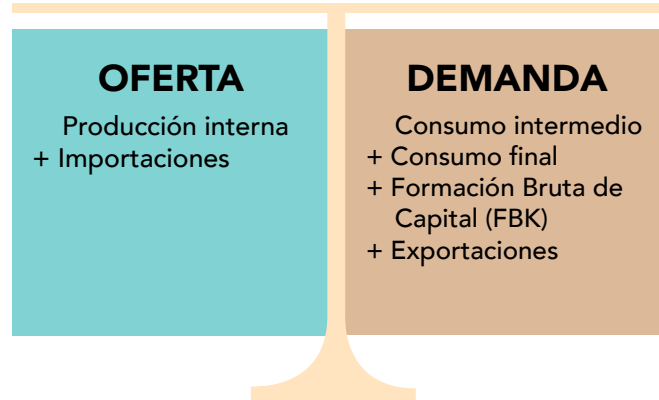
En esta cuenta se valora tanto la producción como los insumos que son requeridos para la transformación y/o generación de los otros productos y del cual se obtiene un valor agregado o adicional creado por el proceso de producción.

Para estas primeras mediciones se valoró exclusivamente la producción de aquellas empresas y establecimientos que realizan la respectiva actividad en estudio como principal.

## BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN (BOU)

Los balances de oferta y utilización (BOU) son un análisis de la oferta total y de la demanda total de un determinado producto, donde:

**Figura 2.** Equilibrio de oferta y utilización



Para estas primeras mediciones de la CSCCR los balances de oferta y utilización incluyeron específicamente la valoración de los productos considerados culturales según la definición de cultura empleada, pertenecientes a los sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad.

La producción registrada en los BOU difiere de la calculada en la Cuenta de Producción, ya que los BOU añaden la producción secundaria, llevada a cabo por otras industrias.

## Gasto en cultura y su financiación

El cuadro del gasto en cultura y su financiación tiene como objetivo mostrar el impacto de la cultura sobre la vida de los residentes del país.

De manera que con esta cuenta se muestra cuál es el gasto en cultura, quiénes son los beneficiarios últimos de este gasto y quién está pagando por este gasto. A diferencia del BOU, se utiliza el "principio del beneficiario" en vez del "principio de adquisición"; por lo que el beneficiario será aquel que "disfrute" del producto cultural.

La cuenta del gasto en cultura incluye:

- Gastos para la adquisición de bienes y servicios culturales
- Gastos inherentes a las prácticas culturales
- Gastos relacionados con el desarrollo de la infraestructura requerida para la producción en el futuro (FBKF)
- Erogaciones que facilitan el acceso a la cultura

Sin embargo, en estas primeras mediciones se consideraron únicamente los gastos para la adquisición de bienes y servicios culturales, y las erogaciones que facilitan el acceso a la cultura de los sectores considerados.

## **EMPLEO**

De las diferentes actividades culturales en estudio se presenta la cantidad de personas ocupadas que laboran en ellas. Es decir, la cantidad de fuentes de trabajo que se genera a partir de las actividades culturales.

## **OTROS INDICADORES NO MONETARIOS**

Los indicadores no monetarios representan datos en volumen de variables de interés para cada uno de los sectores. Por lo tanto estos variaron dependiendo de las características, intereses y disponibilidad de información de cada uno de ellos.

# Sector EDITORIAL



La medición del Sector Editorial en el marco de construcción de la CSCCR se ha implementado bajo los lineamientos establecidos en el Manual de CSC del CAB, identificando las siguientes actividades productivas, a partir de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, CIIU Rev. 4:

**Cuadro 8.** Costa Rica: Actividades características para el Sector Editorial.<sup>9</sup>

<b>Clase CIIU 4</b>	<b>Actividades características</b>
5811	Edición de libros
5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
5819	Otras actividades de edición

Basándonos en la definición de campo cultural utilizado para la elaboración de la CSCCR, la actividad editorial se considera cultural debido a que su razón de ser consiste en conservar y transmitir contenido simbólico.

Según la UNESCO, “se entiende por libro una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas...”<sup>10</sup>; sin embargo actualmente esta definición no hace referencia únicamente al soporte físico. La actividad de edición de libros comprende tanto la edición de libros impresos como digitales, audiolibros o cualquier otro tipo de soporte. Además, para la CSCCR no se hace distinción alguna en el tipo de contenido.

Las publicaciones periódicas son publicaciones continuas editadas en partes sucesivas a intervalos regulares o irregulares, con designaciones numéricas o cronológicas bajo un mismo título.

<sup>9</sup> Ver anexo 2: Actividades características para el Sector Editorial según CIIU Rev. 4.

<sup>10</sup> UNESCO (1964). “Recomendación sobre la Normalización Internacional de las Estadísticas relativas a la Edición de Libros y Publicaciones Periódicas”.

## UNIDADES DE OBSERVACIÓN

Las unidades de observación son las empresas, establecimientos y personas físicas que realizan como actividad económica principal la edición de libros; la edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición.

### **Elaboración del directorio de empresas y establecimientos del Sector Editorial**

Debido a la inexistencia de un único directorio dentro del Ministerio de Cultura y Juventud que identificara al universo de establecimientos y empresas pertenecientes al sector editorial, se realizó una investigación de las diferentes fuentes de información que incluyeran información al respecto.

Las fuentes de información utilizadas para la elaboración del directorio fueron:

#### ***Agencia Nacional ISBN (International Standard Book Number)***

La Agencia Nacional ISBN es administrada por el Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI), ente adscrito al Ministerio de Cultura y Juventud. Proporciona información de la totalidad de los registros ISBN asignados a editoriales tanto comerciales como universitarias, a las empresas públicas no editoriales y otras empresas privadas no editoriales.

A partir de esta valiosa fuente de información se obtiene un panorama sumamente amplio de las diferentes empresas e instituciones que realizan la edición de libros como actividad principal y como secundaria o auxiliar, desde lo público y lo privado.

#### ***Directorio de Unidades Institucionales y Establecimientos (DUIE)***

El DUIE es un marco muestral de los establecimientos, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos. Para fines de la medición del Sector Editorial se obtuvieron los registros de las actividades productivas correspondientes a la CIU Rev. 4 de edición de libros (5811), edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (5813), y otras actividades de edición (5819).

### *Dirección General de Tributación (DGT)*

A partir de esta fuente se obtuvo la identificación de las empresas y personas físicas correspondientes al Sector Editorial, para el período 2010-2012.

Seguidamente se realizó el cruce de las tres fuentes de información consultadas y de otras secundarias, con el fin de generar un único Directorio de Empresas y Establecimientos del Sector Editorial. En algunos casos debió consultarse directamente con las empresas su actividad principal y en ciertas ocasiones fue necesario realizar una reclasificación de las mismas.

Finalmente quedaron identificadas en el Directorio aquellas empresas y establecimientos que realizan como actividad principal la edición de libros (5811), la edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (5813); y otras actividades de edición (5819) para los años 2010-2012.

Posteriormente, se procedió a identificar las fuentes de información con variables (indicadores) monetarias y no monetarias; y de esta manera realizar los diferentes indicadores monetarios y no monetarios.

## **FUENTES DE INFORMACIÓN**

### **Fuentes primarias**

En primera instancia se contactó a personas con amplia experiencia y conocimiento del sector, con el fin de conocer la realidad editorial costarricense y poder además identificar a los agentes (editoriales privadas) que interactúan en el mismo.

Una vez identificados, se realizó un acercamiento a los mismos con el fin de obtener información financiera. A partir de los datos de ingresos y gastos suministrados por los productores de estos servicios se generó una estructura de costos que se pudiera replicar a los restantes, tomando en consideración el tamaño de las empresas.



### ***Dirección General de Tributación (DGT)***

La Dirección General de Tributación Directa (DGT) fue creada en 1917, inicialmente con el nombre de Oficina de la Tributación Directa. Es una dependencia del Ministerio de Hacienda, encargada de la administración y fiscalización general de los tributos, por lo que posee información de ingresos, costos y gastos de los contribuyentes y declarantes.

Para fines de la CSCCR, esta fuente de información permite identificar a las Empresas y Personas Físicas que se encuentran inscritas con actividades económicas principales relacionadas con las actividades CIU Rev. 3: 2211 y 2212, de edición de libros, folletos y partituras, y edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas respectivamente.

Se obtuvo, de manera agregada por actividad, información de la “Renta Total Bruta” y del “Total de Costos, Gastos y Deducciones permitidos por ley” de las Declaraciones Juradas del Impuesto sobre la Renta de estas empresas y personas físicas.

Una de las limitantes de esta fuente de información fue no contar con desgloses de los rubros anteriores por producto, detalle necesario para la construcción de la cuenta de producción. Por lo tanto, únicamente se utilizó la Renta Total Bruta como homóloga al Valor Bruto de Producción.

Por otro lado, la clasificación de empresas por actividad que realiza la DGT se basa en la CIU Rev. 3 y estándares internos de la institución. De tal manera, en el caso de la actividad 5811 se utilizan las estadísticas de la actividad 2211 según CIU Rev. 3, mientras que las actividades 5813 y 5819 se encuentran agrupadas bajo la actividad 2212 de edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas según CIU Rev. 3, por lo que estas dos últimas actividades se generaron a partir de una misma cuenta de producción.

### ***Banco Central de Costa Rica (BCCR)***

El Banco Central de Costa Rica, además de ser el encargado de llevar las Cuentas Nacionales del país, cuenta con indicadores económicos tales como datos de comercio exterior de mercancías y de producción, además de algunas estructuras de costos pertenecientes a las actividades económicas mencionadas anteriormente.

### ***Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)***

El INEC es el ente rector técnico del Sistema Estadístico Nacional (SEN), y coordina la producción estadística del país. Entre la información estadística que dicho ente genera se encuentran la Encuesta de Ingresos y Gastos, Censos, proyecciones y estimaciones poblacionales, entre otros, los cuales resultan vitales para el balance de oferta y utilización.

### ***Cámara Costarricense del Libro (CCL)***

La CCL se creó el 3 de agosto de 1978, como una asociación que promueve la creación, producción y comercialización del libro, así como el desarrollo de sus asociados. Esta fuente de información fue de gran ayuda para la identificación y correcta clasificación de las empresas y establecimientos que realizan edición, ya sea como actividad principal o secundaria.

### ***Editoriales Universitarias Públicas***

En Costa Rica existen cuatro editoriales universitarias públicas, las cuales brindaron información tanto monetaria como no monetaria para el período 2010-2012, que se incorporó al valor bruto de la producción de las editoriales comerciales.

### ***Agencia Nacional ISBN (International Standard Book Number) e ISSN (International Standard Serial Number)***

El ISBN es un identificador de libros impresos, digitales y audio libros. De esta fuente se obtuvo la información del total de títulos editados, número de ejemplares por título, y el valor promedio por ejemplar de los años en estudio 2010-2012.

Dicha información se utilizó para aproximar la producción editorial de aquellas empresas e instituciones que realizan la edición de libros como actividad secundaria y/o auxiliar.

El ISSN es un número internacional que permite identificar de manera única a las publicaciones seriadas. En el caso de Costa Rica, el ISSN identifica las revistas editadas en el país. De esta fuente se obtiene la siguiente información:

- Código ISSN
- Título
- Fecha de inicio de la publicación y fecha de cese (en el caso que aplique)

- Editor
- Frecuencia
- Idioma
- Soporte (impresa o electrónica)

Debido a que el ISSN no brinda valores monetarios, la información obtenida a partir de esta Agencia aún se está evaluando y no se tomó en consideración en estas primeras mediciones.

