

Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela Administración Pública
Administración Aduanera y Comercio Exterior

**Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector
audiovisual. El caso de Costa Rica.**

*Memoria del Seminario de Graduación para optar al grado de Licenciatura en
Administración Aduanera y Comercio Exterior*

Estudiantes:

María Fernanda Hidalgo Calderón, B33391

Paola López Ulate, B33856

Fabrizio Solís Solís, B36826

Febrero, 2019



Acta #124-2019
Tribunal de Trabajo Final de Graduación
Escuela de Administración Pública

Acta de la Sesión 124-2019 del Tribunal de Trabajo Final de Graduación de la Escuela de Administración Pública, celebrada el 29 de enero de 2019, con el fin de proceder a la Defensa del Trabajo Final de Graduación de María Fernanda Hidalgo Calderón B33391, Paola López Ulate B33856 y Fabricio Solís Solís B36826 quienes optaron por la modalidad: Seminario de Graduación.

Presentes:

Dr. Rodolfo Arce Portuguez quien presidió; M.Sc. Leonor Obando Quesada como tutora; M.Sc. Natalia Porras Zamora como lectora, Dra. Fiorella Bulgarelli González como lectora y Licda. Vivian Licardié Gairaud quien actuó como representante de los profesores.

Artículo 1

El Presidente informa que el expediente de los postulantes contiene todos los documentos que el Reglamento exige. Declara que han cumplido con todos los requisitos del Programa de la Carrera de *Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior*.

Artículo 2

Los estudiantes realizaron la exposición del Trabajo Final titulado "Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica"

Artículo 3

Terminada la disertación, los miembros del Comité Evaluador, interrogaron a los postulantes el tiempo reglamentario. Las respuestas fueron satisfactorias, en opinión del Comité.
(satisfactorias/insatisfactorias)

Artículo 4

Concluido el interrogatorio, el Tribunal procedió a deliberar.

Artículo 5

Efectuada la votación, el Comité Evaluador consideró el Trabajo Final de Graduación satisfactorio, y lo declaró aprobado.
(Satisfactorio/insatisfactorio)
(aprobado/no aprobado)





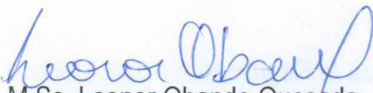
Artículo 6

El presidente del Comité Evaluador comunicó en público a los aspirantes el resultado de la deliberación y los declaró Licenciados en Administración Aduanera y Comercio Exterior.

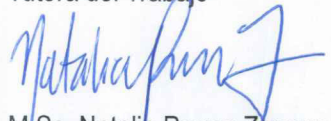
Se le indicó la obligación de presentarse al Acto Público de Juramentación. Luego se dio lectura al acta que firmaron los miembros del Comité y los estudiante a las 19:28 horas.


Dr. Rodolfo Arce Portugal
Representante Director


María Fernanda Hidalgo Calderón
Carné B33391


M.Sc. Leonor Obando Quesada
Tutora del Trabajo


Paola López Ulate
Carné B33856


M.Sc. Natalia Porras Zamora
Lectora


Fabricio Solís Solís
Carné B36826


Dra. Fiorella Bulgarelli González
Lectora


Licda. Vivian Licardié Gairaud
Representante de los profesores



Según lo establecido en el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación, artículo 39 "... En caso de trabajos sobresalientes; si así lo acuerdan por lo menos cuatro de los cinco miembros del Comité, se podrá conceder una aprobación con distinción".

Se aprueba con Distinción

Observaciones:

Original: Estudiantes, copia: Esc. Adm. Pública



Derechos de Propiedad Intelectual

Se hace constar que el presente documento, titulado “**Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica**”, fue elaborado por María Fernanda Hidalgo Calderón, Paola López Ulate y Fabricio Solís Solís. Esta investigación corresponde a la memoria del Seminario de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior.

Durante el proceso de recopilación de información, a través de entrevistas, se solicitó a los entrevistados de manera verbal, o vía correo electrónico, su autorización para la inclusión de su nombre, cargo y profesión en los resultados de la presente memoria de seminario de graduación. El uso de los testimonios contenido en las transcripciones de las entrevistas realizadas, es exclusivo para el empleo académico de la presente investigación, y de su grupo realizador. En los casos en los que no se aprobó el uso de esta información, se omite el nombre del entrevistado, denominándolo según el número de entrevista.

Los encuestados a través del instrumento *Percepción social sobre la Industria Audiovisual costarricense*, brindaron su información personal de manera anónima, por lo cual los datos incluidos como edad, género, escolaridad, profesión, entre otros, son utilizados con fines meramente estadísticos.

Se reservan los derechos de autor al desarrollar la fuente de datos y comentarios empleados, de conformidad con la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, Ley No. 6683 del 14 de octubre de 1992 y sus reformas.

Dedicatoria

A mi papá, Julio Hidalgo Calderón, a quién le debo la vida, ser la persona que soy hoy, graduarme de la UCR, y el conocer el amor incondicional desde el principio. ¡Gracias por escogernos siempre!

A mi hermana, Marcela, de quién es también este proyecto, y tantos otros que he emprendido con los años.

A Paola y a Fabricio, los únicos compañeros con los que querría volver a vivir esta experiencia.

Fernanda

A mis padres y hermana, por ser mis incondicionales, mis pilares, mi fuerza y mi ejemplo a seguir, mi TODO. ¡Gracias por tanto!
A Fernanda y Fabricio, por ser unos compañeros excepcionales y compartir conmigo este sueño y hacerlo realidad.

Paola

A mi madre, que en paz descanse, a la cuál le agradezco hacerme sentir su compañía más allá de su presencia.

A mi abuela, la cual ha sido un medio para convertirme en el profesional que ella siempre añoró.

¡Hoy soy lo que soy gracias a ustedes!
A Fer y Pao, gracias por haberme “recogido” cuando llegué a la U. ¡Por siempre en mi memoria!

Fabricio

Reconocimientos

A nuestra directora, Leonor Obando Quesada, quién creyó en este trabajo desde el principio, y nunca dudó en abogar por nosotros durante este proceso. A nuestras lectoras, Natalia Porras Zamora y Fiorella Bulgarelli González, cuyos innumerables aportes hicieron posible todo lo logrado hasta este momento.

A Daniel Alarcón, Ana Cristina Castillo, Santiago Salas, Gonzalo Alfonso Vargas y Josué Fischel; expertos de la industria audiovisual de Costa Rica, quienes colaboraron con la fundamentación de este proyecto, y día a día trabajan en pro del arte, cultura y tecnología costarricense.

A José Castro, Comisionado Fílmico de Costa Rica, Lucrecia Rodríguez del Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN) y Víctor Manuel Sanabria, del Banco Central de Costa Rica, por su interés y colaboración a nuestro trabajo final de graduación, en los temas de inversión extranjera directa y promoción del sector audiovisual costarricense.

A Simón Valverde, por su asesoría en temas de propiedad intelectual y derechos de autor.

A Marcela Hidalgo Calderón, quién tantas veces revisó nuestros avances e instrumentos, sin pedir nada a cambio.

A todos nuestros familiares y amigos, cuyo apoyo constante nos permitió llegar hasta este punto.

A la Universidad de Costa Rica, por permitirnos educarnos y conocernos, y por darnos otro lugar al cuál llamar “hogar”.

| | |
|--|-----|
| Índice General | |
| Derechos de Propiedad Intelectual | i |
| Dedicatoria | ii |
| Reconocimientos | iii |
| Resumen Ejecutivo | xiv |
| Sección I. Aspectos metodológicos de la investigación | 1 |
| 1. Antecedentes | 1 |
| 2. Justificación | 13 |
| 3. Problema profesional | 16 |
| 4. Limitaciones de la investigación | 17 |
| 5. Objetivos | 18 |
| 6. Marco Referencial | 19 |
| 7. Marco Metodológico | 27 |
| Sección II. Resultados | 44 |
| Capítulo 1: Entorno de la industria audiovisual en Costa Rica, y sus productos generados. | 44 |
| A. Macro entorno de la industria audiovisual costarricense | 45 |
| A.1. Entorno institucional | 46 |
| A.1.a. Centro Costarricense de Producción Cinematográfica | 48 |
| A.1.b. Comisión Fílmica de Costa Rica | 50 |
| A.1.c. Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART) | 54 |
| A.1.d. Canal 15 UCR | 55 |
| A.1.e. Inversión pública en la industria audiovisual | 56 |
| A.2. Factores económicos asociados a la industria audiovisual | 58 |
| A.2.a. Producto Interno Bruto (PIB) y valor agregado cultural | 59 |

| | |
|--|------------|
| A.2.b. Aportes al empleo | 63 |
| A.2.c. Producción y consumo | 66 |
| A.2.d. Balanza comercial | 72 |
| A.3. Entorno económico-legal | 76 |
| A.3.a. Generalidades del comercio de servicios | 77 |
| A.3.b. Comercio de bienes..... | 84 |
| A.3.c. Cargas tributarias | 88 |
| A.3.d. Incentivos y beneficios | 90 |
| A.3.d.i. Incentivos y beneficios en la región latinoamericana | 93 |
| A.4. Factores sociales asociados al desarrollo de la industria audiovisual.... | 97 |
| A.4.a. Apoyo gubernamental e institucional | 97 |
| A.4.b. Oferta de educación superior universitaria y educación técnica..... | 100 |
| B. Contextualización del macro entorno de la industria audiovisual en Costa Rica, y sus productos generados | 103 |
| B.1. Sector público como productor de contenido audiovisual | 103 |
| B.2. Industria local como única productora de contenido audiovisual independiente | 104 |
| B.3. Industria local como coproductora de contenido audiovisual independiente | 105 |
| B.4. Industria extranjera productora de contenido audiovisual, establecida permanentemente en el país..... | 107 |
| B.5. Industria extranjera productora de contenido audiovisual, establecida temporalmente en el país..... | 109 |

| | |
|--|------------|
| Capítulo 2: Atracción de inversión extranjera directa y protección de los derechos de autor en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales..... | 113 |
| A. Incidencia de la atracción de inversión extranjera directa | 113 |
| A.1. Acuerdos internacionales de Inversión..... | 117 |
| A.1.a. Ámbito de aplicación..... | 118 |
| A.1.b. Admisión y establecimiento | 119 |
| A.1.c. Estándares de trato | 120 |
| A.2. Estado actual de la inversión extranjera directa..... | 122 |
| A.3. La inversión extranjera e industria audiovisual | 126 |
| A.4. Incentivos para la atracción de inversión extranjera directa | 131 |
| B. Incidencia de la protección de derechos de autor y derechos conexos en el desarrollo de la industria audiovisual | 136 |
| B.1. Apertura comercial y protección de los derechos de autor | 139 |
| B.2. Los derechos de autor en la era digital | 147 |
| B.3. Marco jurídico nacional | 152 |
| B.4. Retos de la industria audiovisual en materia de protección de derechos de autor | 166 |
| Capítulo 3: Potencial económico y exportador del sector de servicios audiovisuales en Costa Rica..... | 172 |
| A. Dimensión e importancia de la industria audiovisual como industria creativa y cultural..... | 172 |
| B. Comercio de servicios audiovisuales, participación en la economía y potencial exportador en Costa Rica | 183 |
| B.1. Entorno económico..... | 184 |
| B.1.a. Internacionalización de los productos audiovisuales..... | 189 |
| B.1.b. Indicadores no monetarios | 193 |

| | |
|--|-----|
| B.2. Entorno social | 195 |
| B.2.a. Hechos relevantes para el clima de negocios internacionales | 199 |
| B.2.b. Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense | 202 |
| B.2.b.i. Resultados sobre el nivel de desarrollo y calidad de los medios audiovisuales producidos en Costa Rica | 206 |
| B.2.b.ii. Resultados sobre la institucionalidad costarricense relacionada con la industria audiovisual | 211 |
| B.2.b.iii. Resultados sobre el consumo de productos audiovisuales | 213 |
| B.2.b.iv. Resultados sobre los aportes de la industria audiovisual para la economía y cultura de un país | 215 |
| B.2.b.v. Resultados sobre el conocimiento de los conceptos “Inversión Extranjera Directa” y “Derechos de Autor y Derechos Conexos” y la asignación de incentivos a la industria audiovisual | 217 |
| B.3. Entorno legal | 220 |
| B.3.a. Iniciativas legales para el fortalecimiento de la industria audiovisual | 222 |
| B.3.a.i. Proyecto de Ley N°17453 <i>Ley de Fomento a la Industria Audiovisual</i> | 222 |
| B.3.a.ii. Expediente N°19.060 Proyecto de Ley <i>Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica</i> | 230 |
| B.3.a.iii. Proyecto de Ley Expediente N° 20.661 <i>Ley de Cinematografía y Audiovisual</i> | 236 |
| B.4. Propuestas para el potenciamiento del sector audiovisual costarricense | 242 |
| Sección III. Conclusiones y recomendaciones | 253 |
| Conclusiones | 253 |
| Recomendaciones | 261 |
| Referencias Bibliográficas | 266 |

| | |
|---|--------------------------------------|
| Anexos | 282 |
| Anexo I: Modelos de entrevistas a profundidad aplicadas a representantes sectoriales y especialistas en temas de Inversión Extranjera Directa y Derechos de Propiedad Intelectual | 283 |
| Anexo II: Machote de la encuesta realizada aleatoriamente a consumidores de productos audiovisuales, domiciliados en Costa Rica, a través de la red social Facebook, entre los días viernes 13 de abril del 2018 y domingo 22 de abril del 2018; sobre la percepción social en la Industria Audiovisual costarricense. | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo III: Otros..... | ¡Error! Marcador no definido. |

Índice de Tablas

| | |
|----------------------|--------------------------------------|
| Tabla 1..... | 57 |
| Tabla 2..... | 60 |
| Tabla 3..... | 61 |
| Tabla 4..... | 63 |
| Tabla 5..... | 64 |
| Tabla 6..... | 66 |
| Tabla 7..... | 74 |
| Tabla 8..... | 75 |
| Tabla 9..... | 79 |
| Tabla 10..... | 83 |
| Tabla 11..... | 87 |
| Tabla 12..... | 93 |
| Tabla 13..... | 167 |
| Tabla 14..... | 181 |
| Tabla 15..... | 186 |
| Tabla 16..... | 188 |
| Tabla 17..... | 239 |
| Tabla 18..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| Tabla 19..... | ¡Error! Marcador no definido. |

Índice de Gráficos

| | |
|-------------------------|-----|
| Gráfico 1. | 123 |
| Gráfico 2. | 124 |
| Gráfico 3. | 129 |
| Gráfico 4. | 129 |
| Gráfico 5. | 130 |
| Gráfico 6. | 203 |
| Gráfico 7. | 204 |
| Gráfico 8. | 205 |
| Gráfico 9. | 207 |
| Gráfico 10. | 208 |
| Gráfico 11. | 208 |
| Gráfico 12. | 209 |
| Gráfico 13. | 210 |
| Gráfico 14. | 211 |
| Gráfico 15. | 214 |
| Gráfico 16. | 216 |
| Gráfico 17. | 218 |
| Gráfico 18. | 219 |

Índice de Abreviaturas

- AACE: Administración Aduanera y Comercio Exterior
- ADPIC: Acuerdo sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio
- AI: Acuerdo Internacional de Inversión
- ATIPAC: Asociación de Trabajadores Independientes de la Producción Audiovisual
- BCCR: Banco Central de Costa Rica
- BTM: Feria Internacional *Buyers Trade Mission*
- CAB: Convenio Andrés Bello
- CADEC: Cámara de Distribuidores y Exhibidores Cinematográficos de Costa Rica
- CADEXCO: Cámara de Exportadores de Costa Rica
- CAFTA-DR: Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana
- CAIAC: Capítulo de la Industria Audiovisual Costarricense de la Cámara de Tecnologías y Comunicación
- CAMTIC: Cámara de Tecnologías y Comunicación
- CANARA: Cámara Nacional de Radiodifusión de Costa Rica
- CANARTEL: Cámara Nacional de Radio y Televisión de Costa Rica
- CCSS: Caja Costarricense del Seguro Social
- CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe
- CINDE: Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo
- COMEX: Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica
- CONARE: Consejo Nacional de Rectores
- CPC: Clasificación Central Provisional de Productos de las Naciones Unidas
- CRAH: *Costa Rica Animation Holdings*
- CRFIC: Costa Rica Festival Internacional de Cine
- CSCCR: Cuenta Satélite Cultural de Costa Rica
- DAI: Derechos Arancelarios a la Importación
- EAP: Escuela de Administración Pública de la Universidad de Costa Rica
- ENC: Encuesta Nacional de Cultural del Instituto Nacional de Estadística y Censos

GATS: Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
GATT: Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio
GIIED: Grupo Interinstitucional de Inversión Directa
HBO: *Home Box Office*
ICT: Instituto Costarricense de Turismo
IED: Inversión Extranjera Directa
IEP: Impuesto a Espectáculos Públicos
IGDA: *International Game Developers Association*
INA: Instituto Nacional de Aprendizaje
INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos
IVA: Impuesto de Valor Agregado
LGA: Ley General de Aduanas
MCJ: Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica
MEC: Marco de Estadísticas Culturales
MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica
MEP: Ministerio de Educación Pública de Costa Rica
MIDEPLAN: Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica de Costa Rica
MICITT: Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones de Costa Rica
MINAE: Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica
NMF: Trato Nación Más Favorecida
OEA: Organización de Estados Americanos
OMC: Organización Mundial de Comercio
OMPI: Organización Mundial de Propiedad Intelectual
OPEP: Organización de Países Exportadores de Petróleo
PAC: Partido Acción Ciudadana
PEN: Programa Estado de la Nación
PIB: Producto Interno Bruto
PNDC: Política Nacional de Derechos Culturales
PROCOMER: Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica
SINART: Sistema Nacional de Radio y Televisión
TEC: Instituto Tecnológico de Costa Rica

TIC: Tecnologías de la Información y Comunicación

TiSA: Acuerdo sobre el Comercio de Servicios de la Organización Mundial de Comercio

TLC: Tratado de Libre Comercio

TLCAN: Tratado de Libre Comercio de América del Norte

UBC: Universidad Braulio Carrillo

UCC: Universidad Castro Carazo

UCR: Universidad de Costa Rica

UIA: Universidad Internacional de las Américas

UNA: Universidad Nacional de Costa Rica

UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

UNED: Universidad Estatal a Distancia

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura

WCT: Tratado sobre Derechos de Autor de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual

Resumen Ejecutivo

Hidalgo Calderón, María Fernanda; López Ulate, Paola; Solís Solís, Fabricio (2019). “Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica.” Ciudad Universitaria Rodrigo Facio: Seminario de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior. Escuela de Administración Pública, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Costa Rica. Febrero del 2019.

Directora: M.Sc. Leonor Obando Quesada

Palabras clave: 1. Industria audiovisual. 2. Comercio de servicios. 3. Comercio de mercancías. 4. Costa Rica. 5. Comercio Exterior. 6. Macro entorno. 7. Inversión extranjera directa. 8. Derechos de autor. 9. Derechos Conexos. 10. Factores económicos. 11. Factores sociales. 12. Factores legales. 13. Crecimiento. 14. Potencial exportador. 15. Incentivos.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), define *medios audiovisuales e interactivos* como “la difusión por radio, televisión, filmes, videos, y los medios interactivos. Este último dominio cubre los juegos de video y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en Internet o mediante computadoras. En él se incluyen los juegos en línea, los portales y los sitios web diseñados para actividades asociadas con redes sociales, y el *podcasting* en Internet”. (UNESCO, 2009).

La industria audiovisual produce servicios (caracterizados por su intangibilidad y simultaneidad de producción y consumo), y mercancías, a través de su comercialización en medios portadores.

El macro entorno del comercio de servicios audiovisuales se ve moldeado mediante diversos factores, entre los que destacan su participación en el PIB y en la balanza

comercial, el aporte al empleo, la producción y consumo de sus productos, la oferta educativa, y los proyectos de ley presentados en pro del desarrollo de la industria.

No obstante, en la actualidad no se ofrecen incentivos a los artistas nacionales o extranjeros para la producción dentro del país. Esta condición le resta competitividad en comparación con sus industrias homólogas dentro de la región latinoamericana, quienes ofrecen a sus artistas vinculados la exoneración o deducción del pago de impuestos a la renta, a los bienes y servicios consumidos dentro del país, y a la importación de equipo especializado, entre otros.

A pesar de esto, la industria audiovisual se refleja en Costa Rica a través de las siguientes modalidades, vinculadas en mayor o menor medida con la atracción de inversión extranjera directa (IED):

- Sector público como productor de contenido audiovisual;
- industria local como única productora de contenido audiovisual independiente;
- industria local como coproductora de contenido audiovisual independiente;
- industria extranjera productora de contenido audiovisual, establecida permanentemente en el país; e
- industria extranjera como productora de contenido audiovisual establecida temporalmente en el país.

Inciden positivamente sobre la industria audiovisual tanto la IED como el marco institucional para la protección de los derechos de autor y derechos conexos. La IED fomenta la industria mediante la generación de empleo, la atracción de fondos para la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías. El sistema de protección de los derechos de autor y derechos conexos, reconoce derechos morales y patrimoniales a sus creadores, y ofrece certeza jurídica.

Los factores del macro entorno del comercio de servicios audiovisuales pueden ser utilizados para determinar la participación en la economía, crecimiento y potencial

exportador, los cuales tienden al alza. Esto a pesar de las condiciones adversas de la industria, como la ausencia de una ley de fomento audiovisual, y de un esquema de beneficios e incentivos otorgados en el área.

Finalmente, se considera que la industria audiovisual puede potenciarse mediante la implementación de iniciativas concretas. Por ejemplo, la evaluación del esquema de beneficios e incentivos para el desarrollo de la industria, la orientación a la internacionalización, la presentación del sector como un gremio, y la asesoría en temas de promoción internacional y exportaciones, entre otros.

Sección I. Aspectos metodológicos de la investigación

1. Antecedentes

Los presentes antecedentes, contemplan el resultado de un proceso exhaustivo de revisión bibliográfica en función de tres categorías de estudio:

- Comercio de servicios audiovisuales
- Inversión extranjera directa
- Protección de los derechos de autor y derechos conexos en las producciones audiovisuales

A. Comercio de servicios audiovisuales

En Costa Rica, el talento humano altamente capacitado, así como su conveniente ubicación geográfica, permiten potenciar el sector de servicios. Igualmente, posee una oferta de servicios atractiva para los mercados internacionales, en áreas como la animación digital, los juegos de video y el *outsourcing*, entre otros. (PROCOMER, s.f.)

La oferta de servicios en el sector audiovisual incluye las áreas de pre producción, producción y postproducción; de particular importancia no solo debido al auge de las economías naranjas¹, sino también por las características geográficas del país que posibilitan la búsqueda de locaciones para la producción de contenido audiovisual. (PROCOMER, s.f.)

Con base en lo anterior, y debido al surgimiento de subsectores en esta área como el cine, la animación digital, el desarrollo de videojuegos y de series de televisión, entre otros, el

¹ Economías que involucran las ideas, el conocimiento y la cultura. (PROCOMER, s.f.)

estudio del comercio de servicios audiovisuales es un tema en consideración para las investigaciones académicas, gubernamentales y de los sectores especializados.

A.1. Entidades universitarias nacionales

Como antecedentes para el presente trabajo final de graduación, no se encuentran investigaciones nacionales cuyos objetivos o metodología fuesen similares al enfoque deseado para el presente proyecto. Tras consultas en las diferentes unidades académicas de la Universidad de Costa Rica (UCR), así como la Universidad Braulio Carrillo (UBC), Universidad Internacional de las Américas (UIA) y la Universidad Castro Carazo (UCC), que imparten la carrera de Administración Aduanera y/o Comercio Internacional, tampoco se encuentran análisis documentales que trataran de expandir el conocimiento académico en el área del comercio de servicios audiovisuales.

No obstante, esto es un incentivo más para el desarrollo de la investigación, pues supone la constatación de la hipótesis de que, en la actualidad, no existe literatura académica con esta temática, y que la documentación en este campo es escasa, lo cual justifica la necesidad de esta investigación para suplir una laguna en el conocimiento de los futuros profesionales en el área.

A.2. Entidades universitarias internacionales

Para fines de este apartado, se consultan un total diez tesis y proyectos de carácter internacional sobre el tema de comercio de servicios audiovisuales, de las cuales tres fungen como antecedentes para el presente trabajo final de graduación, debido a que sus objetivos y metodologías contribuyen al estudio del comercio de servicios audiovisuales en Costa Rica.

En el ámbito español, Gómez (2006), presenta su tesis doctoral: *El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la Industria Audiovisual mexicana (1994-2002)*, de la Universidad Autónoma de Barcelona. Dicha investigación concluye que los

gobiernos latinoamericanos² impulsan una política de privatización, disminuyendo el papel del Estado en el sector audiovisual, frenando la creación y producción de contenido, precisamente debido a que desconocen los impactos positivos a nivel cultural del desarrollo sectorial. Igualmente, el autor supone que, al dejar el financiamiento en manos de extranjeros, se vulnera la idiosincrasia latinoamericana y se pierde la oportunidad de gozar plenamente de los beneficios de la industria.

Hinojosa (2015) en su tesis doctoral *Plan empresarial, flujos de promoción y ubicación internacional de proyectos audiovisuales. Industrias culturales, el caso andaluz*, de la Universidad de Málaga, propone las pautas para el acceso a mercados de las empresas audiovisuales, y determina el origen de las deficiencias económicas, culturales y técnicas para la consolidación de sus productos en el mercado extranjero, principalmente basada en la proliferación de producciones anglosajonas, y las dificultades de surgimiento para los pequeños y medianos empresarios.

Finalmente, en Chile, Riveri (2008), en su seminario para optar por el título de ingeniero comercial con mención en economía, de la Universidad de Chile, titulada *Industria Cinematográfica en Chile; caracterización y perspectivas*, señala que este sector presenta un crecimiento en los últimos años, asociado al avance tecnológico, la externalización de los servicios televisivos, y el auge del sector publicitario, que promueven la creación y permanencia de productoras para diversos servicios audiovisuales.

Las restantes investigaciones académicas de instituciones internacionales consultadas no son consideradas, puesto que abordan la temática desde un aspecto muy normativo del comercio de servicios, y su regulación en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios³ (en adelante GATS, por sus siglas en inglés), y el uso de instrumentos de

² Provenientes de Latinoamérica, concepto étnico-geográfico que identifica la región del continente americano con habla mayoritariamente de lenguas derivadas del latín (especialmente español y portugués). Se encuentra conformado por Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. (Egeda, 2017)

³ Tratado internacional de la Organización Mundial de Comercio (OMC) que entró en vigor en enero de 1995 como resultado de las negociaciones de la Ronda Uruguay. Firmado con el fin de extender el sistema de

integración económica específicos, de manera que no tienen un enfoque coincidente con el que se desea abordar a partir de la presente investigación.

A.3. Sector público costarricense

- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX)

Se consultan tres documentos oficiales de COMEX. No obstante, de estos, solo el documento *Consulta sectorial de servicios del Acuerdo sobre Comercio de Servicios (TiSA)*, hace referencia específicamente a los servicios audiovisuales, considerando los datos económicos, sociales y legales relativos al tema planteado.

COMEX (s.f.), en el documento analizado, realiza una delimitación del concepto de servicios audiovisuales, incluyendo a las películas cinematográficas y cintas de video, los servicios relacionados con radio y televisión, y los servicios de transmisión, según los sistemas de clasificación optativos W120 de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y la Clasificación Central Provisional de Productos de las Naciones Unidas (CPC), los cuales se analizan en apartados posteriores.

El documento menciona igualmente que, según las disposiciones de la OMC en materia de servicios, a estos se les aplican los principios de no discriminación (trato nacional y nación más favorecida), las condiciones de acceso a mercados, y las prácticas regulatorias establecidas en el marco de ese organismo. Asimismo, los compromisos en el sector audiovisual pueden ser ampliados, en caso de consignar listas de compromisos específicos o medidas disconformes, en donde se incluyen reservas de acuerdo con la legislación nacional.

comercio multilateral al sector de servicios, de manera semejante al sistema que establece el GATT para el comercio de mercancías. Todos los miembros de la OMC son signatarios del GATS. (OMC, s.f.)

- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)

Para la consideración de antecedentes de investigaciones realizadas por instituciones del sector público costarricense, se toman en cuenta siete publicaciones oficiales de PROCOMER, de las cuales solo el documento *Costa Rica: Your New Film Lovecation*, producto de la investigación realizada por la Comisión Fílmica de Costa Rica, y las dos investigaciones *Costa Rica: Animation Industry*, incluyen parámetros de investigación semejantes a los del presente trabajo final de graduación, al considerar factores sociales para la promoción de servicios audiovisuales producidos en el país, así como un reconocimiento sectorial. (PROCOMER, s.f.)

De acuerdo con PROCOMER (s.f.), uno de los principales factores a considerar para el desarrollo del sector audiovisual, principalmente del subsector fílmico, es la explotación de locaciones naturales que se ubican en el territorio nacional, que resultan atractivas no solo para productores locales sino también extranjeros. Entre dichos elementos geográficos se encuentran los volcanes, las ciudades, las estructuras físicas y la gran cantidad de diversos cuerpos de agua. Asimismo, la publicación rescata elementos sociales y legales, tales como la facilidad para cerrar espacios públicos para la filmación, y el aporte cultural de sus habitantes.

- Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR) del Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica (MCJ)

Se considera la información de la CSCCR, las cuales corresponden a cuatro investigaciones paralelas, que generan una serie de publicaciones relevantes para la cuantificación y cualificación del sector audiovisual para el periodo 2010-2012. Dichas investigaciones se titulan *Primeras mediciones: Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad 2010-2012*; *¡La cultura cuenta! Presentación oficial de las primeras mediciones*; *Resultados generales del sector audiovisual*; y *Aporte económico del ámbito público de la cultura costarricense, periodo 2010-2012*.

El MCJ (2013), a través de las indicadas publicaciones, incluye datos económicos, tales como la cantidad de empleos generados producto de la industria, la relación importación-exportación de este sector, el gasto y financiamiento de los diversos sectores, entre otros. Además, se consideran indicadores no monetarios, como la cantidad de empresas del sector audiovisual, los principales largometrajes producidos en el país, el equipamiento de los exhibidores cinematográficos, y semejantes.

A.4. Sector privado costarricense

- Cámara Costarricense de Tecnologías de Información y Comunicación (CAMTIC)

Respecto a las investigaciones realizadas por instituciones del sector privado costarricense que funjan como antecedentes para el presente trabajo final de graduación, se incluye únicamente la publicación *Mapeo Sectorial de Tecnologías Digitales 2014*, realizada por CAMTIC, con la colaboración de PROCOMER.

En el documento indicado, CAMTIC (2015), agrupa las actividades de multimedia digital, entre las que se encuentra la producción audiovisual, e indica el porcentaje total de empresas de dicho subsector, así como la participación de clientes nacionales, trasnacionales en Costa Rica y de extranjeros en el exterior.

B. Inversión

Costa Rica es un país atractivo para la inversión extranjera directa, debido a sus características geográficas, sociales y económicas, que ofrecen múltiples beneficios a las empresas que desean invertir en proyectos nacionales, o establecerse en el país. Geográficamente, Costa Rica cuenta con el 5% de la biodiversidad mundial en un espacio que abarca únicamente el 0.3% del territorio global. (CINDE, s.f.)

Para el año 2017, la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE)⁴, contabiliza más de 250 compañías multinacionales de alta tecnología establecidas en el país, motivadas por la mano de obra calificada, la ubicación estratégica, y el excelente clima de negocios. (PROCOMER, s.f.)

Igualmente, sobresale no solo la inversión realizada por extranjeros, sino también el apoyo de organismos gubernamentales que promueven la investigación y el desarrollo del sector de servicios audiovisuales, razón por la cual dicho tema es considerado en investigaciones académicas, de instituciones públicas y privadas, y en estudios independientes, siempre de manera superficial, sin ahondar en el tema y sus implicaciones.

- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)

Se incluye la consulta del material bibliográfico relativo a la industria audiovisual puesto a disposición por PROCOMER a través de su portal web. Se consideran dos publicaciones de esta institución, cuyo enfoque metodológico es compatible con la de la presente investigación.

En primer lugar, Mora (s.f.), asesor de la Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER, en su estudio *El mercado de la animación, videojuegos y apps en Colombia*, menciona que en este país la herramienta *Colombia Bring It On*, se emplea para el posicionamiento de la industria de tecnologías de la información colombianas a nivel internacional, y para la atracción de inversión y promoción de las exportaciones.

El estudio señala que en el país suramericano, los fondos gubernamentales destinados para apoyar la realización cinematográfica en el 2016 fueron de US\$6.2 millones, gracias al Fondo Cinematográfico Proimágenes Colombia; mientras que los proyectos audiovisuales tuvieron una inversión de US\$9.1 millones y los fondos para el fomento de tecnologías digitales para fines económicos o culturales en los últimos cinco años rondaron

⁴ Organización privada sin fines de lucro, cuya competencia es la atracción de inversiones. (PROCOMER, s.f.)

los US\$830 mil; evidenciando el apoyo gubernamental y la inversión de capital extranjero en el sector audiovisual colombiano.

Finalmente, el documento *Costa Rica: Animation Industry* afirma que, entre los principales factores de la atracción de inversión extranjera directa en este campo, se encuentran el recurso humano especializado, el crecimiento de empresas líderes en este sector en el país, y en países con los cuales Costa Rica mantiene buenas relaciones comerciales, y el atractivo turístico y comercial, principalmente para los mercados estadounidenses y europeos. (PROCOMER, s.f.)

Otras investigaciones realizadas por PROCOMER en este campo no se consideran para el presente trabajo final de graduación, pues constituyen noticias o artículos de opinión por parte de funcionarios para promover el desarrollo sectorial. No obstante, a pesar de que no fungen como antecedentes para la investigación, su análisis se incluye en el desarrollo capitular del proyecto.

- Programa de Estado de la Nación 2016

El XX Estado de la Nación, en su capítulo sexto *Producción cultural en Costa Rica: nuevos aportes para su conocimiento*, afirma que, en la cadena de valor de la producción audiovisual, los dividendos se obtienen principalmente a través de las actividades de distribución y exhibición, no obstante, no se realizan inversiones significativas en las áreas de postproducción, que podrían generar rendimientos aún mayores. La investigación hace énfasis en la necesidad de revertir esta tendencia, debido a la producción de externalidades positivas y la distribución favorable de beneficios para el país, producto del proceso creativo. (CONARE, 2014)

Asimismo, a pesar de que se consultan los informes del Estado de la Nación anteriores y posteriores, no se refieren al sector audiovisual propiamente, sino al macro sector artístico y cultural, por lo cual dichas investigaciones no se consideran relevantes para el presente trabajo final de graduación.

C. Derechos de Autor y Derechos Conexos

La industria audiovisual requiere para su debido desarrollo un marco jurídico sólido en relación con la protección de los derechos de propiedad intelectual. De acuerdo con la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), los derechos de autor y derechos conexos, protegen los intereses de los innovadores y creadores de intelecto humano, al otorgarles derechos y privilegios sobre sus creaciones.

El derecho de autor incluye, en primer lugar, el derecho patrimonial, el cual permite a los titulares recibir retribuciones económicas por terceros que usen sus obras, y los derechos morales, que facultan al autor o creador a tomar medidas para preservar y proteger los vínculos que los unen a sus obras, Los derechos patrimoniales pueden ser cedidos, mas no los derechos morales. (OMPI, 2003).

Es importante mencionar al *Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas* (comúnmente conocido como Convenio de Berna), como el primer instrumento internacional en materia de derechos de autor, que fue suscrito en 1886, en la ciudad de Berna. (Protectia, 2014).

Comprende en su ámbito de protección las creaciones literarias y artísticas (donde se incluyen obras audiovisuales), y otorga protección, contra copias o distribuciones no autorizadas por el titular, o terceros vinculados con la obra por medio de una licencia de autor. (OMPI, 2003).

A partir del Convenio, inicia un movimiento de protección de las obras literarias y artísticas bajo tratados multilaterales (Lipszyc, 2004).

En relación con las normas que rigen el comercio multilateral, cabe señalar que, en el marco de los acuerdos resultantes de la Ronda Uruguay de negociaciones comerciales multilaterales, se suscribió el *Acuerdo sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio* (ADPIC). Este regula principios básicos de

derechos de propiedad intelectual, y además señala niveles mínimos de protección que permiten la armonización entre la legislación de los países miembros de la OMC. Al ser uno de los acuerdos multilaterales, resulta de aplicación obligatoria por todos los miembros de la OMC.

En nuestro país, la protección de los derechos de autor y derechos conexos se regula por la Ley N°6683, *Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos*. Adicionalmente, Costa Rica ratifica los siguientes instrumentos de la OMPI:

- *Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas*. Ley No. 6083.
- *Convenio de Bruselas sobre la distribución de señales portadoras de programas transmitidas por satélite*. Ley No. 7829
- *Convenio para la protección de los productores de fonogramas contra la reproducción no autorizada de sus fonogramas*. Ley No. 6486
- *Convención de Roma sobre la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radio difusión*. Ley No. 7967
- *Tratado de la OMPI sobre derecho de autor*. Ley No. 7968
- *Tratado de la OMPI sobre interpretación o ejecución y fonogramas*. Ley No. 7967

C.1. Entidades universitarias nacionales

Se consultan tres tesis y proyectos nacionales sobre la protección de los derechos de propiedad intelectual en el comercio de servicios audiovisuales. Una de ellas se considera cómo antecedente para la presente investigación, pues integra los temas de derechos de autor, la necesidad de proteger los derechos patrimoniales y morales de los artistas, y la situación legal de los derechos de la propiedad intelectual en Costa Rica.

Esta relación es concordante con el enfoque deseado del presente proyecto, pues a través del mismo se evidencia la relación intrínseca existente en la protección de los derechos de autor y la producción de contenido audiovisual.