## RESULTADOS

---

### CUENTAS DE PRODUCCIÓN EN TÉRMINOS CORRIENTES (COLONES)

Para las cuentas de producción del Sector Editorial, el valor bruto de producción a precios corrientes se calculó a partir de la información estadística por actividad proporcionada por la DGT.

De las fuentes primarias y del BCCR se obtuvieron los coeficientes técnicos respectivos para aplicar las estructuras de costos y de esta manera obtener el desglose del consumo intermedio (CI)<sup>11</sup>.

En el caso de las editoriales universitarias públicas y la editorial del Estado por ser parte del Estado no están sobre la base renta por lo que las mismas se tuvieron que adicionar y su información financiera permitió deducir la cuenta de producción en términos corrientes.

La cuenta de producción del Sector Editorial se obtuvo por la suma de las anteriores, y el valor agregado a precios corrientes se calculó a partir de la diferencia entre el valor bruto de la producción y el consumo intermedio en términos corrientes.

---

<sup>11</sup> Ver Anexo 1: Desglose y descripción del consumo intermedio.

### *Cuenta de generación del ingreso<sup>12</sup>*

En el caso de la cuenta de generación del ingreso a precios corrientes, se aproximó el monto de los salarios a partir de las estadísticas del Seguro de Salud que maneja la Caja Costarricense de Seguro Social, donde se dispone de la cantidad de empleados por actividad y su salario promedio.

A partir de esta información se aplicó una estructura para completar las remuneraciones totales (sueldos y salarios, cargas sociales, riesgos de trabajo y otros ingresos de los trabajadores) de las respectivas actividades en estudio. Los impuestos sobre la producción y la depreciación se obtuvieron por estructura del gasto.

Por último, el excedente de explotación se calculó a partir del monto del valor agregado menos los rubros contemplados en la cuenta de generación del ingreso (remuneraciones de los asalariados, impuestos sobre la producción, depreciación y subvenciones).

### *Resultados: Edición de libros (5811)*

**Cuadro 9.** Costa Rica: Cuenta de producción de edición de libros, 2010-2012.

\* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción bruta	14.415,88	100,00%	13.991,60	100,00%	14.509,98	100,00%
Consumo intermedio	7.343,34	50,94%	6.687,80	47,80%	7.180,44	49,49%
Valor agregado	7.072,54	49,06%	7.303,80	52,20%	7.329,54	50,51%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

\* Datos preliminares

<sup>12</sup> La cuenta de generación del ingreso constituye una ampliación de la cuenta de producción, en la que se registran los ingresos primarios obtenidos por las unidades institucionales en el proceso de producción (los ingresos primarios se derivan de la participación en la producción o de la propiedad de activos). Los recursos de esta cuenta están constituidos únicamente por una partida, el Producto Interno Bruto. En la utilización se registran los siguientes tipos de destinos del Producto Interno Bruto: la Remuneración de los asalariados, los Impuestos netos sobre la producción y las importaciones y las Subvenciones a los productos. La partida de saldo contable es el Excedente de explotación/ingreso mixto.

## Resultados: Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición (5813 y 5819)

**Cuadro 10.** Costa Rica: Cuenta de producción de edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición, 2010-2012.

\* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción bruta	75.250,30	100,00%	76.857,25	100,00%	86.585,96	100,00%
Consumo intermedio	34.749,57	46,18%	35.431,09	46,10%	51.430,43	59,40%
Valor agregado	40.500,72	53,82%	41.426,17	53,90%	35.155,54	40,60%

Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

\* Datos preliminares

## BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN (BOU)

Los balances de oferta y utilización se realizaron de manera similar para todas las actividades que conforman el Sector Editorial.

Se consideró la información de la producción principal obtenida de las anteriores cuentas de producción. Para la edición de libros se adicionó la producción de libros realizada por empresas pertenecientes a otras actividades económicas, a partir de la información que se obtuvo de la Agencia Nacional ISBN.

Los datos de exportaciones e importaciones se obtuvieron a partir de las estadísticas de comercio exterior del Banco Central de Costa Rica para los respectivos productos, así como lo destinado al consumo intermedio y al consumo final de los hogares. En el caso de este último, su valor se obtuvo como diferencia de la oferta total y lo utilizado en los demás destinos, lo cual se contrastó con lo reportado por los hogares a través de la Encuesta de Ingresos y Gastos de 2004, ajustado por población y precios en los diferentes años, resultando consistente.

Los datos de formación bruta de capital fijo (FBKF) de los libros se obtuvieron de la compra de libros que realiza el Sistema Nacional de Bibliotecas (SINABI) para dotar a las bibliotecas públicas oficiales y semi oficiales, de la compra de libros que realiza la Municipalidad de San José (MSJ) para sus diferentes bibliotecas y del Ministerio de Educación Pública (MEP) para las bibliotecas escolares.

**Resultados: Balance de oferta y utilización de libros****Cuadro 11.** Costa Rica: BOU de libros, 2010-2012.

\* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción a precios básicos	18.800,96	51,79%	17.691,76	51,33%	19.517,18	52,41%
Libros de editoriales comerciales	11.845,65	32,63%	10.800,54	31,34%	11.336,12	30,44%
Libros de editoriales universitarias públicas	2.444,01	6,73%	3.047,82	8,84%	3.014,76	8,10%
Libros de autores-editores	900,00	2,48%	847,69	2,46%	951,49	2,56%
Libros de entidades y empresas públicas no editoriales	790,91	2,18%	441,42	1,28%	559,59	1,50%
Libros de empresas privadas no editoriales	1.819,69	5,01%	2.033,38	5,90%	2.706,22	7,27%
Libros de instituciones educativas	374,76	1,03%	159,79	0,46%	160,88	0,43%
Libros de empresas impresoras	625,95	1,72%	361,12	1,05%	788,13	2,12%
Importaciones CIF	17.504,51	48,21%	16.771,94	48,67%	17.718,70	47,59%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
<b>OFERTA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR</b>	<b>36.305,48</b>	<b>100,00%</b>	<b>34.463,70</b>	<b>100,00%</b>	<b>37.235,88</b>	<b>100,00%</b>
<b>DEMANDA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR</b>	<b>36.305,48</b>	<b>100,00%</b>	<b>34.463,70</b>	<b>100,00%</b>	<b>37.235,88</b>	<b>100,00%</b>
Consumo intermedio a precios del comprador	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Consumo intermedio a precios básicos	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Consumo final de los hogares a precios del comprador	28.993,06	79,86%	28.994,46	84,13%	32.177,90	86,42%
Consumo final de los hogares a precios básicos	28.993,06	79,86%	28.994,46	84,13%	32.177,90	86,42%
Márgenes de comercio y transporte	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Formación bruta de capital fijo a precios del comprador (FBKF)	1.353,21	3,73%	676,01	1,96%	850,42	2,28%
Exportaciones a precios del comprador	5.959,21	16,41%	4.793,23	13,91%	4.207,56	11,30%

Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

\* Datos preliminares

**Resultados: Balance de oferta y utilización de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición, 2010-2012**

**Cuadro 12.** Costa Rica: BOU de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición, 2010-2012.

\* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción a precios básicos	74.439,79	88,66%	75.798,67	87,81%	85.519,09	87,97%
Importaciones CIF	9.522,30	11,34%	10.523,32	12,19%	11.691,63	12,03%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
OFERTA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	83.962,10	100,00%	86.322,00	100,00%	97.210,72	100,00%
DEMANDA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	83.962,10	100,00%	86.322,00	100,00%	97.210,72	100,00%
Consumo intermedio a precios del comprador	11.694,86	13,93%	12.801,23	14,83%	14.302,27	14,71%
Consumo intermedio a precios básicos	11.694,86	13,93%	12.801,23	14,83%	14.302,27	14,71%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Consumo final de los hogares a precios del comprador	68.770,11	81,91%	69.433,64	80,44%	78.934,70	81,20%
Consumo final de los hogares a precios básicos	68.770,11	81,91%	69.433,64	80,44%	78.934,70	81,20%
Márgenes de comercio y transporte	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Formación bruta de capital fijo a precios del comprador (FBKF)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Exportaciones a precios del comprador	3.497,13	4,17%	4.087,13	4,73%	3.973,76	4,09%

Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

\* Datos preliminares

## GASTO EN CULTURA Y SU FINANCIACIÓN

A partir del BOU se procedió a identificar los beneficiarios últimos de los productos culturales del Sector Editorial, así como quién está pagando (financiando) este gasto. Dicha información se puede encontrar en las respectivas cuentas del “Gasto en cultura y su financiación” que se encuentran en el sitio web de la CSC.<sup>13</sup>

En el caso de los libros se identifican como beneficiarios a los hogares como consumidores, ya que son los que disfrutan (compran) los libros y por ende son ellos mismos los que financian este gasto.

Sin embargo, en cuanto a las editoriales públicas (universitarias públicas y editorial del Estado) no todo el gasto lo financian los hogares, sino que existe cierto monto que es cubierto por el gobierno a través de una transferencia a estas editoriales. Los beneficiarios últimos son los hogares, que disfrutan de los libros, siendo la unidad de financiación el gobierno central.

En la adquisición de libros para las bibliotecas los beneficiarios son los demás agentes residentes (empresas) y esta es financiada por el resto del gobierno general; se clasifican por su uso como formación bruta de capital.

El beneficiario de las exportaciones es el resto del mundo, que adquiere y disfruta de los libros.

Para los periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas se identifican como beneficiarios a los hogares, los demás agentes residentes (empresas) y al resto del mundo, financiando cada uno su respectivo gasto.

---

<sup>13</sup> <http://www.cuentasatelitecultura.go.cr/resultados>



## EMPLEO

Refleja la cantidad de personas ocupadas que laboran en las actividades económicas en estudio.

**Cuadro 13.** Costa Rica: Personas ocupadas en el Sector Editorial según actividad económica, 2010-2012.

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012	Estruct. %
Edición de libros	829	30,09%	811	29,20%	889	30,03%
Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición	1.926	69,91%	1.966	70,80%	2.071	69,97%
<b>Total</b>	<b>2.755</b>	<b>100,00%</b>	<b>2.777</b>	<b>100,00%</b>	<b>2.960</b>	<b>100,00%</b>

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, a partir del Censo 2011.*

## OTROS INDICADORES NO MONETARIOS

**Cuadro 14.** Costa Rica: Cantidad de empresas y establecimientos del Sector Editorial según actividad económica principal.

Actividad económica	Cantidad	Estruct. %
Edición de libros	78	38,05%
Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades de edición	127	61,95%
<b>Total</b>	<b>205</b>	<b>100,00%</b>

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ con base en el Directorio de Empresas y Establecimientos del MCJ.*

**Cuadro 15.** Costa Rica: Número de títulos de libros por año<sup>14</sup>, 2010-2012.

Año	Nº de títulos	Variación %
2010	2.129	
2011	2.104	-1,17%
2012	2.321	10,31%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, datos suministrados por la Agencia Nacional ISBN.*

**Cuadro 16.** Costa Rica: Número de títulos y estructura porcentual de libros por tipo de soporte<sup>14</sup>, 2010-2012.

Tipo de soporte	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012	Estruct. %
Físico	2.045	96,05%	2.001	95,10%	2.026	87,29%
Digital	84	3,95%	103	4,90%	295	12,71%
Total	2.129	100,00%	2.104	100,00%	2.321	100,00%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, datos suministrados por la Agencia Nacional ISBN.*

**Cuadro 17.** Costa Rica: Número y variación porcentual de títulos de libros por tipo de soporte<sup>14</sup>, 2010-2012.