Zamora (2003), en su tesis para optar por el grado de licenciatura en Derecho en la UCR: *Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional firmados por los países latinoamericanos, el caso del sector audiovisual*, define la importancia de la propiedad intelectual en la industria cultural, debido a que la principal amenaza para esta es la piratería. Entre las propuestas de solución para contrarrestar este problema de manera eficaz, Zamora cita el desarrollo de un sistema de propiedad intelectual compuesto por una serie de reglas semejantes a las utilizadas en el sistema jurídico estadounidense.

Zamora concluye que las industrias culturales de los países latinoamericanos deben ser reguladas para la preservación de un espacio público diferenciado, respetando la pluralidad cultural y las diferencias nacionales e internacionales. Asimismo, afirma que el Estado debe regular la oferta y demanda de las industrias culturales para reconocer su diversidad cultural.

Las dos tesis restantes que se consultan en esta institución de enseñanza superior, no se consideran como antecedentes para la presente investigación. Lo anterior se debe a que estas tratan el tema de derechos de propiedad intelectual desde un panorama meramente legal, y no desde una perspectiva multidisciplinaria, que considere el valor a nivel comercial, deseada en el presente trabajo final de graduación.

C.2. Entidades universitarias internacionales

Se consultan doce tesis de universidades internacionales que incluyen el tema de derechos de autor. Tres de ellas se consideran como antecedentes para la presente investigación, pues comparten un enfoque metodológico que pretende determinar el papel de la protección de la propiedad intelectual en el desarrollo de las industrias audiovisuales, así como el análisis de la normativa jurídica y su relación con el comercio de servicios audiovisuales.

Tubón (2015), en su tesis de grado *La Propiedad Intelectual en el sector textil, la piratería y el derecho patrimonial del titular*, de la Universidad Regional Autónoma de los Andes

(Ecuador), concluye que las leyes de propiedad intelectual deben ser reformadas para la protección de diversas industrias, mediante la revisión de la legislación en la materia de protección a los derechos de autor, especialmente el Convenio de Berna, el Acta de París y la Convención de Roma.

Esto debido a que considera que un modelo poco eficaz de sus regulaciones vulnera no únicamente al patrimonio de su titular, sino también a la cultura y economía de su sociedad. Igualmente, parte de la tesis de que, un país que erradica la piratería invierte tanto en cultura como en la promoción de producciones artísticas e industriales.

Perdomo *et al.* (2014), en su tesis *La protección de interpretaciones y ejecuciones audiovisuales en Colombia*, para optar por el título de especialista en derecho comercial de la Pontificia Universidad Javeriana (Colombia), incluyen un análisis sectorial y su relación con los convenios administrados por la OMPI. Asimismo, hacen un estudio de los diversos países de la región latinoamericana y su legislación de protección a los derechos de propiedad Intelectual, relativos a las producciones audiovisuales.

Finalmente, Durant (2008), en su tesis para optar por el grado de magister *¿Dónde está el pirata? El comercio informal de películas digitales en Perú*, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, opina que a pesar de que, en la gran mayoría de países, el comercio informal de películas y contenidos digitales está tipificado como delito, las normas vigentes sobre observancia de los derechos de propiedad intelectual, cuestionan las costumbres de consumo cultural entre los peruanos.

Las otras tesis se descartan, pues se basan en el análisis de la legislación existente en otros países o el análisis de proyectos de ley, y no en la relación intrínseca existente entre la protección de los derechos de autor y la producción de contenido audiovisual.

2. Justificación

La presente investigación genera beneficios en el aspecto teórico del estudio del comercio de servicios audiovisuales, de la inversión en el sector y de la aplicación de las normas sobre los derechos de autor y conexos. Su desarrollo ayuda a resolver la escasez de investigación y literatura especializada en estas áreas, y con ello promueve el interés en el tema. Asimismo, procura concientizar sobre la necesidad de atraer inversión extranjera directa para su desarrollo, el incremento del apoyo gubernamental, y la importancia de la protección de derechos de autor y derechos conexos en el país.

Se busca desarrollar un aporte bibliográfico para la academia, que abarque la importancia del desarrollo del comercio de servicios audiovisuales y las perspectivas de agentes culturales locales. Adicionalmente, se incluye el tema de la protección de los derechos de autor y conexos.

La justificación de este trabajo se realiza a partir de diversas perspectivas relevantes:

- El comercio exterior.
- La Escuela de Administración Pública (EAP) de la UCR.
- La Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR), perteneciente al MCJ.
- Los expertos en el sector audiovisual del país.
- Finalmente, desde el valor para el equipo investigador.

A. Desde la perspectiva del comercio exterior

Un aporte bibliográfico en el campo académico del comercio de servicios, supone un enriquecimiento en el conocimiento de esta área, en la que, a la fecha, existen grandes y diversas problemáticas para su estudio y cuantificación. Al tratarse de una investigación realizada en el marco de la EAP de la UCR, estará disponible para la comunidad académica de esta y otras instituciones, así como de entes públicos y privados, para la generación de conocimiento futuro.

B. Desde la perspectiva de la Escuela de Administración Pública (EAP) de la UCR.

El presente trabajo final de graduación se realiza bajo la tutela de la EAP de la UCR, en donde tres estudiantes de licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior, acompañados por la supervisión de docentes de esta entidad, con conocimientos y experiencia en el área académica y profesional, contribuyen con la generación de contenido bibliográfico.

El aporte de este trabajo queda a disposición de la EAP para uso académico, y sienta un precedente para futuras investigaciones en el campo de comercio de servicios audiovisuales, así como de la inversión y derechos de autor y derechos conexos.

Adicionalmente, se pretende suplir una laguna en las investigaciones documentadas de la EAP, debido a que a la fecha no existen trabajos finales de graduación de la modalidad seminario de graduación en el área de Administración Aduanera y Comercio Exterior, enfocados al comercio de servicios.

C. Desde la perspectiva de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR), del Ministerio de Cultura y Juventud

La CSCCR es un órgano perteneciente al MCJ, que, tras la generación de estadísticas, permite visibilizar la contribución de la cultura a la economía, como motor de desarrollo integral y sostenible. Esta es la primera Cuenta Satélite especializada en economías naranjas (o negocios culturales) en Centroamérica y el Caribe, la quinta en América Latina y la séptima en el mundo. Mediante su sistema de información, genera datos cuantitativos y cualitativos sobre cultura en el país, incluyendo variables como PIB cultural, empleo generado, importaciones y exportaciones, gasto y financiamiento.

Se recolectan datos de la CSCCR para medir el aporte de los servicios audiovisuales en la economía, así como la consideración de las variables anteriormente mencionadas. Igualmente, el aporte de la investigación para la CSCCR consiste en la exposición de sus

datos y su análisis con criterios comerciales, culturales y legales, integrando estos tres enfoques para visibilizar el trabajo desarrollado por el MCJ.

D. Desde la perspectiva de expertos en el sector audiovisual en Costa Rica

La presente investigación integra la perspectiva de expertos en la industria audiovisual; considerando sus apreciaciones sobre el papel del Estado en el desarrollo sectorial, y las oportunidades de surgimiento y exportación de material audiovisual, así como la necesidad de proteger los derechos de autor de las producciones en esta área.

El enfoque de la investigación espera ser valioso para los integrantes de este sector, como actores y actrices, directores, productores audiovisuales, desarrolladores de videojuegos, entre otros. Asimismo, al hablarse de los beneficios de la promoción cultural en un país, en muchas ocasiones se excluyen los factores económicos y legales, que el presente proceso integra, y que deben ser considerados para el propiciar el auge del sector, el apoyo gubernamental y la promoción de las exportaciones.

E. Desde la perspectiva del grupo investigador

El equipo investigador, se enfoca en los aspectos del comercio exterior y los beneficios que este es capaz de generar a nuestro país. Se busca una adecuada identificación del área estudiada, además de la posibilidad de poner en práctica las temáticas académicas.

El hecho de trabajar con el análisis de un sector poco explorado, supone tanto un desafío como un incentivo. Finalmente, la integración de variables sociales y legales permiten el desarrollo de un trabajo integral.

3. Problema profesional

En el siguiente apartado se plantea el problema, y las preguntas de investigación, que, junto con los objetivos general y específicos, pretenden guiar el rumbo de esta investigación.

A. Pregunta del problema

¿Cuáles son los factores económicos, sociales y legales que condicionan el macro entorno de la industria de servicios audiovisuales, relacionada con la inversión extranjera directa y los derechos de autor y derechos conexos, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica?

B. Preguntas de investigación

1. ¿Cómo es posible utilizar la información disponible sobre los factores económicos, sociales y legales, en la contextualización del macro entorno del comercio de servicios audiovisuales y los productos que esta genera?
2. ¿Cuál es la incidencia de los factores económicos, sociales y legales, como la atracción de inversión extranjera directa y la protección de derechos de autor y derechos conexos, en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales?
3. ¿Es posible interpretar los factores del macro entorno del comercio de servicios audiovisuales, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica, para determinar su participación en la economía, crecimiento y potencial exportador?
4. ¿Cuáles son las conclusiones obtenidas a través del uso e interpretación del macro entorno del comercio de servicios audiovisuales, y cuales recomendaciones pueden generarse a través de su estudio para potenciar este sector, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica?

4. Limitaciones de la investigación

Al margen de los beneficios en el aspecto teórico del estudio del comercio de servicios audiovisuales, de la inversión en el sector y de la aplicación de las normas sobre los derechos de autor y conexos que la presente investigación genera; así como la importancia que posee desde distintos ámbitos, esta se encuentra limitada por una serie de factores externos a su metodología.

En primer lugar, el análisis del comercio de servicios de la industria audiovisual se ve condicionado a los datos y estadísticas publicados por entes especializados. Además, la cuantificación de estos datos puede presentar variaciones debido a las características intrínsecas del comercio de servicios, tales como su intangibilidad, transmisión electrónica y simultaneidad de producción y consumo.

Adicionalmente, al ser la industria audiovisual un campo poco explorado en las investigaciones de esta índole, e inadvertido como sector productivo contribuyente a la economía costarricense, el audiovisual se cuantifica en las publicaciones oficiales como parte del sector cultural. Este incluye además los campos de música, editorial y publicidad, ofreciendo mediciones distorsionadas.

Complementariamente, no existen a la fecha publicaciones sobre la importación y exportación de productos audiovisuales por parte de Costa Rica. Por esta razón, a pesar de que es posible establecer la producción y consumo local, la presente investigación se limita a una exploración sobre las modalidades de comercio de servicios de la industria audiovisual, sin profundizar en datos cuantitativos sobre la internacionalización de sus productos.

A pesar de las limitaciones anteriores, la presente investigación pretende realizar un aporte bibliográfico para la academia, en un área poco explorada, a través de la persecución de los objetivos y los criterios metodológicos que se describen en los apartados siguientes.

5. Objetivos

En el siguiente apartado se presenta el objetivo general y los objetivos específicos, que, junto con la pregunta del problema y preguntas de investigación incluidas en apartados anteriores, pretenden guiar el rumbo de la presente investigación.

A. Objetivo General

Analizar el macro entorno del comercio de servicios audiovisuales, por medio de la incidencia de factores económicos, sociales y legales, la atracción de inversión extranjera directa y los derechos de autor y derechos conexos, que influyen en el desarrollo de este sector, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica.

B. Objetivos Específicos

1. Contextualizar el entorno del comercio de servicios audiovisuales y sus productos generados, a través del uso de la información disponible sobre los factores económicos, sociales y legales que influyen en el avance del sector.
2. Establecer la incidencia de la atracción de inversión extranjera directa y la protección de los derechos de autor y derechos conexos, en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales.
3. Determinar la participación en la economía, crecimiento y potencial exportador del comercio de servicios audiovisuales, a través de la interpretación de los factores de su macro entorno, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica.
4. Generar recomendaciones a través de la interpretación de factores económicos, sociales y legales del comercio de servicios audiovisuales, para el potenciamiento de la industria, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica.

6. Marco Referencial

A. Marco Contextual

A continuación, se incluyen el marco situacional y el marco legal, incluidos a manera de contexto de la presente investigación, ubicada en Costa Rica.

A.1. Marco Situacional

En relación con el marco situacional, se consideran las instituciones públicas y privadas que tienen competencias en el tema objeto de la presente investigación.

A.1.a. Instituciones públicas

El MCJ es el ente que vela, promueve y fomenta la producción audiovisual costarricense. Este se crea en el año 1971, bajo la Ley N°4788 *Ley de Creación del MCJ*, con dos divisiones que incluyen el sector audiovisual: la Dirección de Cultura y el Centro de Producción Artística y Cultural. (MCJ, 2016).

El Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, órgano con desconcentración máxima adscrito al MCJ, creado en el año 1977 mediante la Ley N° 6158 *Ley de Creación del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica*, es la entidad técnica y especializada del Estado en el campo del cine y video nacional, encargada de promover la actividad audiovisual en nuestro país. Sus tareas se enfocan en cuatro áreas fundamentales: producción y coproducción, divulgación, fomento y archivo de la imagen. (MCJ, 2014).

Asimismo, la CSCCR es un “sistema de información estadística que permite visibilizar la contribución de la cultura a la economía costarricense como motor de desarrollo integral y sostenible”. Esta trabaja por medio de una comisión interinstitucional con el MCJ, Banco Central de Costa Rica (BCCR), Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el

Programa Estado de la Nación (PEN), el Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC); y cuenta con el apoyo y cooperación de los gobiernos de Colombia y España. (MCJ, s.f.)

COMEX, por su parte, creado a través de la Ley N° 7638 *Ley de Creación del Ministerio de Comercio Exterior y Promotora de Comercio Exterior*, es el ente competente en los temas de servicios e inversión. Dicho ministerio tiene a cargo la política comercial externa y de inversión extranjera; y además debe coordinar con otras entidades que estén relacionadas con los temas en estudio. (COMEX, s.f.)

Se destaca igualmente el papel de PROCOMER, ente público no estatal, creado a través de la Ley N° 7638 *Ley de Creación del Ministerio de Comercio Exterior y Promotora de Comercio Exterior*, el cual contribuye a la industria a través de la promoción de sus exportaciones en diversos mercados. Asimismo, las oficinas de la Comisión Fílmica de Costa Rica se encuentran localizadas en las instalaciones de PROCOMER, siendo un representante de esta institución un miembro de la Comisión, con derecho a voz y voto, junto con un representante del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), mientras que representantes del MCJ y de COMEX, constituyen miembros plenos en su marco.

Asimismo, la Comisión Fílmica de Costa Rica, instancia del Poder Ejecutivo con participación de entidades públicas y privadas, creada mediante el Decreto N°35384-MCJ-COMEX, pretende atraer inversión al país e incentivar la exportación de servicios de la industria audiovisual y cinematográfica. Además, la institución está en una constante búsqueda de más y mejores oportunidades para este sector. (PROCOMER, 2012)

A.1.b. Instituciones privadas

La Cámara de Tecnologías y Comunicación (CAMTIC), fue creada en el año 1998 y cuenta actualmente con más de 100 empresas asociadas. Trabaja con tres capítulos que representan los intereses de las tecnologías digitales, siendo relevante para la presente investigación el Capítulo de la Industria Audiovisual Costarricense (CAIAC).

Originalmente, el CAIAC era la Cámara de la Industria Audiovisual Costarricense (creada en el año 2010) que en febrero del año 2016 se une a CAMTIC, formando un capítulo en esta. Este capítulo está conformado por nueve empresas de la industria audiovisual y tiene representantes de diferentes sectores como: animación, post-producción, efectos especiales, alquiler de equipo, dirección, producción, entre otras. (CAMTIC, s.f).

A.2. Marco Legal

Con respecto al presente apartado, se considera el marco legal nacional e internacional, en los cuales se ve inmersa la presente investigación.

A.2.a. Legislación Internacional

La producción audiovisual se encuentra protegida por el Convenio de Berna, ratificado mediante la Ley No. 6083 del 10 de junio de 1978. De forma complementaria al Convenio se adoptó el *Tratado sobre Derechos de Autor* (WCT) de la OMPI. Dicho instrumento protege las obras artísticas, definidas como obras dramáticas o dramáticas-musicales y obras cinematográficas. Igualmente, según el artículo 2 de dicho tratado, se protegen también los videojuegos mediante los derechos de autor; a pesar de ser obras de autoría complejas. Costa Rica lo ratifica en el año 2000, mediante la Ley No. 7979. (OMPI, 1996)

El *Tratado sobre Derechos de Autor* es un arreglo particular que se adopta en virtud del Convenio de Berna, que trata la protección de las obras y los derechos de sus autores en el entorno digital. Este constituye una ampliación a lo establecido en el Convenio de Berna, pues además de los derechos reconocidos por este, se conceden derechos económicos. El tratado se ocupa de dos objetos de protección por derecho de autor: los programas de computadora, y las compilaciones de datos u otros materiales. (OMPI, s.f.)

Igualmente, en cuanto a los derechos que se conceden a los autores al margen de los reconocidos por el Convenio de Berna, el WCT confiere derechos de distribución, de alquiler

y de comunicación al público. Se menciona también la llamada “prueba de los tres pasos”⁵ para la determinación de las limitaciones y excepciones dispuestas en el artículo 9 del Convenio de Berna. (OMPI, s.f.)

En las declaraciones concertadas en el WCT se estipula que las limitaciones y excepciones de conformidad con el Convenio de Berna podrán hacerse extensivas al entorno digital, que los estados contratantes podrán formular nuevas para adecuarlas a su entorno, y que se permite su ampliación o la creación de nuevas disposiciones siempre y cuando estas cumplan con la condición de la regla de los tres pasos. (OMPI, s.f.)

Complementariamente, el Tratado (OMPI, s.f.) señala que:

- la duración de la protección debe ser de mínimo 50 años para cualquier tipo de obra,
- el goce y el ejercicio de los derechos contemplados en el Tratado no estará subordinado a ninguna formalidad,
- las partes contratantes deben prever recursos jurídicos que permitan evitar actos dirigidos a neutralizar las medidas técnicas de protección y evitar la supresión o modificación de información que permita identificar las obras o a sus autores,
- las partes adoptarán medidas necesarias para garantizar su aplicación, que incluyan recursos ágiles para evitar restricciones, así como otros recursos que constituyan un medio eficaz de disuasión para nuevas infracciones, y

El Convenio de Berna y el WCT difieren en que el Convenio no obliga a cumplir con las disposiciones sustantivas del Acta de 1971 (Paris) del *Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas*, mientras que las partes contratantes del Tratado deben cumplir con estas disposiciones.

⁵ Promulgada por primera vez en la revisión del Convenio de Berna en 1967, la prueba de los tres pasos dispone que “se reserva a las legislaciones de los países la facultad de permitir la reproducción de dichas obras en determinados casos especiales, con tal que esa reproducción no atente a la explotación normal de la obra ni cause un perjuicio injustificado a los intereses legítimos del autor” (OMPI, s.f.)

Se considera entonces, que la importancia de este Tratado radica en que este constituye una ampliación de las disposiciones establecidas en el Convenio de Berna, que ofrece mayor seguridad jurídica entre sus partes al señalar normas de acatamiento obligatorio entre sus partes contratantes, y que, además, incorpora la protección de las obras y los derechos de sus autores en el entorno digital.

En relación con el comercio de servicios, resulta de particular importancia el GATS. Este instrumento es uno de los acuerdos resultantes de la *Ronda de Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales*, y entró en vigor en el año 1995, al ratificar nuestro país mediante la Ley No. 7475 el *Acta Final de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales* y los documentos resultantes. Al ser uno de los acuerdos multilaterales, fue suscrito por la totalidad de los miembros de la OMC. Estos se comprometen a una mayor liberalización y desarrollo del comercio de servicios, establecer compromisos en estos temas y garantizar la no discriminación a todos los miembros. (OMC, 1995).

Igualmente, se considera como legislación internacional relevante, los capítulos de servicios e inversión y los respectivos anexos de los acuerdos comerciales que se encuentran vigentes para Costa Rica.⁶

A.2.b. Legislación Nacional

En relación con la protección de derechos de autor, la norma fundamental es la *Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos*, Ley No. 6683 y sus reformas, cuya base son los instrumentos internacionales mencionados anteriormente. Adicionalmente, el país tiene suscritos los principales instrumentos de la OMPI en la materia, de manera que los compromisos adquiridos en estos se reflejan en las reformas posteriores a la Ley No. 6683.

⁶ Tratados vigentes con AACUE, Asociación Europea de Libre Comercio, CAFTA-DR, Canadá, CARICOM, Centroamérica, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, México, Panamá, Perú, República Dominicana y Singapur. (COMEX, s.f.)

Se mencionan además la Ley N°7440, *Ley General de Espectáculos Públicos, materiales audiovisuales e impresos*, y el Decreto N° 26937-J *Reglamento a la Ley General de Espectáculos Públicos, materiales audiovisuales e impresos*. En este último, se refiere en específico a materiales audiovisuales en el Capítulo III, de los artículos 34 al 37. Se mencionan, principalmente las condiciones que deben cumplir los importadores, el material regulado y la difusión de anuncios o avances en este campo.

B. Teorías que fundamentan la investigación

En la presente investigación, se consideran las disposiciones del Convenio de Berna, el WCT y de la *Ley de Derechos de Autor y Conexos*. De conformidad con la indicada normativa, se protegen las obras literarias y artísticas; incluyendo dentro de las últimas, las producciones audiovisuales.

Igualmente, en el caso del comercio de servicios, se trabaja en el marco de la definición que brinda el GATS en el artículo 2. En este se indica que es el suministro de un servicio a) del territorio de un Miembro al territorio de otro, b) en el territorio de un Miembro a un consumidor de servicios de cualquier otro, c) por un proveedor de servicios de un Miembro mediante presencia comercial en el territorio de otro o d) por un proveedor de servicios de un Miembro mediante la presencia de personas físicas en el territorio de cualquier otro. (OMC, 1995)

Asimismo, en el marco de la presente investigación, por industria cultural, y según Zamora (2003), se entiende la “producción de bienes y servicios culturales para su difusión y/o comercialización al nivel de masas”. En lo que respecta al presente trabajo final de graduación, solo se toma en cuenta de esta definición, la producción de servicios culturales costarricenses; y de forma específica los servicios audiovisuales.

Es importante mencionar lo que explica Getino (citado por Zamora, 2003) acerca de que la rama audiovisual no solo promueve películas o programas de TV, sino el conjunto de contenidos simbólicos que le son inherentes. Además, también ayuda a la promoción de

otras industrias; y de manera similar la rama audiovisual depende de otras que son ajenas al sector cultural.

Zamora (2003) agrega también que la importancia de las industrias culturales ha crecido en términos relativos mucho más que la mayor parte de los otros sectores de la economía. Por ejemplo, en los países más industrializados ocupan el tercero o cuarto puesto en cuanto a recursos internos movilizados y a obtención de divisas en los mercados externos. Por lo tanto, los países en desarrollo puede que sigan una línea de desarrollo similar, aunque en un menor volumen.

La industria audiovisual, explica Zamora (2003) puede ser vista como un estilo de vida o como un producto económico. Estados Unidos, por ejemplo, tiene como perspectiva que considera los productos audiovisuales como un negocio; y, por ende, deben entrar en el marco general del mercado. Desde la visión europea, se integra como parte de la cultura global y, a pesar de también considerarlo un producto económico, defienden que debe tener un tratamiento especial. Para efectos de la presente investigación, nos basaremos en una concepción mixta de ambas perspectivas. Esto debido a que a lo largo del estudio se considerará un producto económico, pero con características que deben ser estudiadas igualmente desde los ámbitos cultural, y legal.

Es importante señalar como punto de partida, que el crecimiento de los servicios y el comercio internacional está ligado a la difusión tecnológica. Como lo explica Hernández (2002), las oportunidades de crecimiento de los países dependen de su grado de apertura al comercio exterior. El autor hace referencia a la teoría de Grossman y Helpman quienes desarrollan un modelo de crecimiento endógeno⁷ que supone que existe una relación positiva entre comercio internacional y la difusión tecnológica.

⁷ Teoría que resalta el importante papel que desempeña la inversión en capital humano y el progreso tecnológico a la hora de explicar la tasa de crecimiento económico de los países, y el proceso de convergencia entre países desarrollados y en vías de desarrollo. (Hernández, 2002, p.1)

De manera similar el Banco Interamericano de Desarrollo (2015), explica que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) influyen en la producción, patrones de consumo y el comercio internacional de los servicios. Complementariamente, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), afirma que la mitad del comercio internacional de servicios se logra por la economía digital⁸. Además, se agrega que durante los próximos años la influencia que tendrá sobre el comercio de servicios se profundizará, debido al desarrollo de nuevas tecnologías.

Para el caso de Costa Rica, PROCOMER (2016) indica que en la actualidad se cuenta con una buena trayectoria en este sector y con capital humano especializado; además de un crecimiento exponencial en compañías líderes en el sector servicios. Estos aspectos hacen atractivo al país para negocios en este campo.

Por esta razón, se espera que este crecimiento y desarrollo incluya al sector audiovisual, y permita eventualmente un crecimiento en las exportaciones, la atracción de inversión extranjera directa y una eficaz protección de los derechos de autor y derechos conexos. No obstante, dicho sector debe ser potenciado a través del otorgamiento de beneficios e incentivos fiscales que promuevan la producción audiovisual, pues en su ausencia, la industria se ve vulnerada en comparación con sus principales competidores.

⁸ Llamada también “economía en internet”, consiste en un tipo de economía que incorpora la red a las técnicas de producción y satisfacción de necesidades. Se divide en varios sectores, entre los que se incluyen los bienes y servicios digitales, bienes y servicios digitales mixtos, y bienes y servicios intensivos en los TIC. (IIEMD, s.f.)

7. Marco Metodológico

A. Enfoque

Para la presente investigación se opta por utilizar la metodología de enfoque cualitativo, el cual integra variables cuantitativas para contribuir al estudio del comercio de servicios audiovisuales, por medio del análisis estadístico de los factores económicos, sociales y legales que influyen en el desarrollo de este sector, para la promoción de las exportaciones.

B. Diseño

Se selecciona un diseño exploratorio, que integra aspectos del diseño descriptivo. Según Morales (2010), el diseño exploratorio se realiza para aproximarse a temas poco estudiados, y sentar las bases para futuras investigaciones; mientras que el diseño descriptivo tiene como propósito explicar las características, propiedades, dimensiones y regularidades del fenómeno en estudio.

El diseño exploratorio de la presente investigación es relevante, debido a la ausencia de material bibliográfico existente en la literatura nacional referente al comercio de servicios audiovisuales. La literatura especializada en el ámbito internacional, si bien es significativa y debe ser considerada, no se adecúa a las necesidades y especializaciones de la economía costarricense.

Para este diseño es necesaria tanto la revisión documental como la formulación y aplicación de entrevistas a representantes sectoriales y de instituciones públicas y privadas, con cuyos testimonios se pretende suplir una laguna en el conocimiento de los futuros profesionales en el área de comercio exterior, así como un generar aporte en la literatura especializada en este campo.

El diseño descriptivo es igualmente importante, ya que se pretenden explicar las características y propiedades de la industria audiovisual, desde un enfoque económico y

comercial, social-cultural, y legal, debido a que es fundamental visualizar en forma integrada estas tres áreas con el fin de determinar la influencia de la inversión extranjera directa y los derechos de autor y derechos conexos en el comercio de servicios.

Debido a la necesidad de basar la presente investigación en proyectos previos para la generación de nuevo conocimiento para el diseño descriptivo, se utilizarán igualmente como técnicas de recolección de la información:

- la revisión bibliográfica especializada en los temas de industria audiovisual, inversión extranjera directa y protección de los derechos de autor y derechos conexos,
- encuestas aplicadas a la población costarricense sin relación con la industria audiovisual, y
- entrevistas a representantes del campo de la industria audiovisual, atracción de inversión extranjera directa, y protección de los derechos de autor y derechos conexos.

C. Unidad de estudio

Factores económicos, sociales y legales de los servicios audiovisuales en Costa Rica.

D. Población

Factores económicos, sociales y legales de los servicios audiovisuales en Costa Rica.

E. Diseño Muestral

El diseño muestral no procede en el presente Seminario de Graduación.

F. Variables y categorías de análisis

| Tabla de resumen de variables de la investigación | | | | |
|---|---|--|---|--|
| Objetivo Específico | Variables | Definición conceptual | Definición Operacional | Definición instrumental |
| 1. Contextualizar el entorno del comercio de servicios audiovisuales y sus productos generados, a través del uso de la información disponible sobre los factores económicos, sociales y legales que influyen en el avance del sector. | Participación sectorial en la economía | Participación actual del sector audiovisual en la economía costarricense | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | Encuestas a consumidores, entrevistas a representantes del sector nacional, entrevistas a representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector audiovisual en el país y revisión bibliográfica y documental de publicaciones oficiales, nacionales e internacionales |
| | Potencial exportador del sector | Oportunidades de exportación que tiene actualmente el sector audiovisual | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Impulso gubernamental al sector | Tipos de ayuda que otorga el Estado al sector audiovisual | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Beneficios del impulso gubernamental al sector | Ventajas que obtienen las diferentes empresas y actores parte del sector audiovisual resultado de la ayuda del Estado | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Influencia del sector privado en la industria audiovisual | Casos o situaciones en las que el sector privado se encuentra involucrado en la industria audiovisual y los aportes que brinda | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Importancia del desarrollo sectorial | Beneficios que se tendrían del posible aumento de la participación de la industria y producción audiovisual | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| <p>2. Establecer la incidencia de la atracción de inversión extranjera directa y la protección de los derechos de autor y derechos conexos, en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales.</p> <p>3. Determinar la participación en la economía, crecimiento y potencial exportador del comercio de servicios audiovisuales, a través de la interpretación de los factores económicos, sociales y legales de su entorno, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica.</p> | Inversión de capital extranjero | Cantidad de inversión extranjera actual, y posibles oportunidades de atraer esta. | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | <p>Encuestas a consumidores, entrevistas a representantes del sector nacional, entrevistas a representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector audiovisual en el país y revisión bibliográfica y documental de publicaciones oficiales, nacionales e internacionales</p> |
| | Asignación de fondos gubernamentales | Distribución, beneficios y cantidad monetaria que brinda el Estado | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Promoción nacional del sector | Formas de publicidad, distribución del sector audiovisual | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Acceso a mercados internacionales | Oportunidades y cantidad actual de mercados extranjeros a los que se puede exportar la producción audiovisual | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Participación en producciones extranjeras | Cantidad de aportes que se han realizado en sectores y producciones audiovisuales extranjeras | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Desarrollo sectorial | Nivel de desarrollo actual del sector audiovisual | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Efectos de la internalización de las promociones | Consecuencias de internacionalizar los servicios audiovisuales costarricenses | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |

| | | | | |
|--|--------------------------------|---|---|---|
| <p>2. Establecer la incidencia de la atracción de inversión extranjera directa y la protección de los derechos de autor y derechos conexos, en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales.</p> <p>3. Determinar la participación en la economía, crecimiento y potencial exportador del comercio de servicios audiovisuales, a través de la interpretación de los factores económicos, sociales y legales de su entorno, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica.</p> | Derechos de Autor | Definición y características de los derechos de autor | Información y datos obtenidos de la revisión nacional e internacional de propiedad intelectual | <p>Encuestas a consumidores, entrevistas a representantes del sector nacional, entrevistas a representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector audiovisual en el país y revisión bibliográfica y documental de publicaciones oficiales, nacionales e internacionales</p> |
| | Derechos conexos | Definición y características de los derechos conexos | Información y datos obtenidos de la revisión nacional e internacional de propiedad intelectual | |
| | Niveles de protección | Calificación de la protección de la propiedad intelectual a nivel costarricense | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Eficacia de la protección | Capacidad para alcanzar la protección de la propiedad intelectual a nivel costarricense | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Beneficios de la protección | Ventajas de contar con normativa que regule los derechos de autor | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Costo de la protección | Costo monetario que implica la tramitología y la protección del derecho de propiedad intelectual del servicio audiovisual | Resultados de entrevistas estructuradas y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios | |
| | Problemáticas de la protección | Retos que se presentan actualmente a nivel costarricense en el ámbito de la protección de la propiedad intelectual | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |

| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| 4. Generar conclusiones y recomendaciones a través de la interpretación de factores económicos, sociales y legales del comercio de servicios audiovisuales, para el potenciamiento del sector, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica. | Resultado de variables anteriores | Definición y características de las variables anteriores | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | Encuestas a consumidores, entrevistas a representantes del sector nacional, entrevistas a representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector audiovisual en el país y revisión bibliográfica y documental de publicaciones oficiales, nacionales e internacionales |
| | Diagnóstico general del sector | Nivel de desarrollo actual del sector audiovisual | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |
| | Reconocimiento de debilidades y fortalezas | Fortalezas y debilidades que se presentan actualmente a nivel costarricense en el ámbito de la industria audiovisual | Resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad a representantes nacionales varios; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental | |

Fuente: Hidalgo et al. Elaboración propia, 2017

G. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Como se menciona anteriormente, la técnica de recolección de la información se realiza mediante tres formas: las entrevistas a profundidad realizadas a representantes del sector audiovisual y de instituciones públicas o privadas, las encuestas realizadas a consumidores de productos audiovisuales, domiciliados en Costa Rica, a través de las redes sociales, y la revisión bibliográfica y documental. Dichas técnicas de recolección de información se aplican según el tipo de variable a considerar, de la siguiente forma.

G.1. Variables cuantitativas

El estudio de variables cuantitativas en el presente trabajo final de graduación incluye el análisis de factores económicos como el porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) proveniente de este sector, el valor total de las importaciones y exportaciones audiovisuales, la cantidad de empleos generados, la inversión extranjera directa y apoyo gubernamental, entre otros. Estos datos son recolectados a través de dos instrumentos, descritos a continuación.

Entrevistas a profundidad a representantes instituciones públicas y privadas de Costa Rica.

Las entrevistas que se realizan, con el fin de conocer y analizar datos cuantitativos relativos a la industria audiovisual, se aplican a representantes estratégicos de instituciones públicas y privadas, tales como el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, la Comisión Fílmica de Costa Rica, la Cuenta Satélite de Cultura, entre otros; quienes se encuentran en capacidad de proporcionar a criterios y opiniones sobre el tema, recolectados a través de las entrevistas. Los modelos de dichas entrevistas, se encuentran en el Anexo I, del #1 al #17.

Revisión bibliográfica y documental

La revisión bibliográfica y documental que incluye el análisis de publicaciones oficiales de las instituciones previamente mencionadas, tales como la investigación *Primeras mediciones. Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad, Periodo 2010-2012*, elaborado por la CSCCR del MGJ de Costa Rica; *Consulta sectorial de Servicios* de COMEX, así como otras investigaciones y publicaciones sobre el tema de estudio, recopiladas durante la presente investigación.

G.2. Variables cualitativas

El estudio de las variables cualitativas en la presente investigación incluye el análisis de factores sociales y legales, tales como el tipo de producción realizada, el grado de apoyo nacional a producciones locales, el registro de obras audiovisuales, la tramitología, la aplicación de normas de propiedad intelectual en el sector, el impacto cultural, el acceso a mercados internacionales, entre otros; datos que son recolectados a través de los instrumentos descritos a continuación.

Entrevistas a profundidad a representantes sectoriales

Las entrevistas que se realizan con el fin de conocer y analizar datos cualitativos relativos a la industria audiovisual en Costa Rica, se aplican a representantes sectoriales tales como productores, directores, desarrolladores de contenido, representantes de agrupaciones gremiales, entre otros; quienes, a través de su experiencia en el área, pueden proporcionar a la investigación criterios y opiniones recolectadas a través de las entrevistas, adicionales a la revisión documental realizada.

Los representantes a entrevistar, sus respectivas áreas de especialización y nivel de involucramiento en el sector, son los siguientes:

Servicios Audiovisuales

- Involucramiento directo en el sector
 - Artistas y técnicos en pre-producción, producción y post-producción
 - ✓ Daniel Alarcón Villamizar, Director Técnico de Luciérnaga Producciones.
 - ✓ Entrevistado #2, Colaborador Fab Lab Véritas.
 - ✓ Entrevistado #3. Editor y Pos productor freelance. Profesor en el CETAV y en la Escuela de Cine y TV de la Universidad Véritas
 - ✓ Ana Cristina Castillo Castillo, Creadora Independiente de Contenido Audiovisual. Directora Comercial de La Pensión.
 - ✓ Santiago Salas Castro, Co-fundador y Gerente de Producción de Journey Animation.
 - ✓ Gonzalo Alfonso Vargas Solís, Desarrollador de producto de Bushida Studio.
 - ✓ Entrevistada #7, Creadora de contenido audiovisual web.
 - Agrupaciones gremiales del sector audiovisual costarricense
 - ✓ Josué Fischel Jiménez, Director de la Comunidad Audiovisual deleFOCO.
- Involucramiento indirecto en el sector
 - Entidades universitarias nacionales
 - ✓ Entrevistado #9, Académico en el área de Comunicación Colectiva
 - ✓ Entrevistado #10, Colaborador de la carrera de Desarrollo y Diseño de Videojuegos, Universidad Creativa.
 - ✓ Entrevistado #11, Colaborador Técnico Superior en Animación Digital 2D, Universidad Véritas.
 - Sector público costarricense
 - ✓ Entrevistado #12 Cuenta Satélite de Cultura del MCJ de Costa Rica, y Entrevistado #13, Centro de Producción Cinematográfica de Costa Rica.
 - ✓ José Castro Chacón, Comisión Fílmica de Costa Rica

Inversión extranjera directa

- ✓ Lucrecia Rodríguez Guzmán, Representante del Área de Análisis del Desarrollo, Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN)
- ✓ Víctor Manuel Sanabria Sandoval, Encargado del Área de Estadísticas del Sector Externo, Departamento de Estadística Macroeconómica, Banco Central de Costa Rica (BCCR)

Protección de Propiedad Intelectual y Derechos de Autor

- ✓ Simón Valverde Gutiérrez, Abogado especialista en el área de Propiedad Intelectual, Comercio y Tecnología, Castro & Pal Abogados.