Año	Físico	Digital	Variación %	
			Físico	Digital
2010	2.045	84		
2011	2.001	103	-2,15%	22,62%
2012	2.026	295	1,25%	186,41%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, datos suministrados por la Agencia Nacional ISBN.*

Se observa cómo a pesar de existir una disminución en la cantidad de títulos editados en el país para el año 2011, el formato digital comienza a ganar mayor relevancia, pasando de representar 3,95% de la producción total de títulos en el año 2010 a 12,71% de la producción en el año 2012.

<sup>14</sup> La cantidad de títulos de libros por año hace referencia a la totalidad de títulos editados por personas físicas y jurídicas, que realizan la edición tanto como actividad principal, como secundaria y conexas.

**Cuadro 18.** Costa Rica: Número de títulos de libros por subtema<sup>15</sup>, 2010-2012.

Subtema	2010	2011	2012	Estructura %		
				2010	2011	2012
Crónica Periodística	86	82	51	4,04%	3,89%	2,22%
Cuento	164	180	186	7,70%	8,55%	8,03%
Educación básica y media	386	289	336	18,13%	13,73%	14,50%
Ensayo	154	191	176	7,23%	9,07%	7,60%
Libros universitarios	184	171	245	8,64%	8,12%	10,57%
Literatura infantil	91	124	69	4,27%	5,89%	2,99%
Novela	122	168	177	5,73%	7,98%	7,65%
Poesía	139	163	172	6,53%	7,74%	7,43%
Preescolar	79	75	49	3,71%	3,56%	2,13%
Tesis doctorado	12	6	3	0,56%	0,29%	0,13%
Otro	712	656	853	33,44%	31,18%	36,75%
<b>Total</b>	<b>2129</b>	<b>2104</b>	<b>2321</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, datos suministrados por la Agencia Nacional ISBN.*

**Cuadro 19.** Costa Rica: Número de títulos y ejemplares de libros según tipo de editor<sup>15</sup>, 2010.

Tipo de editor	Títulos	Estruct. %	Nº ejemplares	Estruct. %
Editoriales comerciales	377	17,71%	2.404.356	56,50%
Editoriales universitarias públicas	781	36,68%	391.417	9,20%
Autores-editores	149	7,00%	129.206	3,04%
Empresas y entidades públicas no editoriales	181	8,50%	204.124	4,80%
Instituciones educativas	114	5,35%	258.500	6,07%
Imprentas	114	5,35%	372.374	8,75%
Empresas privadas no editoriales	413	19,40%	495.761	11,65%
<b>Total</b>	<b>2.129</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.255.738</b>	<b>100,00%</b>

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, datos suministrados por la Agencia Nacional ISBN.*

<sup>15</sup> La cantidad de títulos de libros por año hace referencia a la totalidad de títulos editados por personas físicas y jurídicas, que realizan la edición tanto como actividad principal, como secundaria y conexa.

**Cuadro 20.** Costa Rica: Número de títulos y ejemplares de libros según tipo de editor<sup>16</sup>, 2011.

Tipo de editor	Títulos	Estruct. %	N° ejemplares	Estruct. %
Editoriales comerciales	417	19,82%	1.620.695	54,01%
Editoriales universitarias públicas	721	34,27%	499.769	16,66%
Autores-editores	154	7,32%	168.537	5,62%
Empresas y entidades públicas no editoriales	136	6,46%	124.049	4,13%
Instituciones educativas	100	4,75%	21.011	0,70%
Imprentas	143	6,80%	128.755	4,29%
Empresas privadas no editoriales	433	20,58%	437.872	14,59%
Total	2.104	100,00%	3.000.688	100,00%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, datos suministrados por la Agencia ISBN.*

**Cuadro 21.** Costa Rica: Número de títulos y ejemplares de libros según tipo de editor<sup>16</sup>, 2012.

Tipo de editor	Títulos	Estruct. %	N° ejemplares	Estruct. %
Editoriales comerciales	466	20,08%	1.321.749	48,48%
Editoriales universitarias públicas	680	29,30%	407.068	14,93%
Autores-editores	146	6,29%	129.207	4,74%
Empresas y entidades públicas no editoriales	291	12,54%	453.310	16,63%
Instituciones educativas	125	5,39%	35.390	1,30%
Imprentas	183	7,88%	152.125	5,58%
Empresas privadas no editoriales	430	18,53%	227.521	8,35%
Total	2.321	100,00%	2.726.370	100,00%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, datos suministrados por la Agencia ISBN.*

<sup>16</sup> La cantidad de títulos de libros por año hace referencia a la totalidad de títulos editados por personas físicas y jurídicas, que realizan la edición tanto como actividad principal, como secundaria y conexas.

**Cuadro 22.** Costa Rica: Número y variación de títulos y ejemplares de libros editados por editoriales universitarias públicas, 2010-2012.

Año	Títulos	Variación %	N° ejemplares	Variación %
2010	781		391.417	
2011	721	-7,68%	499.769	27,68%
2012	680	-5,69%	407.068	-18,55%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ a partir de información de las editoriales universitarias públicas.*

**Cuadro 23.** Costa Rica: Número y variación de títulos y tiraje de revistas editadas por editoriales universitarias públicas, 2010-2012.

Año	Títulos	Variación %	Tiraje	Variación %
2010	66		32.397	
2011	67	1,52%	28.839	-10,98%
2012	76	13,43%	33.402	15,82%

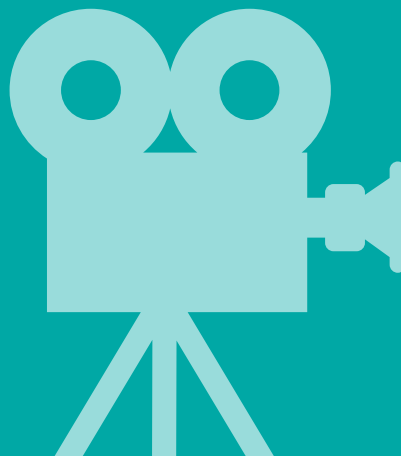
*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ a partir de información de las editoriales universitarias públicas.*

**Cuadro 24.** Costa Rica: Títulos de libros editados según nacionalidad de los autores, 2010-2012.

Nacionalidad	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012	Estruct. %
Costarricenses	1.686	79,18%	1.481	70,41%	1.797	77,44%
Extranjeros	271	12,75%	308	14,63%	272	11,70%
Nacional y extranjero	67	3,14%	32	1,54%	40	1,72%
Desconocida	105	4,92%	282	13,42%	212	9,14%
Total	2.129	100,00%	2.103	100,00%	2.321	100,00%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, datos suministrados por la Agencia ISBN.*

# Sector **AUDIOVISUAL**



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.

**Cuadro 25.** Costa Rica: Actividades características para el Sector Audiovisual.<sup>17</sup>

Clase CIIU 4	Actividades características
5911	Producción de películas cinematográficas, videos y programas de televisión.
5912	Postproducción de películas cinematográficas, videos y programas de televisión.
5913	Distribución de películas cinematográficas, videos y programas de televisión.
5914	Exhibición de películas cinematográficas y cintas de video.
6010	Transmisiones de radio.
6020	Programación y transmisiones de televisión.
6110	Telecomunicaciones alámbricas.
6120	Telecomunicaciones inalámbricas.
6130	Telecomunicaciones por satélite.
6391	Actividades de agencias de noticias.

<sup>17</sup> Ver Anexo 3: Actividades características para el Sector Audiovisual según CIIU Rev. 4.

La actividad audiovisual se considera como una actividad cultural debido a que su razón de ser consiste en crear, expresar, conservar, interpretar y transmitir contenidos simbólicos para el desarrollo de las actividades descritas anteriormente se han identificado varios productos que son originados por estas.

## UNIDADES DE OBSERVACIÓN

---

Las unidades de observación son las empresas, establecimientos y personas físicas que realizan como actividad económica principal la producción y postproducción de películas, videos, programas y anuncios de televisión, distribución y exhibición de películas y videos, la transmisión y programación de radio y televisión, el servicio de televisión por suscripción y las actividades de agencias de noticias.

### **Elaboración del directorio de empresas y establecimientos del sector audiovisual**

Para dar inicio al proceso de medición económica del sector se hizo necesario identificar a los diferentes agentes que interactúan dentro de las actividades productivas audiovisuales y al carecer de un directorio único en el MCJ que almacenara este tipo de datos, se realizó una investigación de las diferentes fuentes con información sobre dichos agentes. Primeramente se realizó el análisis del DUIE, del directorio del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica y del Registro Nacional de Telecomunicaciones (RNT), y de la información contenida en los formularios de inscripción de PROARTES<sup>18</sup>, IBERMEDIA<sup>19</sup> y CINERGIA<sup>20</sup>, para obtener los datos de las empresas productoras de material audiovisual.

---

<sup>18</sup> Es un programa desarrollado por la administración del Teatro Popular Mélico Salazar (ente adscrito del MCJ) y promueve el desarrollo de actividades audiovisuales.

<sup>19</sup> El Fondo Iberoamericano de Ayuda IBERMEDIA, forma parte de la política audiovisual de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CACI). Promueve en sus Estados miembro (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela), por medio de ayudas financieras, la creación de un espacio audiovisual iberoamericano.

<sup>20</sup> CINERGIA es un proyecto regional que cuenta con el Fondo de fomento al audiovisual de Centroamérica y el Caribe, este es el primer y único programa de apoyo financiero al cine y al video de la región. CINERGIA es administrado por FUNDACINE, una organización sin fines de lucro que fomenta la producción y difusión del audiovisual centroamericano, con sede en Costa Rica.

Adicionalmente, fue necesario realizar una búsqueda exhaustiva en diferentes medios de comunicación, principalmente mediante el uso de la web, con el fin de poder ubicar fuentes de información adicionales, para contar con un directorio más amplio.

En algunos casos se debió consultar directamente con las empresas la actividad principal realizada por la empresa/establecimiento, y en ciertas ocasiones se realizó una reclasificación de las mismas.

Posteriormente, se procedió al cruce de información para crear un único directorio, posibilitando el mapeo de las empresas del sector audiovisual, según las actividades productivas.

### ***Directorio de Unidades Institucionales y Establecimientos (DUIE)***

El directorio es un marco muestral de las empresas y/o establecimientos elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos. Para el estudio de Sector Audiovisual, el INEC suministró los registros de las actividades productivas correspondientes a las CIU Rev. 4: 5911, 5912, 5913, 5914, 6010, 6020, 6110, 6120, 6130 y 6391.

### ***Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (CCPC)***

El Centro Costarricense de Producción Cinematográfica del MCJ, conocido como Centro de Cine, dispone de un Directorio de servicios del sector audiovisual, el cual contiene un listado de 66 empresas que se dedican a la producción de comerciales y documentales, productoras independientes de eventos, agencias de casting, postproductoras, de animación digital, iluminación, cámaras, sonido/ estudios de grabación de audio y catering services, entre otros.

Adicionalmente, la institución posee los formularios de solicitud o fichas de inscripción de varias de las empresas productoras nacionales que aplican para el Fondo Iberoamericano de Ayuda IBERMEDIA<sup>21</sup>, y para el fondo de DOCTV

<sup>21</sup> El Fondo Iberoamericano de Ayuda IBERMEDIA, forma parte de la política audiovisual de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CACI). Promueve en sus Estados miembro (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela), por medio de ayudas financieras, la creación de un espacio audiovisual iberoamericano.



Latinoamérica<sup>22</sup>, por tanto, fue posible identificar a las empresas que se beneficiaron de estos fondos, ya sea para el desarrollo de proyectos, coproducción o formación para profesionales del sector audiovisual.

Tanto el Directorio del Centro de Cine como la información de los formularios o fichas de inscripción de IBERMEDIA y DOCTV Latinoamérica, permitieron la elaboración del Directorio del Sector Audiovisual del MCJ, al realizar el cruce respectivo de la información contenida en estos con otras fuentes.

### ***Programa Nacional para el Desarrollo de las Artes Escénicas (PROARTES)***

Es un programa desarrollado por la administración del Teatro Popular Mélico Salazar (ente adscrito del MCJ) y promueve el desarrollo de actividades audiovisuales.

El programa alberga un archivo con los formularios de inscripción de las empresas que aplican para la obtención de becas para el desarrollo de producciones audiovisuales y dispone de manera agregada del monto otorgado por la institución para la producción de proyectos.

De modo que fue posible realizar el cruce de las empresas productoras que aplican para PROARTES, mejorando el contenido del Directorio del MCJ. Adicionalmente, se obtuvo la información de los subsidios que otorga el Estado para el desarrollo de la actividad audiovisual en el país.

### ***Fondo de Fomento al Audiovisual de Centroamérica y el Caribe (CINERGIA)***

El fondo dispone de un registro de las empresas audiovisuales que han calificado para optar por becas, talleres, asesorías o dinero para llevar a cabo la producción de proyectos audiovisuales.

### ***Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL)***

La institución es la encargada de regular al sector de telecomunicaciones, promover un sector más eficiente, con amplia cobertura y que posibilite el contar con mejores alternativas para la prestación del servicio de telecomunicaciones.

---

<sup>22</sup> DocTV Latinoamérica es un programa que busca fomentar la producción y teledifusión del documental latinoamericano en Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela. Surge como iniciativa de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI) y de la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano (FNCL).

SUTEL pone al servicio del usuario el Registro Nacional de Telecomunicaciones (RNT), en el cual se identificaron a 112 compañías entre operadores y proveedores que componen al sector, de las cuales fue posible identificar a los operadores que se encuentran regulados para las actividades productivas CIIU Rev.4: 6110, 6120, 6130, que corresponden a las empresas que brindan el servicio de televisión por suscripción (alámbrico, inalámbrico o por satélite).

## FUENTES DE INFORMACIÓN

---

### Fuentes primarias

En primera instancia se contactó a personas con amplia experiencia y conocimiento del sector, con el fin de conocer la realidad audiovisual costarricense y poder además identificar a los agentes que interactúan en el mismo. También fue necesario recurrir a los gremios que agrupan a fuentes de información como Cámaras y Asociaciones.

Una vez identificados, se procedió a realizar un acercamiento con el fin de obtener información financiera. A partir de los datos de ingresos y gastos suministrados por los productores de estos servicios se generó una estructura de costos que se pudiera replicar a las restantes, tomando en consideración el tamaño de las empresas.

### *Dirección General de Tributación (DGT)*

.La Dirección General de Tributación Directa (DGT) fue creada en 1917, inicialmente con el nombre de Oficina de la Tributación Directa. Es una dependencia del Ministerio de Hacienda, encargada de la administración y fiscalización general de los tributos, por lo que posee información de ingresos, costos y gastos de los contribuyentes y declarantes.

Para fines de la CSCCR esta fuente de información permite identificar a las empresas y personas físicas que se encuentran inscritas con actividades económicas principales relacionadas con las actividades CIIU Rev. 3: 9211 (Producción y distribución de filmes y videocintas), 9212 (Exhibición de filmes y videocintas),

9213 (Actividades de radio y televisión), 6423 (Servicios de transmisión de programas de radio y televisión), 6424 (Servicios de transmisión por cable) y 9220 (actividades de agencias de noticias).

Adicionalmente, se obtuvo de manera agregada por actividad información de la "Renta Total Bruta" y del "Total de costos, gastos y deducciones permitidos por ley" de las Declaraciones Juradas del impuesto sobre la renta de estas empresas y personas físicas.

Una de las limitantes de esta fuente de información fue no contar con desgloses de los rubros anteriores por producto, detalle necesario para la construcción de la cuenta de producción. Únicamente se utilizó la Renta Total Bruta como homóloga al Valor Bruto de Producción.

Por otro lado, la clasificación de empresas por actividad que realiza la DGT se basa en la CIIU Rev. 3 y estándares internos de la institución, lo que llevó a agrupar ciertas actividades.

### ***Banco Central de Costa Rica (BCCR)***

El Banco Central de Costa Rica, además de ser el encargado de llevar las Cuentas Nacionales del país, cuenta con indicadores económicos tales como datos de comercio exterior de mercancías y de producción, además de algunas estructuras de costos pertenecientes a las actividades económicas mencionadas anteriormente.

### ***Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)***

El INEC es el ente rector técnico del Sistema Estadístico Nacional (SEN), y coordina la producción estadística del país.

Entre la información estadística que dicho ente genera se encuentran la Encuesta de Ingresos y Gastos, Censos, proyecciones y estimaciones poblacionales, entre otros, los cuales resultan vitales para el balance de oferta y utilización.

### ***Fiscalía de Espectáculos Públicos***

La Fiscalía pertenece al Teatro Nacional de Costa Rica, ente adscrito al MCJ. Se encarga de la fiscalización del Impuesto de Espectáculos Públicos de la Región Central, cuya tasa es de 6% y 3% sobre el ingreso bruto de los exhibidores,

ubicados en cabecera de cantón y fuera de cabecera de cantón, respectivamente.

La principal limitante de esta fuente radica en que la información que proporciona abarca únicamente lo recaudado en la región central, sin incluir la totalidad de los exhibidores del país.

La fiscalización de este impuesto fuera de la Región Central compete a las municipales. Al no haber un único sistema de información que comprenda la totalidad del impuesto recaudado a nivel nacional, no es posible disponer del dato global de los ingresos por taquilla percibidos por los exhibidores.

De modo que la información de recaudación de este impuesto aún se está evaluando y no se tomó en consideración en estas primeras mediciones.

## RESULTADOS

### CUENTAS DE PRODUCCIÓN EN TÉRMINOS CORRIENTES (COLONES)

Para las cuentas de producción, el valor bruto de producción a precios corrientes se calculó a partir de la información estadística por actividad proporcionada por la DGT.

De las fuentes primarias y del BCCR se obtuvieron los coeficientes técnicos respectivos para aplicar las estructuras de costos y de esta manera obtener el desglose del consumo intermedio (CI)<sup>23</sup>.

Para el caso de las actividades 5911 y 5912 según CIIU Rev. 4 se utiliza la actividad 9211 según CIIU Rev. 3; la cual debió ajustarse para separar lo relacionado con Distribución de filmes y videocintas, que se decidió trabajar en conjunto con la actividad 5914 de Exhibición de películas cinematográficas y cintas de video.

Para la actividad 5914 de exhibición de películas cinematográficas y cintas de video según CIIU Rev. 4 se utilizó la información de la actividad 9212 de Exhibición de filmes y videocintas según CIIU Rev. 3 y a esta actividad se le agregó la actividad de distribución de filmes y videocintas antes obtenida por la actividad 9211, ya que las estructuras de costos facilitadas por el BCCR lo contemplaban unificado.

<sup>23</sup> Ver Anexo 1: Desglose y descripción del consumo intermedio.

Para el caso de las actividades 6010 de Transmisiones de radio y 6020 de Programación y transmisión de televisión según CIIU Rev. 4, se utilizaron las actividades 9213 (Actividades de radio y televisión) y 6423 (Servicios de transmisión de programas de radio y televisión) según CIIU Rev. 3. Además, para estas fue necesario realizar la cuenta de producción agregando las dos actividades, ya que la mayoría de las empresas realizan ambas simultáneamente.

A dicha cuenta se le agregó la actividad 9220 (actividades de agencias de noticias), con el fin de cumplir con la confidencialidad de la información, dado que la cantidad de empresas de este grupo era mínima y se exponía fácilmente a deducir los ingresos por servicios de cada una de ellas.

Para el caso de telecomunicaciones, se trabajó con datos de la DGT pero a nivel de la CCP 84190 de Otros servicios de telecomunicaciones, que en Costa Rica hace referencia a las cableras y se aplicó la estructura de costos del BCCR.

### ***Cuenta de generación del ingreso***

En el caso de la Cuenta de Generación del Ingreso a precios corrientes, se aproximó el monto de los salarios a partir de las estadísticas del Seguro de Salud que maneja la Caja Costarricense de Seguro Social, donde se dispone de la cantidad de empleados por actividad y el respectivo salario promedio.

A partir de esta información se aplicó una estructura de costos para estimar el monto de las remuneraciones totales (sueldos y salarios, cargas sociales, riesgos de trabajo y otros ingresos de los trabajadores) de las respectivas actividades en estudio. Los impuestos sobre la producción y la depreciación se obtuvieron por estructura del gasto. Adicionalmente para la actividad 5911 se tomó en consideración el dato de los subsidios proporcionado por PROARTES.

Finalmente, el excedente de explotación se obtiene a partir del valor agregado menos los rubros contemplados en la cuenta de generación del ingreso (remuneraciones de los asalariados, impuestos sobre la producción, depreciación y subvenciones).

### Resultados: Producción y postproducción de películas cinematográficas y cintas de video (5911 y 5912)

**Cuadro 26.** Costa Rica: Cuenta de producción de producción y postproducción de películas cinematográficas y cintas de video, 2010-2012. \* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción	11.165,04	100,00%	10.924,52	100,00%	11.505,82	100,00%
Consumo intermedio	7.628,21	68,32%	7.533,72	68,96%	7.513,39	65,30%
Valor agregado bruto	3.536,83	31,68%	3.390,80	31,04%	3.992,43	34,70%

Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

\* Datos preliminares

### Resultados: Distribución y exhibición de películas cinematográficas y cintas de video (5913 y 5914)

**Cuadro 27.** Costa Rica: Cuenta de producción de distribución y exhibición de películas cinematográficas y cintas de video, 2010-2012. \* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción	12.295,95	100,00%	14.887,21	100,00%	15.724,50	100,00%
Consumo intermedio	7.092,37	57,68%	8.995,79	60,43%	9.954,66	63,31%
Valor agregado bruto	5.203,57	42,32%	5.891,42	39,57%	5.769,85	36,69%

Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

\* Datos preliminares

### Resultados: Programación y transmisión de radio y televisión y actividades de agencias de noticias (6010, 6020 y 6391)

**Cuadro 28.** Costa Rica: Cuenta de producción de programación y transmisión de radio y televisión y actividades de agencias de noticias, 2010-2012. \* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción	69.099,19	100,00%	74.083,27	100,00%	81.722,00	100,00%
Consumo intermedio	27.284,47	39,49%	31.539,21	42,57%	40.947,84	50,11%
Valor agregado bruto	41.814,72	60,51%	42.544,06	57,43%	40.774,16	49,89%

Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

\* Datos preliminares

## Resultados: Producción del servicio de televisión por suscripción

**Cuadro 29.** Costa Rica: Cuenta de producción del servicio de televisión por suscripción, 2010-2012. \* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción	87.178,18	100,00%	107.555,77	100,00%	111.330,33	100,00%
Consumo intermedio	42.747,92	49,04%	56.719,09	52,73%	63.821,45	57,33%
Valor agregado bruto	44.430,26	50,96%	50.836,68	47,27%	47.508,88	42,67%

Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

\* Datos preliminares

## BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN (BOU)

Los balances de oferta y utilización se realizaron de manera similar para todas las actividades que conforman el Sector Audiovisual. Se consideró la información de la producción principal obtenida de las anteriores cuentas de producción.