Encuestas a consumidores de productos audiovisuales, domiciliados en Costa Rica, a través de las redes sociales

Las encuestas se realizan, con el fin de conocer el nivel de conocimiento que posee la población en general sobre la industria audiovisual, la opinión que le merece el nivel desarrollo de dicha industria, y sus patrones de consumo con respecto a productos de la industria audiovisual. Para ello, se utiliza una muestra de 100 personas, quienes voluntariamente aceptan responder a la encuesta publicada en la red social Facebook, activa entre los días 13 y 22 de abril del 2018. La muestra resulta representativa pues incluye hombres y mujeres, de con edades entre los 18 y 60 años, residente de distintas áreas, de diferentes clases socioeconómicas, y diferentes niveles de escolaridad. El machote de las preguntas de la encuesta se encuentra en el Anexo II, #18 y sus resultados están contenidos en la Sección II, Capítulo 3.

Revisión bibliográfica y documental

La revisión bibliográfica y documental a realizar incluye el análisis de publicaciones oficiales de las instituciones previamente mencionadas, estudios de mercado realizados por

empresas de preproducción, producción y postproducción audiovisual, así como informes y documentos relativos al sector, de carácter nacional e internacional.

Dicha revisión documental incluye publicaciones como *Primeras mediciones. Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad, Periodo 2010-2012* elaborado por la CSCCR del MCJ de Costa Rica, y *Costa Rica: Your New Film Lovecation*, de PROCOMER. Asimismo, en el transcurso del desarrollo del trabajo final de graduación se incluyen otras investigaciones no contempladas en este apartado, relativas a índices legales y culturales considerados en la industria audiovisual.

Finalmente, entre las técnicas de recolección de la información se considera la guía de entrevista general, aplicada a los representantes sectoriales y de instituciones públicas y privadas, y la guía previa de revisión bibliográfica, que pretende orientar la recopilación de información en los diferentes documentos.

H. Métodos y técnicas de análisis de la información

Como método y técnica de análisis de la información en la presente investigación, se utiliza el procesamiento de los datos recolectados por medio de la aplicación de encuestas y la revisión bibliográfica y documental, mediante la herramienta *Statistical Package of the Social Sciences* (SPSS), la cual es utilizada tanto en ciencias exactas, como sociales y aplicadas, ya que permite administrar datos de manera eficiente para el desarrollo de perfiles, proyecciones y análisis de tendencias.

A través de esta herramienta, se registran los datos obtenidos de las encuestas tanto cuantitativas como cualitativas, para su clasificación, análisis y descripción. El uso de esta herramienta en el marco de la presente investigación es fundamental, para contrarrestar las respuestas generadas por parte de la población encuestada con respecto al análisis documental, con el fin de dar respuesta a la pregunta de investigación y cumplir con sus objetivos.

I. Validación de la información

La validación de la información recolectada a través de las herramientas señaladas se realiza mediante la triangulación metodológica, la cual busca analizar un mismo fenómeno a través de diversos acercamientos con el fin lograr su estudio integral. Para validar la información resultante de la recolección de encuestas y de bibliografía especializada, se integran los aspectos económicos, sociales y legales que conforman la presente investigación, pues se considera que no puede ser estudiada mediante una sola perspectiva.

Se considera importante el estudio integral de las diferentes variables que componen la promoción de los servicios audiovisuales, debido a la relación intrínseca entre el comercio y los beneficios que este genera en las sociedades, así como la necesidad de establecer regulaciones legales que medien la relación comercial entre las personas; en este caso, relativas a los derechos de autor en el marco de la protección de los derechos de autor y derechos conexos en el comercio de servicios audiovisuales.

J. Cuadro de Congruencia

| Preguntas de investigación | Objetivos específicos | Metodología | Instrumentos | Variables | Indicadores |
|---|---|-------------|---|--|--|
| 1. ¿Cómo es posible utilizar la información disponible sobre los factores económicos, sociales y legales, en la contextualización del entorno del comercio de servicios audiovisuales y los productos que esta genera? | 1.Contextualizar el entorno del comercio de servicios audiovisuales y sus productos generados, a través del uso de la información disponible sobre los factores económicos, sociales y legales que influyen en el avance del sector. | Cualitativa | Entrevistas a representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector audiovisual en el país. Encuestas a consumidores de productos audiovisuales, domiciliados en Costa Rica. Revisión bibliográfica y documental. | Conceptualización de industria audiovisual. | Tipo de industria de servicios audiovisuales presente en Costa Rica. |
| | | | | Claridad sobre los productos generados por la industria audiovisual en Costa Rica. | Determinación del tipo de bienes producido por la industria audiovisual. |
| | | | | Marco legal e institucional aplicable a la industria audiovisual. | Regulaciones aplicables a la industria audiovisual. Política pública en industria audiovisual. |
| 2. ¿Cuál es la incidencia de los factores económicos, sociales y legales, como la atracción de inversión extranjera directa y la protección de derechos de autor y derechos conexos, en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales? 3. ¿Es posible interpretar los factores económicos, sociales y legales del comercio de servicios audiovisuales, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica, para determinar su participación en la economía, crecimiento y potencial exportador? | 2.Establecer la incidencia de la atracción de inversión extranjera directa y la protección de los derechos de autor y derechos conexos, en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales. 3.Determinar la participación en la economía, crecimiento y potencial exportador del comercio de servicios audiovisuales, a través de la interpretación de los factores económicos, sociales y legales de su entorno, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica. | Cualitativa | Entrevistas a representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector audiovisual en el país. Encuestas a consumidores de productos audiovisuales, domiciliados en Costa Rica. Entrevista a instituciones relacionadas con la atracción de inversión extranjera. Análisis estadístico. Revisión bibliográfica y documental | Participación sectorial en la economía | Porcentaje de participación en el PIB. Cantidad de empleos generados. Participación en exportaciones.. |
| | | | | Potencial exportador del sector | Proyecciones, índice de crecimiento de servicios, índice de crecimiento de servicios audiovisuales |
| | | | | Impulso gubernamental al sector | Tipos de ayuda, cantidad de ayuda, frecuencia de ayuda, empresas o instituciones a las que se brinda ayuda |
| | | | | Beneficios del impulso gubernamental al sector | Beneficios económicos, beneficios sociales, asesoría y plazos |
| | | | | Impacto económico de la política pública al sector audiovisual. | Determinar los beneficios que se hubieran generado a partir de políticas públicas generadas por el sector. |

| Preguntas de investigación | Objetivos específicos | Metodología | Instrumentos | Variables | Indicadores |
|---|---|-------------|--|--|---|
| | | | | Influencia del sector privado en la industria audiovisual | Porcentaje de participación, cantidad de iniciativas y empresas privadas que se desarrollan en el sector. |
| | | | | Importancia del desarrollo sectorial | Impacto económico del sector, participación en el Producto Interno Bruto. |
| | | | | Empleos generados en el sector | Cantidad de empleos que genera el sector |
| | | | | Inversión de capital extranjero en el sector | Porcentaje de IED, monto o porcentaje específico por cada sector |
| | | | | Producción audiovisual extranjera desarrollada en Costa Rica. | Impacto económico de la producción audiovisual extranjera desarrollada en Costa Rica. |
| | | | | Efectos de la internacionalización | Beneficios, perjuicios, costos y oportunidades |
| 2. ¿Cuál es la incidencia de los factores económicos, sociales y legales, como la atracción de inversión extranjera directa y la protección de derechos de autor y derechos conexos, en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales? 3. ¿Es posible interpretar los factores económicos, sociales y legales del comercio de servicios audiovisuales, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica, para determinar su participación en la economía, crecimiento y potencial exportador? | 2.Determinar la participación en la economía, crecimiento y potencial exportador del comercio de servicios audiovisuales, a través de la interpretación de los factores económicos, sociales y legales de su entorno, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica. 3. ¿Es posible interpretar los factores económicos, sociales y legales del comercio de servicios audiovisuales, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica, para determinar su participación en la economía, crecimiento y potencial exportador? | Cualitativa | Entrevistas a representantes del sector audiovisual nacional. Entrevistas a representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector audiovisual en el país. Encuestas a consumidores de productos audiovisuales, Análisis de normativa. Revisión bibliográfica y documental | Ámbito de protección según la normativa de derechos de autor y derechos conexos. Observancia de los derechos de propiedad intelectual | Determinar los derechos conferidos a los productos de la industria audiovisual, según la normativa sobre derechos de autor y derechos conexos. Impacto de la observancia de los derechos de autor y derechos conexos en el desarrollo de la industria audiovisual. |

| Preguntas de investigación | Objetivos específicos | Metodología | Instrumentos | Variables | Indicadores |
|---|--|-------------|--|--|--|
| 4. ¿Cuáles son las conclusiones obtenidas a través del uso e interpretación de los factores económicos, sociales y legales del comercio de servicios audiovisuales, y cuales recomendaciones pueden generarse a través de su estudio para potenciar este sector, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica? | 4. Generar conclusiones y recomendaciones a través de la interpretación de factores económicos, sociales y legales del comercio de servicios audiovisuales, para el fortalecimiento del sector, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica. | Cualitativa | Análisis de datos. Revisión bibliográfica y documental. | Resultado de variables anteriores | Resultado de variables anteriores |
| | | | | Diagnóstico general del sector. Reconocimiento de debilidades y fortalezas. | Determinación de debilidades y fortalezas. Planteamiento de acciones de mejora. |

K. Plan de trabajo

| Actividades | Meses | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | Mes 1 | | | | Mes 2 | | | | Mes 3 | | | | Mes 4 | | | |
| | Semanas | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Primera sesión presencial con Tutora y distribución de trabajo de campo | X | | | | | | | | | | | | | | | |
| Solicitud de entrevistas a profundidad personales a representantes sectoriales y de instituciones | X | | | | | | | | | | | | | | | |
| Solicitud de entrevistas estructuradas vía correo electrónico a representantes | X | | | | | | | | | | | | | | | |
| Segunda sesión presencial grupo, revisión bibliográfica del macro entorno | X | | | | | | | | | | | | | | | |
| Formulación de preguntas de entrevista estructurada a representantes | X | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de guía para las entrevistas a profundidad realizada a representantes | X | | | | | | | | | | | | | | | |
| Validación de las fuentes de información mediante triangulación metodológica | X | | | | | | | | | | | | | | | |
| Segunda reunión presencial con tutora | | X | | | | | | | | | | | | | | |
| Aplicación de entrevistas vía correo electrónico a representantes | | X | X | X | X | | | | | | | | | | | |
| Aplicación de entrevistas personales a profundidad aplicadas a representantes | | X | X | X | X | | | | | | | | | | | |
| Trascipción de los resultados de las entrevistas estructuradas y a profundidad aplicadas a representantes | | | | | | X | X | | | | | | | | | |
| Análisis de la información bibliográfica y documental recopilada | X | X | X | X | X | X | X | X | | | | | | | | |
| Tercera reunión presencial con tutora | | | | | | | | | | x | | | | | | |
| Revisión documental de análisis de influencia de macro entorno | | | | | | | | | | x | | | | | | |
| Análisis SPSS de la información recopilada por medio de las encuestas aplicadas a representantes | | | | | | | | | X | X | | | | | | |
| Envío a revisión al Comité Asesor | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| Aplicación de correcciones al trabajo final de graduación indicadas por el Comité Asesor | | | | | | | | | | | X | X | | | | |
| Redacción del Capítulo 1, según el objetivo específico número 1 | | | | | | | | | | | X | X | | | | |
| Cuarta reunión presencial con tutora | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| Envío a revisión al Comité Asesor | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| Aplicación de correcciones al trabajo final de graduación indicadas por el Comité Asesor | | | | | | | | | | | | X | X | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|---|---|---|---|---|---|--|--|--|--|
| Redacción del Capítulo 2, según el objetivo específico número 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | | | | |
| Envío a revisión al Comité Asesor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | | | | |
| Aplicación de correcciones al trabajo final de graduación indicadas por el Comité Asesor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | | |
| Redacción del Capítulo 3, según el objetivo específico número 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | | |
| Quinta reunión presencial con tutora | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | x | | | | | | | |
| Envío a revisión al Comité Asesor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | | | |
| Aplicación de correcciones al trabajo final de graduación indicadas por el Comité Asesor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | |
| Revisión integral del trabajo final de graduación por parte del equipo realizador | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | |
| Redacción de conclusiones y recomendaciones producto de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | |
| Aplicación de formato requerido por el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | |
| Revisión integral del trabajo final de graduación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | |
| Envío a revisión al Comité Asesor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | | |
| Aplicación de correcciones al trabajo final de graduación indicadas por el Comité Asesor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | |
| Revisión integral del trabajo final de graduación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | |

Fuente: Hidalgo et al. Elaboración propia, 2018.

Sección II. Resultados

Capítulo 1: Entorno de la industria audiovisual en Costa Rica, y sus productos generados.

En este capítulo, se analizan los hallazgos identificados tras la aplicación de diecisiete instrumentos de recopilación de información, en forma de entrevistas estructuradas y a profundidad, aplicadas a representantes sectoriales de la industria audiovisual, así como profesionales especialistas en los temas de protección a los derechos de autor y derechos conexos, y a expertos de las instituciones públicas y privadas, competentes en materia de inversión extranjera directa.

El análisis se presenta en dos secciones, donde primeramente se contextualiza el macro entorno de la industria audiovisual y sus instituciones, en torno a los factores económicos, sociales y legales, que influyen en el avance del sector audiovisual y finalmente, se contextualiza el macro entorno de la industria audiovisual y sus productos generados.

Según Torreblanca (2014), el macro entorno dentro del análisis del funcionamiento de las organizaciones, comprende aquellas fuerzas externas que, a pesar de que no interactúan directamente con las instituciones y sus sujetos; influyen en su estructuración, sin la posibilidad de ser controladas por parte de las empresas. El macro entorno se compone, entonces, de factores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos, legales, sociales, culturales, medioambientales y demás, que moldean el escenario en donde se desarrolla una determinada empresa o industria.

A pesar de que los elementos macroeconómicos a analizar, varían según la realidad en la cual se encuentran inmersas las diferentes empresas o industrias, teóricos del análisis organizacional, como Henry Mintzberg (citado en García *et al.*, 2005), fundamentan que, debido a su importancia y similitud de criterios, los factores de estudio macro económico pueden clasificarse en tres elementos básicos: económicos, sociales y legales; y que los demás factores mencionados, pueden encontrarse inmersos en los anteriormente citados.

Para efectos del presente capítulo, y los sucesivos, se entiende por macro entorno, los factores económicos, sociales y legales externos a la industria audiovisual, que, en el caso de Costa Rica, deben ser considerados para la promoción de las exportaciones de servicios, y bienes generados por este sector.

A. Macro entorno de la industria audiovisual costarricense

El Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la UNESCO 2009, define “medios audiovisuales”, dentro del dominio *medios audiovisuales e interactivos*, como “la difusión por radio y televisión (incluyendo la transmisión de datos por internet en tiempo real o *streaming*), filmes y videos, y los medios interactivos. Este último dominio cubre los juegos de video y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en internet o mediante computadoras. En él se incluyen los juegos en línea, los portales y los sitios web diseñados para actividades asociadas con redes sociales como Facebook y el *podcasting* en Internet, como Youtube.” (UNESCO, 2009, pag.27).

La anterior definición será utilizada en el presente y futuros capítulos, como concepto de “industria audiovisual”.

Es pertinente aclarar que, a pesar de que esta economía se encuentra primariamente basada en la producción de servicios, genera también productos o bienes tangibles, como documentales temáticos, videos informativos y educativos, animación, series, programas de televisión y otros formatos, publicidad en formatos audiovisuales, videojuegos, largometrajes, cortometrajes, diseño de programas y otros audiovisuales en medios portadores. Además, se consideran los productos de transmisión digital, los cuales, en conjunto, para efectos del presente y sucesivos capítulos, son abarcados dentro del concepto de “productos generados de la industria audiovisual” o simplemente “productos”. (MCJ, 2017)

Costa Rica cuenta con un largo historial de esfuerzos políticos en pro del desarrollo sectorial y la promoción de sus productos generados, entre los cuales se encuentran:

- la declaratoria de interés público nacional de la industria cultural cinematográfica y audiovisual (Decreto Ejecutivo N°34024-C del 31 de julio del 2007),
- la creación de la Comisión Fílmica,
- la participación en Festivales Internacionales de Cine,
- el ingreso del sector a la agenda institucional de PROCOMER y
- los recientes intentos por promulgar una Ley de Fomento Audiovisual. (MCJ, s.f.)

Estos esfuerzos políticos son desarrollados en el marco del grupo de trabajo del sector audiovisual cuyas funciones, objetivos y proyectos se contemplan en el apartado siguiente.

A.1. Entorno institucional

El grupo de trabajo del sector audiovisual, integrando por representantes de la Unidad de Cultura y Economía del MCJ, el Centro de Cine, así como representantes de los sub sectores de animación digital, videojuegos, productores y trabajadores del cine, televisión y publicidad, cámaras, academia y gobierno; desarrollaron la visión 2021 para la industria audiovisual, según la cual:

Para 2021 Costa Rica será una nación cuya creación cultural en contenidos audiovisuales de alta calidad, innovadores y creativos ha crecido significativamente, será un destino de alta productividad y calidad para las industrias audiovisuales y un centro de valor agregado para la realización de producciones internacionales.

MCJ, 2017

Asimismo, en el marco del indicado grupo de trabajo, se plantean objetivos estratégicos, entre los cuales se incluye, posicionar al país como:

- Centro de producción y animación y videojuegos;
- centro de desarrollo de publicidad audiovisual;
- centro de producción de documentales temáticos y corporativos;
- centro de producción fílmicos y de televisión de alta calidad y productividad;

- destino de locaciones y servicios de apoyo de alta productividad y calidad; y
- centro de formación regional de la industria audiovisual.

Igualmente, el grupo de trabajo del sector audiovisual “vela por el fortalecimiento competitivo de los sectores y empresas clave de la industria audiovisual, consolidar el desarrollo y capacitación de capital humano de primera en los productos y segmentos escogidos, desplegar una estrategia de atracción de inversión extranjera directa y promoción de las exportaciones de la industria audiovisual, y desarrollar una incubadora y aceleradora multidimensional de servicios múltiples, con apoyo de convenios y expertos internacionales”. (MCJ, 2017).

Como parte de sus iniciativas en desarrollo actual y para los años siguientes, el indicado grupo tiene como proyectos:

- la estrategia de atracción de inversión extranjera directa y promoción de las exportaciones,
- el desarrollo de la zona franca de la Industria: Ciudad del Cine,
- el desarrollo de la estrategia de financiamiento con expertos del sector,
- la iniciativa nacional de productividad de la industria audiovisual, y
- el programa de fortalecimiento, entre otros.

A pesar de los proyectos y estrategias realizados en el marco del grupo de trabajo, se considera igualmente importante el desarrollo de acciones concretas para la capacitación y concientización en temas de protección de los derechos de propiedad intelectual, dirigidos específicamente a los centros de producción y desarrollo de los subsectores del campo audiovisual, mencionados previamente. Esto con el fin de abarcar el tema de comercios de servicios audiovisuales desde una perspectiva multidisciplinaria.

En aras de contextualizar el marco institucional en el cual se encuentra inmersa la industria audiovisual, se describen a continuación las instituciones públicas y privadas competentes

en el área, cuyo papel es relevante tanto para el desarrollo de este sector, como para la presente investigación.

A.1.a. Centro Costarricense de Producción Cinematográfica

El Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, conocido popularmente como Centro de Cine, es una institución adscrita al MCJ, creada mediante la Ley N°6158 de noviembre de 1977, encargada de promover la actividad audiovisual y especializada en los campos del cine y video. (Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, s.f.).

Sus actividades se organizan en torno a las líneas del fomento, la formación y la preservación. Es responsable de:

- sistematizar, administrar, promocionar y otorgar ayudas económicas para la inversión en la producción audiovisual,
- administrar sus propios fondos mediante la iniciativa El Fauno,
- brindar apoyo a cineastas costarricenses para su formación en talleres internacionales y la conexión con movimientos cinematográficos regionales y continentales, y
- de crear nuevas audiencias en públicos de todas las edades y regiones para la proyección, muestras y festivales para la exposición de cine nacional e internacional. (Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, s.f.).

El Centro de Cine cuenta a su vez con una amplia oferta de programas que se mencionan a continuación, y pretenden promover el cine desde varios ámbitos.

El *Fondo el Fauno*, es un fondo abierto a concurso para el financiamiento de proyectos de cineastas o creadores audiovisuales, con un monto de ₡250 millones provenientes de su presupuesto institucional. Este fondo busca el fortalecimiento de las industrias culturales, incorporando a la pequeña y mediana empresa audiovisual en el sector productivo con el fin de concretar la oferta exportadora en el área cinematográfica. (Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, s.f.).

El programa *Preámbulo*, creado en julio del año 2015, ofrece un espacio en donde los usuarios del Centro de Cine pueden disfrutar de una amplia oferta cinematográfica, proyectada en la Sala Gómez Miralles, de obras tanto nacionales como extranjeras, que incorporan el cine clásico y el contemporáneo en funciones de miércoles a domingo en horario regular.

Asimismo, se organizan diferentes conversatorios, que pretenden acercar el cine a la población. Con este mismo objetivo, el *Costa Rica: Festival Internacional de Cine (CRFIC)*, es un galardón anual que premia el arte nacional y regional desde el año 1994, para convertir al cine en un “bien intangible a la disposición tanto de nacionales como de turistas extranjeros”. (Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, s.f.).

Como un medio para lograr la protección del patrimonio histórico, el programa Archivo de la Imagen del Centro de Cine conserva más de 75 documentales producidos en cine 16 mm entre los años 1973 y 1986, los archivos originales de las películas más importantes de la historia cinematográfica del país, como *El Retorno* (1930) y *Elvira* (1955), y obras más recientes en formato digital, cuyo archivo está abierto al público.

El programa *Extensión Cultural* es el encargado de dar a conocer la labor realizada por el Centro de Cine mediante la difusión del cine nacional e internacional, en forma de talleres para escuelas y colegios, atención a personas con necesidades especiales y a comunidades, acompañado por el Ministerio de Relaciones Exteriores, y las diferentes embajadas con presencia en Costa Rica. (Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, s.f.).

El programa *Ibermedia*, por su parte, estimula la coproducción de películas en las comunidades integradas de diecinueve países, entre los que se encuentran naciones de América del Sur y América Central, así como España y Portugal. Estos promueven tanto la ayuda financiera a través de convocatorias abiertas a todos los productores independientes de cine de los países latinoamericanos, como el fomento a la integración en redes de las empresas productoras, para facilitar la coproducción y gestión empresarial. Para el año

2016, el programa había lanzado 22 convocatorias que permite apoyar 636 proyectos de coproducción, la exhibición de 298 películas y otorgado 2.700 becas de formación.

A pesar de que el Centro de Cine constituye uno de los pilares del sector audiovisual costarricense en la actualidad, se considera que su labor se ve diezmada a lo largo de los años, debido a la aparición de programas privados a nivel nacional que desempeñan labores similares. Se citan a manera de ejemplo, los archivos de preservación de obras audiovisuales exhibidas en el Museo de los Niños, el Cine Magaly, entre otros.

Es necesario entonces, que el Centro de Cine se concentre en las líneas de fomento y formación, más que en el sector de preservación. Para ello, resulta fundamental que esta institución se proyecte en forma más intensa y estratégica, pues su accionar es a la fecha desconocido para un gran sector de la población.

Asimismo, con el fin de realmente posibilitar el fomento y la formación en el campo, el Centro de Cine puede participar en alianzas con instituciones como la UCR, el Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC), la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), Ministerio de Educación Pública (MEP), y demás, para promover el estudio y capacitación en el área, principalmente entre niños y adolescentes.

Igualmente, se considera que, desde el punto de vista institucional, el Centro de Cine debe ser reestructurado para la inclusión de otros campos del sector audiovisual distintos al cine, debido al auge de subsectores como la animación, el diseño de videojuegos, y la televisión.

A.1.b. Comisión Fílmica de Costa Rica

La Comisión Fílmica de Costa Rica, es una instancia del Poder Ejecutivo, creada mediante el Decreto N°35384-MCJ-COMEX. Su objetivo es atraer inversión e incentivar la exportación de servicios de la industria audiovisual y cinematográfica. (PROCOMER, 2012)

A la Comisión le compete apoyar los proyectos de promoción del país en el exterior como destino de inversión en materia de filmación y producción cinematográfica, informar al sector sobre trámites aduaneros para el ingreso de bienes y equipos necesarios para la filmación, informar sobre regímenes de exención fiscal para la atracción de inversión privada y procedimientos migratorios; así como la generación de estadísticas y estudios sobre la industria audiovisual y cinematográfica.

Este ente se encuentra integrado por miembros designados por el MCJ y COMEX, como miembros plenos, así como representantes con derecho a voz y voto designados por PROCOMER y el ICT. Igualmente, puede participar un representante del sector privado con derecho a voz y voto, así como delegados del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica y CINDE, con voz, pero sin voto en las sesiones.

En diciembre de 2016, PROCOMER y el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica fortalecieron su alianza, con la finalidad de visibilizar al sector audiovisual. Se otorgó la marca país Esencial Costa Rica a la Comisión Fílmica y al Costa Rica Festival Internacional de Cine. Adicionalmente, se inicia una etapa de apoyo a la industria audiovisual por parte de PROCOMER, y se designa a un Comisionado Fílmico. Este cargo recae en José Castro Chacón⁹, Máster en Mercadeo y actor de reconocida trayectoria.

Según indica Castro, la figura del Comisionado es “como el brazo de la industria fílmica en la parte de comercio. Es una figura que, hoy en día, existe en casi todos los países, sobre todo los que le apuestan a este tipo de industria”. (Sánchez, A. 21 de febrero del 2017).

El tener un Comisionado Fílmico, implica contar con un funcionario dedicado en un 100% a coordinar las labores que por decreto corresponden a la Comisión Fílmica, lo que facilita un mayor análisis de los resultados y oportunidades presentadas por parte del sector.

Castro considera que su rol como Comisionado Fílmico, “tiene que ver con la exportación de productos audiovisuales realizados en el país, tales como series, películas,

⁹ Comisionado Fílmico de Costa Rica (Castro, J. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018)

documentales, etc. Además, se asocia directamente con los esfuerzos que se hacen para atraer inversión extranjera al país, con el objetivo que Costa Rica sea sede de producciones foráneas como series, películas, comerciales, documentales, cortometrajes y videos educativos". (Sánchez, A. 21 de febrero del 2017).

Después del primer año operando con el acompañamiento de un Comisionado Fílmico, se estima que se alcanzan los siguientes logros:

- producción de catálogos de locaciones para la promoción del turismo fílmico (abril 2017), el catálogo de producciones (enero 2018),
- el levantamiento de una base de datos de más de 500 productores interesados en la industria fílmica costarricense,
- la participación de 15 empresas de Producción, Animación y Videojuegos en la feria *Buyers Trade Mission 2017*, la cual produjo 160 citas de negocios entre compradores internacionales de servicios y oferentes locales,
- la presencia de 25 empresas internacionales y 200 citas de negocios en la feria *Costa Rica Services Summit*, y finalmente
- adicionalmente, a través del sitio web oficial de la Comisión, se ha publicado un catálogo de locaciones, que describe las condiciones del país, y las ventajas de realizar filmaciones.

Para el año 2018, se espera concretar el catálogo de proveedores de servicios; adicionalmente se busca promover tanto la inversión extranjera directa en el área, como la promulgación de una ley de cinematografía y audiovisual beneficiosa para los diferentes sectores involucrados, y finiquitar en el desarrollo de una ventanilla única para la tramitación de los documentos requeridos, incorporada a la Ventanilla Única de Inversión (VUI). Lo anterior pretende reducir la cantidad de trámites para dar inicio y desarrollar proyectos en el sector.

Según Castro (Sánchez, A. 21 de febrero del 2017), el principal impacto que tiene esta industria en la economía es la instalación de empresas internacionales y su subsecuente

generación de empleo. Asimismo, influencia al turismo debido a la exposición internacional y el consumo interno de las personas que trabajan en las producciones. Por esta razón, la agenda de la Comisión Fílmica, se basa en la construcción y consolidación de tres pilares: la ventanilla única para procedimientos de producción, incentivos para atraer la inversión extranjera directa, y la producción de un catálogo de locaciones.

Si bien el papel de la Comisión Fílmica es destacado, y produjo resultados tangibles durante el último año, su accionar puede potenciarse a través de alianzas estratégicas, especialmente con el ICT, quien ya forma parte de esta Comisión, CINDE, quien es un miembro con voz, pero sin voto, y el MEP, quien no la integra.

En primer lugar, resulta imprescindible reforzar el papel del ICT dentro de la Comisión, para la concreción de iniciativas que promuevan tanto el sector audiovisual como el turismo, a través de la declaratoria de interés público de las actividades relacionadas con la filmación.

Complementariamente, podría considerarse algún esquema o categoría particular para el turismo fílmico¹⁰, ya que es una modalidad que promueve no solo la industria audiovisual, sino también el sector turístico y sus industrias conexas, los cuales son la principal fuente de economía costarricense.

Asimismo, la coordinación de esfuerzos con el MEP y otros entes relacionados con la educación básica, contribuirían a la creación de capacidades en el área, así como el interés por el resto de la población en el arte, cultura y desarrollo de capacidades relacionadas con la innovación y el uso de tecnologías de la información. Finalmente, en el caso de CINDE, este debe formar parte de la Comisión como miembro con voto, debido a su importancia en el área como agencia de promoción de inversiones, lo cual ofrecería nuevas oportunidades de crecimiento para la industria costarricense.

¹⁰ Actividad de ocio ligada a ubicaciones geográficas relacionadas con el cine. Los destinos turísticos objeto de esta actividad incluyen los sitios donde se desarrolla la trama de una película, los lugares de rodaje de producciones cinematográficas, las ciudades donde se ubican grandes estudios cinematográficos, poblaciones ligadas a la vida de actores, productores, guionistas o directores, museos, plazas y otros lugares relacionados con el cine, y sitios donde se realicen proyecciones al aire libre.

A.1.c. Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART)

El Sistema Nacional de Radio y Televisión, conocido comercialmente como SINART Costa Rica Medios, es una institución autónoma creada a través de la Ley N°8346 del 15 de setiembre de 1978, *Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural*. Tiene a su cargo múltiples medios de comunicación públicos, entre ellos Trece Costa Rica Televisión (anteriormente Canal 13), las emisoras radiales Costa Rica Radio 101.5 FM y 590 AM (anteriormente Radio Nacional), la revista Contrapunto y su versión en línea Costa Rica Interactiva (anteriormente SINART Digital). (Sicultura, s.f.)

El Sistema tiene como fin “captar las audiencias de todos los grupos poblacionales, principalmente en zonas rurales y sectores marginales de la población, por medio de producciones y transmisiones dirigidas a difundir la educación, la ciencia y la tecnología, así como los valores culturales”. (Sicultura, s.f.)

Igualmente, además de llevar la educación, información y tecnología a los costarricenses, SINART pretende incurrir en el desarrollo cultural a través de manifestaciones artísticas como el audiovisual, la música, la danza, el teatro, la lírica y las artes plásticas en general.

Según el *Informe de Evaluación del Plan Operativo Institucional y del Presupuesto*, publicado en el 2015 como resultado del Plan Institucional para ese año, y su presupuesto operativo, señala que para el año 2015, la meta con respecto al área de la Televisión por parte de SINART, fue de aumentar el tiempo de programación total en un 28% para el año 2015. En el caso de la radio, se planteó incrementar en un 0.17% el alcance de sus programas radiofónicos.

Para el cierre del periodo, los resultados en torno a la televisión mostraron un incremento de solo el 16.28% mientras que en la radio se superó la meta prevista, con un 0.33% más de alcance. Dichas cifras demuestran que, si bien SINART consigue mantenerse en la programación, su papel en la televisión es cada vez menor, mientras que en radio demuestran una ligera mejora en su alcance y consumo.

A.1.d. Canal 15 UCR

Canal 15 UCR es el nombre que recibe en la actualidad el canal de televisión inaugurado por la UCR el 26 de agosto de 1982, llamado Sistema Universitario de Televisión Canal UCR, cuyo propósito primario es la “divulgación de programas científicos, humanísticos, periodísticos, educativos, de entretenimiento y destacar aquellos relacionados con la realidad costarricense”. (UCR, s.f.).

Canal 15 UCR produce el 57% de su propia programación, siendo el 61% de su oferta de origen costarricense, producto de convenios con otras universidades estatales, tales como la UNA y la Universidad Nacional Estatal a Distancia (UNED). El 43% restante de su transmisión, corresponde al material comprado a cadenas televisivas internacionales (23%), y material adquirido producto de convenios con televisoras iberoamericanas. (20%). (UCR, s.f.).

Este medio se caracteriza por la emisión de noticias y comunicados oficiales dirigidos a la población estudiantil de la UCR, así como por la exposición ofrecida a artistas en los campos de la danza, la música y las artes plásticas, principalmente, pertenecientes a las facultades de Bellas Artes y de Letras de la UCR, y la Escuela de Ciencias del Deporte de la UNA.

En este punto, se considera fundamental que para el ejercicio de las labores para las cuales tanto SINART como Canal 15 UCR fueron creados, así como para su participación en el desarrollo cultural, actualicen su imagen y oferta productiva.

Lo anterior debido a que no son consideradas pilares en el campo, por su rezago en el ámbito visual, en comparación con sus principales competidoras, ocasionando que no sean apreciadas como colaboradoras del desarrollo del sector audiovisual, y sus aportes en este campo no tengan tanto alcance. A diferencia de lo que sucede con empresas privadas dedicadas a las mismas actividades, por ejemplo, Televisora de Costa Rica y Repretel.

A.1.e. Inversión pública en la industria audiovisual

El Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN), define las instituciones y estructuras dentro del sector público que componen los sectores del aparato público. Para efectos de la presente investigación, se analizará únicamente el sector cultural, debido a que es este el que engloba la industria audiovisual.

Este sector se encuentra conformado por entes del sector central¹¹ y descentralizados funcionales¹². Según datos del 2010, el sector administraba para ese año el 0.16% del presupuesto total nacional asignado. De ese porcentaje, el MCJ administra hasta un 89.1% que se divide en sus instituciones adscritas¹³, y SINART un 9.2% debido a que ambas instituciones representan cerca del 98% del sector. (MIDEPLAN, 2010)

El MCJ (2013), en su publicación *Aporte Económico del Ámbito Público a la Cultura Costarricense. Periodo 2010-2012*, indica que los principales segmentos del sector público que financian el sector audiovisual son, en orden de prioridad: los gobiernos locales, el gobierno central, los órganos desconcentrados, instituciones descentralizadas no empresariales, empresas públicas no financieras, y las instituciones públicas financieras.

Las principales actividades y productos culturales que reciben financiamiento por parte del sector público, corresponden a videos, anuncios y campañas sobre temas de interés público.

¹¹ El sector central está conformado por los tres Poderes de la República, con sus respectivos ministerios y dependencias internas, y el Órgano Electoral.

¹² El Sector Público Descentralizado Institucional se compone por 34 instituciones autónomas, 13 órganos adscritos, 8 instituciones semiautónomas, 25 empresas públicas, 46 entes no estatales, y un ente administrador de fondos públicos con sus respectivas misiones institucionales. (MIDEPLAN, 2010)

¹³ Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, el Centro Cultural e Histórico José Figueres Ferrer, el Centro Nacional de la Música, la Comisión Nacional para la Defensa del Idioma, el Consejo Nacional de Política Pública de la Persona Joven, la Dirección General del Archivo Nacional, el Museo de Arte Costarricense, el Museo de Arte y Diseño Contemporáneo, el Museo de la Educación Costarricense Omar Dengo, el Museo Dr. Rafael Ángel Calderón Guardia, el Museo Histórico Cultural Juan Santamaría, el Museo Nacional de Costa Rica, el Teatro Nacional y el Teatro Popular Melico Salazar

Adicionalmente, según la publicación *Aporte Económico del Ámbito Público a la Cultura Costarricense. Periodo 2010-2012*, última publicación que incluye datos sobre el sector audiovisual, la inversión pública en el sector audiovisual, fue de ₡3.137,20 millones para el año 2010, ₡2.767,02 millones para el 2011 y ₡3.768,51 millones durante el año 2012. Dicha inversión tuvo como único consumidor los hogares, de manera que son actividades económicas que corresponden al sub sector de la televisión y radio, específicamente en forma de videos y anuncios sobre instituciones y servicios públicos.

Según el *Presupuesto Ordinario 2017 de SINART*, SINART posee un presupuesto anual de ₡7.834,3 millones, del cual ₡1.441,4 millones corresponde al aporte del Gobierno Central, según el registro presupuestario 213-020-601-202 con base en la Ley N°9411, *Ley de Presupuesto Ordinario y Extraordinario de la República para el Ejercicio Económico del 2017*. (SINART, s.f.)

En la tabla siguiente, se describe el detalle del origen y aplicación de fondos, como parte de su presupuesto ordinario para el año 2017.

Tabla 1.
Detalle de origen y aplicación de fondos SINART S.A.
Periodo 2017

| Descripción | Monto | Descripción | Monto | Totales |
|---------------------------|------------------|---------------------------|------------------|------------------|
| Transferencias corrientes | 1.441.424.592,00 | | | |
| | | Remuneraciones | 1.441.424.592,00 | |
| | | Sub-total | | 1.441.424.592,00 |
| Publicidad e Impresión | 2.417.942.587,74 | | | |
| | | Remuneraciones | 2.132.362.673,74 | |
| | | Servicios | 80.240.000,00 | |
| | | Materiales y Suministros | 145.900.000,00 | |
| | | Bienes duraderos | 10.000.000,00 | |
| | | Transferencias corrientes | 49.439.914,00 | |
| Renta Activos Financieros | 5.000.000,00 | | | |
| | | Servicios | 5.000.000,00 | |
| Renta servicios | 3.970.000.000,00 | | | |
| | | Servicios | 3.970.000.000,00 | |

| | | | | |
|-------|------------------|-----------|--|------------------|
| | | Sub-total | | 6.392.942.587,74 |
| Total | 7.834.367.179,74 | | | 7.834.367.179,74 |

Fuente: SINART, s.f.

Finalmente, es importante mencionar el caso de los aportes a la industria audiovisual que realiza la UCR. Para el año 2017, el presupuesto de la UCR ascendió a los ¢332.542.644.000,00, según el *Presupuesto Ordinario 2017*. El presupuesto asignado para la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC), correspondió a ¢1.462.961.788,40, es decir, 0.43% del presupuesto total de la institución, lo que la coloca como una de las quince unidades académicas con mayor presupuesto, de un total de 47. (UCR, 2018).

Cabe destacar, que la ECCC ofrece la carrera de Ciencias de la Comunicación Colectiva con varios énfasis, única carrera de este centro de enseñanza relativa a la industria audiovisual, impartida exclusivamente en la Ciudad Universitaria Rodrigo Facio. (UCR, s.f.).

Igualmente, se destaca el papel de Canal 15 UCR. Según el *Presupuesto Ordinario 2017 de la UCR*, este posee un presupuesto anual de ¢1.254.788.927,28, que corresponde a un 0.37% del total del presupuesto total de esta institución. (UCR, 2018)

La inversión realizada por las instituciones mencionadas, así como el grupo de trabajo del sector audiovisual, presidido por representantes del MCJ y desarrolladores de la visión 2021, poseen un importante impacto en los factores económicos, legales y sociales, que se desarrollan en apartados posteriores, los cuales destacan la importancia de este sector en la economía y la necesidad de desarrollar iniciativas para su fomento.

A.2. Factores económicos asociados a la industria audiovisual

A continuación, se exponen los principales factores económicos asociados al desarrollo de la industria audiovisual, entre los cuales se encuentran el PIB y el valor agregado cultural, el empleo y ocupación en el sector, la producción y el consumo, y balanza comercial, temas en los cuales se profundiza en los apartados posteriores.

A.2.a. Producto Interno Bruto (PIB) y valor agregado cultural

La CSCCR, es la primera cuenta satélite cultural de Centroamérica y el Caribe, el quinto sistema de este tipo en América Latina, y el séptimo, a nivel mundial; además, es la primera Cuenta Satélite en el país en publicar, durante el año 2013, resultados cuantitativos en materia de inversión, PIB y valor agregado del sector cultura. (MCJ, 2016).

Complementariamente, dentro de las *Metas Sectoriales del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2006-2010*, se fijó como objetivo “visibilizar el aporte de la cultura al PIB de Costa Rica, y aumentar su relevancia en la economía por medio de la ampliación de oportunidades de desarrollo productivo a creadores y artistas”.

La indicada meta se ahondó en el PND 2011-2014, a través de la Acción Estratégica de Cultura, Economía y Desarrollo, la cual pretende “visualizar el aporte del sector artístico al desarrollo económico y social costarricense mediante mecanismos de construcción y participación ciudadana” (MCJ, 2013, p. 4).

Este compromiso se reafirma en el PND 2015-2018, última publicación disponible, en el cual se apuesta por el fortalecimiento de las organizaciones socioculturales y de los emprendimientos como medio de enriquecimiento cultural, y como herramienta de transformación social, para el ejercicio de los derechos culturales, la reducción de la desigualdad y exclusión social, y la generación de una mejor calidad de vida. Esto reafirmado a través de mediciones que determinan la importancia del sector cultural en el país. (Gobierno de Costa Rica, 2018).

A través de dichas mediciones, se determinó que el PIB cultural se encuentra delimitado por los sectores de: publicidad, educación artística, audiovisual, editorial, diseño, música y artes escénicas, las cuales para el año 2012, representaron el de 2.18% del PIB total.¹⁴

¹⁴ Los datos corresponden a la última medición puesta a disposición por parte del MCJ. (MCJ, 2013)

Según datos del MCJ (2013), para el año 2012 el valor agregado generado por los sectores editorial, audiovisual y publicidad, que se consideran para el PIB cultural, ascendió a los €315.273 millones, correspondientes al 1.4% del PIB total.

Para el año 2012, el sector audiovisual representó el 31.1% del PIB cultural, solo superado por el sector de publicidad, con un 55.4% de participación cultural. Durante el año 2015, no se realizaron mediciones oficiales de la participación sectorial de todas las áreas de la industria cultural. No obstante, según el informe *CSCCR: Principales Resultados 2010-2015* (MCJ, 2016) la participación en el PIB total del sector audiovisual, corresponde al 0.40%, como se observa en la tabla siguiente:

Tabla 2.
Composición porcentual del valor agregado al PIB cultural, según sector
Periodo 2010-2015

| SECTORES | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| Publicidad | 0,9% | 0,9% | 0,9% | 0,9% | n.d. | n.d. |
| Educación Cultural y Artística | 0,3% | 0,5% | 0,5% | n.d. | n.d. | n.d. |
| Audiovisual | 0,45% | 0,46% | 0,44% | 0,4% | 0,5% | 0,4% |
| Editorial | 0,2% | 0,2% | 0,2% | n.d. | n.d. | n.d. |
| Diseño | 0,1% | 0,1% | 0,1% | n.d. | n.d. | n.d. |
| Música | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,1% | n.d. | n.d. |
| Artes Escénicas | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | n.d. | -n.d. |
| Total | 2,14% | 2,21% | 2,18% | 1,4% | 0,5% | 0,4% |

n.d: no disponible

Fuente: Equipo Técnico de la CSCCR (MCJ,2016)

Como se observa en la tabla anterior, durante los años 2010-2012, los siete sectores culturales productivos representaron en promedio, el 2.17% del producto interno bruto.

En vista de esta situación, y con el fin de ahondar en la importancia de la cultura en la economía, el grupo técnico de la CSCCR, realizó, durante el año 2013, un estudio comparativo en donde se aprecian los aportes culturales de los sectores editorial, publicidad y audiovisual, tomando también en consideración bienes tradicionales insignia de la economía nacional, como lo son el cultivo de banano y el cultivo y manufactura del café. Los resultados de dicha comparación, se incluyen en la tabla siguiente.

Tabla 3.
Comparación de aportes al PIB de los sectores culturales, banano y café
Periodo 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% |

Fuente: Equipo Técnico de la CSCCR (MCJ,2016)

La diferencia entre los aportes al PIB del sector audiovisual, y el cultivo de dos de los principales productos de exportación, es de solo el 0.37%, razón por lo cual, entre los exponentes sectoriales, y los entes cuantificadores del impacto cultural en la economía, resulta cuestionable la importancia dada a uno de los sectores, por encima del otro.

Producto de la presente investigación se considera que, si bien la economía costarricense en la actualidad se encuentra conformada tanto por bienes como servicios, y se incursiona en el desarrollo de nuevas tecnologías y productos no tradicionales; la sociedad continúa siendo tradicionalista con sus productos insignia, como lo son el café y el banano, a pesar de que existan otros bienes que generen rendimientos mayores o equiparables. Ejemplo de ello es que, en la actualidad, el principal producto de exportación son los dispositivos médicos, y la industria de servicios cobra relevancia dentro de la economía.

Dicha brecha es incluso menor, al comparar el aporte del sector audiovisual costarricense con las industrias homólogas españolas y uruguayas, máximos exponentes tanto de las mediciones de cuentas satélites, como del desarrollo sectorial en Iberoamérica¹⁵, las cuales, reciben un aporte por parte del sector audiovisual, del 0.79% y 0.45%, respectivamente, para el año 2010, mientras que, en el mismo periodo, el aporte a la economía costarricense fue del 0.50%. (MCJ, 2016)

¹⁵ Conformada por países de habla hispana y portuguesa. Relativo de España y Portugal. (Egeda, 2017)

Con base en lo anterior, es posible confirmar que la economía nacional evoluciona en dos vías en los últimos años. En primera instancia, sufre una transformación en su oferta de bienes, orientados en la actualidad hacia la especialización y un mayor valor agregado, así como la evolución de bienes a servicios en su oferta exportadora. No obstante, su industria audiovisual aún se encuentra rezagada en comparación con otros países hispanohablantes.

En ambos casos, las mediciones sectoriales consideran aspectos más allá de la cuantificación de sus índices o productos generados, como lo son, por ejemplo, el mapeo del sector audiovisual realizado por la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura de Uruguay (2009), a través de su publicación *Hacia la Cuenta Satélite en Cultura del Uruguay*. La indicada publicación expone los principales retos, así como oportunidades de mejora para el fortalecimiento de las economías culturales, incluida la industria audiovisual.

Asimismo, uno de los principales factores que posibilita el auge de la producción audiovisual española y uruguaya, a pesar de que su participación en el PIB es semejante a la costarricense, es la importancia que reciben sus producciones dentro del sector cultura.

En España, por ejemplo, las producciones importadas provenientes de países angloparlantes no son exhibidas en los cines nacionales hasta que hayan sido dobladas al español, como medida de protección de su lengua y cultura, y existe una gran cantidad de casas productoras de contenido 100% nacional. En los últimos años se evidencia un gran auge de las producciones españolas, como *La casa de papel*, *Las chicas del cable*, *Élite*, *Velvet*, *El Barco*, *El internado*, entre otras; las cuales trascienden fronteras y son gustadas en diversos mercados, incluyendo el costarricense, gracias a su presencia en la plataforma *Netflix*.

Con respecto al valor agregado cultura, el aporte a la economía del sector audiovisual a la economía evidencia estabilidad y crecimiento progresivo desde el año 2010, representando un 21.3% en el año 2010, un 21% en el año 2011, un 20% durante el 2012, y finalmente un 31.1% para el 2013, año para el cual, como se evidencia en la siguiente tabla, el valor

agregado del sector ascendió los ₡109.681,3 millones, solo superado por el sector publicidad con ₡227.200,9 millones. (MCJ, 2016)

Tabla 4.
Valor agregado del sector audiovisual y sus actividades económicas

Periodo 2010-2015

Datos expresados en millones de colones costarricenses

| DESCRIPCIÓN | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Sector audiovisual | 89.056,8 | 99.078,1 | 101.936,7 | 109.681,3 | 122.811,2 | 130.085,1 |
| Servicio de televisión por suscripción | 56.160,7 | 62.676,2 | 61.201,9 | 64.013,7 | 73.395,6 | 73.563,7 |
| Programación y transmisión de televisión, programación de radio y agencias de noticias | 23.384,6 | 25.939,8 | 29.538,2 | 33.965,9 | 36.895,5 | 41.475,4 |
| Distribución y exhibición de películas cinematográficas y cintas de vídeo | 5.567,7 | 6.431,6 | 6.731,1 | 6.809,5 | 6.686,2 | 8.664,9 |
| Cine y video | 3.188,1 | 3.247,8 | 3.612,2 | 3.962,0 | 4.622,9 | 4.985,9 |
| Animación digital, videojuegos y multimedia | 755,8 | 782,6 | 853,4 | 930,1 | 1.211,1 | 1.395,3 |

Fuente: Equipo Técnico de la CSCCR (MCJ,2016)

Como se evidencia en la tabla anterior, las principales actividades productivas del sector audiovisual, son el servicio de televisión por suscripción y la programación y transmisión de televisión, radio y actividades de agencias de noticias; mientras que las actividades restantes, como la distribución y exhibición de películas cinematográficas, el cine y video, y la animación digital y multimedia, poseen una participación menor, que ronda entre el 1.9% y el 0.2% del valor agregado total del sector.

A.2.b. Aportes al empleo

Según el MCJ (2013), para el año 2012, el aporte de los cinco sectores culturales al empleo, correspondió al 1.6% del total de personas ocupadas. Para el año 2010, el total de personas ocupadas en el sector audiovisual fue de 9.396 empleos directos, 9.678 para el año 2011 y

9.596 para el año 2012, es decir, cerca el 30% del total de empleados culturales, de aproximadamente 30.000 personas ocupadas.

La siguiente tabla refleja la cantidad total de personas empleadas en el sector audiovisual, una amplia mayoría corresponde principalmente a colaboradores del sub sector del servicio de televisión por suscripción, con 5.647 empleados durante todo el periodo de estudio, en promedio. (MCJ,2013)

Tabla 5.
Personas ocupadas, según actividad económica del sector audiovisual
Periodo 2010-2012

| Actividad | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Sector audiovisual | 9.396 | 9.678 | 9.596 |
| Cine y video | 804 | 800 | 945 |
| Radio, televisión y agencias de noticias | 2.920 | 2.986 | 3,216 |
| Servicio de TV por suscripción | 5.672 | 5.832 | 5.435 |

Fuente: Equipo Técnico de la CSCCR (MCJ,2013)

La medición efectuada por el MCJ (2013), no incluye otras actividades como la animación audiovisual y el diseño de videojuegos, debido a que a la fecha no existen mediciones oficiales por parte del INEC, que cuantifiquen a los empleados formales en dichos sub sectores, ni una forma de cuantificar los empleos informales en el área.

Asimismo, a las cifras presentadas por parte del MCJ, deben adicionársele los datos del empleo indirecto generado. Por ejemplo, el producido por las empresas asociadas turismo, que se ven beneficiadas producto del traslado de locaciones de los proyectos audiovisuales a zonas turísticas como playas y montañas, así como del ingreso de extranjeros que posteriormente visitan el país por la influencia de estos proyectos. (PROCOMER, s.f.).

En relación con el estado del empleo y ocupación en el sector audiovisual, Daniel Alarcón Villamizar¹⁶ opina que el principal valor agregado que puede ofrecerle esta industria a la sociedad, son los puestos de trabajo calificados que genera. Adicionalmente, considera que el trabajo realizado por los profesionales en el área es de calidad, caracterizado por la capacidad técnica y creativa del personal involucrado, así como la formación en habilidades blandas como el manejo de distintos idiomas.

No obstante, la principal dificultad evidenciada, y que compromete el desarrollo del empleo es que algunos puestos laborales en el área no son reconocidos por el Ministerio de Trabajo, el Ministerio de Hacienda, ni la CCSS. Empleos como *gaffers* (encargados de iluminación), *grips* (encargados de soporte y movimiento de cámara), diseñadores sonoros, directores de fotografía, editores de audio, coloristas, entre otros son desarrollados en la actualidad, pero no son reconocidas y por ende caen la informalidad. (Alarcón, D. Comunicación personal, 19 de mayo del 2017).

Sobre este punto, resulta fundamental que el sector público actualice la lista de empleos reconocidos por el Ministerio de Trabajo, el Ministerio de Hacienda, y la CCSS, para ajustarla a la realidad nacional actual y a las necesidades de los trabajadores. De esta forma, se contribuye a la visualización de empleos, no solo en el área de servicios audiovisuales, sino también en los demás sectores productivos.

Igualmente, con el reconocimiento de estos empleos, se cuenta con una base más amplia para el ejercicio de las competencias del sector público, y Costa Rica se presenta como un país que no solo reconoce estas profesiones y oficios, sino también que las respalda, promoviendo el pleno empleo y la creación de capacidades en el área.

¹⁶ Ingeniero, diseñador de sonido y Director Técnico de *Luciérnaga Producciones*. (Alarcón, D. Comunicación personal, 19 de mayo del 2017)

A.2.c. Producción y consumo

Se entiende como producción la acción de realizar un proyecto audiovisual en su totalidad (preproducción, producción y postproducción), y consumo, su puesta en disposición ante un público quien puede adquirir este tras mediar un pago directo o indirecto, a través de distribuidores o exhibidores.

Con respecto a la producción cultural, según datos de la CSCCR, para los años 2010, 2011 y 2012, últimas mediciones existentes, la producción total del sector audiovisual fue de ₡179.738,36 millones, ₡207.450,77 millones, y ₡220.282,66 millones, respectivamente; evidenciando un crecimiento del 6.3% para el año 2012. (MCJ, 2013).

Las principales actividades productivas del sector audiovisual, consideradas por el MCJ (2016), para la medición del sector audiovisual en el periodo 2010-2015, y su respectiva producción cultural expresada en millones de colones, se exponen a continuación:

Tabla 6.
Producción cultural, según actividad económica del sector audiovisual
Periodo 2010-2015
Datos expresados en millones de colones costarricenses

| DESCRIPCIÓN | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Sector audiovisual | 186.506,3 | 205.526,7 | 222.624,2 | 237.451,7 | 277.016,5 | 293.800,2 |
| Servicio de televisión por suscripción | 120.828,6 | 132.604,9 | 143.591,9 | 149.366,9 | 180.409,9 | 189.430,4 |
| Programación y transmisión de TV, radio y agencias de noticias | 40.541,7 | 44.863,0 | 49.872,1 | 56.373,7 | 62.934,2 | 66.272,7 |
| Distribución y exhibición de películas cinematográficas y cintas de vídeo | 13.694,5 | 16.252,3 | 16.810,1 | 18.192,5 | 18.412,8 | 22.329,2 |
| Cine y video | 10.142,7 | 10.463,7 | 10.832,9 | 11.807,8 | 13.009,7 | 13.149,1 |
| Animación digital, videojuegos y multimedia | 1.298,9 | 1.342,8 | 1.517,2 | 1.710,8 | 2.249,8 | 2.618,8 |

Fuente: Equipo Técnico de la CSCCR (MCJ,2016)

Nuevamente, se evidencia que la medición de la producción cultural en el sector audiovisual ofrece valores menores en las áreas de cinematografía, video, animación y videojuegos, en comparación con la televisión y las actividades de agencias de noticias, las cuales incluso, muestran un crecimiento mayor desde el año 2010. Igualmente, según datos del MCJ (2016), en su publicación *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: ¡La cultura cuenta!*, para el año 2012, el sector audiovisual representó aproximadamente un 24% de la producción total cultural del país, correspondiente a ₡898.870 millones.

Sobre este porcentaje de participación en el sector y en la economía, Castro opina que la industria audiovisual tiene el potencial para convertirse en uno de los máximos exponentes de la cultura, debido al crecimiento que ha evidenciado en los últimos veinte años, y al tratarse de una industria relativamente joven. (Entrevistado #12. Comunicación personal, 8 de enero del 2018).

El informe *El Sector Audiovisual de Costa Rica: datos y competitividad*, señala que “los inicios de la producción independiente se dieron hasta finales de los años setenta e inicios de la década de los ochenta, con películas que cubrían temas diversos, desde las luchas insurgentes en Centroamérica, hasta leyendas” (MCJ, 2017). No obstante, existe documentación de proyectos audiovisuales que datan de 1930, como evidencia el anexo #19.

Más recientemente, la Comisión Fílmica de Costa Rica, ha desarrollado iniciativas concretas para incrementar la producción audiovisual específicamente en los canales de cine y televisión, según expresa su Comisionado Fílmico:

Costa Rica está avanzando a pasos gigantes, el año pasado se estrenaron dieciocho largometrajes, seis series de acción y hay en producción trece proyectos para el 2018, es un año histórico. En total en los últimos diez años se han realizado más de noventa producciones de largometrajes y serie, más todos los comerciales y videos internacionales que se filman año con año.

Castro, J. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018.

Con base en lo anterior, es posible concluir que la producción de material audiovisual en sus diferentes subsectores tiende al alza, especialmente en los campos de cinematografía y televisión, destacando en el caso de este último el papel de la suscripción por televisión y las agencias de noticias, y no necesariamente programas televisivos de ficción.

En relación con el consumo de los productos generados, a la fecha no existen mediciones que cuantifiquen los ingresos o consumo real de las producciones, debido a la dificultad de realizar mediciones sobre las intangibles digitales, por factores como la transmisión electrónica y la piratería. No obstante, en el área del cine, existe el *ranking* de las producciones según su taquilla, o cantidad de espectadores.

Bajo dicho parámetro, la película producida por el elenco de la 1/2 Docena, *Maikol Yordan de viaje perdido* (2014), es, a la fecha, la película nacional más taquillera de la historia, superando los 300.000 espectadores en menos de dieciocho días de exhibición, cifra incluso mayor a la de la producción internacional *Maleficent* (2014), estrenada durante el mismo año. (Herrera, M. 26 de enero del 2016). La producción costarricense tuvo una recaudación de US\$3.0 millones, y contó con la asistencia de más de 770.000 espectadores.

No obstante, a pesar de que la producción nacional recibió el apoyo del público durante las primeras semanas de su proyección, no fue merecedora de buenas críticas por parte de los expertos. Por ejemplo, el crítico de cine William Venegas, escribió en su reseña: “La película *Maikol Yordan de viaje perdido* busca risas de los espectadores a partir de diseñar un campesino estúpido, tontoneco y soso, capaz de hablar más que un heredero inconforme. Inaceptable sesgo ideológico”. (Venegas, W. 21 de diciembre del 2014).

Dicha crítica incluso fue objeto de debate dentro del gremio de productores audiovisuales, pues existen expertos que argumentan, que el cine solo debe ser apoyado si su contenido es de calidad, y no únicamente por ser nacional; mientras que otro grupo promueve y promociona su contenido, debido a que “retrata la idiosincrasia del costarricense” (Castillo, A. Comunicación personal 8 de febrero del 2018).

Contrariamente, Alarcón considera que uno de los principales retos presentados para las empresas en este sector, para potenciar el desarrollo de sus producciones, es luchar contra los “estándares de calidad mediocres, y la incapacidad del sector de reaccionar y moverse ágilmente como se necesita para llevar a cabo producciones”. (Alarcón, D. Comunicación personal, 19 de mayo del 2017).

Sobre esta necesidad de producir contenido de calidad, y que resulte atractivo para su consumo en el extranjero, el representante de la Universidad Véritas entrevistado, el cual opta por no revelar su identidad, mantiene la postura de que el país posee el potencial necesario para desarrollarse en el sector audiovisual, pero que este requiere invertir más en la calidad de sus producciones. "El reto principal por supuesto es hacer crecer al sector. Hacer más producciones y de mayor calidad, pero por un precio justo, no de gratis" Asimismo, resalta la importancia de generar una industria regional y con proyecciones a la internacionalización, y no solo para el mercado local. (Representante de la Universidad Véritas. Comunicación personal, 16 de febrero del 2018)

En complemento con lo anterior, Castro considera que “la forma de incrementar el consumo de las producciones locales, no solo dentro de Costa Rica, sino también para hacerlas producto de exportación, es mediante las mejoras en la calidad de los guiones, en cuanto a aspectos técnicos, para que la historia cautive más al público” (Castro, J. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018)

Sobre este punto, se coincide con la opinión de Alarcón en que se debe mejorar la calidad de las producciones audiovisuales, en primer lugar, para ofrecer contenido acorde a las capacidades de los artistas y técnicos en el área, y para lograr colocar los productos en el extranjero, especialmente en aquellos países con una industria audiovisual propia, que pueda fungir como aliada en el futuro para nuevas producciones.

Un instrumento para alcanzar este fin, es la plataforma estadounidense *Netflix*, la cual, para febrero del 2018, contaba con cerca de 117,6 millones de suscriptores en todo el mundo. (Infobae, 19 de febrero del 2018).

El largometraje nacional *Presos* (2015), del cineasta Esteban Ramírez, se convirtió el 19 de enero del año 2017, en la primera película costarricense en ingresar a esta plataforma, con un contrato bajo la modalidad catálogo abierto, que la hizo accesible para 190 países, durante 18 meses.

Según su director, Esteban Ramírez “este logro no solo me beneficiaría a mí, sino a todo el cine tico. Es una ventana que se abre para la producción local, pues es otro espacio para distribuir y negociar películas. Además, *Presos*, podría verse en países en los que, si no fuera por *Netflix*, sería muy difícil llegar” (Sánchez, A. 16 de enero del 2017).

De acuerdo con Ramírez, el proceso de inclusión de su película fue relativamente sencillo, y se negoció directamente con la distribuidora de la cinta (la empresa colombiana Cineplex), quien ofreció el filme a los visores de la compañía estadounidense, que posteriormente fue admitida entre su catálogo internacional.

A pesar de que el monto pagado por *Netflix* para los derechos de la película no son públicos, es sabido que esta empresa paga por series y películas ajenas a sus productoras de acuerdo con un algoritmo que determina su valor, y no según las reproducciones en el sistema. Otros esquemas en los cuales incursiona la película *Presos* (2015), es en la televisión por cable, *streaming* y *on demand*, gracias a la venta de sus derechos de transmisión en los Estados Unidos a la compañía *Home Box Office* (HBO), la plataforma *iTunes* para América Latina, y las rutas de línea aérea Emirates, en sus vuelos locales e internacionales. (Sánchez, A. 16 de enero del 2017).

Para el año 2017, *Presos* (2015), y la producción guatemalteca *Ixcánul* (2015), eran las únicas películas centroamericanas exhibidas alrededor del mundo en la plataforma de *Netflix*. No obstante, el largometraje *Buscando a Marcos Ramírez* (2017), del director Ignacio Sánchez, se convirtió en el mes de octubre del 2018 en la segunda película costarricense en ingresar a la oferta de contenido de la plataforma, en las mismas condiciones que su predecesora.

Con base en lo anterior, a pesar de que el ingreso por parte de las producciones nacionales a la plataforma *Netflix* y sus competidoras no ofrecen rendimientos cuantificables ni basados en su consumo como sucede tradicionalmente en este sector, es posible confirmar que dichos productos son exportables, en virtud de que su consumo se realiza en el extranjero.

Asimismo, se considera que la principal ventaja que ofrece este medio de comercialización al sector audiovisual no es de tipo económico, sino que radica en la oportunidad de visualización de la obra, especialmente en países en donde su proyección en salas de cine es virtualmente imposible debido a las trabas en el mercado y el escaso renombre internacional con el cual cuentan las producciones costarricenses.

Adicionalmente, se considera que a pesar de que el canal tradicional de comercialización para el cine son las salas de cine, los artistas en este ámbito deben de evolucionar junto con su entorno. Esto debido a que las plataformas de transmisión digital y *on demand* como *Netflix*, *Hulu*, *iTunes*, *HBO Go*, *Amazon Prime*, *Movistar Play* y *Crackle*, son los más utilizados por los consumidores, gracias a las ventajas ofrecidas por sus empresas. Entre dichas ventajas se incluyen una amplia oferta de contenido, portabilidad y acceso ilimitado, a lo cual se le suma la existencia de apps que facilitan los procesos de navegación en teléfonos, tabletas y computadoras.

Finalmente, con respecto al consumo de producciones audiovisuales variadas, según la Encuesta Nacional de Cultura del INEC, se reconocieron para el año 2013, los siguientes patrones de consumo relacionados con el sector audiovisual. (MCJ, 2017)

- El 93,6% de la población de 5 años y más que fueron encuestados (4.346.737 personas) vio televisión al menos uno de los últimos siete días, convirtiéndose en la actividad cultural de mayor frecuencia entre la población de Costa Rica.
- Los programas más vistos por la población de 12 años y más que vio televisión (3.546.811 personas) fueron los noticieros (59,5%), seguidos por las películas (25,2%) y las telenovelas (23,9%).

- El 57,3% de la población de 5 años y más escuchó radio en los últimos siete días.
- El 36,5% de la población de 5 años y más asistió al menos una vez al cine en los últimos 12 meses.
- El 19,7% de la población de 12 años y más vio películas costarricenses en los últimos 12 meses (744.509 personas), siendo la televisión el medio que más utilizó para verlas (74,1%).
- El 33,9% de la población de 5 años y más vio videos musicales en los últimos 30 días.
- El 28,9% de la población de 5 años y más jugó videojuegos en los últimos 30 días. Los dispositivos más utilizados por las personas de 12 años y más para jugarlos fueron las consolas (63,5%), seguidas por los celulares o teléfonos móviles (19,9%) y las computadoras (11,6%).
- El 43,9% de la población de 5 años y más que usó internet en los últimos 30 días (2.412.934 personas) lo hizo para ver o descargar películas o videos y el 38,6% jugó o descargó videojuegos (la segunda y tercera actividades culturales de mayor frecuencia realizadas en internet, después de escuchar o descargar música, con un 62,9%).

Con base en lo anterior, es posible confirmar que en Costa Rica los sectores de cine y televisión poseen un papel preponderante, como se señaló a través de la determinación de la producción de materiales audiovisuales. Asimismo, es posible observar una tendencia a consumir estos productos a través del internet, lo cual supone una oportunidad de mercado para la producción nacional, de transmitir sus productos a través de este medio.

A.2.d. Balanza comercial

Con respecto al comercio de servicios de la industria audiovisual, existe cierta dificultad para obtener datos reales sobre la exportación e importación, debido a sus características intrínsecas, y a la forma en que estos son comercializados, a diferencia de los bienes.

En el año 2009, el Comité del Fondo Monetario Internacional sobre Estadísticas de Balanzas de Pagos (OMC, 2010), expuso sobre los desequilibrios o asimetrías mundiales

en el periodo 2002-2008, al comparar datos por servicios totales con sus valores desagregados por componentes de servicios o interlocutores, concluyendo que:

Muchos factores contribuyen a que se produzcan tales asimetrías: errores en la asignación, utilización de distintos umbrales para registrar las transacciones, momentos distintos del registro, dificultades en la identificación geográfica del interlocutor, etc. Para solucionar los problemas de asimetría, con varias iniciativas regionales y bilaterales se trata de conciliar las estadísticas. En el procedimiento habitual (denominado "ascendente"), grupos de dos o más países estudian las principales asimetrías para encontrar su causa y tomar las medidas apropiadas.

Complementariamente, la OMC detalla en publicación *Comercio de mercancías y comercio de servicios comerciales*, que, debido al nexo entre el comercio de servicios y el comercio electrónico, se dificulta su cuantificación, por lo cual, es necesario definir el alcance, para aplicar mediciones efectivas al comercio de servicios, como se aplica al comercio de mercancías. (OMC, 2016).

Haciendo las anteriores salvedades, procede indicar que Costa Rica presenta una balanza comercial deficitaria para el sector audiovisual, en el periodo comprendido entre los años 2010-2014. La balanza comercial del sector cultura en general, que incluye, además, las industrias de editorial, publicidad y musical, refleja esta misma situación. (MCJ, 2016).

Para el año 2012, último periodo del cual el MCJ posee mediciones completas de todos los subsectores culturales, el déficit en la balanza comercial, resultante del comercio de productos culturales entre Costa Rica y el resto del mundo, fue de ¢57,357 millones.

Tabla 7.
Balanza comercial del sector cultural costarricense

Periodo 2010-2012

Datos expresados en millones de colones

| DESCRIPCIÓN | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------|--------|--------|--------|
| Exportaciones | 10.983 | 10.118 | 9.357 |
| Importaciones | 71.111 | 63.403 | 66.714 |

Fuente: Equipo Técnico de la CSCCR (MCJ,2016)

Los datos mostrados con anterioridad evidencian que, mientras que las importaciones de bienes y servicios culturales efectuadas por Costa Rica tienden al alza, las exportaciones de este mismo sector se mantienen constantes, o con ligeras disminuciones que no contribuyen a la reducción del saldo deficitario de la balanza comercial.

Asimismo, según datos del MCJ (2013), sintetizados en la siguiente tabla, para el periodo comprendido entre los años 2010-2012, las exportaciones pertenecientes a la industria audiovisual alcanzaron, en promedio, un valor de ₡387,7 millones, mientras que sus importaciones ascendieron a los ₡20.891,3 millones.

Comparativamente, las exportaciones el valor promedio de las exportaciones pertenecientes a la industria audiovisual, es semejante al valor promedio de las exportaciones de los instrumentos y aparatos de medición de gases y líquidos (₡380, 7 millones aproximadamente). Mientras tanto, las importaciones pertenecientes a la industria son comparables con las importaciones de abonos minerales o químicos potásicos (₡21.000 millones aproximadamente).

Cabe destacar que ambos bienes se encuentran entre los principales productos exportados e importados, respectivamente, en dicho periodo, siendo incluso los abonos minerales químicos potásicos, el tercer producto químico más importado por Costa Rica, lo cual confirma la importancia del sector servicios audiovisuales en la balanza comercial, como se profundiza en la tabla siguiente.

Tabla 8.
Balanza comercial de la industria audiovisual costarricense
 Periodo 2010-2012
 Datos expresados en millones de colones

| DESCRIPCIÓN | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------|--------|--------|--------|
| Exportaciones | 351,0 | 445,1 | 367,0 |
| Importaciones | 25.872 | 17.721 | 19.081 |

Fuente: Equipo Técnico de la CSCCR (MCJ,2016)

En los años 2011 y 2012, se evidencia una relación de proporcionalidad inversa entre las exportaciones e importaciones de este sector, en la cual, para el año 2011, en cuando las exportaciones crecieron en comparación con el año anterior, disminuyeron las importaciones; contrario a lo que sucede en el año siguiente, en el cual las exportaciones evidencian un decrecimiento y aumentan las importaciones.

Para el año 2011, la industria audiovisual presenta un aumento del 27% en las exportaciones, en comparación con el año anterior, lo cual no se evidencia en el total exportable del sector cultural para el mismo año, debido a la disminución abrupta presentada por el sector audiovisual, correspondiente al 32% (MCJ, 2013). No obstante, para el año 2012, las exportaciones del sector audiovisual bajaron un 17%, mientras que las de los demás sectores incrementaron, por lo cual no se evidencia un déficit mayor en la balanza comercial total del sector cultura. (MCJ, 2013)

Asimismo, según los datos incluidos en las tablas #7 y #8, para el año 2010, el valor de las exportaciones de la industria audiovisual, representaron el 3.2% del total de las exportaciones totales del sector cultural, mientras que para el año 2011 y 2012, respectivamente, representaron el 4.4% y el 3.9% del total de las exportaciones culturales, siendo el sub sector cultural con menor participación en las exportaciones, por debajo de las industrias editorial, publicidad y música, respectivamente.

No obstante, según el entrevistado, dichas mediciones “no representan adecuadamente la realidad, pues excluyen, debido a la dificultad existente para cuantificar los ingresos reales por comercio de servicios, sub sectores de la industria audiovisual relevantes, tales como

la animación digital y el diseño de videojuegos. Estos no son considerados debido a la naturaleza de su transmisión electrónica, que pasa desapercibida para las estadísticas” (Entrevistado #10. Comunicación personal, 8 de enero del 2018).

Sobre esta situación Víctor Sanabria Sandoval¹⁷, considera que, si bien existe dificultad para cuantificar algunos sectores de la economía, “el gobierno central y sus diversas instituciones se encuentran trabajando entre sí, para cuantificar el peso de estas actividades en la producción del país”, refiriéndose a la medición de la CSCCR del MCJ (Sanabria, M. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018).

En este punto, es posible concluir que, si bien es cierto, la producción audiovisual y su oferta exportadora es incapaz de competir con las producciones internacionales, Costa Rica evidencia una industria audiovisual incipiente.

Debido a la oferta y consumo existente en este sector, resulta imposible que el país sea autosustentable en materia audiovisual. No obstante, la producción se caracteriza por ser de calidad equiparable con otras producciones desarrolladas en el área, y debido al talento humano y recursos naturales con que se cuenta, puede perfilarse como aliado para otras producciones de mayor escala y calidad, por ejemplo, las originarias de Estados Unidos y Canadá.

A.3. Entorno económico-legal

En el presente apartado se analiza el entorno legal, considerando los factores que inciden en el desempeño de la industria audiovisual, desde el punto de vista de su inserción en la dinámica comercial. Si bien se trata de una industria mayoritariamente de servicios, tiene incidencia el comercio de bienes para el debido desarrollo de las producciones.

¹⁷ Encargado del Área de Estadísticas del Sector Externo, Departamento de Estadística Macroeconómica, Banco Central de Costa Rica (BCCR) (Sanabria, V. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018)

A.3.a. Generalidades del comercio de servicios

El comercio de servicios, está regulado por el GATS como norma fundamental. Este acuerdo fue uno de los resultados de la Ronda de Uruguay. Se basa en los mismos objetivos que el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), los cuales son: crear un sistema creíble y de confianza de reglas para el comercio internacional, asegurar un trato justo e igualitario a todos los participantes (principio de no discriminación), estimular la actividad económica a través de políticas vinculantes y promover el comercio y desarrollo a través de la liberalización progresiva (OMC, 2018).

El GATT contempla obligaciones específicas respecto a:

- **Acceso a mercados:** En este caso, se negocian los compromisos específicos para determinados sectores. Es en este aspecto donde se establecen algunas limitaciones, como, por ejemplo: tipo de operaciones, número de empleados, valor de las transacciones, participación de capital extranjero, tipo de persona jurídica requerida, entre otros.
- **Trato Nacional:** Un Miembro no puede aplicar medidas discriminatorias a los servicios extranjeros que puedan beneficiar los servicios domésticos.

El GATS está conformado por el acuerdo, que incluye el articulado y sus anexos, y adicionalmente se encuentra la sección de acceso a mercados, conformada por listas. Es en estas donde cada Miembro estableció sus compromisos específicos para los servicios que regula dicho acuerdo. Es estas pueden excluir los servicios o proveedores de servicios; así como liberalizar el mercado o establecer determinadas limitaciones para algunos servicios en específico.

Los compromisos consignados en las listas pueden ser relacionados al principio de trato nacional o de nación más favorecida, los cuales se explicaron anteriormente. Al consignarse un compromiso específico el país se obliga a conceder el acceso a los mercados y el trato nacional a la actividad de servicios especificada en la lista. Esta inclusión en la lista

consolida el nivel especificado del acceso a mercados y el trato nacional; y al mismo tiempo, el país se compromete a no imponer ninguna medida nueva que restrinja el ingreso en el mercado o la prestación del servicio (OMC, 2018).

Asimismo, es importante mencionar que, en las listas, los servicios se dividen por modos de suministro; lo cual hace referencia a la forma de la prestación del servicio. Es con base al tipo de modo que cada país establece los compromisos específicos. Por lo tanto, un país puede excluir el acceso a mercados en un modo, pero tenerlo abierto para los demás.

Las listas tienen como función brindar seguridad jurídica a los demás Miembros. Esto debido a que les asegura que esas disposiciones serán las limitaciones máximas impuestas y que por ende no se aumentarán arbitrariamente o de forma espontánea.

El GATS abarca todos los servicios, clasificados en los sectores de servicios prestados a las empresas y servicios profesionales, servicios de construcción y servicios conexos, servicios de distribución, servicios de transporte, movimiento de personas físicas, y servicios de comunicación. Incluyendo este último los servicios audiovisuales.¹⁸

Los servicios audiovisuales se encuentran cubiertos por el GATS en la clasificación GNS/W/120, bajo el sector 2 “Servicios de Comunicación”, en el subsector D “Servicios Audiovisuales”, incluyendo los siguientes subsectores y sus respectivas clasificaciones.