En el caso de los datos de exportaciones e importaciones se obtuvo a partir de las estadísticas de comercio exterior del Banco Central de Costa Rica para los respectivos productos, así como lo destinado al consumo intermedio, y respecto al consumo final de los hogares, el mismo se estimó por diferencia entre la oferta total y lo utilizado en los demás destinos; además se contrastó con lo reportado por los hogares a partir de la Encuesta de Ingresos y Gastos del 2004, ajustado por población y precios en los diferentes años, resultando consistente.

**Resultados: Balance de oferta y utilización de cine y video****Cuadro 30.** Costa Rica: BOU de cine y video<sup>24</sup>, 2010-2012.

\* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción a precios básicos	18.526,79	93,82%	20.412,20	93,23%	21.534,45	93,23%
Importaciones CIF	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	1.220,52	6,18%	1.482,46	6,77%	1.564,16	6,77%
<b>OFERTA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR</b>	<b>19.747,31</b>	<b>100,00%</b>	<b>21.894,67</b>	<b>100,00%</b>	<b>23.098,61</b>	<b>100,00%</b>
<b>DEMANDA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR</b>	<b>19.747,31</b>	<b>100,00%</b>	<b>21.894,67</b>	<b>100,00%</b>	<b>23.098,61</b>	<b>100,00%</b>
Consumo intermedio a precios del comprador	903,53	4,58%	1.589,15	7,26%	1.836,86	7,95%
Consumo intermedio a precios básicos	903,53	4,58%	1.589,15	7,26%	1.836,86	7,95%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Consumo final de los hogares a precios del comprador	10.609,12	53,72%	12.886,01	58,85%	13.596,14	58,86%
Consumo final de los hogares a precios básicos	9.388,60	47,54%	11.403,55	52,08%	12.031,98	52,09%
Márgenes de comercio y transporte	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	1.220,52	6,18%	1.482,46	6,77%	1.564,16	6,77%
Formación bruta de capital fijo a precios del comprador (FBKF)	8.172,52	41,39%	7.356,97	33,60%	7.546,36	32,67%
Exportaciones a precios del comprador	62,13	0,31%	62,53	0,29%	119,26	0,52%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.**\* Datos preliminares*<sup>24</sup> El BOU de cine y video agrupa las actividades de los códigos CIU Rev. 4; 5911, 5912, 5913 y 5914.



**Resultados: Balance de oferta y utilización de programación y transmisión de radio y televisión, y actividades de agencias de noticias**

**Cuadro 31.** Costa Rica: BOU de programación y transmisión de radio y televisión, y actividades de agencias de noticias. 2010-2012.

\* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción a precios básicos	67.135,12	80,73%	71.977,54	90,48%	79.399,15	88,50%
Importaciones CIF	16.025,58	19,27%	7.575,84	9,52%	10.315,44	11,50%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
OFERTA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	83.160,70	100,00%	79.553,38	100,00%	89.714,59	100,00%
DEMANDA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	83.160,70	100,00%	79.553,38	100,00%	89.714,59	100,00%
Consumo intermedio a precios del comprador	82.982,63	99,79%	79.363,77	99,76%	89.651,91	99,93%
Consumo intermedio a precios básicos	82.982,63	99,79%	79.363,77	99,76%	89.651,91	99,93%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Consumo final de los hogares a precios del comprador	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Consumo final de los hogares a precios básicos	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Márgenes de comercio y transporte	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Formación bruta de capital fijo a precios del comprador (FBKF)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Exportaciones a precios del comprador	178,07	0,21%	189,61	0,24%	62,68	0,07%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ*

*\* Datos preliminares*

**Resultados: Balance de oferta y utilización del servicio de televisión por suscripción.**

**Cuadro 32.** Costa Rica: BOU del servicio de televisión por suscripción<sup>25</sup>, 2010-2012.

\* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción a precios básicos	55.064,16	76,42%	67.935,21	78,19%	70.319,33	79,72%
Importaciones CIF	9.846,54	13,67%	10.145,41	11,68%	8.765,91	9,94%
Impuesto al valor agregado (IVA)	7.143,92	9,91%	8.806,54	10,14%	9.117,46	10,34%
OFERTA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	72.054,62	100,00%	86.887,16	100,00%	88.202,70	100,00%
DEMANDA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	72.054,62	100,00%	86.887,16	100,00%	88.202,70	100,00%
Consumo intermedio a precios del comprador	14.576,09	20,23%	15.980,48	18,39%	14.805,75	16,79%
Consumo intermedio a precios básicos	14.031,98	19,47%	15.309,19	17,62%	14.110,91	16,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	544,11	0,76%	671,29	0,77%	694,85	0,79%
Consumo final de los hogares precios del comprador	57.367,63	79,62%	70.714,07	81,39%	73.211,90	83,00%
Consumo final de los hogares a precios básicos	50.767,81	70,46%	62.578,83	72,02%	64.789,29	73,45%
Márgenes de comercio y transporte	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	6.599,82	9,16%	8.135,25	9,36%	8.422,61	9,55%
Formación bruta de capital fijo a precios del comprador (FBKF)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Exportaciones a precios del comprador	110,90	0,15%	192,61	0,22%	185,04	0,21%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

*\* Datos preliminares*

<sup>25</sup> El BOU de servicio de televisión por suscripción agrupa las actividades según CIU Rev. 4; 6110, 6120 y 6130; sin embargo únicamente lo relacionado con el servicio de televisión por suscripción.

## GASTO EN CULTURA Y SU FINANCIACIÓN

A partir del BOU se procedió a identificar los beneficiarios últimos de los productos/servicios culturales del Sector Audiovisual así como quién está pagando (financiando) este gasto. Dicha información se puede encontrar en las respectivas cuentas de “Gasto en cultura y su financiación” que se encuentran en el sitio web.

Al identificar el gasto en cultura, se realizó el cuadro de gasto y financiación para el subsector de cine y video<sup>26</sup>, para la actividad programación y transmisión de radio, televisión y actividades de agencias de noticias, y para el servicio de televisión por suscripción<sup>27</sup>.

En el subsector de cine y video, se identificó que en el consumo final efectivo el principal beneficiado son los hogares, y que estos son los financiadores del gasto al visitar las salas de cine. De igual manera, el resto del mundo tiene su participación por el consumo que realizan los demás países por medio de las exportaciones, así que estos mismos se benefician y financian la actividad. El consumo intermedio se compone de las empresas que realizan la producción y postproducción de video, y las empresas distribuidoras de películas; el gasto de estas últimas es consumo intermedio para los exhibidores, de manera que las empresas juegan un papel tanto de beneficiarias en ramas de actividades culturales de mercado, como financiadoras en los demás agentes residentes.

La producción de películas es considerada como formación bruta de capital fijo, ya que estas representan un activo durable en el tiempo, siendo que las empresas son las beneficiadas en ramas de actividad culturales de mercado, y financiadoras en los demás agentes residentes.

Los productores de películas nacionales, que pertenecen a las ramas de actividades culturales de no mercado, se benefician de transferencias corrientes específicas, las cuales son financiadas por el gobierno central y corresponden a los subsidios entregados por PROARTES. También se benefician de los montos otorgados por CINERGIA e IBERMEDIA, estos últimos son ubicados en el resto del mundo como financiadores para llevar a cabo el desarrollo de proyectos audiovisuales.

---

<sup>26</sup> El BOU de cine y video agrupa las actividades de los códigos CIIU Rev. 4; 5911, 5912, 5913 y 5914.

<sup>27</sup> El BOU de servicio de televisión por suscripción agrupa las actividades según CIIU Rev. 4; 6110, 6120 y 6130; sin embargo únicamente lo relacionado con el servicio de televisión por suscripción.

En el subsector de radio, televisión y actividades de agencias de noticias, se identifican a los hogares como los principales beneficiarios, al ser los consumidores finales del producto, el cual a su vez es financiado por las empresas (demás agentes residentes), cuyos principales ingresos provienen de la pauta publicitaria. Asimismo, el resto del mundo posee un papel tanto de beneficiario como de financiador, por medio de las exportaciones registradas para esta actividad.

Además, se registran las transferencias realizadas a ramas de no mercado, es decir a aquellas instituciones públicas que reciben transferencias del Estado para producir servicios de radio y televisión de manera gratuita; caso en el cual dichos servicios culturales son financiados por el Gobierno General y los beneficiarios últimos son los hogares, ya que son los que disfrutan de dicho servicio.

Finalmente, para el servicio de televisión por suscripción, el principal beneficiado y financiador que realiza el consumo final del servicio son los hogares, de manera similar, se registra el beneficio y financiamiento del consumo final realizado en el extranjero, por medio de las exportaciones registradas para esta actividad; y por último, se identifican como beneficiarios a las ramas de actividad no culturales, es decir las empresas que se benefician de este servicio al obtenerlo como consumo intermedio de su proceso productivo y las cuales lo financian (demás agentes residentes).

## EMPLEO

Refleja la cantidad de personas ocupadas que laboran en las actividades económicas en estudio.

**Cuadro 33.** Costa Rica: Ocupados en el Sector Audiovisual según actividad económica, 2010-2012.

Actividad económica	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012	Estruct. %
Cine y video	804	8,56%	860	8,88%	945	9,85%
Programación y transmisión de radio y televisión, y actividades de agencias de noticias.	2.920	31,08%	2.986	30,85%	3.216	33,51%
Servicio de televisión por suscripción	5.672	60,36%	5.832	60,26%	5.435	56,64%
Total	9.396	100,00%	9.678	100,00%	9.596	100,00%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, a partir del Censo 2011.*

## OTROS INDICADORES NO MONETARIOS

**Cuadro 34.** Costa Rica: Cantidad de empresas y establecimientos del sector audiovisual según actividad económica principal.

Actividad económica	Cantidad	Estructura %
Cine y video.	166	53,21%
Programación y transmisiones de radio y televisión, y actividades de agencias de noticias.	111	35,58%
Servicio de televisión por suscripción.	35	11,22%
Total	312	100,00%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

**Cuadro 35.** Costa Rica: Equipamiento de las cadenas de salas de cine, 2010-2013.

Equipamiento de salas de cine	2010	2011	2012	2013
Número de establecimientos	20	19	21	21
Número de salas	95	92	111	111
Número de butacas	16.350	15.844	18.939	18.939

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, mediante consulta a exhibidores cinematográficos.

**Cuadro 36.** Costa Rica: Cadenas de salas de cine, ubicación por provincia y equipamiento, 2012-2013.

Cadenas de salas de cine	Provincia	Salas	Butacas
Cine Magaly	San José	1	540
Sala Garbo	San José	1	220
Teatro Variedades	San José	1	458
CCM Mall San Pedro	San José	10	1,350
CCM Plaza Lincoln	San José	8	1,173
Cinemark Multiplaza del Este	San José	8	1,717
Cinemark Multiplaza Escazú	San José	8	1,508
Cinépolis Terramall	San José	15	2,458
Cinépolis Multicentro Desamparados	San José	6	1,121
Nova Cinemas Repretel	San José	7	1,280
Cine Pérez Zeledón	San José	3	380
CCM Mall Real Cariari	Heredia	6	854
CCM Paseo de las Flores	Heredia	5	823
Cinépolis Paseo Metrópoli	Cartago	8	1,382
Multicines Plaza Paraíso	Cartago	3	548
CCM Mall Internacional	Alajuela	4	635
CCM San Ramón	Alajuela	3	366
CCM San Carlos	Alajuela	3	698
CitiCinemas Plaza Grecia El Ingenio	Alajuela	3	492
CitiCinemas Plaza Coral	Puntarenas	4	334
Multicines Liberia	Guanacaste	4	602
<b>Total</b>		<b>111</b>	<b>18,939</b>

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, mediante consulta a exhibidores cinematográficos.