¹⁸ Las bases sobre las cuales se asumen compromisos en materia de servicios, se cimientan sobre los instrumentos de referencia W120 de la OMC y la Clasificación Central Provisional de Productos de las Naciones Unidas (CPC). El esquema de clasificación W120 surgió en el marco de las negociaciones multilaterales de servicios de la Ronda Uruguay, como el documento basado en la CPC Provisional de las Naciones Unidas, cuyo uso fue adoptado de manera no obligatoria por los miembros. La clasificación W120 divide los sectores en 12 sectores básicos y 160 subsectores. (Mattos, 2001)

La CPC es una clasificación completa de productos que incluye bienes, servicios y activos; cuyo principal objetivo fue el de mejorar la armonización de estadísticas entre las distintas áreas económicas. Esta sirve de guía para el desarrollo o revisión de esquemas de clasificación de productos ya existentes para su compatibilidad con padrones internacionales. (Mattos, 2001)

Mientras que la clasificación W120 posee un marco reducido de la oferta de servicios, la CPC constituye una clasificación amplia de todos los bienes y servicios, cuya cobertura abarca todos los productos objetos de transacciones internas o internacionales que puedan ser almacenados. La CPC cubre productos que son resultado de actividades económicas, incluyendo bienes y servicios transportables y no transportables, e intangibles como patentes, licencias, marcas registradas y derechos de autor. (Mattos, 2001)

a. Servicios de producción y distribución de películas y videos (CPC 9611), incluidos los servicios de promoción y publicidad; b. Servicio de proyección de películas (CPC 9612), incluida la proyección de cinta de video; c. Servicios de radio y televisión (CPC 9613), incluida la programación combinada; d. Servicios de transmisión de radio y televisión (CPC 7524); e. Grabación de sonido (CPC no disponible); f. Otros. Por otro lado, la propiedad de los cines podría caer bajo la clasificación de "Servicios recreativos, culturales y deportivos" y propiedad de los puntos de alquiler de videos bajo "Servicios de venta minorista". (UNCTAD, 2002).

Mientras tanto, según la clasificación CPC, los servicios audiovisuales se clasifican en las categorías mostradas a continuación:

Tabla 9.
Servicios audiovisuales en la Clasificación Central Provisional de Productos de las Naciones Unidas (CPC)

| Grupo | Clase | Subclase | Título |
|-------|-------|----------|--|
| 96 | | | Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos |
| 961 | | | Servicios audiovisuales y servicios conexos |
| | 9611 | | Servicios de grabación de sonido |
| | | 96111 | Servicios de grabación de sonido |
| | | 96112 | Servicios de grabación en vivo |
| | | 96113 | Servicios de grabación original de sonido |
| | 9612 | | Servicios de producción de programas de televisión, video, radio y actividades cinematográficas |
| | | 96121 | Servicios de producción de programas de televisión, video, radio y actividades cinematográficas |
| | | 96122 | Servicios de producción de radio |
| | | 96123 | Servicios de producciones originales de programas de televisión, video, radio y actividades cinematográficas |
| | 9613 | | Servicios de posproducción de audiovisuales |
| | | 96131 | Servicios de edición de audiovisuales |
| | | 96132 | Servicios maestros de transferencia y duplicación |
| | | 96133 | Servicios de restauración digital y corrección de color |
| | | 96134 | Servicios de efectos visuales |
| | | 96135 | Servicios de animación |
| | | 96136 | Servicios de títulos y subtítulos |

| | | | |
|--|------|-------|---|
| | | 96137 | Servicios de diseño y edición de sonido |
| | | 96138 | Otros servicios de postproducción |
| | 9614 | | Servicios de distribución de programas de televisión, actividades cinematográficas y de video |
| | 9615 | | Servicios de proyección de películas |

Fuente: Clasificación Central de Productos, Versión 2.0. recopilada por Mattos, J (2001)

Con respecto a los servicios audiovisuales en el marco del GATS, estos “comprenden los servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de video, los servicios de proyección de películas cinematográficas, los servicios de radio y televisión, los servicios de transmisión de sonido e imágenes y la grabación sonora”. (OMC, 2018).

Según la OMC, los servicios audiovisuales han experimentado en los últimos años un crecimiento dinámico, debido a los adelantos tecnológicos que permiten transmitir mayor cantidad de materiales y han dado al consumidor un mayor control del contenido de lo que desea recibir.

Al encontrarse insertos los servicios audiovisuales dentro del marco regulatorio del GATS, como antes se mencionaba, los miembros de la OMC pueden asumir los compromisos de trato nacional y acceso a mercados, en caso de considerarlos apropiados y de conformidad con sus políticas.

En la actualidad, solo 30 miembros de la OMC han asumido dichos compromisos en el sector audiovisual, siendo uno de los sectores con menor participación dentro de la organización. Igualmente, dentro del sector, tienden a ser más numerosos los servicios relacionados con la cinematografía, en comparación con la radio y televisión; los cuales poseen un elevado número de exenciones al trato de nación más favorecida, relacionadas con las coproducciones cinematográficas.

Como se ha mencionado con anterioridad, el artículo 2 del GATS define el suministro en función de la ubicación territorial del proveedor del servicio y su consumidor, clasificando el mismo en cuatro modos, los cuales se detallan y ejemplifican a continuación:

- Modo de suministro 1, Comercio transfronterizo.
- Modo de suministro 2, Consumo en el extranjero.
- Modo de suministro 3, Presencia comercial.
- Modo de suministro 4, Presencia de personas físicas.

Según esto, el comercio transfronterizo, corresponde al modo de suministro 1, y constituye el comercio de servicios existente cuando el proveedor del servicio y su consumidor se encuentran en diferentes territorios al momento de la transacción. En el caso de la industria audiovisual, esta modalidad se ejemplifica a través de la compra por descarga de material audiovisual, en donde el consumidor ingresa al portal de venta del proveedor, y tras el pago, se habilita la descarga del contenido, sin que ninguno de los dos se desplace al territorio de su contraparte.

Caso contrario, en el consumo en el extranjero, correspondiente al modo de suministro 2, el consumidor se traslada al territorio del proveedor del servicio, en donde consume este al momento de la transacción. Este modo de suministro se ejemplifica tradicionalmente a través del turismo, en donde el consumidor consume el servicio audiovisual en el país donde este fue producido por parte del proveedor de servicios, a pesar de que este no haya sido el motivo principal de su viaje.

De acuerdo con el modo de suministro 3, presencia comercial, el proveedor del servicio se instala de manera física en el territorio del consumidor, para la prestación del servicio. Dicha modalidad se ejemplifica con el establecimiento de empresas audiovisuales en el territorio, dedicadas tanto a la elaboración de material audiovisual, como a su distribución, por ejemplo, las cadenas de cine multinacionales.

Finalmente, el modo de suministro 4, correspondiente a la presencia de personas físicas, hace referencia a cuando el proveedor de servicios es el que se traslada, de forma temporal o transitoria, al territorio del consumidor, primordialmente en ejercicio de su profesión; lo cual puede ser ejemplificado a través de la figura de artistas y técnicos en materia

audiovisual, que se trasladan al país, para el desarrollo de una obra, siendo el servicio comercializado su recurso humano y profesional.

A pesar de que los modos de suministro se incluyen en el presente apartado debido a que estos forman parte del estudio del comercio de servicios en el marco del GATS, deben ser igualmente considerados lo largo del presente trabajo final de graduación, en virtud de su importancia para el entendimiento de la materia.

Asimismo, los compromisos contraídos por Costa Rica en el marco de la OMC (s.f.), y las exclusiones al artículo II NMF, son las siguientes:

- Los compromisos asumidos relacionados con el comercio de servicios de la industria audiovisual, en el plano multilateral, son los relativos a la entrada de personas físicas por motivo de negocios.
- Entre las exclusiones al artículo II NMF se mencionan las siguientes:
 - En el sector de servicios de publicidad, la importación de cortos comerciales provenientes de fuera del área centroamericana pagará 100% de impuestos sobre su valor, sin superar los ₡50.000. Serán considerados nacionales los cortos comerciales de radio, cine, o televisión confeccionados en cualquier país centroamericano con reciprocidad en la materia (Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua). Esta medida se adopta por tiempo indefinido como forma de cooperación en la región, y preferencias acordadas en el marco de la integración centroamericana.
 - Con respecto a los servicios profesionales, para que un profesional extranjero pueda incorporarse al Colegio Profesional respectivo, deberá existir reciprocidad con su país de origen (Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua). Esta medida se adopta por tiempo indefinido como forma de cooperación en la región, y preferencias acordadas en el marco de la integración centroamericana.

COMEX sintetiza la presencia de los temas de comercio de servicios, inversión, entrada temporal, telecomunicaciones y comercio electrónico en los Tratados de Libre Comercio suscritos por Costa Rica, en la siguiente tabla.

Tabla 10.
Presencia de temas relevantes al comercio de servicios en los acuerdos negociados por Costa Rica
Periodo 1994-2018

| Acuerdos | Comercio de servicios | Inversión | Entrada temporal | Telecomunicaciones | Comercio electrónico |
|----------------------|-----------------------|-----------|------------------|--------------------|----------------------|
| CAFTA-DR | X | X | | | X |
| TICS | X | X | X | | X |
| CARICOM | | X | X | | |
| Chile | X | X | X | | |
| República Dominicana | X | X | X | | |
| China | X | X | X | | |
| Panamá | X | X | X | | |
| Singapur | X | X | | X | X |
| México | X | X | X | X | X |
| Perú | X | X | X | | |
| AACUE | X | X | X | X | X |
| Canadá | X | X | X | X | X |
| Colombia | X | X | X | X | X |
| EFTA | X | X | X | X | X |
| Corea | X | X | X | X | X |

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, 2015

Los acuerdos bilaterales o plurilaterales en materia comercial, suscritos por Costa Rica, incluyen en materia de comercio de servicios audiovisuales y de publicidad, reservas de conformidad con la legislación nacional vigente, tales como:

- Requerimiento de sociedades personales o de capital con acciones nominativas inscritas para explotar los medios de difusión y las agencias de publicidad.

- Imposibilidad de gravar las acciones de una sociedad propietaria de cualquier medio de difusión o agencia de publicidad, a favor de las sociedades anónimas con acciones al portador, o de personas físicas o jurídicas extranjeras.
- Las cuñas, avisos o comerciales filmados en programas patrocinados por el Estado, deben ser de producción nacional.
- Los locutores de anuncios comerciales para cine, radio y televisión extranjeros, deben tener residencia para registrarse.
- Los programas de radio, televisión y cine, se regirán por las siguientes reglas:
 - Los *jingles* grabados en el extranjero deben pagar.
 - Solo el 30% de los anuncios comerciales que proyecte cada estación de televisión o sala de cine cada día, pueden ser extranjeros.
 - La importación de cortos comerciales fuera del área centroamericana, pagan un impuesto del 100% ad valorem.
 - Solo 50% de la programación diaria de radio puede ser grabada en el extranjero.
 - Solo el 60% de los programas filmados o grabados en video tape, pueden ser extranjeros.
- La persona que contrate o emplee artistas extranjeros deberá contratar igual número de artistas nacionales para el mismo espectáculo, salvo que el sindicato mayoritario respectivo, exprese la imposibilidad de suministrarlos.
- Cualquier otro determinado en el texto específico del acuerdo de integración en cuestión.

Dichas reservas son consignadas con el fin de dotar a los países que las establezcan, de la posibilidad de efectuar medidas discriminatorias, en materia de nación más favorecida, trato nacional, y acceso a mercados, en virtud de la legislación vigente o futura.

A.3.b. Comercio de bienes

En lo que respecta a las cargas impositivas asociadas a la industria audiovisual, se analizan a continuación los aranceles y otros cargos relacionados con la importación de bienes, el impuesto al valor agregado y el impuesto a espectáculos públicos a favor de las

municipalidades. esto debido a que se consideran estas las únicas cargas tributarias que afectan directamente al sector audiovisual.

No obstante, otras cargas como el impuesto sobre la renta¹⁹, el impuesto sobre bienes inmuebles²⁰, los derechos de salida del territorio nacional²¹, impuestos a pasajes internacionales²², licencias de radio²³ y demás, pueden afectar indirectamente a la industria audiovisual, y no son consideradas en el presente apartado, debido a que gravan sobre las utilidades de las empresas o personas físicas o aspectos relativos al ejercicio de su profesión, y no directamente al producto audiovisual o su consumo.

Para Costa Rica, los tributos vigentes relacionados con la importación, aplicables a los productos audiovisuales y el equipo y materiales necesarios para su realización, son los siguientes:

- Derechos arancelarios a la importación (DAI) según Ley No. 6986 de 3 de mayo de 1985 *Convenio sobre el Régimen Arancelario Centroamericano*, Ley No. 7017 de 16 de diciembre de 1985 *Ley que ratifica el Anexo A al Convenio sobre Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano* y Ley No. 7346 de 7 de junio de 1993 *Ley que aprueba el Protocolo de Convenio sobre el régimen arancelario y Aduanero Centroamericano*, y
- El 1% sobre el Valor Aduanero de las Mercancías Importadas, creado mediante el artículo 1 de la Ley No. 6946 de 13 de enero de 1984 y sus reformas.

¹⁹ Impuesto sobre utilidades de las empresas y de las personas físicas que desarrollen actividades lucrativas. Creado mediante la Ley N° 7092 del 21 de abril de 1988. (Ministerio de Hacienda, s.f.)

²⁰ Impuesto a favor de las municipalidades, a terrenos, instalaciones o construcciones fijas y permanentes existentes. Creado por la Ley N° 7509 del 9 de mayo de 1995. (Ministerio de Hacienda, s.f.)

²¹ Impuesto a favor del Gobierno Central, Consejo de Aviación Civil y aeropuertos y aeródromos existentes, de \$26 por cada pasajero que aborde una aeronave en el país. Creado por la Ley N° 8316 del 26 de setiembre del 2002. (Ministerio de Hacienda, s.f.)

²² Impuesto del 5% del valor de los pasajes vendidos en Costa Rica para cualquier clase de viaje internacional, o un impuesto del 5% sobre el valor de los pasajes cuyo origen de ruta sea Costa Rica, para cualquier clase de viaje internacional. Creado por la Ley N° 1917 del 30 de julio de 1955. (Ministerio de Hacienda, s.f.)

²³ Establece disposiciones sobre el pago de impuestos por la transmisión de programas radiales, telenovelas, anuncios y cortos radiofónicos extranjeros, emitidos en salas de cine, programas de radio y demás. Creado por la Ley N° 1758 del 19 de junio de 1954. (Ministerio de Hacienda, s.f.)

En el marco de los tratados de libre comercio vigentes con México, Singapur, República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos (en adelante CAFTA-DR por sus siglas en inglés), los servicios audiovisuales se encuentran exentos del pago de tributos si son comercializadas de manera digital, y se calculan sobre el medio portador en caso de ser transmitidas físicamente.

En el contexto que se viene de comentar, según el artículo 114 la Ley N°7557 *Ley General de Aduanas*, toda persona que ingrese a los puertos o lugares habilitados podrá internar en el país su equipaje sin que cause el pago de tributos. Conforme con la indicada disposición, constituyen equipaje las mercancías nuevas o usadas que una persona pueda razonablemente necesitar para su uso personal o para el ejercicio de su profesión u oficio en el transcurso de su viaje, conforme se disponga por vía reglamentaria. Las mercancías consideradas equipaje, podrá ingresar al país durante el lapso de tres meses, antes o después del arribo del viajero.

Complementariamente, el Decreto N° 25270-H *Reglamento a la Ley General de Aduanas* señala que para efectos del artículo 114 de la Ley se considerará equipaje, entre otros

e. Un aparato de grabación de imagen, un aparato fotográfico, una cámara cinematográfica, un aparato de grabación y reproducción de sonido y sus accesorios; hasta seis rollos de película o cinta magnética para cada uno: un receptor de radiodifusión un receptor de televisión; un gemelo, un prismático, o antejo de larga vista; todos portátiles.

Conforme con lo anterior, según la definición de equipaje en el marco de la *Ley General de Aduanas* y su Reglamento, el equipo audiovisual podría ingresar libre de tributos, si cumple con las condiciones anteriores. No obstante, el ingreso de otros equipos o cantidades mayores de las indicadas se encuentran sujetas al pago de derechos arancelarios al no ser consideradas equipaje de viajero.

El porcentaje del DAI con cual se calcula el monto a pagar por concepto de impuestos según la mercancía respectiva, así como los impuestos internos distintos al valor agregado que afectan dichas mercancías, se sintetizan en la siguiente tabla:

Tabla 11.
Derechos arancelarios a la importación para medios portadores y equipo de la industria audiovisual²⁴

| Mercancía | DAI |
|--|---------------------|
| Aparatos de grabación de sonido Aparatos de reproducción de sonido Aparatos de grabación y reproducción de sonido | 5-14% ²⁵ |
| Aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido (videos), incluso con receptor de señales de imagen y sonido incorporado | 14% |
| Medios portadores (discos, cintas y dispositivos de almacenamiento permanente de datos) para reproducir imagen o sonido | 14% |
| Aparatos receptores de radiodifusión | 14% |
| Monitores y proyectores | 14% |
| Cámaras fotográficas | 14% |
| Cámaras y proyectores cinematográficos | 14% |
| Partes y accesorios de cámaras cinematográficas | 9% |
| Aparatos de alumbrado | 14% |

Fuente: Elaboración propia, 2018

La tabla anterior, refleja los equipos comúnmente empleados en la industria audiovisual. El equipo o material restante (tales como tableros, condensadores y algunas partes de procesadores) para la producción audiovisual no se incluye, debido a que se encuentra eximido del pago de derechos arancelarios a la importación y solo pagan el 1% correspondiente a la Ley N°6946 sobre el valor aduanero de la importación.

²⁴ Según el caso, las distintas mercancías pueden ser sujetas del Impuesto Selectivo de Consumo, establecido por la Ley N°4961 Ley De Consolidación del Impuesto Selectivo de Consumo y sus reformas, y el Impuesto para Mercancías con destino al Depósito Libre Comercial de Golfito, establecido en la Ley 7012 de 04 de noviembre de 1985, Ley 7730 de 20 de diciembre de 1997 y Decreto Ejecutivo No. 26999-H-MEIC-MP de 05 de mayo de 1998; en caso del transporte en esta área. (Ministerio de Hacienda, s.f.)

²⁵ Según el caso, aparatos completamente desarmados presentados en juegos o *kits*, pagan 5% de DAI, mientras que los demás un 14%

A.3.c. Cargas tributarias

Respecto al impuesto de valor agregado (IVA)²⁶, el sub sector de programación y transmisión de radio y televisión, y actividades de agencias de noticias, se encuentra eximido del pago de impuestos, por lo cual, la oferta total de precios del comprador, se mantiene cuantificada sobre la base de producción a precios básicos e importación CIF. Estas ascendieron los ¢89.714,59 millones para el año 2012. (MCJ, 2013).

La oferta y utilización del servicio de televisión por suscripción, está sujeta a un IVA del 13% generando ingresos por ¢9.117,46 millones para el año 2012; mientras que los sub sectores asociados al consumo digital de servicios, no se encuentran gravados en la actualidad.

No obstante, para el segundo semestre del año 2018 se introdujo en el país la discusión de una reforma fiscal que pretende transformar el actual Impuesto de Ventas en un IVA, con el fin de ampliar la base incorporando servicios al cobro del tributo. De esta forma, se cobraría un impuesto al consumo de los servicios *streaming* provistos desde el extranjero, incluyendo servicios como *Netflix*, *Spotify* y *iCloud* con un 13% del IVA. (Gutiérrez, T. 2 de marzo del 2018) Dicha reforma fue aprobada en diciembre del 2018.

La retención de este impuesto se aplica a través del emisor de la tarjeta de crédito o débito quien rebaja el monto del servicio contratado más el 13% del IVA. No obstante, esta transformación genera dudas si el servicio es utilizado en el exterior, cuando aplicaría la devolución de la cuantía, pues el impuesto solo puede ser cobrado para el consumo nacional. (Arias, J. 28 de agosto del 2018).

El cobro aprobado del 13% del IVA para los servicios digitales como *Netflix* y *Spotify* supone, en nuestro criterio una doble imposición. Esto debido a que el uso de dichos servicios se encuentra asociado a la suscripción del servicio de Internet, que ya se

²⁶ Impuesto indirecto. No es percibido por el fisco directamente del tributario, sino por el vendedor en el momento de la transacción comercial, por transferencia de bienes o por prestación de servicios. En el caso de Costa Rica corresponde al 13% (Ministerio de Hacienda, s.f.)

encuentra gravado por el IVA. Además, se considera que el país no cuenta con los instrumentos para la fiscalización efectiva del uso de estos servicios en territorio nacional o extranjero, por lo cual las solicitudes de devolución no podrían ser atendidas.

El artículo 1, inciso 2 de la Ley sobre el impuesto al valor agregado dentro del texto final del proyecto *Ley Fortalecimiento de las Finanzas Públicas* (expediente 20.580), señala que “los servicios digitales o de telecomunicaciones de radio y televisión, independientemente del medio o la plataforma tecnológica por medio del cual se preste dicho servicio, quedarán gravadas” (González, M. 12 de octubre del 2018).

La Ley N°6844 *Ley de Impuesto a Espectáculos Públicos a favor de las Municipalidades*, indica que un 6% del valor del boleto de cines situados en cabecera de provincia, será destinado al fomento municipal. Este gravamen pretende ser modificado por parte del proyecto de Ley 20.661 *Ley de Cinematografía y Audiovisual*, que “busca promover la actividad cinematográfica y audiovisual de forma sistémica en todo su ciclo creativo-productivo, desde la producción, distribución y exhibición, hasta la conservación y difusión del acervo cinematográfico”

A efectos de cumplir con el indicado objetivo, y como se ahondará en aparatos posteriores, el proyecto de ley propone las siguientes modificaciones a la Ley N°6844 *Ley de Impuesto a Espectáculos Públicos a favor de las Municipalidades*:

- Extender el actual pago del 6% del valor del boleto a todos los cines del país, en reforma al Impuesto a los Espectáculos Públicos (IEP)²⁷.
- Redistribuir el IEP de la siguiente manera: 40% al Teatro Nacional de Costa Rica, 22% a la Compañía Nacional de Teatro, 8% para el Museo de Arte Costarricense, 8% para el Instituto Nacional de la Música, y 22% para el Centro de Producción Cinematográfica Costarricense (comúnmente conocido como Centro de Cine)

²⁷ Impuesto gravado sobre los espectáculos públicos y diversiones no gratuitas realizadas en teatros, radioteatros, cines, salones de baile, locales, estadios o plazas nacionales o particulares; y en general, los que se efectúen con motivo de festejos cívicos y patronales, de conformidad con el artículo 1° de la Ley N° 841 del 15 de enero de 1947. (Gobierno de la República de Costa Rica, 19 de diciembre del 2017).

En caso de ser aprobado el proyecto de ley, dichas modificaciones supondrían un apoyo significativo a la industria audiovisual, al asignarle un porcentaje de la recaudación de impuestos al Centro de Cine.

El tema específico de la legislación vigente y los proyectos de ley asociados a la industria audiovisual, serán abarcados a fondo en apartados posteriores. No obstante, debido a su impacto directo en la tasa impositiva que afecta al sector, se considera relevante exponer la posición de los representantes sectoriales entrevistados sobre este proyecto de ley.

Sobre el proyecto en particular, Alarcón considera que la promulgación de esta y otras leyes, constituye un paso significativo de una Costa Rica orientada hacia el desarrollo y progreso, a través de las economías asociadas al conocimiento, la innovación, artes y tecnologías; lo cual, en complemento con una mayor capacitación técnica hacia sus empleados e incentivos impulsarían la industria.

La posibilidad de una reforma a la Ley N°6844 *Ley de Impuesto a Espectáculos Públicos a favor de las Municipalidades*, genera un descontento en el sector de distribución y exhibición, pues se considera que este cobro supone una vulneración para los distribuidores de cine, beneficiando a un sector a expensas de otro, en criterio de Carcheri, de la Asociación Cámara de Distribuidores y Exhibidores Cinematográficos de Costa Rica (citado por Sánchez, A. 20 de diciembre del 2017).

A.3.d. Incentivos y beneficios

En Costa Rica no existe a la fecha un incentivo específico para las empresas dedicadas a la industria audiovisual. En caso de ser una empresa acogida al Régimen de Zonas Francas, gozan de los beneficios definidos por la Ley N°7210 *Ley de Régimen de Zonas Francas* y su Reglamento (Decreto N° 34739-COMEX-H), y la Ley N°7557 *Ley General de Aduanas* y su Reglamento (Decreto N° 25270-H).

Al amparo del indicado marco legal, las empresas dedicadas a la exportación de productos de la industria audiovisual, pueden ser sujetas al Régimen de Zonas Francas, bajo la categoría de servicios, lo cual las faculta para vender hasta un 50% en el mercado local. (PROCOMER, s.f.)

Las empresas acogidas al Régimen de Zonas Francas obtienen beneficios como la exención en la importación de maquinaria y equipo, a la importación de vehículos, exención al pago de los tributos asociados a la exportación o re exportación de sus productos, exención al pago de tributos sobre remesas en el extranjero, exención al pago del impuesto de ventas y de consumo sobre las compras locales de bienes y servicios, exención del pago del impuesto sobre la renta, y de los impuestos de traspaso de bienes inmuebles y municipales por un periodo de hasta diez años. (PROCOMER, s.f.)

Los incentivos del Régimen de Zonas Francas son un elemento para promover al país como posible destino de la inversión extranjera directa, y como locación para producciones internacionales. No obstante, a lo interno del sector audiovisual, existe descontento al considerar que las iniciativas públicas para la promoción del sector son insuficientes e incluso inexistentes.

Castro argumenta que “la ausencia de incentivos fiscales o incentivos para la atracción de inversión extranjera, nos está dejando atrás con respecto a otros países de la región que si están realizando programas de atracción de inversión extranjera en la industria audiovisual.” (Castro, J. Comunicación personal 15 de febrero del 2018)

Adicionalmente, Castro expone sobre la importancia de la instauración de incentivos fiscales específicos para el sector, especialmente para recuperar parte del mercado que se pierde en manos de otros países que sí ofrecen incentivos particulares a las empresas nacionales y extranjeras del sector, y que, por ello, logran acceder a otros mercados posicionándose por encima de Costa Rica.

La dificultad que se enfrenta es que no hay leyes actualmente para el apoyo de la atracción de la IED en el sector audiovisual, y el país se está perdiendo de millones y millones de dólares que optan por irse a otros países donde hay incentivos.

Castro, J. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018

Complementariamente, se expone sobre el modelo de la industria audiovisual en Irlanda, la cual cuenta con un desarrollo mucho mayor al evidenciado en Costa Rica, a pesar de que datan de un mismo periodo de inicio. La diferencia radica en los diversos incentivos ofrecidos por los países europeos a sus industrias asociadas al conocimiento, arte y tecnología.

Bajo esta línea, expertos en el área como Castillo y Alarcón, proponen mejoras en los incentivos para el fomento de la industria audiovisual, tales como la importación de equipo de producción a menores costos, incentivar a las producciones nacionales que terminen el proceso de post-producción dentro del país, y la promulgación de una Ley de Fomento a la Industria Audiovisual y Cinematográfica.

Dichos factores contribuyen en el pasado con el desarrollo de las industrias audiovisuales que hoy en día se consideran casos de éxito dentro de la región, cuyas características se exponen en el apartado siguiente.

A.3.d.i. Incentivos y beneficios en la región latinoamericana

A continuación, se describen los incentivos que las diversas industrias audiovisuales de los países latinoamericanos ofrecen a los artistas nacionales y extranjeros que realicen una obra audiovisual parcial o totalmente dentro de su país.

Tabla 12.
Incentivos otorgados por las industrias audiovisuales latinoamericanas, según país

| Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Cuba | México |
|---|---|---|--|---|---|
| <p>Co-producción con Brasil financia \$800.000 para cuatro proyectos.</p> <p>Otorgamiento de créditos a bajo costo y subsidios a la producción y coproducción cinematográfica.</p> <p>Fondo de fomento compuesto por el 10% aplicado al precio básico de entradas cinematográficas, 10% sobre el precio de venta o alquiler de DVD, Blue-Ray y similares, más el 40% percibido por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.</p> <p>Cada sala de cine tiene la obligación de exhibir un filme nacional por trimestre, el cual debe permanecer como mínimo en exhibición por una semana sin que pueda ser retirada por baja taquilla.</p> | <p>Inversión del impuesto a la Ley Audiovisual, como gasto deducible con un límite de hasta 3 millones de reales en cada proyecto.</p> <p>Desgravación de hasta el 100% de lo invertido como patrocinadores con el límite del 4% de su impuesto de sociedades anual.</p> <p>Desgravaciones fiscales de hasta 70% del impuesto de sociedades para empresas coproductoras extranjeras radicadas en el país.</p> <p>Distribuidores pueden invertir en películas autorizadas hasta un 70% del impuesto retenido en la fuente.</p> <p>Co-producción con Argentina financia \$800.000 para cuatro proyectos.</p> <p>Promulgación de Ley que impone a los canales de televisión pago de cuotas de emisión de producciones nacionales.</p> <p>Tratados de coproducción con Iberoamérica y Estados Unidos.</p> | <p>Devolución de impuestos por servicios contratados (19%)</p> <p>Exención del pago de impuestos por rodaje</p> <p>Devolución de hasta el 30% del gasto calificado de los redajes realizados en el país, con un máximo de devolución de hasta US\$3 millones.</p> | <p>Coproductores locales que trabajen con artistas extranjeros podrán acceder a todos los beneficios e incentivos.</p> <p>Cuota parafiscal pagada por exhibidores y distribuidores para financiar el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico.</p> <p>Por cada \$100 invertidos o donados, el contribuyente tiene derecho a una deducción de \$125 de la renta (máximo US\$1.500.000 en inversiones o donaciones)</p> <p>Reembolso en efectivo del 40% del valor de los gastos directos (preproducción, producción, postproducción, incluyendo servicios artísticos y técnicos) y del 20% de gastos indirectos (hotelería, alimentación y transporte)</p> <p>Devolución del IVA por servicios contratados.</p> <p>En Medellín: reembolso en efectivo del 10-15% del gasto en servicios contratados en la ciudad.</p> | <p>Incentivos en el marco del Acuerdo de Cooperación del Ministerio holandés de Asuntos Exteriores y la Embajada del Reino de los Países Bajos en la Habana, Cuba:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incentivo para proyectos audiovisuales cortos (máximo €2.225 por producción y €356 por postproducción). • Incentivo para proyectos audiovisuales largos (máximo €4.450 por producción y €5.251 por postproducción). | <p>Descuento del 10% sobre el impuesto de renta para la inversión en películas.</p> <p>Fondos FOPROCINE, FIDECINE.</p> <p>Incentivo a las producciones internacionales de hasta el 17,5% de los gastos producidos.</p> <p>Reembolso en efectivo hasta el 7,5% del gasto en producción y postproducción</p> <p>DF: Exención de impuestos por rodaje en espacios públicos.</p> <p>Monterrey, Puebla y Baja California: Gestión de documentos en servicios.</p> <p>Guanajuato, Mérida, Jalisco y Yucatán: apoyo económico a películas realizadas en el estado.</p> |

| Nicaragua | Panamá | Paraguay | Perú | Puerto Rico | R. Dominicana | Uruguay |
|--|---|--|--|---|--|---|
| <p>Ley de Cinematografía y Audiovisuales señala que serán aplicables a la industria los incentivos y beneficios establecidos en la Ley N° 306 Ley de Incentivos para la Industria Turística de la República de Nicaragua, específicamente sobre inversiones en filmación de películas y eventos en beneficio para el turismo, infraestructura turística y equipamiento, y desarrollo de artesanías.</p> <p>Incentivos incluyen entre otros, los servicios de la industria hotelera, exoneración de derechos e impuestos de importación y el Impuesto General al Valor en compra de materiales y transporte</p> | <p>Devolución del 15% del total invertido por empresas extranjeras que realicen obras cinematográficas en el país con un costo mínimo de US\$3 millones.</p> <p>Exoneración del pago de impuestos de ingreso sobre todos los equipos utilizados en producciones cinematográficas.</p> <p>Expedición de permisos de residencia temporal por el término de 1 año para el personal extranjero contratado temporalmente por empresas de servicio audiovisual en el país.</p> <p>Expedición de permiso de residente permanente en calidad de inversionista de la industria audiovisual, a extranjeros que realicen una inversión en esta industria por un monto superior a los US\$150,000</p> <p>Extranjeros contratados por empresas audiovisuales no requerirán hacer trámites adicionales para obtener permisos de entidades estatales para trabajar en la empresa o permanecer en el país.</p> <p>Permisos de locaciones públicas en todo el territorio nacional.</p> | <p>Exoneración del pago del IVA para coproducciones y servicios de producción, servicios de exhibición y distribución, obras de carácter digital cinematográfico en sus diferentes formatos, y la digitalización de las salas de cine.</p> | <p>Reducciones arancelarias para bienes de capital e insumos para la producción.</p> <p>Facilidades de acceso al crédito por parte de la Banco Estatal de Fomento.</p> <p>Subsidio a la industria nacional de 2,008 unidades impositivas tributarias cada año, distribuidas de la siguiente forma: 1,240 para el financiamiento de 3 proyectos de largometraje y 768 para proyectos de cortometraje.</p> | <p>Crédito fiscal, 40% empresas nacionales, 20% empresas extranjeras, 10% adicional para producciones cuya historia se desarrolle expresamente en Puerto Rico, 25% para creación de infraestructura.</p> <p>Crédito contributivo del 40% de los costos de producción pagados a individuos y compañías residentes, y un 20% pagado a actores y dobles no residentes.</p> <p>Los créditos pueden sumarse, sujeto a un límite de concesión de \$50 millones por año fiscal.</p> <p>Exención fiscal 4-10% fijo sobre ingresos; 100% sobre dividendos, impuestos municipales e importaciones; 90% sobre impuestos de la propiedad.</p> <p>Todos los incentivos son aplicables a largometrajes, cortometrajes, documentales, series, miniserias, anuncios, videos musicales y demás proyectos de televisión y grabación en vivo.</p> <p>Sujeto a incentivos ofrecidos por el gobierno estadounidense.</p> | <p>Crédito fiscal del 25% por servicios cinematográficos contratados en el país.</p> <p>Exención fiscal en bienes y servicios cinematográficos directos (preproducción, producción y postproducción)</p> | <p>Exención fiscal del 22% sobre servicios directos de producción.</p> <p>Admisión temporaria libre del pago de impuestos para bienes inmateriales para la actividad cinematográfica y audiovisual por hasta 90 días.</p> |

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Como es posible visualizar en la tabla anterior, la mayor parte de los países latinoamericanos ofrecen en mayor o menor medida, incentivos fiscales a la producción audiovisual dentro de sus territorios, destacándose el papel de Colombia y México, quienes son los máximos exponentes de esta industria dentro de la región, específicamente en los subsectores de cine, televisión y animación.

México se posiciona como cuarto país con más salas de cine en el mundo, superado por Estados Unidos, India y China, generando ingresos por taquilla de hasta \$802 millones de pesos mexicanos anuales. A pesar de que cuenta con un amplio mercado para la producción cinematográfica y televisiva, llegando a producir hasta 140 películas en el año 2015, su papel más destacable es en la postproducción coproducida con Estados Unidos, siendo el principal mercado de doblaje de largometrajes al español. (ProChile, 2017)

Colombia se perfila como el principal mercado del sector de suscripción de televisión paga, alcanzando los 7,2 millones de suscriptores para el año 2018. No obstante, el servicio de transmisión digital *streaming* cobra relevancia, coproduciendo incluso la serie *Narcos* de la compañía estadounidense Gaumont International Television, para *Netflix*. Finalmente, debido al establecimiento del estudio de filmación Fox International en Bogotá, se espera que Colombia se convierta en un foco de filmación para producciones estadounidenses.

Además del tamaño de sus mercados, México y Colombia refuerzan su industria con un esquema de incentivos basados en la devolución o exención del pago de impuestos y el reembolso por concepto de gastos directos e indirectos, los cuales cumplen con un doble propósito: promover el desarrollo artístico, y generar oportunidades de negocios al atraer a potenciales socios comerciales que buscan condiciones de producción más favorables.

Igualmente, Brasil, país que destaca por su papel en la industria de la animación, realiza importantes esfuerzos en el área a través de los acuerdos de producción con otros países.

Como señala Santiago Salas Castro²⁸:

Un par de casos interesantes que he visto en lo poco que llevo en esta industria son Canadá y Brasil, donde, por ejemplo, sin un tratado internacional de coproducción, se pide que al menos un 40% de los derechos de propiedad y de explotación comercial sean adquiridos por un productor del país en cuestión y con un tratado de coproducción internacional, puede variar entre un 20% y un 80%.

Salas, S. Comunicación personal, 22 de febrero del 2018.

Complementariamente, Salas señala que, en la actualidad, en Costa Rica no se ofrecen ese tipo de incentivos. Lo cual, en su criterio, aunado a la dificultad para encontrar fondos para el desarrollo del proyecto audiovisual, contribuye al estancamiento del sector en comparación con sus principales competidores en el área.

Al hablar de incentivos en el área, sobresale el caso de Nicaragua, que a pesar de no contar con una industria audiovisual que destaque como productora de contenido para la exportación, ofrece incentivos basados en la relación entre la industria audiovisual y el turismo, condición que debe ser replicada por Costa Rica.

Complementariamente, países como Bolivia, Ecuador y Paraguay, al igual que Costa Rica no cuentan a la fecha con incentivos para la industria audiovisual. No obstante, en todos los casos, se encuentra actualmente en revisión una ley de fomento a esta industria, que pretende corregir la situación.

En el caso de El Salvador, Guatemala y Honduras, no hay discusiones sobre el tema debido al poco desarrollo de sus respectivas industrias. Finalmente, Venezuela a pesar de contar con una industria insignia en la región durante la década de 1990 e inicios de los 2000, debido a la crisis social y económica vivida en los últimos años, se rezaga en comparación con el resto de la región, y se suspenden sus producciones.

²⁸ Cofundador y Gerente de Producción de Journey Animation. (Salas, S. Comunicación personal, 22 de febrero del 2018)

A.4. Factores sociales asociados al desarrollo de la industria audiovisual

En el presente apartado, se exponen los principales factores sociales y culturales asociados al desarrollo de la industria audiovisual, los cuales incluyen el apoyo gubernamental e institucional y la oferta de educación superior universitaria y educación técnica.

A.4.a. Apoyo gubernamental e institucional

Como se menciona en apartados anteriores, Costa Rica cuenta con una red institucional encargada de promover el desarrollo de las artes y la cultura, cuyo ente fundamental es, precisamente, el MCJ. Complementariamente, instituciones como COMEX, PROCOMER y CINDE velan, desde sus propias competencias, por el desarrollo de capacidades del sector, y su incursión en la economía. (MCJ, 2017, p. 3)

Igualmente, existen también figuras asociativas que representan a la industria audiovisual, entre las cuales pueden mencionarse, en primer lugar, el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, así como SINART, la Asociación de Autores de Cine de Costa Rica, Cámara de Distribuidores y Exhibidores Cinematográficos de Costa Rica (CADEC), CAMTIC, la Cámara Nacional de Radiodifusión de Costa Rica (CANARA), la Cámara Nacional de Radio y Televisión (CANARTEL), la Asociación de Trabajadores Independientes de la Producción Audiovisual (ATIPAC), la *International Game Developers Association (IGDA)*, y *Costa Rica Animation Holdings (CRAH)*. (MCJ, 2017, p. 3)

El fomento a la industria audiovisual a través del accionar institucional inició en el año 1973, con la creación del Departamento de Cine adscrito al entonces llamado Ministerio de Cultura, Juventud y Deporte. Este se encontraba orientado a la “producción y difusión de documentales acerca de los retos sociales: la desnutrición, la prostitución, problemas del campo, la explotación de los recursos naturales, entre otros”. Finalmente, en 1977 dicho departamento se transformó en el actual Centro de Cine. (MCJ, 2017).

Producto de la fundación de un Centro de Cine, a partir de la década de los ochentas, las diferentes instituciones involucradas invirtieron en la organización de actividades varias para visibilizar al sector, como la *Muestra de Cine y Video Costarricense*, creada en 1994, la cual, posteriormente, se convirtió en el *Costa Rica: Festival Internacional de Cine*, en el año 2012. (MCJ, 2017).

Dichas actividades, organizadas en pro del desarrollo sectorial, son consideradas parte del patrimonio intangible, según Castellanos (2005), debido a su impacto en la economía, cultura y educación. Estas son organizadas y financiadas por las instituciones involucradas en el sector, y fortalecidas a través de la creación de programas que brindan estímulo a la creación audiovisual, tales como Becas Taller del MCJ, el Fondo de Fomento Audiovisual de Centroamérica y Cuba Cinergia, el Fondo para el Fomento Audiovisual y Cinematográfico “El Fauno”, los Premios Nacionales de Cultura, los programas docTV Latinoamérica e Ibermedia de la CACI, entre otros. (MCJ, 2017).

Estos y otros programas son desarrollados en el marco de la alianza público-privada relativa al sector, la cual pretende fomentar, visibilizar y potenciar la creación audiovisual desde la competencia y enfoque de las organizaciones públicas.

El sector converge actualmente en la ejecución de cinco proyectos prioritarios, dedicados a la Comisión Fílmica y Ventanilla Única, la *Ley para el Fomento de la Industria Audiovisual*, indicadores del sector audiovisual de la CSCCR, y los proyectos en capacitación, emprendimiento e internacionalización. (MCJ, 2017).

Sobre la labor de la alianza público-privada para el desarrollo de la industria audiovisual y el involucramiento de otras instituciones públicas o privadas en la promoción sectorial y el acceso a mercados internacionales, Josué Fischel Jiménez²⁹, considera que empresas como el Cine Magaly, la distribuidora *Pacífica Grey*, y la Comisión Fílmica, deben participar más activamente en conjunto, para aterrizar en iniciativas puntuales para el sector cinematográfico.

²⁹ Director de la Comunidad Audiovisual de FOCO. (Fischel, J. Comunicación personal, 16 de febrero del 2018)

Asimismo, Sanabria, considera que otra alianza que fortalece a este sector, es la organizada por parte del Banco Central, y las instituciones ligadas al comercio exterior.

El Banco Central de Costa Rica es la fuente oficial de las estadísticas de Inversión Directa. De CINDE se recibe información trimestral de nuevos proyectos de inversión atraídos por esta agencia. Trimestralmente se convoca a reunión al Grupo Interinstitucional de Inversión Directa (GIIED), conformado por personal técnico tanto del Banco Central, como de CINDE, COMEX, PROCOMER e ICT; para analizar los resultados del trimestre y establecer pautas y metas para este indicador.

Sanabria, V. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018.

Como parte de la alianza público-privada desarrollada en beneficio de este sector, se crea la Comisión Fílmica de Costa Rica, mediante el Decreto N° 35384-MCJ-COMEX del 24 de junio del 2009, que integra representantes del MCJ y COMEX, PROCOMER, ICT, y un representante relacionado con la industria audiovisual y cinematográfico. (La Gaceta, 24 de julio del 2009).

Como ya se indicó, la Comisión entró en una etapa más operativa a partir de enero del año 2017, con la designación de un Comisionado. De esta forma fue posible obtener resultados concretos que antes no existían. Sobre esto, Castro indica que:

La Comisión Fílmica ha operado durante trece meses al momento, antes de eso solo existía en un decreto y reuniones que, por ser de personas de alto nivel de las instituciones, no se les daba seguimiento a las iniciativas. El principal reto de la Comisión, es poder tener un registro de todo lo que se produce en el país, para así tener números que permitan justificar ante cada gobierno de turno, la importancia del apoyo al sector y de las leyes para la gestión de la industria.

La principal dificultad a la que se enfrentan los grupos, es que no hay leyes actualmente para el apoyo de la atracción de la inversión extranjera en el sector

audiovisual, y por ende el país se está perdiendo de millones y millones de dólares que optan por irse a otros países donde hay incentivos.

Castro, J. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018

A pesar de los resultados obtenidos por parte de la Comisión Fílmica, se considera que para que posea un mayor impacto en el sector, y se dé una efectiva inserción en el subsector cinematográfico, es necesario incluir entre los actores de la Comisión, representantes de otros subsectores. Por ejemplo, sonidistas, escritores, directores, productores, editores, y demás; cuya labor también forma parte del proceso cinematográfico.

Asimismo, es importante que se promueva el país no solo como destino de filmación, sino como coproductor de proyectos audiovisuales, y fuente de talento humano técnico. Con el desarrollo de esta función, se fomentarían tanto el trabajo como la educación continua, y la conformación de alianzas estratégicas con expertos provenientes del exterior, evitando la fuga de talentos, y promoviendo el pleno empleo y la actualización continua en el área.

A.4.b. Oferta de educación superior universitaria y educación técnica

Con respecto a la educación técnica y superior, el país cuenta con uno de los mejores índices de calidad en la educación de la región, y es reconocida a nivel mundial, por el talento humano de sus trabajadores. Según datos del MEP y el Departamento de Registro de Universidades del Consejo Nacional de Rectores (CONARE), para el año 2018, la cantidad de graduados de sus colegios técnicos ascendería a los 1.2 millones, mientras que, sus graduados universitarios superarían los 68.000 egresados, en las 57 universidades privadas y las 5 instituciones públicas. (CINDE, s.f.)

Actualmente, la educación especializada en la industria audiovisual, se desarrolla a través de la Universidad Véritas, la Universidad Creativa, la UCR y la UNA, así como el apoyo en el INA, y la formación y capacitación en el extranjero. (PROCOMER, 2009)

La UCR capacita a los profesionales en el área a través de la Escuela de Comunicación Colectiva, énfasis en Comunicación Audiovisual y Multimedial, mientras que la UNA ofrece la carrera en Arte y Comunicación Visual. Con respecto a las universidades privadas, existe una mayor oferta educativa con enfoque en las artes.

La Universidad Veritas, por su parte, posee la Facultad de Imagen, la cual ofrece las carreras de Animación Digital, Fotografía, y Cine y Televisión; así como el Técnico en Diseño 2D, y la iniciativa Fab Lab Veritas, que pretende llevar conocimientos en diseño e innovación artística y tecnológica a las zonas urbano-marginales del país. (Universidad Veritas, s.f.).

Por otro lado, la Universidad Creativa, ofrece las carreras de Diseño y Desarrollo de Videojuegos, Animación, y Producción Audiovisual Digital; así como más de cincuenta cursos libres y seminarios, en temas relacionados con el área cultural y de producciones digitales. (UCreativa, s.f.).

Complementariamente, tanto el INA como la Casa Cultural Amón del Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC), ponen a disposición del público, cursos libres y de actualización profesional, en áreas del diseño digital y producción audiovisual. En dichas casas de enseñanza, la educación formal en materia audiovisual, se divide en las áreas de pre-producción, producción y post-producción, específicamente orientadas hacia la producción fílmica, la producción de comerciales, y la producción animada, en servicios como el diseño de personajes, guión técnico, sonido, fotografía, iluminación, arte, vestuario, entre otros. (PROCOMER, 2009)

Sobre su experiencia relativa en la academia vinculada al sector audiovisual, el entrevistado #10 considera que:

El principal reto al que se enfrentan los actuales y futuros profesionales en el sector, es que el ámbito académico está enfocado a la calidad técnica de la realización de un producto, pero necesita ser fortalecida en lo referente a la parte del

emprendedurismo, derechos de autor, montaje de empresas y líneas de producción, procedimientos, proyección internacional, escalabilidad y competencia internacional.

Entrevistado #10. Comunicación personal, 8 de enero del 2018.

Asimismo, se considera que “el principal reto para la academia, radica en mantenerse relevantes. La animación digital es un sector en crecimiento y evolución constante, y es necesario que la academia responda y acompañe esos cambios, formando profesionales preparados para enfrentar las realidades del mercado” (Entrevistado #11. Comunicación personal, 5 de febrero del 2018).

Se estima que un factor que aqueja al desarrollo sectorial, es la fuga de talentos, en búsqueda de otras oportunidades laborales, en mercados que promuevan en mayor medida la creación de contenido audiovisual, que, a través de los incentivos, generen un mercado en el cuál sea más barato producir, o en el que sea más fácil acceder a la educación superior especializada, como señalan los expertos en el área. Asimismo, un entrevistado que opta porque su nombre no sea incluido, profundiza sobre los retos a los que se enfrentan los estudiantes en el área audiovisual, al indicar que

A los estudiantes o los futuros profesionales ya no les interesan los títulos, las empresas ya no los están contratando por los títulos, entonces ¿de qué vale un título a final de cuentas? Por eso es que los programas técnicos o los diplomados están teniendo más fuerza, tanto así que estudiar *online* empieza a tener mucha más fuerza. Las universidades están teniendo entonces un gran nivel de deserción. Aquellas que no están haciendo los cambios adecuados, no logran mantenerse en el mercado.

Entrevistado #2. Comunicación personal, 11 de febrero del 2018

Sobre esta situación, Castro considera que, en el mercado “conviven en la actualidad tanto un grupo de la vieja guardia que son empíricos, pero con gran conocimiento en aspectos técnicos, y, por otro lado, nueva generación con títulos en Comunicación, Producción, Cine

y demás, que también están terminando de desarrollar sus habilidades técnicas en el campo de la experiencia propiamente” (Castro, J. 15 de febrero del 2018).

En este punto, se considera fundamental que el país ofrezca entonces, tanto incentivos a la producción en materia audiovisual, para reducir los costos asociados a la creación para los artistas, como incentivos a la educación y formación profesional en el área, para evitar la fuga de talentos y la deserción universitaria. Esto puede darse a través de los convenios que promuevan la educación especializada en este campo, así como las oportunidades de co-producción con artistas de estas naciones.

B. Contextualización del macro entorno de la industria audiovisual en Costa Rica, y sus productos generados

Con el fin de dar respuesta a la pregunta de investigación planteada, sobre la posibilidad de utilizar la información disponible sobre los factores económicos, sociales y legales en la contextualización del macro entorno de la industria audiovisual y los productos generados por esta, el equipo investigador llega a la conclusión de que la industria audiovisual se refleja en Costa Rica a través de cinco modalidades, las cuales se enlistan y describen en los siguientes apartados.

La industria audiovisual se refleja por medio de cinco realidades distintas que, a su vez, suponen un mayor o menor grado de participación de recurso económico y humano local, y un sistema de prestación de servicios distinto, como se describe a continuación.

B.1. Sector público como productor de contenido audiovisual

La primera modalidad, relativa a la producción de contenido audiovisual por parte del sector público, se analiza a través de esta perspectiva y entendimiento del aparato estatal dada por MIDEPLAN. La producción de contenido audiovisual de este sector responde a toda obra audiovisual que haya sido creada por y para las instituciones estatales.

Todo material publicitario o informativo audiovisual de las instituciones públicas, corresponden a productos audiovisuales del sector público, cuyo consumo es constante e inconsciente por parte de la población, a través de la radio, televisión o cine. Debido a la naturaleza de dichas instituciones, el consumo de estos productos genera identificación para el consumidor, lo cual no se obtiene del todo o en esta magnitud con consumidores extranjeros que se ven menos expuestos a este, o no poseen el mismo nivel de involucramiento con las instituciones reflejadas a través de las obras audiovisuales.

Bajo esta modalidad destacan obras como la publicidad audiovisual de la Presidencia de la República, ministerios, municipalidades, bancos estatales, colegios profesionales, universidades públicas, e instituciones autónomas.

Dicha modalidad de la industria audiovisual no se considera comercio exterior de servicios, desde la perspectiva de esta disciplina, pues sus partes se encuentran ubicadas en el mismo territorio, y son ambas nacionales, situación que cambia al involucrar empresas extranjeras ubicadas permanentemente o de forma temporal en el país, según los apartados siguientes.

B.2. Industria local como única productora de contenido audiovisual independiente

En este caso, la industria local se encuentra constituida por las empresas privadas, que, en ejecución de su propio capital o financiamiento, produce su propio material audiovisual, en forma de largometrajes, cortometrajes, videojuegos, animaciones digitales, entre otras. Estas son producidas exclusivamente para la comercialización, sin estar relacionados con una entidad pública, por lo cual, su principal diferenciación con la modalidad anterior, es que no pretende publicitar o informar, sino, generar contenido y productos para el consumo.

En esta modalidad, se ubican las empresas prestadoras de servicios audiovisuales, así como las personas físicas involucradas con la industria audiovisual en nombre propio y en calidad de productores, directores, actores, animadores, desarrolladores de producto,

encargados de iluminación, sonido, color, y demás ocupaciones que se mencionan a lo largo del presente apartado.

No obstante, que la labor de desarrollar una obra audiovisual recaiga por completo y en todas sus etapas en un solo equipo de trabajo y con una misma nacionalidad, es poco frecuente. Esto debido a la firma de convenios de producción entre países o empresas, el aprovechamiento de diferentes recursos humanos, naturales, técnicos o económicos, y el uso de encadenamientos productivos³⁰ en las diferentes etapas de la producción. Por ello, a pesar de que existen en la actualidad productos audiovisuales que debido a sus características se ubican en esta categoría, en la actualidad prolifera el uso de las coproducciones, correspondientes a la categoría siguiente.

A pesar de que al igual que en las producciones locales a cargo del sector público costarricense, su consumo es local, debido a la naturaleza comercializadora de la industria local independiente. Esta categoría comienza a perfilarse el comercio de servicios audiovisuales entre consumidores y proveedores ubicados en diferentes territorios, por lo cual es posible hablar de un modo de suministro 1, consumo transfronterizo, en caso de que la obra audiovisual sea exportada por el prestador del servicio y consumida en el extranjero, mientras que este y otros modos de suministro pueden estar presente en el caso de las coproducciones.

B.3. Industria local como coproductora de contenido audiovisual independiente

Las industrias locales como coproductoras de contenido independiente, comparten con la categoría anterior, el no estar asociada a entes del sector público costarricense, por lo cual, su fin es el de crear contenido y comercializarlo. No obstante, estas pueden involucrar otros actores en el desarrollo de las diversas etapas que concluyen en la creación de una obra de contenido audiovisual.

³⁰ Conjunto de empresas que interactúan entre sí, como componentes de un proceso productivo articulado aprovechando sus capacidades individuales, con el fin de que cada una de las empresas gane competitividad en los mercados. (Kuan, 2011)

En vista de la proliferación de industrias audiovisuales alrededor del mundo, es común encontrar producciones desarrolladas por medio de la alianza de varias empresas de un mismo país, o incluso, de países diferentes. A través de esta producción, es posible explotar las ventajas competitivas de cada actor, industria o país en relación con sus tradicionales competidores.

En el caso de Costa Rica, se cuenta con los recursos naturales, y en algunos casos, humanos y técnicos para desarrollar una producción. No obstante, no se poseen los recursos económicos con los que sí cuentan otros países para la producción de obras audiovisuales de calidad, razón por la cual, una alianza entre ambos resulta ser la mejor forma de desarrollar el proyecto.

Igualmente, existe la posibilidad de que los países cuenten con los recursos necesarios para realizar una producción por sí solos, pero que, debido a otras condiciones, como el apoyo a las industrias nacientes de sus socios comerciales, la presencia de incentivos que reducen los costos de producir en otros países, o por el prestigio internacional de determinadas personas o locaciones dentro de la industria, se prefiera trasladar una o varias etapas de la producción a otra industria.

En este punto es fundamental distinguir cuando la obra audiovisual se trata de un proyecto que posee un solo productor (o bien, varios productores de un mismo territorio) que utilizan los recursos de un segundo país sin ser este considerado coproductor, y cuando, efectivamente, el productor o productores del segundo país son coproductores de la obra audiovisual.

A pesar de que no se posee un fundamento teórico para definir qué grado de involucramiento debe poseer dentro de la obra audiovisual, un segundo productor o territorio para ser considerado coproductor, Alarcón considera que esto se encuentra completamente determinado por factores legales, y de la presencia de rendimientos sobre la obra.

Por tanto, para efectos de esta modalidad, se considera coproducción, toda aquella colaboración mediada por un contrato o acuerdo vinculante, en el que las partes determinen la naturaleza de su asociación, y la distribución de labores y eventuales ganancias sobre el proyecto realizado. En ausencia de ambas características, no es posible hablar de una coproducción, aún y cuando producto de las instalaciones o recursos ubicados en el segundo territorio, se obtuvieron ganancias indirectas, por ejemplo, asociados al turismo o al prestigio del país dentro de la industria audiovisual.

Con respecto a los modos de suministro del comercio de servicios, en este caso continúa latente la posibilidad de que no exista comercio exterior, por lo cual no es pertinente hablar de comercio de servicios ni modos de suministro. No obstante, en el caso de que efectivamente exista una transacción internacional, el mismo puede darse mediante un modo de suministro 1, comercio transfronterizo, en el cual consumidor y proveedor están ubicados en diferentes territorios, o incluso modo 2, consumo en el extranjero, tradicionalmente asociado al turismo, en el cual, el consumidor del servicio se traslada al territorio del proveedor, si se considera el traslado de personas físicas al territorio de una segunda parte.

Cabe destacar que, debido a la facultad que posee la industria audiovisual de promover la inversión extranjera directa, el turismo y sus industrias conexas, se fomentan, también la comercialización de otros servicios conexas (como la hotelería, alimentación, entretenimiento y transporte) a través del modo de suministro 2, consumo en el extranjero, y eventualmente, modo 3, presencia comercial y modo 4, presencia de personas físicas en el caso de las inversiones en el país, como abordan las restantes modalidades de la industria audiovisual, evidenciadas en Costa Rica.

B.4. Industria extranjera productora de contenido audiovisual, establecida permanentemente en el país

La producción de contenido a través de la industria extranjera establecida permanentemente en el país, corresponde a una manifestación de la inversión extranjera

directa entrante en Costa Rica. En el caso específico de su establecimiento permanente, se da como resultado de los esfuerzos realizados por las instituciones pertinentes, por generar un clima de negocios apropiado que promueva tanto al desarrollo de la industria local, como de la extranjera domiciliada en Costa Rica, para la generación de empleo y el aumento de divisas exportadas hacia el resto del mundo.

La industria extranjera establecida permanentemente en el país, debe cumplir con una serie de requisitos señalados por las diferentes instituciones competentes en temas de tributación, salud, seguridad, comercio y trabajo, que la Cámara de Comercio de Costa Rica (s.f.) sintetiza según el tipo de empresa que se pretende crear, y el tipo de asociación registrada. El cumplimiento y eventual registro de estas empresas las faculta, entre otras, para la posesión de cuentas bancarias, la contratación de personal nacional, y la participación en licitaciones.

Con base en lo anterior, las empresas creadas pueden ser inscritas bajo el nombre propio del comerciante, como sociedad anónima (S.A.), responsabilidad limitada (S.R.L.), comandita simple (S.C.) o sociedad en nombre colectivo (S.N.C.), según las características de cada empresa. Igualmente, la Cámara de Comercio de Costa Rica determina que los tipos de empresas extranjeras que pueden domiciliarse en el país, pueden ser empresas exportadoras bajo regímenes aduaneros especiales, como los Regímenes de Zona Franca y de Perfeccionamiento Activo, o empresas turísticas. (Cámara de Comercio de Costa Rica, s.f.)

Las personas jurídicas deben estar inscritas ante el Registro Nacional. Este proceso se realiza en línea en todos los casos, excepto cuando la moneda del capital social sea distinta a la moneda nacional, el otorgamiento del poder se dé a una persona ajena a la junta directiva, y cuando el pago del capital sea mediante bienes. La empresa puede ser inscrita como persona jurídica domiciliada en Costa Rica, o como una sucursal de una sociedad domiciliada en el extranjero. Posteriormente, se realiza el registro de la propiedad industrial e intelectual, a través de la inscripción de una marca y nombre comercial. (Cámara de Comercio de Costa Rica, s.f.)

Tras el cumplimiento de las condiciones en caso de aplicar al Régimen de Zona Franca, Perfeccionamiento Activo, o bien, como empresa de turismo, la empresa debe registrarse como contribuyente tributario según el régimen correspondiente. Después, los patronos deben asegurar a sus empleados por riesgos de trabajo, a través de la suscripción de una póliza de riesgos de trabajo emitida por una entidad aseguradora autorizada en el país, suscrita al inicio de operaciones del funcionario, y vigente durante toda la relación laboral. (Cámara de Comercio de Costa Rica, s.f.).

Debido a las características del comercio de servicio, a pesar de que es posible y la ley faculta que empresas extranjeras se domicilien en Costa Rica tras el cumplimiento de los requisitos mencionados con anterioridad, es poco común que estas lo hagan, pues la instalación en un tercer país le supone a la empresa una inversión y gastos periódicos que podrían catalogarse como innecesarios. Esto considerando que los productos de la industria audiovisual pueden ser comercializados de manera digital entre empresas proveedoras del servicio y sus consumidores, sin la necesidad de contar con una instalación física en el territorio nacional.

En vista de lo anterior, a pesar de que el uso de la presente modalidad no posee mucho auge, es una posibilidad existente, y que, en caso de desarrollarse, constituiría comercio de servicios a través de las diferentes modalidades de suministro ya mencionadas.

B.5. Industria extranjera productora de contenido audiovisual, establecida temporalmente en el país

Como última modalidad, destaca la industria extranjera productora de contenido audiovisual, establecida en el país, únicamente de manera temporal. A esta modalidad responden las personas físicas que visitan el país por un periodo determinado, con el fin de realizar una obra audiovisual, ya sea parcialmente o en su totalidad.

Alarcón considera que la posibilidad de que artistas extranjeros viajen a Costa Rica para realizar la post-producción, aportaría en gran medida a la competitividad de esta industria.

Esto debido a que los diferentes componentes de esta etapa, por ejemplo, la inclusión de audio, color, edición, entre otros, son actividades muy lucrativas, y que, en la actualidad, los profesionales de estas áreas deben migrar a otros países para desarrollarlas, pues no existe un mercado para ellas aún. (Alarcón, D. Comunicación personal 19 de mayo del 2017),

Esta modalidad promueve el turismo fílmico, actividad que tanto la Comisión Fílmica de Costa Rica como el ICT, pretenden potenciar en un futuro cercano pues, como se explica con anterioridad, este sector promueve el auge de industrias conexas al turismo. Por ejemplo, los servicios de hotelería, alimentación, transporte y entretenimiento, especialmente para pequeñas y medianas empresas en las zonas rurales.

A diferencia de lo que se señala en el apartado relativo a la coproducción de las industrias locales con otras industrias, tanto nacionales como extranjeras, la presente modalidad constituye la clasificación dentro de la industria audiovisual, del trabajo realizado por los artistas, productores y técnicos internacionales que visitan Costa Rica con el fin de rodar su contenido audiovisual, haciendo uso de los diferentes escenarios urbanos y rurales que su diversidad ofrece.

Con el fin de instalarse temporalmente en el país, los ocupados de esta industria deben contar con los permisos de migración y extranjería requeridos para trabajar en Costa Rica, y en caso de ser necesario, con la autorización de las autoridades para el uso de propiedad pública, por ejemplo, playas, montañas, calles, edificios, entre otros.

Con respecto al equipo necesario para el desarrollo profesional, este se incluye según la *Ley General de Aduanas* como parte del equipaje del viajero, al entrar o salir del territorio nacional, por lo cual no se encuentra sujeto al pago de impuestos. No obstante, en caso de realizar importaciones temporales, con fines comerciales del mismo, o en una proporción mayor a la que la ley establece para el equipaje, deberán ser tomadas las consideraciones de los respectivos regímenes aduaneros, que contempla la normativa en este punto.

Considerando la movilización física de personas de la industria audiovisual extranjera para el desarrollo de sus obras en territorio nacional, la relación entre consumidor de dicho servicio, y su proveedor, recae dentro del espectro del modo de suministro 4, presencia de personas físicas, debido a la prestación de servicios profesionales.

Se incluye en este modo de suministro, las personas físicas que se instalan en el país, aún de manera temporal, contratados para un determinado proyecto, por una empresa o artista local, que después de finalizada su labor, regresa a su país de origen, pero que un periodo determinado, trabajó dentro del territorio nacional en prestación de sus servicios profesionales.

Según lo expuesto en el presente apartado, las cinco modalidades de la industria audiovisual costarricense constituyen las principales formas de manifestación del sector. No obstante, en el futuro dichas modalidades y sus modos de suministro podrían verse ampliadas o reducidas, según la evolución de la propia industria y de sus productos generados.

Con respecto a los productos generados por la industria audiovisual, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) indica que este sector específico, es uno de los pocos casos en los que se evidencia una “superposición” entre el GATS y el GATT debido a que, los servicios audiovisuales constituyen el único sector de servicios mencionado en el original GATT en su artículo IV, que permitió mantener las cuotas de las pantallas cinematográficas y reservar tiempo para películas de origen nacional.

Este fue el único caso en el que se permitió la aplicación de restricciones cuantitativas en el marco del trato NMF del GATT y fue reconocido en términos de trato nacional en virtud del artículo III del GATT. Esta disposición del GATT se aplica únicamente a las cuotas cinematográficas de cine y parece no abarcar la televisión, la radio y otros segmentos de los servicios audiovisuales.

La importancia de considerar el vínculo entre los acuerdos sobre bienes y servicios ha cobrado nueva importancia, al igual que la necesidad de preservar la previsibilidad y garantizar la seguridad en la aplicación de las normas comerciales multilaterales. La industria audiovisual se basa cada vez más en el contenido del servicio, pero dado que todos estos servicios implican y dependen del comercio de mercancías, la posible aplicación de las disciplinas del GATS puede tener implicaciones bastante graves. Como resultado, queda el potencial para disputas bajo los dos acuerdos. La falta de previsibilidad en la aplicación de normas, puede supeditar la interpretación de las políticas nacionales en esta área sensible a una decisión tomada por un panel de la OMC.

UNCTAD, 2002, p.14

La industria audiovisual, debido a sus características intrínsecas tales como la intangibilidad, la transmisión electrónica y la simultaneidad entre su producción y consumo, es considerada un servicio. No obstante, sus productos generados poseen características de mercancía, debido a la posibilidad de ser comercializada físicamente a través de medios portadores, y la aplicación de restricciones cuantitativas en el marco del trato NMF del GATT, como se explica con anterioridad.

Capítulo 2: Atracción de inversión extranjera directa y protección de los derechos de autor en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales.

Durante las últimas décadas se presentan grandes avances creativos y técnicos, gracias a las nuevas tecnologías digitales e innovaciones que permiten ampliar el margen de participación de los servicios en el mercado internacional. Costa Rica no ha sido ajeno a estos cambios y poco a poco ha logrado involucrarse más en el comercio de servicios, que cuentan con la particularidad de poseer un alto valor agregado.

En vista de lo anterior, y según el enfoque macroeconómico que posee el presente trabajo final de graduación, este capítulo, titulado *Atracción de inversión extranjera directa y protección de los derechos de autor en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales*, pretende ahondar en la incidencia que poseen tanto la inversión extranjera directa (IED), como la protección de los derechos de autor y conexos en el desarrollo del comercio en los servicios del sector audiovisual.

Dicho análisis se da en dos secciones, la primera explicando la incidencia de la inversión extranjera directa en el desarrollo del comercio de los servicios audiovisuales, y la segunda, la incidencia del marco de protección de derechos de autor y derechos conexos en la industria nacional. Para ello, se incluye a manera de anexos, extractos de las entrevistas llevadas a cabo con profesionales en las áreas de inversión extranjera directa y protección de los derechos de propiedad intelectual, así como técnicos y creativos de la industria audiovisual, cuyos criterios son fundamentales para el estudio de este tema.

A. Incidencia de la atracción de inversión extranjera directa

Es importante iniciar definiendo el concepto de “inversión extranjera directa”, el cual se menciona con anterioridad, sin profundizar en sus implicaciones. Lucrecia Rodríguez Guzmán³¹, comenta que:

³¹ Representante del Área de Análisis del Desarrollo, Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN). (Rodríguez, L. Comunicación personal 12 de febrero del 2018)

El quinto y sexto Manual de Balanza de Pagos del Fondo Monetario Internacional (FMI) definen la IED como: “(...) la categoría de inversión internacional que refleja el objetivo, por parte de una entidad residente en una economía, de obtener una participación duradera en una empresa residente de otra economía (denominándose inversionista directo a la primera y empresa de inversión directa a la segunda).

Rodríguez, L. Comunicación personal, 12 de febrero de 2018

Asimismo, Rodríguez adiciona, al concepto definido a través de la institucionalidad del Fondo Monetario, que:

La inversión extranjera directa, es una fuente de financiamiento para el desarrollo productivo de las actividades económicas generadoras de empleo y de acceso a nuevas tecnologías y sistemas de gestión empresarial. La IED contribuye a la formación de capital y disponibilidad de recursos externos para coadyuvar a financiar los desequilibrios de balanza de pagos, particularmente, el déficit de cuenta corriente, característico de la economía costarricense.

Rodríguez, L. Comunicación personal, 12 de febrero de 2018

De manera complementaria, Sanabria contextualiza el mismo concepto en la realidad nacional, y rescata su importancia en la economía de la siguiente forma:

La Inversión Directa (ID) es una categoría de la inversión transfronteriza relacionada con el hecho de que un inversionista residente en una economía, ejerce el control o un grado significativo de influencia sobre la gestión de una empresa de inversión directa residente en otra economía. La importancia de estos flujos de inversión desde el punto de vista económico es que permiten financiar el déficit de la cuenta corriente de la balanza de pagos, además que, en términos de crecimiento, la ID viene a diversificar la demanda externa del país, generando recursos para la economía que se ve reflejado en un impulso para el crecimiento de la actividad económica. Y desde el punto de vista social, que más empresas decidan instalarse

en el país, y demanden recurso humano, les permite a estas personas, acceder a puestos de trabajo mejor remunerados, y que les permita satisfacer sus necesidades.

Sanabria, V. Comunicación personal, 15 de febrero de 2018

COMEX (s.f.) señala que Costa Rica se posiciona a nivel internacional como un destino de recepción de la inversión, gracias a su oferta de valor, basada en el clima político, el talento y contexto humano. Con respecto al primer factor, destaca la estabilidad política, la larga tradición de democracia y la ubicación geográfica estratégica, como puntos a favor.

El talento humano costarricense es altamente calificado, y se desarrolla en un contexto económico en donde el país se muestra con apertura hacia el comercio y la inversión, enfocada en la sostenibilidad. Costa Rica es un referente en el campo de protección al medio ambiente, y sus medidas comerciales y políticas son consecuentes con este enfoque.

Según COMEX (s.f.) los principales efectos de la inversión en la economía nacional son los encadenamientos, el desarrollo y escalamiento de recursos humanos, los mejores estándares productivos, el equilibrio de la balanza de pagos, la contribución al PIB, la generación de empleo de alta calidad, la diversificación y sofisticación productiva, y la integración en las cadenas globales de valor³².

Con base en lo anterior es posible afirmar entonces, que el papel de la inversión extranjera directa es de vital importancia para cualquier país, pero en mayor medida, para los países en vías de desarrollo, y países menos adelantados³³.

³² Fragmentación de los procesos productivos y la dispersión internacional de las tareas y actividades que se realizan en ellos, cuya realización ha llevado a la aparición de sistemas de producción sin fronteras, tanto de bienes como de servicios, donde los productos son creados mediante encadenamientos secuenciales o complejas redes globales, regionales o binacionales” (Marín, 2015).

³³ Clasificación que recibe con base en su nivel de desarrollo, un grupo conformado por 49 países caracterizados por un reducido nivel de PIB per cápita, falta de recursos humanos y un elevado grado de vulnerabilidad económica. (CEPAL, 2007).

La IED permite el desarrollo de las industrias, mediante el financiamiento y promoción de nuevos proyectos o empresas, y la generación de encadenamientos productivos, los cuales si bien es cierto ofrecen ventajas para todos sus involucrados, le permite a los países con un menor nivel de desarrollo acceder a conocimientos, tecnologías y mercados a los que no podrían ingresar solos.

Al margen de esto, la inversión puede darse mediante tres tipos: la explotación de los recursos naturales, la búsqueda de nuevos mercados, y la búsqueda de eficiencia. Mientras que el primer tipo constituye la forma de inversión tradicional, las modalidades restantes se asocian respectivamente al aprovechamiento de mercados con preferencias específicos o economías cerradas, y a la disminución de costos, estímulos a la competitividad y potencial de exportación. (Echandi citado por Porras, 2017).

Con respecto al comercio de servicios de la industria audiovisual, es posible afirmar que la inversión desarrollada en este campo se concentra en las modalidades de búsqueda de mercados y búsqueda de eficiencia. Esto debido a que el país cuenta con los recursos necesarios para el desarrollo de sus proyectos audiovisuales, pero no con la competitividad o potencial exportador que poseen sus industrias competidoras.

La inversión se ve regulada en tres esferas: el marco multilateral, las disposiciones bilaterales y finalmente, la legislación nacional. Con respecto al marco multilateral, no existe a la fecha un acuerdo de la OMC sobre la protección de la inversión extranjera directa. Las normas de referencia en la materia, son aquellas relacionadas con medidas que afectan las mercancías por sus efectos distorsionantes y restrictivos, y el modo 3 de comercio de servicios, como la presencia comercial para su prestación. (Porras, 2017)

En la esfera bilateral, se incluyen los capítulos de inversión en cada tratado de libre comercio, así como los tratados bilaterales de inversión. Resulta imprescindible aclarar que cada acuerdo bilateral es diferente, y corresponde a un contexto particular, razón por la cual, para profundizar en estos temas, es necesario hacer un análisis individual de cada

uno de los tratados suscritos por Costa Rica, cuya importancia no trasciende para el presente trabajo final de graduación.

Finalmente, la esfera nacional de la regulación de inversión, como se menciona con anterioridad, incluye las leyes de inversión y de sectores específicos. Debido a su importancia para el establecimiento de inversión extranjera directa en el país, en el apartado siguiente se realiza una reseña sobre los Acuerdos Internacionales de Inversión, y su incidencia en la atracción de inversión específicamente para la industria audiovisual.

A.1. Acuerdos internacionales de Inversión

Un Acuerdo Internacional de Inversión (AII) es un tratado que incluye temas como la inversión transfronteriza, con el fin de promover y liberalizar las inversiones. En ellos, los países se comprometen a adherirse a estándares específicos sobre el tratamiento de las inversiones extranjeras dentro de su territorio y se establecen mecanismos de solución de controversias para las disputas que surjan producto del incumplimiento de los compromisos del tratado. (Porrás, 2017).

Los acuerdos ofrecen seguridad jurídica en el marco del derecho internacional. Además, su mecanismo de solución de disputas permite que los inversionistas puedan resolver estas a través del arbitraje internacional, sin necesidad de que intervengan las cortes nacionales de cada Parte. Esta situación resulta beneficiosa para las partes, pues no se va a favorecer a una de ellas por su condición de nacional. No obstante, el procedimiento de arbitraje tiene como desventaja los altos costos asociados a este.

Los AII se manifiestan a través de tres tipos de acuerdos: los tratados bilaterales de inversión, los tratados preferenciales sobre comercio e inversión (por ejemplo, los tratados de libre comercio), y los acuerdos internacionales sobre imposición.

Mientras que los tratados bilaterales de inversión tratan los temas relativos a la admisión, trato y protección de inversión por parte de personas físicas y jurídicas, los tratados

preferenciales sobre comercio e inversión cubren distintos temas, al encontrarse sus respectivos capítulos de inversión contenidos en instrumentos más amplios, como acuerdos de integración económica y tratados de libre comercio.

Finalmente, los acuerdos internacionales sobre imposición tienen como fin regular la forma en que se distribuyen entre los países los impuestos a las rentas globales de las compañías transnacionales; especialmente en temas como la doble imposición en actividades financieras internacionales. (Porrás, 2017).