Con base en la información proporcionada por la Cámara de Distribuidores y Exhibidores Cinematográficos de Costa Rica (CADEC), para el período 2012-2013 se identificaron 111 salas de cine de las cuales 57% posee salas con formato digital, del total de salas de cine un 61% se concentran en la provincia de San José, seguido de Alajuela con un 12%; por su parte las provincias de Heredia y Cartago albergan cada una el 10% del total de salas de cine del país, y entre Puntarenas y Guanacaste se ubica el restante 8% de las salas. Asimismo, durante el año 2011 se presentó el cierre del cine CCM Plaza Mayor, el cual contaba con dos salas y 300 butacas, y el cierre temporal del Cine Magaly por remodelación, el cual tuvo su reapertura en el año 2012.

**Cuadro 37.** Costa Rica: Producciones costarricenses exhibidas en salas de cine, 2010-2012.

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	Oscar 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 y 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	Oscar 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

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ con información del Centro de Cine y CADEC.

**Cuadro 38.** Costa Rica: Cantidad de proyectos financiados-beneficiados según programa o fondo y aporte, 2010-2012.

Año	Programa o fondo que financia	Cantidad de proyectos beneficiados	Monto otorgado en colones	Monto otorgado en dólares
2010	CINERGIA	4	¢13,270,907.53	\$25,000.00
2011	CINERGIA	3	¢12,776,927.40	\$25,000.00
2012	CINERGIA	1	¢5,083,554.64	\$10,000.00
2010-2012	Subtotal	8	¢31,131,389.58	\$60,000.00
2009-2010	DOCTV	1	¢37,158,541.10	\$70,000.00
2011-2012	DOCTV	1	¢35,584,882.51	\$70,000.00
2010-2012	Subtotal	2	¢72,743,423.61	\$140,000.00
2010	IBERMEDIA	9	¢116,783,986.30	\$220,000.00
2011	IBERMEDIA	8	¢107,326,190.14	\$210,000.00
2012	IBERMEDIA	8	¢103,704,514.75	\$204,000.00
2010-2012	Subtotal	25	¢327,814,691.19	\$634,000.00
2010	PROARTES	16	¢96,316,543.00	\$181,443.02
2011	PROARTES	12	¢75,409,660.00	\$147,550.46
2012	PROARTES	13	¢70,000,000.00	\$137,698.92
2010-2012	Subtotal	41	¢241,726,203.00	\$466,692.40
2010-2012	Total	76	¢673,415,707.38	\$1,300,692.40

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, mediante consulta al Centro de Cine, PROARTES y CINERGIA.



**Cuadro 39.** Costa Rica: Cantidad y porcentaje de viviendas que poseen diferentes TIC<sup>28</sup>, 2010-2012.

Tenencia de las TIC	2010		2011		2012	
	Viviendas	Estruct. %	Viviendas	Estruct. %	Viviendas	Estruct. %
Con radio	976,004	77.07%	983,780	75.82%	962,900	72.57%
Con televisor a color	1,219,533	96.30%	1,256,914	96.87%	1,285,727	96.90%
Con televisión por cable	494,755	39.07%	571,380	44.04%	647,462	48.80%
Con computadora	522,678	41.27%	588,335	45.34%	649,625	48.96%
Con servicio de internet en la vivienda	304,714	24.06%	435,722	33.58%	627,904	47.32%
<b>Total de viviendas</b>	<b>1,266,418</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,297,522</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,326,805</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ a partir de datos de la Encuesta Nacional de Hogares.

**Cuadro 40.** Costa Rica: Cantidad de emisoras, según tipo de frecuencia<sup>29</sup>, 2010-2012.

Tipo de frecuencia	Cantidad de emisoras
Frecuencia Modulada (FM)	153
Amplitud Modulada (AM)	74
<b>Total país</b>	<b>227</b>

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ a partir de datos proporcionados por el Dpto. de Control Nacional de Radio del Viceministerio de Telecomunicaciones.

**Cuadro 41.** Costa Rica: Cantidad de canales de televisión de televisión abierta, según tipo público o privado, 2010-2012<sup>29</sup>.

Tipo de canales	Cantidad de canales
Públicos	4
Privados	70
<b>Total país</b>	<b>74</b>

Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ a partir de datos proporcionados por el Dpto. de Control Nacional de Radio del Viceministerio de Telecomunicaciones.

<sup>28</sup> Tecnologías de Información y Comunicación.

<sup>29</sup> La información presentada en el cuadro contempla los transmisores matrices (estación del servicio de radio difusión principal) y repetidores (estación del servicio de radio difusión destinada a cubrir zonas no cubiertas por el transmisor matriz).

# Sector **PUBLICIDAD**



La medición del aporte del Sector Publicidad a la economía del país surge como una solicitud del Sector Audiovisual. La Publicidad es una importante actividad creadora de contenidos simbólicos y está relacionada con los sectores editorial y audiovisual, medios por los cuales se da la transmisión de gran parte de los anuncios publicitarios.

Para el sector audiovisual resulta de gran importancia la producción de servicios publicitarios al ser esta una de las principales formas de financiamiento que poseen para la realización de las demás actividades del sector audiovisual antes mencionadas; siendo así principalmente para los productores de películas cinematográficas, videos y programas de televisión.

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme revisión 4 (CIIU 4) la Publicidad, código CIIU 7310<sup>30</sup>, comprende el suministro de toda una gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoramiento, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.

## **UNIDADES DE OBSERVACIÓN**

---

Las unidades de observación son las empresas, establecimientos y personas físicas que realizan como actividad económica principal el suministro de servicios de publicidad.

<sup>30</sup> Ver Anexo 3: Publicidad: actividad económica según CIIU Rev. 4.

## **Elaboración del directorio de empresas y establecimientos de Publicidad**

Para dar inicio al proceso de medición económica de la publicidad se hizo necesario identificar a los agentes económicos que realizan como actividad económica principal el suministro de servicios publicitarios.

Debido a la inexistencia de un único directorio dentro del Ministerio de Cultura y Juventud que identificara el universo de personas físicas y jurídicas que realizan la Publicidad como actividad económica principal, se llevó a cabo una investigación de fuentes de información que dieran referencia a estas.

Las fuentes de información utilizadas para la elaboración del Directorio fueron:

### ***Dirección General de Tributación (DGT)***

A partir de esta fuente se obtuvo la identificación de las empresas y personas físicas que se encontraban bajo la actividad Publicidad durante el período 2010-2012.

### ***Registro de Variables Económicas (REVEC)***

Del REVEC, perteneciente al Banco Central de Costa Rica, se obtuvo el listado de empresas y establecimientos de la actividad Publicidad (7310)

En algunos casos se debió realizar una investigación más exhaustiva con el fin de confirmar la actividad principal realizada por la empresa/establecimiento, y de ser necesario realizar la respectiva reclasificación.

### ***Directorio de la Comunidad de Empresas de Comunicación de Costa Rica***

La Comunidad cuenta con un Directorio de empresas publicitarias, las cuales se tomaron en consideración para la elaboración del Directorio del MCJ.

Una vez realizado el Directorio de empresas y establecimientos se procedió a identificar las fuentes de información monetaria y no monetaria y de esta manera realizar los diferentes indicadores respectivos.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

---

### Fuentes primarias

Se realizó un acercamiento a los productores de servicios publicitarios con el fin de obtener información financiera. A partir de la información de ingresos y gastos suministrada por los productores de estos servicios, se generó una estructura de costos que se pudiera replicar a las restantes, tomando en consideración el tamaño de las empresas.

### *Dirección General de Tributación (DGT)*

La Dirección General de Tributación Directa (DGT) fue creada en 1917, inicialmente con el nombre de Oficina de la Tributación Directa. Es una dependencia del Ministerio de Hacienda, encargada de la administración y fiscalización general de los tributos, por lo que posee información de ingresos, costos y gastos de los contribuyentes y declarantes.

Para fines de la CSCCR esta fuente de información permitió identificar a las empresas y personas físicas que se encuentran inscritas con la actividad económica principal según CIIU Rev. 3: 7430, Publicidad, que representa a la actividad 7310 (Publicidad) según CIIU Rev. 4.

Adicionalmente, se obtuvo de manera agregada por actividad información de la "Renta Total Bruta" y del "Total de Costos, Gastos y Deducciones permitidos por ley" de las Declaraciones Juradas del Impuesto sobre la Renta de dichas empresas y personas físicas.

Una de las limitantes de esta fuente de información fue no contar con desgloses de los rubros anteriores por producto, detalle necesario para la construcción de la cuenta de producción. Únicamente se utilizó la Renta Total Bruta como homóloga al Valor Bruto de Producción.

### ***Banco Central de Costa Rica (BCCR)***

El Banco Central de Costa Rica, además de ser el encargado de llevar las Cuentas Nacionales del país, cuenta con indicadores económicos tales como datos de comercio exterior de mercancías y de producción, además de algunas estructuras de costos pertenecientes a las actividades económicas mencionadas anteriormente.

### ***Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)***

El INEC es el ente rector técnico del Sistema Estadístico Nacional (SEN), y coordina la producción estadística del país.

Entre la información estadística que dicho ente genera se encuentran la Encuesta de Ingresos y Gastos, Censos, proyecciones y estimaciones poblacionales, entre otros, los cuales resultan vitales para el balance de oferta y utilización.

## **RESULTADOS**

---

### **CUENTA DE PRODUCCIÓN EN TÉRMINOS CORRIENTES**

Para las cuentas de producción, el valor bruto de producción a precios corrientes se calculó a partir de la información estadística por actividad proporcionada por la DGT.

De las fuentes primarias y del BCCR se obtuvieron los coeficientes técnicos respectivos para aplicar las estructuras de costos y de esta manera obtener el desglose del consumo intermedio (CI)<sup>31</sup>.

El valor agregado en corrientes se obtuvo a partir de la diferencia entre el valor bruto de la producción y el consumo intermedio en corrientes.

---

<sup>31</sup> Ver Anexo 1: Desglose y descripción del consumo intermedio.

### *Cuenta de generación del ingreso*

En el caso de la cuenta de generación del ingreso a precios corrientes, se aproximó el monto de los salarios a partir de las estadísticas del Seguro de Salud que maneja la Caja Costarricense de Seguro Social, donde se dispone de la cantidad de empleados por actividad y el respectivo salario promedio.

A partir de esta información se aplicó una estructura para completar las remuneraciones totales (sueldos y salarios, cargas sociales, riesgos de trabajo y otros ingresos de los trabajadores) de las respectivas actividades en estudio. Los impuestos sobre la producción y la depreciación se obtuvieron por estructura del gasto.

Por último, el excedente de explotación se calculó a partir del monto del valor agregado menos los rubros contemplados en la cuenta de generación del ingreso (remuneraciones de los asalariados, impuestos sobre la producción, depreciación y subvenciones).

### *Resultados: Publicidad (7310)*

**Cuadro 42.** Costa Rica: Cuenta de producción de Publicidad, 2010-2012. \* Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción bruta	278.377,30	100,00%	309.640,90	100,00%	346.198,23	100,00%
Consumo Intermedio	152.059,89	54,62%	168.619,00	54,46%	171.455,29	49,53%
Valor agregado	126.317,42	45,38%	141.021,90	45,54%	174.742,93	50,47%

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

*\* Datos preliminares*

## BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN (BOU)

Para el balance de oferta y utilización se consideró la información de la producción principal obtenida de la anterior cuenta de producción.

Los datos de exportaciones e importaciones se obtuvieron a partir de las estadísticas de comercio exterior del Banco Central de Costa Rica, y lo destinado al consumo intermedio es estimado por la diferencia entre la oferta total y lo exportado.