Como se menciona con anterioridad, cada acuerdo de inversión es distinto, y sus disposiciones se encuentran reguladas en el texto de cada acuerdo. No obstante, estos deben contener disposiciones mínimas como el ámbito de aplicación, principios de no discriminación, disposiciones sobre expropiación y transferencias, entre otros. Estos y otros temas se contemplan en los apartados siguientes.

A.1.a. Ámbito de aplicación

En cada tratado de inversión deben establecerse cuales son las partes contratantes, es decir los países definidos según su territorio geográfico a los cuales les atañen las disposiciones contenidas en el tratado; el momento de entrada en vigor, la duración del mismo y la protección de la denuncia; las medidas relacionadas con los inversionistas y la inversión, y las disposiciones de inversión propiamente, es decir, sus definiciones, requisitos para su legalidad y exclusiones. (Porrás, 2017).

El alcance de los tratados de inversión se encuentra delimitado por la definición de inversión e inversionista. Dichas definiciones designarán en el marco de cada instrumento a los activos a los que este aplica, y las obligaciones generadas producto de esta relación. En este punto, es pertinente aclarar que inversiones nacidas antes del acuerdo pueden ser protegidas, pero estas no se encuentran cubiertas por el mecanismo de solución de controversias Inversionista-Estado, en el cual se ahondará más adelante.

La definición de los activos que son considerados inversión se da a través de la consolidación de listas abiertas o cerradas, de forma semejante cómo funciona el comercio de servicios. Las listas cerradas constituyen un nombramiento exhaustivo de los activos considerados inversión, mientras que las listas abiertas consideran cualquier activo más la sujeción a la legislación de las partes. Dichas listas se encuentran como anexos en los capítulos de Inversión de cada tratado de libre comercio. (Porras, 2017).

Asimismo, la definición de inversionista en el marco del tratado incluye disposiciones sobre personas físicas (nacionales según la legislación nacional, residentes domiciliados y personas físicas son doble nacionalidad), y sobre las personas jurídicas, entre las que se incluyen la forma legal, el lugar de constitución, su sede de negocios principal, el control efectivo y propiedad de las acciones, y la actividad sustancial; cuando corresponda.

Actualmente Costa Rica tiene acuerdos bilaterales de inversión con Alemania, Argentina, Canadá, Chile, Taiwán, Corea, España, Francia, Países Bajos, Paraguay, República Checa, Suiza, Venezuela y Qatar. (PROCOMER, 2018)

A.1.b. Admisión y establecimiento

Cada Estado tiene la potestad soberana de controlar la entrada y establecimiento de extranjeros en su propio territorio. En virtud de ello, se encuentran en capacidad de adoptar controles y restricciones como las limitaciones sobre propiedad de extranjeros, las prohibiciones de inversión en áreas específicas, contenido nacional, normas sobre transferencias de tecnología, cuotas sobre el empleo del personal nacional, entre otras. (Porras, 2017)

Las disposiciones sobre admisión se refieren a la facultad que posee el Estado para permitir la entrada o presencia de extranjeros en su territorio, en forma ser temporal o permanente. Según los acuerdos de inversión, una vez que es admitida la persona física o jurídica, aplican los estándares de trato nacional y nación más favorecida.

Con respecto al establecimiento, se entiende como el tipo de presencia autorizada, y conlleva al derecho de realizar transacciones comerciales en el país receptor y el derecho de establecer en él una presencia comercial permanente. En los tratados de inversión, los países se comprometen en materia de establecimiento, a cumplir los estándares de trato nacional y nación más favorecida, que apliquen durante el establecimiento, adquisición y expansión. Igualmente, todas las limitaciones existentes en este tema, se incluyen en las listas de cada parte, según el acuerdo y sector en específico.

A.1.c. Estándares de trato

Entre los estándares de trato que influyan en los acuerdos de inversión, se mencionan los siguientes:

1. Trato nacional: el cual asegura que no haya discriminación entre los extranjeros y nacionales, garantizando que los inversionistas extranjeros y sus inversiones reciban un trato no menos favorable que otorgado a inversionistas locales y sus inversiones. Se encuentra sujeto por las siguientes condiciones:
 - No debe ser discriminatorio.
 - Debe existir un parámetro de comparación, es decir las circunstancias deben ser similares.
 - Se compara a inversionistas nacionales con inversionistas extranjeros.
 - Se otorga en las etapas de establecimiento, adquisición, expansión, administración, conducción, operación y venta u otras disposiciones señaladas por el acuerdo.

2. Nación más favorecida: asegura que no exista discriminación entre extranjeros, y garantiza que los inversionistas extranjeros y sus inversiones reciban un trato no menos favorable que el extendido a sus pares.

3. Nivel mínimo de trato: otorga a los inversionistas extranjeros un trato acorde con el estándar mínimo establecido en el derecho internacional consuetudinario³⁴. Está compuesto por el trato justo y equitativo y la protección y seguridad plenas.
 - Trato justo y equitativo: según el caso incluye el apego al derecho y el debido proceso, la previsibilidad y estabilidad en la aplicación de normas, la transparencia y el cumplimiento de las expectativas legítimas.
 - Protección y seguridad plenas: se debe otorgar el nivel de protección policial que es exigido por el derecho internacional consuetudinario.
4. Expropiación: constituye la toma por parte del Estado de la propiedad o derechos patrimoniales para la transferencia a su nombre, reconocido como el derecho internacional y el derecho nacional³⁵. Supone una interferencia con el derecho de la propiedad de los inversionistas, por lo que debe ser compensada.
5. Transferencias: una inversión no se considera protegida si el país receptor no se compromete a permitir el pago, conversión y repatriación de las sumas relacionadas. Debe permitirse que las transferencias se hagan de forma libre y sin demora, desde y hacia el territorio, en moneda de libre uso y al tipo de cambio vigente en el mercado al momento de la transferencia. Las transferencias pueden ser impedidas si se consolidan como excepciones, según lo que acuerden las partes, de forma no discriminatoria y de buena fe.
6. Procedimiento de solución de controversias: el cual puede ser bajo las modalidades Estado-Estado o Inversionista-Estado, según el caso. Sobresale el uso del arbitraje internacional como mecanismo para la solución de controversias, apoyado en el marco legal nacional e internacional, así como el texto del tratado.

³⁴ Concepto del derecho internacional que se refiere a la práctica general y consistente de los Estados, seguida por ellos como si fuera una obligación legal. (Zamora, 2017)

³⁵ A través de la Ley N°7495 Ley de Expropiaciones, la cual en su artículo 1 define expropiación como “cualquier forma de privación de la propiedad privada o de derechos o intereses patrimoniales legítimos, cualesquiera sean sus titulares, mediante el pago previo de una indemnización que represente el precio justo de lo expropiado”

Los tratados de inversión constituyen un instrumento jurídico útil para las relaciones comerciales del país con distintas Partes, así como el establecimiento de inversión extranjera directa bajo normas claras, que incluyen entre otras, disposiciones para la no discriminación de las inversiones y los inversionistas en comparación con sus homólogos nacionales, u otras inversiones e inversionistas extranjeros, provenientes de otras partes.

Asimismo, la normativa en este campo incluye disposiciones sobre la solución de controversias en el marco de los distintos acuerdos, brindando seguridad jurídica a las partes, debido a las grandes transferencias de efectivo, equipo y tecnología que pueden movilizarse gracias a estos instrumentos.

No obstante, es importante recalcar que las disposiciones específicas para cada parte, sector y acuerdo de incluyen en las listas de cada parte, dentro del texto del tratado. Por ende, las disposiciones anteriormente mencionadas suponen las normas básicas que deben seguirse en materia de inversión en el marco de los acuerdos internacionales de inversión; y para un estudio más a fondo sobre las relaciones bilaterales y plurilaterales de los miembros, se sugiere una revisión de sus respectivas listas y capítulos de inversión en los tratados suscritos.

A.2. Estado actual de la inversión extranjera directa

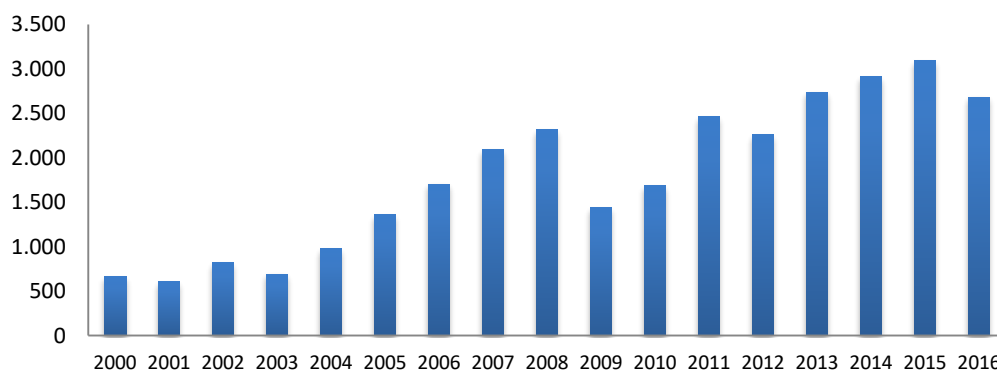
Según datos de COMEX (2016), la inversión extranjera directa recibida por Costa Rica en el periodo comprendido entre los años 2000 y 2016, ha fluctuado, evidenciándose un mayor crecimiento entre los años 2004 (41,0%), 2005 (39,8%) y 2011 (45,2%) en comparación con los años anteriores.

La inversión recibida alcanzó su cifra más alta durante el 2015, con un valor de US\$3.096 millones. Para junio del 2018, última medición, la suma total para ese año ascendió los US\$647 millones, por lo que se espera que los valores finales del periodo sean semejantes a los de años anteriores.

Las principales contracciones en el crecimiento de la atracción de inversión extranjera directa se evidencian en los años 2003 (-16,1%), 2009 (-37,8%) y 2016 (-13,4%), en comparación con el periodo anterior. Mientras tanto, los valores de atracción de inversión extranjera directa más bajos en el periodo datan del principio de siglo.

No obstante, debido al poco auge de la inversión extranjera directa en ese momento, se considera el 2009 como el año con la menor inversión atraída, para un total de US\$1.443 millones, cifra que resulta comprensible si se contextualiza en la economía global de la época, marcada por la crisis inmobiliaria experimentada por Estados Unidos durante el 2008, cuyas repercusiones se evidenciaron por el resto de la década.

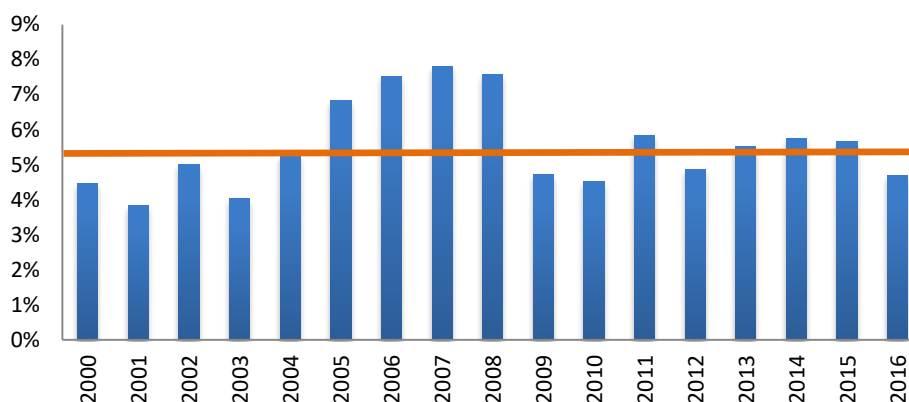
Gráfico 1.
Inversión Extranjera Directa recibida
Periodo 2000-2016
Datos expresados en millones de dólares estadounidenses



Fuente: COMEX, 2016

Complementario al gráfico anterior, según COMEX (2016) para el periodo comprendido entre los años 2000 y 2016, última fecha de la cual se poseen datos, la participación de la inversión extranjera directa en el PIB nacional fue de 5,5% en promedio, evidenciándose mayor auge en el año 2007, cuando este fue de 7,8%, como se aprecia el gráfico siguiente:

Gráfico 2.
Participación de la Inversión Extranjera Directa en el PIB
 Datos expresados en porcentajes



Fuente: COMEX, 2016

Como evidencia el gráfico anterior, el periodo comprendido entre los años 2005-2008 fue el de mayor auge para la representación de la inversión extranjera directa en el PIB del país. No obstante, después de estos años la inversión se contrajo por debajo del promedio del periodo, situación que no puede ser corregida a la fecha, a pesar de que se observa una mayor participación en los años 2011, 2014 y 2015, y que los valores de inversión totales superan los US\$1.500 millones.

Con respecto al origen de la inversión extranjera directa, se identifica como principal inversor a Estados Unidos, que desde el año 2000 invierte en el país más de US\$17.075 millones (US\$1.000 en promedio cada año), siendo su mayor contribución económica al país durante los años 2011 y 2015, con US\$1.658 millones, y US\$1.601 millones respectivamente.

El flujo total de inversión extranjera directa por país de origen se incluye en el anexo #20, en donde se destaca el aporte de otros países como Canadá (US\$1.053 en todo el periodo), Colombia (US\$1.044 en todo el periodo) y España (US\$1.833 en todo el periodo), sin que estos puedan superar la inversión proveniente de Estados Unidos en un solo año.

Las principales actividades económicas destino de inversión extranjera directa en el país desde el año 2000 y hasta el 2016, son los sectores de manufactura (US\$11.315 millones en todo el periodo), servicios (US\$6.496 millones) e inmobiliaria (US\$5.518 millones). La inversión total durante el periodo, correspondiente a US\$30.513 millones, se divide en otros sectores, como agricultura, comercio, turismo, y demás, cuyos datos se incluyen en el anexo #21.

Según Flores (2018), el principal servicio beneficiado por la inversión extranjera directa fue el área de las tecnologías digitales y servicios corporativos, que además contaron con la creación de más de 10 mil nuevos puestos de empleo y el desarrollo de 22 proyectos empresariales.

En los últimos años ha existido un comportamiento de los flujos de inversión en constante expansión, y con orientación hacia los servicios debido, principalmente, al desarrollo de nuevas tecnologías y su diversidad de áreas de aplicación. Para el año 2015, el 56% de la inversión extranjera directa se ubicaba en dichos sectores. (MIDEPLAN, 2016, p.3)

La IED efectivamente crece en los últimos años, hasta el punto de superar la meta deseada por las administraciones más recientes. Además, se evidencia el auge de diversos campos del sector servicios, gracias al flujo de capital recibido por IED, principalmente en el área de las tecnologías digitales, entre las cuales se encuentran agrupados los diferentes servicios audiovisuales, evidenciando la incidencia existente entre el desarrollo de esta industria, y la atracción de inversión extranjera directa.

No obstante, y a pesar de superar la meta indicada para el año 2017, con respecto a la atracción de IED, Rodríguez menciona que es necesario priorizar acciones concretas para aumentar el ingreso IED, en pro del desarrollo industrial de Costa Rica. (Rodríguez, L. Comunicación personal, 12 de febrero del 2018)

Rodríguez indica que se debe de mantener un ambiente de estabilidad macroeconómica, mejorar el desarrollo de capacidades de la mano de obra según los requerimientos de los

sectores productivos, fomentar los encadenamientos productivos entre empresas extranjeras y nacionales como proveedoras de insumos de calidad, mantener o fortalecer servicios públicos competitivos (energía, infraestructura para transportes, telecomunicaciones, agua), y aprovechar en mayor medida los acuerdos comerciales vigentes y su seguridad jurídica. (Rodríguez, L. Comunicación personal, 12 de febrero del 2018)

Asimismo, Sanabria menciona que resulta fundamental diversificar las fuentes de inversión extranjera directa, ya que, en la actualidad, Estados Unidos es la principal fuente de inversión extranjera directa, haciendo al país más vulnerable ante posibles cambios económicos de su socio, o ante eventuales debilitamientos en la relación comercial. (Sanabria, M. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018).

Cabe mencionar que si bien, la participación económica de otros países como México, Colombia, España, Reino Unido y Holanda aumenta en los últimos 10 años su presencia en la inversión colocada en el país, continúa siendo inferior a la proveniente de Estados Unidos. Sobre el punto anterior, resulta imperativo la diversificación de socios comerciales, no solo en el sector audiovisual, sino en todos los ámbitos.

En los últimos años se desarrollan iniciativas concretas para diversificar los socios comerciales del país. Entre estos esfuerzos destacan la organización de ferias internacionales desarrolladas en Costa Rica, como la feria *Buyers Trade Mission y Costa Rica Services Summit*, así como la participación en ferias internacionales organizadas en diversos países de la región americana y en el continente europeo.

A.3. La inversión extranjera e industria audiovisual

La labor desarrollada por la Comisión Fílmica a partir del 2017, tuvo como resultado que para feria internacional *Buyers Trade Mission*³⁶ 2017, ingresaran al mercado costarricense

³⁶ Misión Comercial de Compradores, organizada por 20 años consecutivos por PROCOMER, que funge como plataforma exportadora de productos innovadores y una manera de posicionar el talento nacional en mercados

más de 15 empresas de Producción, Animación y Videojuegos; logrando concretar más de 160 citas de negocios entre compradores internacionales de servicios y oferentes locales.

Para el año 2018 en el *Costa Rica Services Summit*³⁷ se espera la presencia de más de 25 empresas internacionales y la generación de más de 200 citas de negocios de la industria específica de producción audiovisual. (Castro, J. Comunicación personal, 15 de febrero de 2018).

Gracias a los esfuerzos de las diferentes instituciones nacionales, se logra incentivar la inversión, logrando resultados cuantificables como lo es el aumento del comercio, la generación de pleno empleo y la transformación en un mercado atractivo a nivel internacional, evidenciado a través de la cantidad de proyectos en los cuales el país se encuentra involucrado.

Un claro ejemplo del avance económico y social planteado por el presente seminario de graduación como una consecuencia directa del desarrollo y comercio de la industria audiovisual, es mencionado por José Castro, cuando comenta que:

Costa Rica avanza a pasos gigantes, en el 2017 se estrenaron 18 largometrajes, 6 series de ficción. Hay en producción 13 proyectos para el 2018. En total en los últimos 10 años se han realizado más de 90 producciones de largometrajes y serie, más todos los comerciales y videos internacionales que se filman año con año

Castro, J. Comunicación personal, 15 de febrero de 2018

Dichas producciones se traducen no solo en ganancias económicas que ingresan al país, sino también en aspectos socio-económicos, como lo son la generación de empleo, la

internacionales, aumentando las ventas, capacidades, alianzas estratégicas, contactos internacionales y segmentos de mercado. Organizada en San José, Costa Rica, con la participación de invitados internacionales provenientes de más de 34 países. (BTM, 2018)

³⁷ Evento de negocios organizado en San José, Costa Rica, congrega a más de 100 compradores internacionales y 150 exportadores del sector servicios especializados en tecnologías de la información, producción audiovisual, animación digital, diseño y tecnologías verdes, educación, biotecnología y salud. (Costa Rica Services Summit, 2018)

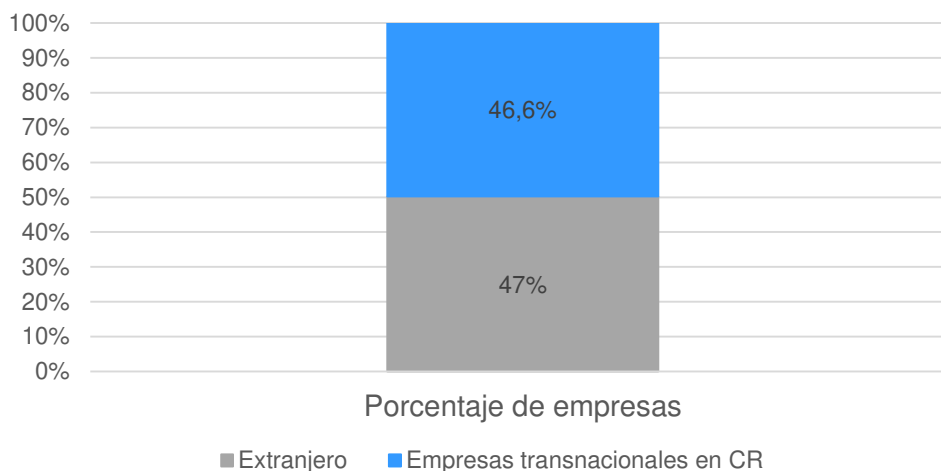
percepción internacional de Costa Rica, que se traduce en mayores índices de turismo, competitividad, cooperación, bienestar social, entre otros.

Es igualmente importante, evidenciar que las tecnologías digitales poseen mercados extranjeros como destino de sus ventas. Según el *Mapeo Sectorial* realizado por PROCOMER & CAMTIC (2015, p.36), el 47% de empresas del sector posee clientes en el exterior y un 46,6% de empresas les vende sus productos generados a empresas transnacionales ubicadas en Costa Rica.

La presencia de empresas transnacionales en esta cuantificación es de vital importancia, ya que refleja el impacto que posee la inversión extranjera directa en el comercio de las tecnologías digitales, entre las cuales se encuentran los servicios de la industria audiovisual. La cuantificación del mercado de destino de las empresas de tecnología digital, dividida en mercado nacional, mercado extranjero y empresas transnacionales ubicadas en Costa Rica, para el año 2014, se aprecia en el gráfico #3 siguiente.

Del 96.6% de empresas de tecnología digital, un 47% tiene como principal mercado destino empresas diversas ubicadas en el extranjero, mientras que un 46.6%, posee como principal mercado de destino, a las empresas transnacionales ubicadas en el país. Finalmente, el porcentaje restante (3.4%), corresponde al mercado de destino de empresas nacionales.

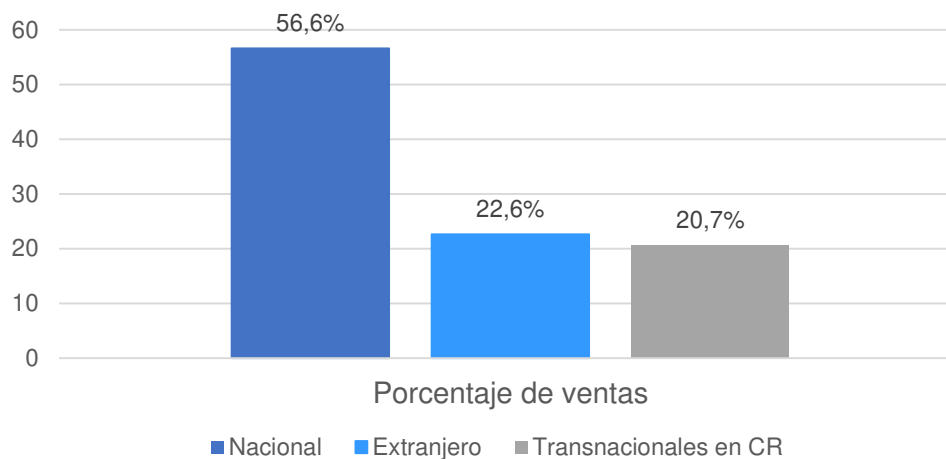
Gráfico 3.
Mercado de destino de empresas de tecnología digital
 Periodo 2014



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER & CAMTIC (2015)

Complementariamente, el gráfico siguiente evidencia como la mayor cantidad de las ventas son realizadas en el mercado nacional, seguido por el mercado extranjero, y finalmente, las transnacionales ubicadas en Costa Rica.

Gráfico 4.
Ventas según mercado de destino de empresas de tecnología digital
 Periodo 2014

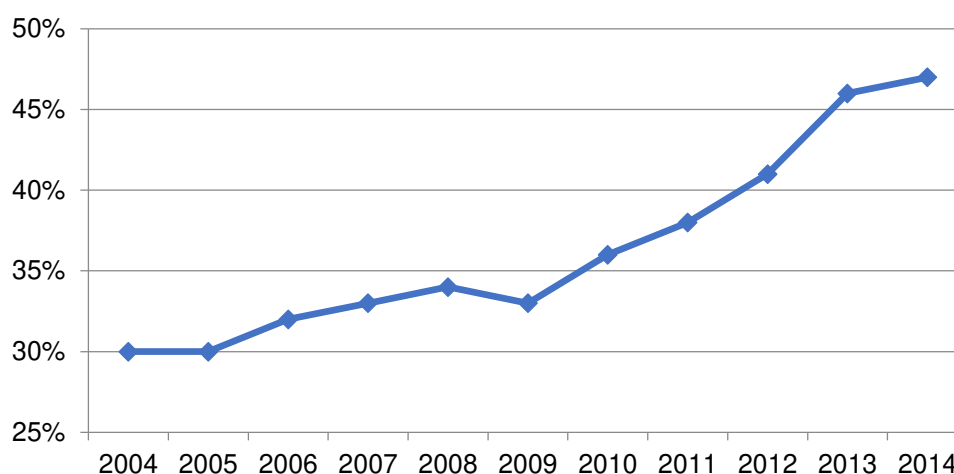


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER & CAMTIC (2015).

Igualmente, en el gráfico #5 se muestra la evolución de la proporción de las empresas exportadoras, desde el año 2004 hasta el 2014, última medición existente, evidenciando el crecimiento sostenido de este sector.

Según el informe *Mapeo Sectorial*, PROCOMER & CAMTIC (2015) la proporción de compañías exportadoras evoluciona con respecto al total de participantes. En 2004 el 30% de las empresas en operación dentro del territorio nacional, lleva o había llevado a cabo ventas en el exterior. Esta fracción crece sostenidamente durante la siguiente década hasta llegar al 47% para el año 2014, último año del cual se poseen datos finales de todo el periodo de estudio, como describe el siguiente gráfico:

Gráfico 5.
Evolución de la proporción de empresas exportadoras
Periodo 2004-2014



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER & CAMTIC (2015).

Con respecto a los principales destinos de los productos comercializados por empresas exportadoras, se mencionan Panamá, Estados Unidos, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Colombia, México, República Dominicana, Ecuador y Canadá. Dicha información evidencia la tendencia de comercialización con países cercanos a Costa Rica, todos pertenecientes al continente americano. El comercio de servicio es casi en su totalidad digital, de manera que no existen restricciones por manipulación o tarifas del flete, como sí sucede en el comercio de bienes o mercancías, que genere ese mayor comercio a nivel regional.

Aunado a lo anterior, para el año 2013 solamente un 4% de las exportaciones de este sector, tuvieron como destino Europa, en contraste con el 67% destinado a América del Norte (PROCOMER & CAMTIC, p.48). Dichos datos evidencian, en primer lugar, la tendencia al comercio intrarregional, y, en segundo lugar, la necesidad de diversificar tanto los destinos de exportación, como el origen de las inversiones, para reducir la dependencia hacia terceros mercados, y la vulnerabilidad asociada a esta.

A.4. Incentivos para la atracción de inversión extranjera directa

Según señala Rodríguez, como formas de incentivar y aumentar los beneficios de la IED para la industria audiovisual, debe considerarse la posibilidad de ofrecer incentivos por parte del gobierno y sus instituciones, o bien, por parte de las empresas privadas, para el desarrollo y comercialización de proyectos audiovisuales, en sus diferentes sub sectores y etapas creativas.

Sobre este punto, Alarcón (comunicación personal, 19 de mayo del 2017) considera que, si bien es cierto, en la actualidad se realizan esfuerzos por parte de las instituciones relacionadas con el comercio por promover al país como locación para producciones, es fundamental promoverlo también como destino de postproducción, es decir, atraer clientes extranjeros que realicen la edición, el audio, color, y demás.

Según Alarcón, una de las iniciativas que podría implementarse para promover el turismo fílmico y emplear la IED en esta industria, es ofrecer “tarifas bajas o subvenciones de hospedaje para el personal de la producción, que se queden en el país durante el proceso de post-producción”.

De esta forma, se estaría impulsando la economía nacional desde tres frentes:

- el turismo, especialmente en zonas costeras o montañosas del país, las cuales son las más utilizadas como locación para producción extranjera,
- la generación de empleo directo e indirecto, y finalmente,

- el apoyo a la industria audiovisual.

A partir de lo anterior se fomentaría la capacitación técnica en el área, los encadenamientos productivos, y el reconocimiento internacional de la industria, los cuales se identifican como beneficios asociados a la atracción de inversión extranjera directa.

Es válido aclarar que el considerar tarifas preferenciales no es una medida que deba ser implementada por el Estado, sino que debería fomentarse a través de alianzas entre el sector de producción y el sector hotelero y turístico en general, debido a que no corresponde al Estado obligar a los privados al desarrollo de este tipo de medidas.

Hay quienes consideran que uno de los temas que continúa dejando a Costa Rica en desventaja en comparación con sus principales competidoras, es la ausencia de incentivos específicos, para la atracción de inversión extranjera directa en esta área, a pesar de los esfuerzos llevados a cabo por PROCOMER y CINDE para la promoción del país como destino de locación y de inversión.

Según José Castro, una de las principales dificultades que evidencia la Comisión Fílmica, es que en la actualidad “no existen leyes para el apoyo de la atracción de la inversión extranjera en el sector audiovisual, y, por ende, el país está perdiendo millones de dólares que optan por irse a otros países donde sí hay incentivos”. (Castro, J. Comunicación personal 15 de febrero del 2018)

En esta temática, Castro y Alarcón, coinciden en que deberían de desarrollarse una serie de iniciativas, con el fin de promover la atracción de inversión extranjera directa. Algunas de ellas son:

- Promover una ley de atracción de inversión extranjera audiovisual;
- fomentar la instauración de incentivos fiscales y exoneraciones para la reducción de costos asociados a la preproducción, producción y postproducción, tanto para nacionales como extranjeros; y

- promover el involucramiento de las comunidades rurales con potencial turístico y de crecimiento económica, en la industria audiovisual.

Según Castro (comunicación personal 15 de febrero del 2018), dichas iniciativas se encuentran en desarrollo en la actualidad, a través de diversos entes públicos y estatales.

Se considera que estas iniciativas, además de promover la industria audiovisual, potenciarían de igual forma otras economías, especialmente aquellas asociadas al turismo, promoviendo la formulación de proyectos de emprendedurismo en pequeñas y medianas empresas en zonas rurales, caracterizadas por una gran vulnerabilidad social y menores oportunidades de empleo.

Asimismo, incentivos aunados a la reputación de Costa Rica a nivel mundial y su excelente clima de negocios, convertirían al país en un exponente de la industria en la región. De esta forma, el país sería capaz de competir directamente con otras industrias audiovisuales de larga trayectoria, como la mexicana y colombiana, quienes ven potenciadas sus oportunidades de negocios gracias a que los beneficios ofrecidos atraen a inversores y artistas que buscan desarrollar su proyecto.

Como ya se indicó, entre las razones que dichas instituciones exponen para la promoción de Costa Rica como destino de inversión se encuentran: la ubicación estratégica, coincidencia horaria con los principales socios comerciales y financieros, presencia de mano de obra calificada, un buen ambiente para hacer negocios, así como la atracción de IED de importantes empresas transnacionales.

Esta labor en conjunto es significativa y contribuye al auge en las exportaciones de servicios audiovisuales, cuyos exponentes reconocen a PROCOMER, COMEX, y CINDE, y el MCJ, como las instituciones más involucradas con el desarrollo sectorial, y a quienes se debe la visibilidad y apoyo que la industria recibe en los últimos años.

Cabe agregar, que además diversas embajadas toman un rol activo en este proceso de promover al país como destino para la industria audiovisual. Por ejemplo, se menciona que las Embajadas de los Estados Unidos, de los Países Bajos y de Israel, en Costa Rica, son algunas de las delegaciones diplomáticas, que se comprometen con esta causa (Entrevistado #2. Comunicación personal, 11 de febrero del 2018)

Según el Mapeo Sectorial (PROCOMER & CAMTIC, 2015, p.62), la IED es la tercera opción a la que se recurre después de los bancos privados y estatales, lo que recalca el importante papel que esta juega en el desarrollo de las industrias, principalmente nacientes y en desarrollo, de un país.

Para el año 2014, aproximadamente un 23% de las empresas de tecnología digital recurrió al inicio de sus operaciones al financiamiento por inversión extranjera. Este dato evidencia la importancia del fomento a la atracción de IED, para así lograr que las primeras opciones no sean los bancos, caracterizados por el uso de tasas de interés poco favorecedoras para las pequeñas empresa y emprendimientos, los cuales, en muchas ocasiones no logran superar el primer año de operación.

No obstante, se considera que el porcentaje de financiamiento a través de la inversión extranjera directa podría aumentar si Costa Rica ofreciera mayores incentivos a los inversores extranjeros en el campo de la industria audiovisual, pues verían recompensada su inversión y tendrían menor incertidumbre jurídica a la hora de decidir invertir en el campo.

En este sentido, el reto es visualizar la industria de servicios audiovisuales en el marco de la estrategia pública de atracción de inversiones. Como se ha indicado, el sector está conformado por diversos subsectores, por lo que es necesario visualizarlos en el marco de la indicada estrategia, para valorar su impacto en la economía y considerar el tipo de incentivo.

Los productores de películas nacionales, por su parte, pueden acceder a oportunidades de financiamiento a través de instituciones y fondos como Cinergia e Ibermedia, ubicados en el extranjero y dedicados a la asignación de financiamiento para el desarrollo de proyectos

audiovisuales, los cuales, entre los años 2010 y 2012 beneficiaron 33 proyectos de un total de 76 presentados, a pesar de que cumplían con los parámetros señalados, y sus solicitudes fueron presentadas en el periodo ordinario. (MCJ, 2012, p.57).

Según los datos anteriores, menos de la mitad de proyectos presentados durante los años 2010-2012 fueron financiados por empresas externas, reflejando la importancia de obtener una mayor red de inversores, específicamente para el área de cine (la cual representa un 54,21% de empresas del sector audiovisual), para diversificar los ingresos y desarrollar en mayor medida la industria y su comercio.

De manera complementaria, y según Ana Cristina Castillo Castillo³⁸, el sector audiovisual tiende a “autofinanciarse” es decir, producir obras cuyos ingresos son destinados en mayor medida, a financiar nuevos proyectos de un mismo artista o casa productora. Un ejemplo de este caso, es el cineasta y humorista Hernán Jiménez, quien, a través de la puesta en escena de un *stand-up comedy* nuevo cada año, complementa la inversión requerida para la producción de sus películas o videos. (Castillo, A. Comunicación personal, 8 de febrero del 2018)

Según Castillo, el autofinanciamiento no es recomendable, debido a que puede desincentivar a la comunidad creativa en caso de que no se obtengan los rendimientos esperados de una obra, atrasando automáticamente el desarrollo de la siguiente. Por ende, y en complemento con Alarcón (comunicación personal, 19 de mayo del 2017), dichos expertos coinciden en que es preferible optar por otras formas de financiamiento, especialmente, valiéndose de la imagen internacional que posee el país como destino de inversión, así como la declaratoria de interés cultural nacional promulgada por Costa Rica.

Finalmente, y como apoyo al punto anterior, es importante mencionar que MIDEPLAN (2018, p.213), en el *Informe Anual de Seguimiento y Cumplimiento de metas 2016* (PND

³⁸ Creadora Independiente de Contenido Audiovisual. Directora Comercial de *La Pensión*. (Castillo, A. Comunicación personal, 8 de febrero del 2018)

2015-2018), señala que se le da el reconocimiento de la cultura como un ámbito de inversión para el desarrollo socioeconómico y estímulo de la economía creativa.

Este reconocimiento es clave para el sector audiovisual, ya que, siendo parte del sector cultura, es un asunto de interés nacional que invierta en su promoción desarrollo de manera que impacte directamente en el comercio.

Con base en lo anterior, y con respecto a la atracción de inversión extranjera directa para el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales, es posible concluir que efectivamente existe una incidencia positiva de la IED en el comercio de los servicios audiovisuales, ya que esta se encuentra entre las primeras tres opciones de financiamiento de las empresas de tecnologías digitales y es una de las más relevantes en el área de cine.

Además, cada año aumenta más la participación de IED en la economía nacional en general, y en el sector de servicios específicamente. Esta condición incrementa las posibilidades de su desarrollo independiente, y de coproducción. No obstante, continúa siendo necesario mantener la promoción del país para aumentar la inversión extranjera directa hacia el sector audiovisual, diversificar los países inversionistas; así como políticas públicas claras para el sector, a efectos de lograr un incremento en el desarrollo y participación en el comercio.

B. Incidencia de la protección de derechos de autor y derechos conexos en el desarrollo de la industria audiovisual

La protección de la propiedad intelectual es determinante en la creación de conocimiento, toda vez que incentivará al creador a desarrollar sus creaciones, permitiéndole la exclusividad en relación con los derechos derivados de aquellas por un tiempo determinado. En el caso que nos ocupa, para la industria audiovisual resulta fundamental la protección de los derechos de autor y conexos.

La OMPI (s.f) explica que:

En la terminología jurídica, la expresión “derecho de autor” se utiliza para describir los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Las obras que se prestan a la protección por derecho de autor van desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos.

Sobre este concepto, Rangel (2011) en su publicación *La observancia de los derechos de propiedad intelectual. Jurisprudencia para la Organización Mundial de Propiedad Intelectual*, explica que, en el caso de los derechos de autor, estos recaen sobre bienes inmateriales que pertenecen al mundo de las artes, a diferencia de los derechos de propiedad intelectual en general, que recaen sobre bienes asociados a la industria.

El anterior concepto se complementa con la información brindada por el Msc. Simón Valverde Gutiérrez³⁹, quien explica que los derechos de autor:

Comprenden tanto los derechos patrimoniales y morales asociados a la autoría de una obra literaria o artística. Los “derechos conexos” son los derechos asociados a los intérpretes y ejecutantes. Ambos están amparados en la legislación nacional e internacional, siendo el Convenio de Berna y de Roma los principales instrumentos internacionales, mientras que la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos es el principal instrumento nacional.

Valverde, S. Comunicación personal, 8 de febrero de 2018

Sobre la relación entre derechos de autor y derechos conexos, Rangel (2011) señala que el derecho de autor tiene dos manifestaciones, que corresponden al derecho económico (también conocido como pecuniario o patrimonial), y al derecho moral.