### Resultados: Balance de oferta y utilización de publicidad (7310)

**Cuadro 43.** Costa Rica: BOU de publicidad, 2010-2012. \*Millones de colones

DESCRIPCIÓN	2010	Estruct. %	2011	Estruct. %	2012*	Estruct. %
Producción de mercado	252.740,87	83,19%	281.156,29	83,65%	314.385,25	84,18%
Importaciones	18.211,64	5,99%	18.386,38	5,47%	18.222,01	4,88%
Impuesto al valor agregado (IVA)	32.856,31	10,81%	36.550,32	10,88%	40.870,08	10,94%
OFERTA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	303.808,82	100,00%	336.092,99	100,00%	373.477,33	100,00%
DEMANDA TOTAL A PRECIOS DEL COMPRADOR	303.808,82	100,00%	336.092,99	100,00%	373.477,33	100,00%
Consumo intermedio precios del comprador	302.633,65	99,61%	335.299,65	99,76%	372.668,23	99,78%
Consumo intermedio a precios básicos	269.777,34	88,80%	298.749,33	88,89%	331.798,15	88,84%
Márgenes de comercio y transporte	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	32.856,31	10,81%	36.550,32	10,88%	40.870,08	10,94%
Consumo final de los hogares a precios del comprador	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Consumo final de los hogares a precios básicos	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Márgenes de comercio y transporte	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Impuesto al valor agregado (IVA)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Formación bruta de capital fijo a precios del comprador (FBKF)	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Exportaciones a precios del comprador	1.175,17	0,39%	793,34	0,24%	809,11	0,22%

Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.

\* Datos preliminares

## GASTO EN CULTURA Y SU FINANCIACIÓN

A partir del BOU se procedió a identificar los beneficiarios últimos de la publicidad, así como quién está pagando (financiando) este gasto. Dicha información se puede encontrar en las respectivas cuentas del “Gasto en cultura y su financiación”, que se encuentran en las páginas web de la CSCCR.

Los beneficiarios últimos, es decir aquellos que disfrutan de los anuncios publicitarios, son los hogares, gasto que es financiado por los demás agentes residentes, es decir, por las empresas.

## EMPLEO

Refleja la cantidad de personas ocupadas que laboran en las actividades económicas en estudio.

**Cuadro 44.** Costa Rica: Personas ocupadas en el Sector Publicidad, 2010-2012.

Actividad económica	2010	2011	2012
Publicidad	6.821	7.209	8.151

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, a partir del Censo 2011.*



## OTROS INDICADORES NO MONETARIOS

**Cuadro 45.** Costa Rica: Cantidad de empresas y establecimientos del Sector Publicidad.

Actividad económica	Cantidad
Publicidad	596

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ.*

**Cuadro 46.** Costa Rica: Cantidad de anuncios publicitarios por tipo de medio, 2010-2012.

Tipo de Medio	2010	2011	2012
Periódicos	138.935	139.633	127.738
Revistas	30.188	30.906	29.412
Radio	2.126.143	2.274.378	2.332.391
Televisión	1.616.625	1.595.476	1.748.999
Otros medios	1.452.456	1.521.928	1.729.219
<b>Total</b>	<b>5.364.347</b>	<b>5.562.321</b>	<b>5.967.759</b>

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, a partir de información del BCCR.*

**Cuadro 47.** Costa Rica: Inversión publicitaria por tipo de medio, 2010-2012.

Tipo de Medio	2010	2011	2012
Periódicos	53.871.121	62.019.541	67.869.785
Revistas	20.735.018	22.796.370	22.476.667
Radio	37.955.827	43.854.574	50.560.904
Televisión	99.221.841	114.438.640	125.837.173
Otros medios	17.353.156	19.247.095	22.662.642
<b>Total</b>	<b>229.136.963</b>	<b>262.356.219</b>	<b>289.407.171</b>

*Cálculos: Elaboración del Equipo Técnico de la CSC del MCJ, a partir de información del BCCR.*

Otro indicador para esta actividad es el Índice Mensual de la Actividad Publicidad que elabora el BCCR, cuyo índice tiene base el año 1991.

El Índice indica el comportamiento o evolución de la actividad de servicios de publicidad en términos de volumen del servicio producido y no en términos monetarios.

La información mensual básica para la construcción del Índice se obtiene por medio de la contratación de una empresa externa, que recopila la inversión realizada por los distintos medios así como el números de cuñas (unidades) publicitarias.

Los medios que se consideran en la elaboración del Índice son:

- Diarios
- Cines
- Vallas publicitarias (móvil, tapias, grafitis)
- Radio
- Revistas
- Televisión

**Cuadro 48.** Índice Mensual de Servicios de Publicidad.

Tasa de variación media

Descripción	2010	2011	2012
Servicios de publicidad	21,71	3,19	10,79

Fuente: Banco Central de Costa Rica.





# ANEXOS



## ANEXO 1. DESGLOSE Y DESCRIPCIÓN DEL CONSUMO INTERMEDIO

Se realizó una estandarización de los rubros de consumo intermedio, identificándose una apertura de 38 productos. Estos abarcan todos los productos que se generan en cada una de las actividades según CIIU Rev. 4:

1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca:
  - Productos agropecuarios, de madera y marítimos.
2. Explotación de minas y canteras:
  - Piedra, arena, arcilla, sal, petróleo y gas natural, otros minerales metálicos, no metálicos y servicios de apoyo.
3. Papel y productos de papel:
  - Papel, cartón.
  - Envases de papel y cartón.
  - Otros artículos de papel y cartón.
4. Impresión y reproducción de grabaciones:
  - Impresión y servicios relacionados con la impresión.
  - Reproducción de grabaciones.
5. Sustancias y productos químicos:
  - Sustancias químicas básicas, abonos, plaguicidas y otros productos químicos.
  - Plásticos.
  - Pinturas, barnices y productos de revestimiento similares, tintas de imprenta.
  - Jabones, detergentes, perfumes, preparados de tocador.
6. Otras industrias manufactureras excepto reparación e instalación de maquinaria y equipo:
  - Productos alimenticios, bebidas y tabaco.
  - Productos textiles, de cuero y prendas de vestir.
- Productos de la refinación de petróleo (gasolina, diesel, bunker).
- Productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales.
- Productos de madera y corcho.
- Productos minerales no metálicos.
- Metales, productos de metal (excepto maquinaria y equipo).
- Productos informáticos, de electrónica, de óptica y eléctricos.
- Materiales de oficina.
- Vehículos automotores y otros equipos de transporte.
- Joyas, bisutería, instrumentos de música, deporte, juegos y juguetes e instrumentos médicos y odontológicos.
7. Reparación de ordenadores, efectos personales y enseres domésticos y reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo:
  - Reparación de ordenadores, efectos personales y enseres domésticos y reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo.
8. Energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado, agua, evacuación de aguas residuales y gestión de desechos:
  - Energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado.
  - Agua potable y alcantarillado.
  - Servicios de recogida, tratamiento y eliminación de desechos.

9. Construcción:

- Edificaciones residenciales.
- Edificaciones no residenciales.
- Carreteras y vías férreas.
- Proyectos de servicio público y otras obras de ingeniería civil.
- Demolición y preparación de terrenos, instalaciones eléctricas y de fontanería; instalación, reparación y mantenimiento de edificaciones.

10. Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas:

- Servicios de comercio.

11. Transporte y almacenamiento:

- Transporte de pasajeros por vía marítima y terrestre.
- Transporte de carga.
- Parquesos y peajes.
- Servicios de mensajería, Courier.
- Servicios de almacenamiento y depósito.

12. Alojamiento y servicio de comida:

- Servicios de alojamiento (ej.: hoteles).
- Servicios de suministro de comidas (ej.: restaurantes).

13. Productos de edición:

- Libros, periódicos, otros productos de la edición (postales, calendarios), impresos y on line.
- Servicios de suscripción a periódicos, revistas y otros productos de edición.

14. Servicios de radio, de televisión, películas, videos y otros afines:

- Servicios de producción, post producción, distribución, exhibición de productos audiovisuales.
- Servicios de grabación y edición de sonidos y montaje de diseños.

15. Servicios de telefonía:

- Teléfonos fijos y móviles.

16. Servicios de Internet:

- Servicios de Internet.

17. Otros servicios de telecomunicaciones:

- Servicio de televisión por suscripción.

18. Servicios de información, programación informática, consultoría de informática y actividades conexas:

- Servicios de informática (soporte informático, diseño y desarrollo de aplicaciones, software).
- Servicios de agencias de noticias.

19. Servicios financieros y de seguros:

- Servicios de depósitos, préstamos, de inversión, de gestión de fondos, cambio de divisas.
- Seguros (de vida, salud, entre otros).

20. Servicios inmobiliarios:

- Servicios de alquiler de viviendas.
- Servicios de alquiler de inmuebles no residenciales y otros servicios inmobiliarios.

21. Servicios jurídicos y de contabilidad:

- Servicios jurídicos.
- Servicios de contabilidad, consultoría fiscal y otros.

22. Servicios de oficinas principales y de consultoría de gestión:

- Servicios de consultoría de gestión de recursos humanos, financiera, estratégica, relaciones públicas.

23. Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de consultoría técnica:

- Servicios de arquitectura e ingeniería y servicios conexos de consultoría técnica.

24. Servicios de investigación científica y desarrollo:
- Servicios de investigación y desarrollo en las ciencias, ingenierías, ciencias sociales, humanidades y experimental.
25. Servicios de publicidad, provisión de espacios de publicidad y estudios de mercado:
- Servicios de publicidad, mercadeo y otros servicios de publicidad.
  - Servicios de investigación de mercados.
26. Otros servicios profesionales, científicos y técnicos:
- Servicios de fotografía, diseño, traducción e interpretación, consultoría de seguridad y demás servicios profesionales y técnicos.
27. Servicios veterinarios:
- Servicios veterinarios.
28. Servicios de alquiler y arrendamiento, excepto de propiedad intelectual:
- Alquiler de licencias, patentes y franquicias.
29. Arrendamiento de propiedad intelectual:
- Derechos de autor.
30. Servicios de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades conexas:
- Servicios de reserva para transporte, alojamiento, boletos, guías y promoción de turismo.
31. Servicios de seguridad e investigación:
- Servicios de investigación.
  - Servicios de seguridad, de carros blindados, protección.
32. Limpieza de edificios y cuidado del paisaje y mantenimiento:
- Servicio de limpieza general.
33. Servicios de agencias de empleo, administrativos y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas:
- Servicios de agencias de empleo y de dotación de recursos humanos.
  - Servicios de empaquetado, cobranza, centro de llamadas telefónicas, administrativos de oficina, organización y ferias de asistencia.
34. Servicios de administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria:
- Administración pública en general, regulación de actividades de organismos, de la actividad económica, servicios a la comunidad, relaciones exteriores, defensa.
  - Mantenimiento del orden público, seguridad y planes de seguridad social.
35. Enseñanza:
- Servicios de enseñanza.
  - Capacitaciones.
36. Servicios de atención de la salud humana y de asistencia social:
- Servicios médicos, odontológicos, de enfermería, asistencia social y hospitales.
37. Servicios artísticos, de entretenimiento y recreativos:
- Servicios artísticos y de entretenimiento.
  - Servicios de bibliotecas, archivos, museos, juegos de azar, apuestas, deportivas y de esparcimiento.
38. Otros servicios:
- Afiliación a asociaciones empresariales, religiosas, políticas.
  - Lavado y limpieza de productos, peluquería y otros tratamientos de diseño, servicios fúnebres.



## ANEXO 2. ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS PARA EL SECTOR EDITORIAL SEGÚN CIIU REV. 4.

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) Rev. 4, el grupo 581 "comprende la edición de libros, periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, directorios y listas de correo y otras obras, como fotos, grabados, postales, horarios, impresos, carteles y reproducciones de obras. Esas obras se caracterizan por la creatividad intelectual que requiere su elaboración y suelen estar protegidas por derechos de autor"<sup>32</sup>.

Las clases específicas según la CIIU Rev. 4 consideradas para el Sector Editorial son:

### **5811 Edición de libros:**

Esta clase comprende la edición de libros impresos, en formato electrónico (CD, pantalla electrónica, etc.), en grabación sonora o por Internet.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Edición de libros, folletos, volantes y publicaciones similares, incluida la edición de diccionarios y enciclopedias.
- Edición de atlas, mapas y planos.
- Edición de libros en grabación sonora.
- Edición de enciclopedias, entre otros, en CD-ROM.

### **5813 Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas:**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Edición de periódicos, incluidos periódicos publicitarios.

- Edición de revistas y otras publicaciones periódicas, incluida la edición de la programación de radio y televisión. La edición puede realizarse en forma impresa o electrónica, incluso por Internet.

### **5819 Otras actividades de edición:**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Edición (incluso en línea) de:
  - i. Catálogos.
  - ii. Fotos, grabados y tarjetas postales.
  - iii. Tarjetas de felicitación.
  - iv. Impresos.
  - v. Carteles, reproducciones de obras de arte.
  - vi. Materiales publicitarios.
  - vii. Otros materiales impresos.
- Edición en línea de estadísticas u otros tipos de información.

<sup>32</sup> Naciones Unidas (2009). "Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas, revisión 4". (P. 222).

### **ANEXO 3. ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL SEGÚN CIIU REV. 4.**

Con base en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) Rev. 4, y siguiendo los lineamientos establecidos en el Manual del CAB, las actividades económicas del Sector Audiovisual se detallan seguidamente:

#### ***5911 Producción de películas cinematográficas, videos y programas de televisión***

Esta clase comprende la actividad de producción de películas cinematográficas, videos, y programas o anuncios de televisión.

#### ***5912 Postproducción de películas cinematográficas, videos y programas de televisión***

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Actividades de postproducción, como:
  - i. Edición, rotulación, subtítulo, créditos.
  - ii. Subtitulado para sordos.
  - iii. Gráficos, animación y efectos especiales producidos por ordenador.
  - iv. Transferencia de película a cinta.
- Actividades de laboratorios cinematográficos y de laboratorios especiales para películas de animación.
- Revelado y procesamiento de películas cinematográficas.
- Reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines.

#### ***5913 Distribución de películas cinematográficas, videos y programas de televisión***

Comprende la distribución de películas, cintas de video, DVD y productos similares, a cines, cadenas y emisoras de televisión y exhibidores. Se incluye también la adquisición de los derechos de distribución de películas, cintas de video y DVD.

#### ***5914 Exhibición de películas cinematográficas y cintas de video***

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Exhibición de películas cinematográficas y cintas de video en cines, al aire libre o en otros locales de proyección.
- Actividades de cineclubes.

#### ***6010 Transmisiones de radio***

Esta clase comprende la siguiente actividad:

- Emisión de señales de audiofrecuencia a través de estudios e instalaciones de emisión de radio para la transmisión de programas sonoros al público, a entidades afiliadas o a suscriptores.

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Actividades de cadenas de radio, es decir, la reunión de programas sonoros y su transmisión a los afiliados o suscriptores por el aire, por cable o por satélite.
- Transmisiones de radio por Internet (estaciones de radio por Internet).
- Transmisión de datos integrada con transmisiones de radio.

### **6020 Programación y transmisiones de televisión**

Esta clase comprende la siguiente actividad:

- Creación de la programación completa de canales de televisión con componentes comprados (películas, documentales, etcétera), componentes de producción propia (por ejemplo, noticias locales, información en directo) o una combinación de ambas modalidades.

Esa programación completa puede ser transmitida por la unidad productora o por terceros, como compañías de cable o de televisión por satélite.

La programación puede ser de carácter general o especializado (por ejemplo formatos limitados, como programas de noticias, de deportes, educativos o dirigidos a la juventud), de libre acceso para todos los usuarios o de distribución por suscripción.

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Programación de canales de video a la carta.
- Transmisión de datos integrada con emisiones de televisión.

### **6110 Telecomunicaciones alámbricas (P)<sup>33</sup>**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Explotación, mantenimiento o facilitación del acceso a servicios de transmisión de voz, datos, texto, sonido y video utilizando una infraestructura de telecomunicaciones alámbricas, como:
  - i. Explotación y mantenimiento de sistemas de conmutación y transmisión para suministrar servicios de comunicaciones de punto a punto por líneas alámbricas, por microondas o por una combinación de líneas alámbricas y conexiones por satélite.
  - ii. Explotación de sistemas de distribución por cable (por ejemplo para la distribución de datos y señales de televisión).
  - iii. Suministro de servicios de telégrafo y otros servicios de comunicaciones no vocales utilizando infraestructura propia.

Las instalaciones de transmisión que realizan esas actividades pueden utilizar una única tecnología o una combinación de tecnologías.

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Compra de derechos de acceso y de capacidad de red a los propietarios y operadores de redes y utilización de esa capacidad para suministrar servicios de telecomunicaciones a empresas y hogares.
- Suministro de acceso a Internet por los operadores de la infraestructura de telecomunicaciones alámbricas.

<sup>33</sup> Para esta actividad únicamente se toma en consideración el servicio de televisión por suscripción.

### **6120 Telecomunicaciones inalámbricas (P) <sup>33</sup>**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Explotación, mantenimiento o facilitación del acceso a servicios de transmisión de voz, datos, texto, sonido y video utilizando una infraestructura de telecomunicaciones inalámbricas”.
- Mantenimiento y explotación de redes de radio búsqueda y de telefonía móvil y otras redes de telecomunicaciones inalámbricas.

Los servicios de transmisión proporcionan transmisión omnidireccional por las ondas y pueden utilizar tanto una única tecnología como una combinación de tecnologías.

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Compra de derechos de acceso y de capacidad de red a los propietarios y operadores de redes y utilización de esa capacidad para suministrar servicios de telecomunicaciones inalámbricas (excepto los de telecomunicaciones por satélite) a empresas y hogares.
- Suministro de acceso a Internet por los operadores de la infraestructura de telecomunicaciones inalámbricas.

### **6130 Telecomunicaciones por satélite (P) <sup>33</sup>**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Explotación, mantenimiento o facilitación del acceso a servicios de transmisión de voz, datos, texto, sonido y video utilizando una infraestructura de telecomunicaciones por satélite.
- Transmisión a los consumidores por sistemas de comunicación directa por satélite de programas visuales, sonoros o de texto recibidos de redes de cable o estaciones de televisión o cadenas de radio locales (las unidades clasificadas en esa clase no producen por lo general material de programación).

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Suministro de acceso a Internet por el operador de la infraestructura de telecomunicaciones por satélite.

### **6391 Actividades de agencias de noticias**

Esta clase comprende las actividades de consorcios y agencias de noticias que suministran noticias, fotografías y artículos periodísticos a los medios de difusión.

<sup>33</sup> Para esta actividad únicamente se toma en consideración el servicio de televisión por suscripción.

## **ANEXO 4. PUBLICIDAD: ACTIVIDAD ECONÓMICA SEGÚN CIIU REV. 4.**

---

Para el Sector Publicidad se incluyen las siguientes actividades:

- Creación y realización de campañas publicitarias:
  - i. Creación e inserción de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio y de televisión, Internet y otros medios de difusión.
  - ii. Creación y colocación de anuncios de publicidad al aire libre, por ejemplo, mediante carteles, tableros, boletines y carteleras, decoración de escaparates, diseño de salas de exhibición, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros.
  - iii. Representación de medios de difusión interesados en la obtención de anuncios.
  - iv. Publicidad aérea.
  - v. Distribución y entrega de materiales o muestras de publicidad.
  - vi. Alquiler de espacios de publicidad en vallas publicitarias, entre otros.
  - vii. Creación de puestos y otras estructuras y lugares de exhibición.
- Realización de campañas de comercialización y otros servicios de publicidad dirigidos a atraer y retener clientes:
  - i. Promoción de productos.
  - ii. Comercialización en el punto de venta.
  - iii. Publicidad directa por correo.
  - iv. Consultoría de comercialización.

## **ANEXO 5. DEFINICIONES**

---

### **Precio básico**

*El precio básico es la cantidad que recibe el productor del comprador por una unidad del bien o servicio producido. Se debe excluir cualquier impuesto que grave la producción (impuestos sobre los productos) y debe excluir las subvenciones a la producción que recibe el productor. Además, excluye los gastos de transporte facturados separadamente por el productor.*

### **Precio de comprador**

*El precio de comprador es la cantidad pagada por el comprador por una unidad de producción menos los impuestos facturados por el vendedor pero deducibles por el comprador. Debe ser igual al precio de productor más los costos de transporte y los márgenes comerciales sobre los productos que no se facturan separadamente.*

### **Precio de productor**

*El precio de productor es el precio básico más los impuestos sobre la producción facturados al comprador menos las subvenciones recibidas del gobierno por el producto.*

## BIBLIOGRAFÍA

Convenio Andrés Bello. Cuenta Satélite de Cultura. Manual Metodológico para su implementación en Latinoamérica. Bogotá, 2009.

Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana CECC/SICA. Política Cultural de Integración Centroamericana 2012-2015. San José, Costa Rica, 2012.

Cortés, Mariana y Rómulo Pinzón. Bases de Contabilidad Nacional: Según el SCN 1993. 3 Ed. DANE. Bogotá, 2000.

Departamento de Industrias Creativas de la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura. Hacia la Cuenta Satélite en Cultura del Uruguay. Montevideo, 2013.

Ministerio de Cultura de Brasil. Proyecto de la Secretaría de Economía Creativa: políticas, directrices y acciones 2011-2014. Brasilia, 2011.

Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica y BID: Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural de las Américas: Costa Rica. México D.F., 2011.

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. Plan Nacional de Desarrollo "Jorge Manuel Dengo Obregón": 2006-2010. San José, Costa Rica, 2007.

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. Plan Nacional de Desarrollo "María Teresa Obregón Zamora": 2011-2014. San José, Costa Rica, 2010.

Naciones Unidas. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) Revisión 4. New York, 2009.

Naciones Unidas. Cuentas nacionales: introducción práctica. Manual de Contabilidad Nacional. Estudios de métodos, Serie F, No. 85. New York, 2006.

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y CEPAL. Avanzar en la construcción de un espacio cultural compartido. Desarrollo de la Carta Cultural Iberoamericana. Madrid, 2012.

Piedras Ernesto. Guatemala: Un análisis de la contribución económica de la cultura. Ciudad de Guatemala, 2007.

Secretaría de Cultura de la Nación e INDEC. Cuenta Satélite de Cultura en la Argentina: aspectos metodológicos para su construcción. Buenos Aires, 2012.

Secretaría de Cultura de la Nación. Cuenta Satélite de Cultura: Primeros pasos hacia su construcción en el Mercosur Cultural. Buenos Aires, 2006.

UNESCO y CECC/SICA. La cultura en números: hacia un sistema de indicadores culturales para Centroamérica. San José, Costa Rica, 2008.

UNESCO. Recomendación sobre la Normalización Internacional de las Estadísticas relativas a la Edición de Libros y Publicaciones Periódicas. 1964.





[www.cuentasatelitecultura.go.cr](http://www.cuentasatelitecultura.go.cr)