³⁹ Abogado especialista en el área de Propiedad Intelectual, Comercio y Tecnología, Castro & Pal Abogados. (Valverde, S. Comunicación personal, 8 de febrero del 2018)

Los artistas intérpretes y ejecutantes, productores de fonogramas⁴⁰ y organismos de radiodifusión (titulares de derechos conexos reconocidos por el Derecho Internacional) tienen derechos “vecinos”, popularmente conocidos como conexos, pues se interpretan, ejecutan o producen elementos de derechos de propiedad intelectual ajena. No obstante, dicha interpretación es merecedora igualmente de la protección de sus derechos, a través de la figura de derecho conexos.

Entre los sujetos de derechos conexos, la categoría de artistas intérpretes o ejecutantes engloba a los actores, cantantes, músicos, bailarines y otras personas que interpreten o ejecuten obras artísticas, que se encuentran protegidos contra ciertos actos como la radiodifusión y la comunicación al público de su interpretación, fijación y reproducción.

Mientras tanto, los productores de fonogramas gozan del derecho de autorizar o prohibir la reproducción directa. Finalmente, los organismos de radiodifusión gozan del derecho a autorizar o prohibir ciertos actos, como la transmisión de sus emisiones, su fijación, reproducción, comunicación al público, entre otros. (Rangel, 2011, p.350)

Los derechos morales poseen dos manifestaciones, reconocidas en el Derecho Internacional Autoral contenido en el Convenio de Berna, las cuales corresponden al derecho a la paternidad, es decir, ser reconocido en su calidad de creador, y el derecho a la integridad, o su potestad de oponerse a cualquier modificación que cause perjuicio a su honor o reputación. (Rangel, 2011, p.348).

Estos derechos pueden ser cedidos a terceros como titulares, otorgándoles la potestad de edición gráfica, reproducción, traducción, adaptación (incluidas las adaptaciones en fonogramas, videogramas, películas cinematográficas, obras audiovisuales, comunicación al público, ejecución, representación, declaración y radiodifusión), disposición de las obras al público, distribución, transmisión pública, importación al territorio nacional de copias de la obra hechas sin autorización, y cualquier otro tipo de utilización, proceso o sistema conocido o por conocerse. (UNESCO, s.f.)

⁴⁰ Toda fijación exclusivamente sonora de los sonidos de una ejecución o de otros sonidos. (Rangel, 2011)

Específicamente en el caso de la industria audiovisual, según López (1998), los derechos conexos hacen referencia tanto a los derechos morales como patrimoniales, y a la “fijación”, la cual define como:

La incorporación de sonidos, imágenes, y la combinación de ambas, sobre un soporte material permanente, que permita su reproducción o su comunicación al público, a través de aparatos determinados para este fin. (López, 1998).

Dicha definición, corresponde a lo que en la actualidad se conoce en el ámbito de la industria audiovisual como post producción, lo cual señala lo inclusiva que resulta la protección de los derechos de autor y derechos conexos en este ámbito en específico, pues la legislación nacional faculta el registro (y subsecuente protección), no solo de la obra audiovisual en sí, sino también de todo material subsecuente, tales como softwares de producción, guiones, representaciones gráficas de escenas, entre otros.

B.1. Apertura comercial y protección de los derechos de autor

Si bien la protección de los derechos de propiedad intelectual y de derechos de autor y conexos en particular, está circunscrita al ámbito de acción de la OMPI, los primeros esfuerzos por introducir la regulación de los derechos de propiedad intelectual al sistema multilateral de comercio, surgen en el marco de la Ronda Tokio, cuando se propuso, sin éxito, considerar negociaciones sobre bienes falsificados. Estas negociaciones resultaron en un borrador del *Acuerdo sobre medidas para desincentivar la importación de bienes falsificados*.

En el año 1982, a partir de un programa de trabajo acordado por los Ministros del GATT, se remite un borrador de la versión revisada de un Acuerdo en la materia, que fue analizado por un grupo de expertos entre el año 1984 y 1985. La recomendación de este grupo, fue que era necesario tomar acciones respecto a los productos falsificados, pero no se puntualizó en cuanto al foro adecuado, criterio que se dejó al Consejo del GATT. (Taubman, 2012).

En la reunión ministerial de Punta del Este, marco del inicio de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales, se acuerda instituir un grupo de trabajo sobre derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio, incluido el comercio de bienes falsificados. Dentro del mandato inicial, se especifica puntualmente que el objetivo es clarificar las disposiciones del GATT y acordar en cuanto sea apropiado, nuevas normas y disciplinas

Las negociaciones tendrían como objetivo principal, desarrollar un marco multilateral de disciplinas, principios y reglas que abordaran el comercio de bienes falsificados, teniendo en consideración las normas ya existentes en el GATT, así como otros instrumentos internacionales existentes en materia de propiedad intelectual.

Las discusiones iniciales se enfocaron en determinar el alcance del mandato, en el sentido de si era necesario acordar nuevas reglas sobre derechos de propiedad intelectual en forma horizontal, o si sólo deberían considerarse temas estrictamente comerciales, como lo son la falsificación de mercancías y las prácticas anticompetitivas.

En la revisión de medio período de 1989, se adoptó la decisión que otorgó pleno mandato al grupo de negociación sobre los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC), y que permitió avanzar hacia un Acuerdo como el que conocemos en la actualidad.

La literatura sobre el tema, refiere que inicialmente, los países en desarrollo mostraron resistencia en regular los derechos de propiedad intelectual, en razón de que sus marcos legales internos, otorgaban cierto grado de flexibilidad en materia de propiedad intelectual, para procurar el crecimiento de sus industrias locales. Para los países desarrollados, el ADPIC no reflejó el nivel de ambición inicial, al establecer estándares mínimos y determinadas flexibilidades y plazos de implementación para los países en desarrollo y menos adelantados.

El resultado del ADPIC fue más allá del propósito inicial de regular el comercio de bienes falsificados, toda vez que se establecieron regulaciones generales en todas las áreas de propiedad intelectual, en cumplimiento del mandato girado al grupo de negociación.

El impacto del ADPIC en el sistema multilateral de comercio, y a nivel de política de propiedad intelectual, frente a los acuerdos multilaterales de propiedad intelectual administrados por la OMPI, radica en que la suscripción de estos últimos es voluntaria. Un país puede ser parte de la OMPI sin suscribir todos los acuerdos administrados por esta, o bien suscribirlos y no ser parte de la organización.

El ADPIC es parte del “todo único” resultante de la Ronda Uruguay⁴¹, de manera que debe ser suscrito por todos los países miembros de la OMC, y las normas internas deben adecuarse a sus disposiciones. Adicionalmente, está sometido al Mecanismo de Solución de Controversias de la OMC, lo que garantiza que el incumplimiento de sus normas puede ser examinado, y los aquellos que no cumplan serán obligados a poner sus medidas de conformidad.

De esta manera, el ADPIC estableció un estándar mínimo de protección de los derechos de propiedad intelectual, incluidos los derechos de autor. En tal sentido, incluyó disposiciones de las Convenciones de Berna y Roma, de manera que, si un país no cumple con el ADPIC, incumple con las disposiciones básicas del Convenio de Berna, a pesar de que no sea parte de este convenio. Si es parte del Convenio de Berna y también de la OMC, incumple ambos tratados. (Lipszyc, 2004)

De manera general, podemos concluir que el ADPIC es un instrumento balanceado, que establece estándares mínimos de protección a los derechos de propiedad intelectual, obligaciones duras al igual que obligaciones blandas, y un marco común de acatamiento por parte de los países miembros de la OMC.

⁴¹ Los Acuerdos resultantes de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales, fueron ratificados. (OMPI, s.f.)

El ADPIC contiene disposiciones sobre derechos de autor y derechos conexos; marcas, indicaciones geográficas; diseños industriales, patentes y obtenciones vegetales, circuitos integrados, información no divulgada, incluyendo secretos comerciales y datos de prueba; además de normas relativas a prácticas anticompetitivas y licencias.

En criterio de Roffe (2014), el ADPIC consagra una serie de principios que consolidan una armonización más homogénea de propiedad industrial y derechos de autor y conexos, que la existente en instrumentos de propiedad intelectual suscritos de previo, incluyendo además normas sobre observancia más amplias que las existentes de previo.

Las disposiciones del ADPIC requirieron reformas legales por parte de países desarrollados como en desarrollo, aunque estos últimos fueron quienes debieron realizar mayores modificaciones normativas. (Correa 2015).

Es válido indicar que el ADPIC contempla los principios de trato nacional y nación más favorecida. A partir del primero, todos los países miembros deben otorgar a los nacionales de los otros países miembros el mismo trato otorgado a sus nacionales. Con base en el artículo 4 del ADPIC, una concesión otorgada a un miembro, debe ser otorgada a todos los miembros.

Contamos entonces a nivel internacional, con un marco conformado por los acuerdos administrados por la OMPI, y además con el ADPIC que es de acatamiento obligatorio para todos los países miembros de la OMC.

Complementariamente, un principio básico de la protección a los derechos de propiedad intelectual, es que estos son territoriales. Es por ello, que, ante el crecimiento del comercio transfronterizo, los primeros esfuerzos apuntaron por normas que garantizaran el reconocimiento de derechos en diferentes jurisdicciones, y posteriormente se desarrollan instrumentos normativos que faciliten los registros en diferentes jurisdicciones.

Surge acá la interrogante de si el registro es más que suficiente para garantizar plena protección, o de si son necesarios compromisos más amplios que permitan el efectivo goce de los derechos. A criterio del grupo investigador, se requiere de un compromiso amplio en el tema, pues, como se evidencia al menos en el caso de Costa Rica, el registro del objeto de propiedad intelectual resulta insuficiente, especialmente en la lucha de problemáticas asociadas al área, como la piratería.

La crítica a la creciente negociación de temas de propiedad intelectual en diferentes foros no se hace esperar, pues hay quienes consideran que fragmenta el multilateralismo, y se van minando las normas estandarizadas, que en algún momento se presentaron como el escenario óptimo (Seuba, 2015).

No obstante, debe tenerse presente que el ADPIC es un instrumento generado bajo un contexto determinado, es el primer instrumento que lleva la discusión de temas de propiedad intelectual a las relaciones comerciales multilaterales, y es inevitable que, en discusiones entre socios comerciales, a partir de intereses comerciales más claramente delimitados e identificados, se incluya esta discusión a partir de sus niveles de ambición, y como complemento al resto de las normas negociadas. Los derechos de propiedad intelectual dejan de ser visto como una temática aislada, para ser asumidos como complemento a las normas sobre el acceso a mercado de bienes y servicios.

Desde la entrada en vigor de los Acuerdos Resultantes de la Ronda Uruguay, han pasado más de veinte años. En este período la negociación de instrumentos comerciales bilaterales va en aumento. Los acuerdos administrados por la OMC son punto de partida en las negociaciones comerciales, por lo que regulan normas sobre derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio, y permiten que estos temas estén presentes en la agenda comercial internacional.

Los Acuerdos resultantes de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales, fueron aprobados mediante Ley N° 7575, de manera que el ADPIC está

debidamente incorporado a la legislación nacional, y la implementación de las obligaciones derivadas del acuerdo.

En el marco de las relaciones comerciales multilaterales e instrumentos bilaterales, como los tratados de libre comercio, estos suelen incluir un capítulo dedicado a las condiciones en las cuales las partes convienen tratar temas de propiedad intelectual y su observancia. Estos instrumentos hacen hincapié en la necesidad de ratificar compromisos previamente adquiridos como los convenios de París, Berna, ADPIC, entre otros. No obstante, en algunos casos, la protección establecida entre las partes en temas de propiedad intelectual, puede ser ampliada a través de estos instrumentos. (Rangel, 2011, p.17)

En el caso de los instrumentos comerciales ratificados por Costa Rica, el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos (CAFTA-DR) es el instrumento que desarrolla de manera más amplia el tema de derechos de autor. En su capítulo 15, se indican los tratados o convenios que cada parte debe ratificar, que se debe autorizar la puesta a disposición del público de las obras y que los países parte deben velar por la protección de estas.

En relación con la protección de derechos de autor, el Capítulo 15 del CAFTA-DR dispone que las partes:

- Implementarán en su legislación nacional una protección y observancia de los derechos de propiedad intelectual, que como mínimo, den vigencia al Capítulo, con la posibilidad de otorgar una protección más amplia, que no infrinja las disposiciones del Capítulo.
- Ratificarán a la entrada en vigor del Tratado, el Tratado de OMPI sobre Derechos de Autor, y el Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución de Fonogramas.
- Ratificarán en las fechas indicadas los tratados y convenios restantes en materia de propiedad intelectual.
- Afirmarán sus derechos y obligaciones bajo el Acuerdo ADPIC y demás acuerdos sobre propiedad intelectual bajo los auspicios de la OMPI.

- Ofrecerán un trato nacional con respecto a la protección y goce de dichos derechos de propiedad intelectual y cualquier beneficio derivado de estos.
- Publicarán sus leyes, reglamentos y procedimientos relativos a la protección u observancia de los derechos de propiedad intelectual.

Con respecto a las obligaciones pertinentes a los derechos de autor y derechos conexos, el artículo 15.5 señala que cada parte dispondrá que los autores, artistas, intérpretes o ejecutantes y productores de fonogramas, tendrán el derecho de autorizar o prohibir reproducciones de sus obras en cualquier forma, permanente o temporal. Asimismo, se rectifican las disposiciones contenidas en el Convenio de Berna, sobre plazos de protección de la obra.

Sobre derechos de autor, el artículo 15.6 señala que cada parte otorgará a los autores el derecho exclusivo de autorizar o prohibir las comunicaciones al público de sus obras, directa o indirectamente, por medios alámbricos o inalámbricos, incluyendo la puesta a disposición del público de sus obras, de tal forma que los miembros puedan acceder a estas desde cualquier lugar y en cualquier momento.

El artículo 15.7 menciona como obligaciones pertinentes a los derechos conexos, que cada parte conferirá los derechos previstos por este Capítulo con respecto a los artistas, intérpretes o ejecutantes y productores de fonogramas a los artistas, intérpretes o ejecutantes y productores de fonogramas que sean nacionales de otra parte y a las interpretaciones o ejecuciones y fonogramas publicados o fijados por primera vez en el territorio de una parte. Una interpretación o ejecución o fonograma se considerará publicado por primera vez en el territorio de una parte en que sea publicado dentro de los 30 días desde su publicación original.

Asimismo, se determina que cada parte confiere a los artistas, intérpretes y ejecutantes el derecho de autorizar o prohibir la radiodifusión y comunicación al público de sus interpretaciones o ejecuciones no fijadas, excepto cuando esta constituya una ejecución radiodifundida, y la fijación de ejecuciones no fijadas.

Finalmente, para la Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, el texto del tratado indica condiciones generales, procedimientos y recursos civiles y administrativos, medidas cautelares, requisitos especiales relacionados con las medidas en frontera, procedimientos y recursos penales, limitaciones en la responsabilidad de los proveedores de servicios, y disposiciones finales, con las cuales las partes consignantes deben cumplir.

En materia de observancia, se señala lo siguiente en los temas de interés:

- En los procedimientos civiles, administrativos y penales relativos a derechos de autor y derechos conexos, cada parte dispondrá que la persona cuyo nombre es indicado como el autor, productor, intérprete o editor, se presumirá como titular designado de los derechos sobre dicha obra, y en ausencia de prueba contraria, se presumirá que el derecho de autor o derecho conexo subsiste en dicha materia.
- Para los casos de infracciones a los derechos de autor y derechos conexos y falsificación de marcas, las ganancias del infractor atribuibles a la infracción que no son consideradas al calcular el monto de la indemnización, serán pagados por el infractor al titular.
- Cada parte establecerá en procedimientos judiciales civiles, indemnizaciones predeterminadas como alternativa a los daños sufridos; establecidas en la legislación interna y determinadas como la cantidad suficiente para compensar el daño causado con la infracción y disuadir infracciones futuras.
- En procedimientos judiciales civiles, las autoridades judiciales están facultadas para ordenar el decomiso de los productos presuntamente infractores y material relacionado.
- La donación con fines de caridad de mercancías falsificadas e infractoras de derechos de autor y derechos conexos no será ordenada sin la autorización del titular.
- Las partes establecerán procedimientos y sanciones penales aplicados para casos de piratería lesiva de derechos de autor o derechos conexos a escala comercial.
- Las autoridades de las partes están autorizadas para llevar a cabo investigaciones o tomar medidas de observancia sin oficio sin la necesidad de una denuncia forma, el caso de piratería lesiva de derechos de autor.

- Las partes garantizarán incentivos legales para los proveedores de servicios que colaboren con los titulares de derechos de autor en disuadir el almacenaje y transmisión no autorizada de materiales protegidos por derechos de autor.

B.2. Los derechos de autor en la era digital

El acelerado desarrollo de las tecnologías digitales, genera importantes retos en materia de protección de derechos de autor, siendo el principal desafío al que se enfrenta la economía de derechos de autor, las copias no autorizadas. No obstante, la industria de los derechos de autor no es exclusiva de la era digital, su origen se remonta incluso a la Antigua Grecia y Roma, en donde se reconocían las facultades morales de los autores sobre sus obras.

Posteriormente, en la Edad Media, los monasterios y universidades fueron el núcleo de la creación cultural, e hilo conductor entre autor y editor. (Pulido *et al.* 2016). Más adelante, con el desarrollo de la imprenta, que posibilitó la reproducción de miles de copias a bajo costo y la aparición del gremio de impresores, se precisó una revolución técnica para el nacimiento de los derechos de propiedad intelectual.

A nivel internacional surge el entendimiento de los derechos de autor desde dos puntos de vista: el continental europeo (derechos de autor) y angloamericano (*copyright*), entendiendo este último como el beneficio social en el que el Estado otorga a los autores “un monopolio” temporal que les da el derecho de explotar sus obras, para que las sociedades se beneficien de la cultura y el arte. La propiedad intelectual engloba *copyright*, entendido como el derecho a explotar comercialmente una obra y a la propiedad industria. (Pulido *et al.* 2016)

Mientras tanto, la tradición europea de los derechos de autor se basa en el derecho natural, en el cual el derecho nace y se reconoce al autor por el simple hecho de realizar un acto creativo. Posteriormente, el *Convenio de Berna sobre Protección de las Obras Literarias y Artísticas* se basó en los principios de trato nacional, protección automática sin necesidad de trámite alguno, y la independencia de la existencia de protección adicional en el país de origen de la obra.

Otras normas como la Convención de Roma de 1961, los Tratados de Internet de 1996, y el ADPIC, ampliaron lo establecido en el Convenio de Berna, e incluyeron definiciones propias de los derechos de autor, sobre las cuales ya se profundiza en apartados anteriores. (Pulido *et al.* 2016)

Complementariamente a los instrumentos legales que son descritos en el presente apartado, así como su importancia e incidencia en el desarrollo de obras audiovisuales y su comercialización en la era digital, es necesario profundizar en un concepto relacionado y contrapuesto al derecho de autor, el cual es el *fair use*⁴², el cual consiste en una limitación y excepción a los derechos de autor..

Según la Escuela de Leyes de la Universidad de Columbia (s.f.), en los Estados Unidos, esta doctrina legal sobre el derecho de autor, faculta el uso limitado de material protegido sin la necesidad de requerir permiso a sus titulares ni mediar pago, siempre y cuando el uso limitado sea para fines didácticos o de revisión de material, y que el involucrado no posea derechos sobre el material. Esta posibilidad faculta las citas sin licencia, y la incorporación de material con derecho de autor en otras obras, según los derechos de discurso libre de la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos.

Señalan los tribunales de este país norteamericano, cuatro factores deben ser considerados para determinar si realmente existe un uso razonable del material protegido. Dichos factores corresponden a:

- a. Propósito y carácter: si el material se usa con fines educativos o críticos, es menos susceptible de estar violando las leyes que si se usa con fines comerciales. Claro, esto no quiere decir que sea legal copiar una película para que pueda ser criticada por un público.

⁴² Criterio jurisprudencial desarrollado en el sistema del derecho anglosajón, traducido como “uso justo”, “uso racional” o “uso legítimo”. Es mayoritariamente aplicado en la jurisprudencia estadounidense, pero también aplicado en Corea del Sur y Singapur bajo el mismo nombre, y en Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica bajo el concepto de “*fair dealing*”. (Columbia University Libraries, s.f.)

- b. Naturaleza del material original: las obras de ficción o en las que la creatividad del autor es manifiesta gozan de mayor protección que aquellas que registran hechos reales o que sean de alcance público. No obstante, a la fecha existen eventos públicos que tienen derechos de distribución, por ejemplo, como los Juegos Olímpicos o el Mundial de Fútbol.
- c. Cantidad de la obra original usada: tomar pequeños fragmentos es mejor visto que copiar una obra o una pieza completa. Pero esos pequeños fragmentos no pueden ser el núcleo de la obra original.
- d. Efecto sobre el valor o mercado del original: si el uso de la obra por parte de un tercero no autorizado afecta su valor comercial o su potencial para distribuirse en el mercado, no se está haciendo un uso legítimo o racional de ella. Un ejemplo de esto, es la venta de libros o películas en las calles, puestos callejeros o por internet.

(Columbia University Libraries, s.f.)

El portal electrónico Derechos Digitales (17 de septiembre del 2008), en su publicación *Fair use, fuente de creatividad y prosperidad*, señala que el uso legítimo aplica únicamente para aquellas obras cuyo material es protegido por los derechos de autor, y puede ser igualmente utilizado sin necesidad de permiso por parte de su titular. Es decir, los materiales liberados, sin registro de derecho de autor, o cuya protección ha expirado, son de dominio público, y no corresponde aplicar el *fair use*, por lo cual pueden ser utilizados para cualquier propósito a discreción del individuo.

El *fair use*, según Derechos Digitales (17 de septiembre del 2008) supone la autorización por parte del gobierno de los Estados Unidos para admitir ciertos usos de la propiedad registrada como legítima, en la medida en que se cumplan determinados requisitos establecidos por ley. Esto en contraposición con la aplicación de los derechos de autor en los países latinoamericanos, en donde se recurre a casos de usos autorizados expresamente por ley, únicamente, sin uso de la jurisprudencia característica del derecho anglosajón.

Como beneficio de este sistema se tiene que el *fair use* es flexible, permitiendo que los jueces establezcan la legitimidad de un uso, mientras que en ausencia de *fair use*, este establecimiento es posible únicamente por ley. Asimismo, este sistema garantiza que otros derechos fundamentales, como el derecho a la educación y la libertad de expresión, no sucumban ante la propiedad intelectual. Según sus partidarios, el *fair use* crea empleo, genera riqueza, y es fuente de prosperidad económica. Solo en los Estados Unidos, las actividades relacionados con el uso justo representan un sexto del producto interno bruto, generando aproximadamente 17 millones de empleos. (Derechos Digitales, 17 de septiembre del 2008).

Otros países como Corea del Sur, Singapur, Nueva Zelanda, Australia, Sudáfrica, Reino Unido, Israel y Chile cuentan con su propia versión de *fair use*, permitiendo la utilización de obras sin autorización del titular. No obstante, estos modelos encuentran mayores detractores que en el mercado estadounidense, quienes consideran que el llamado uso justo supone una corrupción del sistema, y amenaza sus derechos como autores, principalmente en el campo de la música.

Sobre este debate, se considera que, en países como Costa Rica, en la cual la industria creativa no posee el mismo nivel de desarrollo que su homóloga estadounidense, por ejemplo, la implementación de políticas de *fair use* podrían vulnerar en gran medida a los artistas nacionales, debido a la subjetividad de los parámetros para determinar el uso justo, previamente descritos. Asimismo, debido a ese mismo nivel de desarrollo, se dificulta el hablar de beneficios económicos que supondría su aplicación.

El proceso de circulación internacional de las obras objeto de propiedad intelectual a través del medio digital, como señala Esteve (2010) en su publicación *La protección internacional de la Propiedad Intelectual (Derechos de Autor y Conexos) en el contexto digital: Quo Vadis*, se ve impactado en los últimos años por el uso masivo y globalizado de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que permiten a su vez nuevas formas de comunicación y transmisión digital, así como técnicas que facilitan la realización de infracciones contra los derechos de autor y conexos.

Como se indica anteriormente, estas infracciones ocurren cuando una persona distinta del autor o su titular de derechos, explota uno o más derechos sin autorización, sin poder acogerse a ninguna excepción o *fair use*, los cuales aumentan su ámbito de aplicación en el contexto digital actual. (Esteve, 2010).

Según Gómez (2001), citado por Castro en su publicación *El derecho de autor ante las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la economía del conocimiento*,

El tradicional conflicto entre titulares del derecho de autor y usuarios de las obras protegidas, encontró un equilibrio adecuado con la autorización de la copia privada y las limitaciones del derecho de autor establecidas por la mayoría de las legislaciones siguiendo la pauta de la Convención de Berna, o la limitación genérica del *fair use* existente en el derecho norteamericano. Pero en el entorno digital también se plantea un conflicto entre los titulares del derecho de autor y los prestadores de servicios en la red, conflicto que se agrava porque en el entorno digital no es de aplicación la cláusula del *fair use* ni muchas de las limitaciones tradicionales del derecho de autor. Los titulares del derecho de autor argumentan que los prestadores de servicios en la red violan al menos indirectamente el derecho de autor, porque hacen posible que se realicen copias no autorizadas, y, por su parte, los prestadores de servicios en la red alegan que son simples portadores de datos, y que no pueden controlar los contenidos que reciben, almacenan o transmiten para terceros.

La cita anterior ejemplifica lo que ya se viene discutiendo en apartados anteriores, y es que la principal amenaza que enfrentan los derechos de autor, y más específicamente los titulares de dichos derechos, es la reproducción ilegal de sus obras, especialmente a través del Internet, a los cuales no les aplican las cláusulas de uso justo ni las limitaciones del derecho de autor.

No obstante, a través de los medios digitales, se da en muchas ocasiones efectivamente una violación de los derechos de autor, la instauración de sanciones se dificulta, y existe un

gran nivel de desconocimiento entre la población interesada sobre las políticas nacionales e internacionales (en el caso de la norma aplicable en exportaciones), en materia de derechos de autor y derechos conexos, sus limitaciones, y la excepción del *fair use*.

Sobre este punto, la protección de los derechos de autor y derechos conexos en Costa Rica se ve vulnerada y supeditada a las leyes de protección de los mismos derechos en el resto del mundo, y su acceso a través del Internet. En ausencia de leyes específicas en la normativa nacional sobre la protección de derechos patrimoniales y morales de los autores o intérpretes en la red, su publicación promueve en muchos casos la piratería y la vulneración de la paternidad sobre la obra al no reconocerse el nombre de su creador o ejecutante.

Por esta razón, se considera imperativa la revisión de la normativa a nivel internacional en este punto, para la adaptación de la materia a la realidad actual y a la proliferación de nuevas tecnologías y medios de transmisión de la información.

B.3. Marco jurídico nacional

El punto de partida para la protección de los derechos de propiedad intelectual en Costa Rica, es la Constitución Política cuyo artículo 47 dispone: “todo autor, inventor, productor o comerciante gozará temporalmente de la propiedad exclusiva de su obra, invención, marca o nombre comercial, con arreglo a la ley”.

Son igualmente destacables para el tema de interés el artículo 89, que menciona dentro de los fines culturales de la República el “conservar y desarrollar el patrimonio histórico y artístico de la Nación y apoyar la iniciativa privada para el progreso científico y artístico”, así como el inciso 18 del artículo 121 que contempla dentro de las competencias de la Asamblea Legislativa el asegurar por tiempo limitado, a los autores e inventores, la propiedad de sus respectivas obras e invenciones.

Costa Rica es además suscriptor de los siguientes instrumentos internacionales:

- *Convención Internacional para la protección de los artistas, intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y organismos de radiodifusión.* (Convención de Roma) Ley No. 4727.
- *Convención Universal sobre Derechos de Autor.* Ley No. 5862
- *Convenio de Berna para la protección de las Obras Literarias y Artísticas de 1886.* Ley No. 6083.
- *Convenio para la protección de los productores de fonogramas contra la reproducción no autorizada de sus fonogramas.* Ley No. 6486.
- *Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).* Ley No. 7475.
- *Convenio sobre la distribución de señales portadoras de programas transmitidas por satélite.* Ley No. 7829.
- *Tratado de la OMPI sobre interpretación o ejecución y fonogramas (WPPT).* Ley No. 7967.
- *Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor (WCT).* Ley No. 7968.

Las disposiciones de los indicados instrumentos, están igualmente reflejadas en el marco jurídico nacional, que fue objeto de importantes reformas en la primera década de este siglo. Las siguientes normas ya incorporan los estándares de los instrumentos internacionales suscritos:

- Constitución de Costa Rica (Artículo 47 fracción XI y artículo 121)
- Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos No. 6683 y sus reformas.
- Ley de Interpretación Auténtica de los artículos 111, 132, 133 y 156 de la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos. No. 7686.
- Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual No. 8039 y sus modificaciones del 18 de julio del 2008.
- Reglamento a la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos Decreto No. 24611-J y sus reformas.
- Reglamento de protección de software del Gobierno Central Decreto No. 30151-J y sus reformas.

Según la *Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos* Ley No. 6683, las producciones intelectuales originales confieren a sus autores los derechos referidos en esta ley. La protección del derecho de autor abarca las expresiones, pero no las ideas, procedimientos, los métodos de operación ni los conceptos matemáticos en sí.

En el marco de la Ley N° 6683, se entiende por obras literarias y artísticas, objeto de protección:

Todas las producciones en los campos literario, científico y artístico, cualquiera que sea la forma de expresión, tales como: libros, folletos, cartas y otros escritos; además, los programas de cómputo dentro de los cuales se incluyen sus versiones sucesivas y los programas derivados; también, las conferencias, las alocuciones, los sermones y otras obras de similar naturaleza, así como las obras dramático-musicales, las coreográficas y las pantomimas; las composiciones musicales, con o sin ella y las obras cinematográficas, a las cuales se asimilan las obras expresadas por procedimiento análogo a la cinematografía, las obras de dibujo, pintura, arquitectura, escultura, grabado y litografía, las obras fotográficas y las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía; las de artes aplicadas, tales como ilustraciones, mapas, planos, croquis y las obras plásticas relativas a la geografía, la topografía, la arquitectura o las ciencias; las colecciones de obras tales como las enciclopedias y antologías que, por la selección o disposición de las materias, constituyan creaciones intelectuales; las compilaciones de datos o de otros materiales, en forma legible por máquina o en otra forma, que por razones de la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones de carácter intelectual; y las obras derivadas como las adaptaciones, las traducciones, los arreglos musicales y otras transformaciones de obras originarias que, sin pertenecer al dominio público, que son autorizadas por sus autores.

Asimismo, su texto indica que se protege las obras, interpretaciones o ejecuciones, y fonogramas de autores, artistas, intérpretes o ejecutantes y productores de fonogramas costarricenses, domiciliados o no en el territorio nacional. Los derechos de extranjeros,

domiciliados o no en el país, gozarán de una protección no menos favorable que la otorgada a los nacionales.

El artículo 7 de la ley determina que pueden ser utilizadas libremente las obras intelectuales pertenecientes al dominio público. No obstante, si estas pertenecen a un autor conocido, no podrá suprimirse su nombre de las publicaciones o reproducciones, ni ser interpoladas sin una conveniente distinción entre el texto original y sus modificaciones. Asimismo, los derechos de autor en las compilaciones de obras, pertenecen a su compilador.

Según el artículo 12, la protección de una obra abarca también su título (si este es original), siempre y cuando no se confunda con otra obra de un género distinto, publicada anteriormente por un autor diferente. Mientras tanto, los títulos genéricos y nombres propios, no son sujetos de protección.

La ley incluye igualmente disposiciones sobre los contratos de edición, y de representación, que conciernen respectivamente a obras literarias y obras de teatro. Con respecto a la ejecución pública y la radiodifusión, el artículo 51 señala que, tras el consentimiento de los autores y artistas, los organismos de radiodifusión podrán utilizar las obras, interpretaciones y ejecuciones en sus emisiones, por el número de veces de la última transmisión autorizada.

Sobre las obras cinematográficas específicamente, el artículo 52 define como autores de obras cinematográficas al autor del argumento, el compositor de la música compuesta especialmente para la película, el director y productor, quienes tienen el derecho de publicar separadamente, o de extraer una obra literaria o artística de otra especie, publicar o ejecutar separadamente la música, así como cobrar por su ejecución, cada vez que la película sea exhibida.

No obstante, el artículo 55 señala que el productor cinematográfico es el que se encuentra investido del ejercicio pleno y exclusivo de los derechos patrimoniales sobre la obra cinematográfica. Asimismo, quedan protegidos como obras cinematográficas, aquellos

programas audiovisuales producidos por procesos análogos a la cinematografía, por ejemplo, los videogramas.

Sobre los derechos morales, estos corresponden al director de la obra cinematográfica, quien podrá oponerse a la circulación y exhibición de la película.

Con respecto a los derechos conexos, la legislación protege la representación de un papel, canto, recital, declamación, interpretación o ejecución de cualquier obra literaria, artística o expresiones del folclore. Son sujetos de derechos conexos todos los actores, locutores, narradores, declamadores, cantantes, músicos, bailarines o cualquier persona que realice esas actividades. Igualmente, las orquestas y conjuntos vocales e instrumentales se encuentran representados por sus directores, quienes son considerados sus intérpretes.

Según el artículo 78 de la ley, los artistas, intérpretes o ejecutantes, tienen el derecho de prohibir la fijación de sus ejecuciones, la radiodifusión y comunicación al público, la reproducción directa o indirecta, la puesta a disposición al público, y el alquiler comercial al público.

Cuando un fonograma o su reproducción, publicado con fines comerciales se utilice para cualquier forma de comunicación no interactiva frecuentada por público, el usuario deberá contar con la autorización previa del productor, y pagar a este una remuneración única y equitativa, cuya cuantía no se define por ley.

Finalmente, sobre la enajenación⁴³, se afirma que el titular de los derechos de autor y derechos conexos puede enajenar parcial o totalmente sus derechos patrimoniales, tras constatar en instrumento público o privado ante dos testigos. Con respecto a la sucesión, las obras literarias o artísticas y producciones conexas son consideradas bienes muebles, por lo cual aplican las disposiciones del Código Civil sobre derecho sucesorio.

⁴³ Venta, donación o cesión del derecho o dominio que se tiene sobre un bien o una propiedad

Al margen de lo anterior, el *Reglamento a la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos* No. 24611-J define como objetos de derecho de autor, a las obras literarias y artísticas, de forma semejante a su ley, la cual expresa a fondo las distintas modalidades artísticas protegidas por la legislación, mientras que el Reglamento las numera de manera más concreta. Complementariamente, el Reglamento indica disposiciones especiales para ciertas obras, entre las que se encuentran los programas de cómputo y las obras audiovisuales.

Con respecto a los programas de cómputo, se presumirá que su productor es la persona natural o jurídica que publique la obra bajo su responsabilidad, o que aparezca indicada; y que los programas de cómputo son obras colectivas a menos de que se señale lo contrario. La protección de estos posee un plazo de cincuenta años posteriores de su primera publicación. Además, en su aplicación existe una permisión de adquirientes o licenciatario, así como la posibilidad de adaptación sin constituir modificación de la obra.

Sobre las obras audiovisuales, el Reglamento define a estas como:

(...) toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y del sonido, independientemente de las características del soporte material que la contiene.

El grupo investigador considera que el Reglamento es claro en su definición, y a la vez permite la inclusión en el ámbito de protección de esta normativa, de nuevas formas de tecnologías que pueden surgir con el paso del tiempo, al no contener una lista taxativa de obras que son consideradas audiovisuales.

Los artículos 12 y 13 del Reglamento, señalan que, sin perjuicio del derecho moral del director, cada coautor puede defender los derechos morales sobre sus contribuciones, y el productor se encuentra facultado para ejercer esa defensa, en protección de los autores y

la obra, en la medida necesaria para la explotación de la obra. No obstante, como se señala con anterioridad, la ley indica que es el productor quien es titular sobre las modalidades de utilización que conforman el derecho patrimonial, salvo lo expresado de otra forma en el contrato.

La protección de los derechos de autor y derechos conexos incluyen limitaciones y excepciones según el tipo de obra literaria o artística que constituya. En el caso de la industria audiovisual, se encuentran las siguientes limitaciones a la protección:

- La ejecución de recepción de fonogramas y la recepción de transmisiones de radio o televisión, en los establecimientos comerciales que venden aparatos receptores electrodomésticos o fonogramas, para demostración a su clientela.
- Pueden ser reproducidas y hechas accesibles al público, las obras que hayan de ser vistas u oídas en el curso del acontecimiento con ocasión de reportar las informaciones relativas a acontecimientos de actualidad por medio de la fotografía o de la cinematografía, o por radiodifusión o transmisión por hilo al público, en la medida justificada por el fin de la información.

Se piensa que dichas excepciones no vulneran la protección de los derechos de autor y derechos conexos de las respectivas obras, pues, en el caso de la demostración a la clientela de aparatos electrónicos, el bien a comercializar no es la obra audiovisual, sino el aparato proyector utilizado, razón por la cual no hay un enriquecimiento a partir del uso de la obra.

Consecuentemente, las obras utilizadas para reportar información de acontecimientos no son el aspecto primordial del servicio a comercializar; no obstante, en el caso de fotografías o videos que acompañen las noticias presentadas, la ley debería establecer que los derechos morales del autor sobre su obra sean reconocidos con la colocación de su nombre, a pesar de que no exista enriquecimiento por parte de quien lo utilice.

Asimismo, según UNESCO (s.f.) en su publicación *Observatorio mundial de lucha contra la piratería. Costa Rica*, en el caso de los derechos conexos, son permitidas las siguientes excepciones a la protección para los derechos exclusivos de los artistas intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión, en tanto que no atenten contra la explotación normal de la interpretación o ejecución, ni causen un perjuicio injustificado a los intereses del titular:

- Cuando se trate de una utilización para uso privado,
- cuando se hayan utilizado breves fragmentos con motivo de informaciones sobre sucesos de actualidad,
- cuando se trate de una fijación efímera realizada por un organismo de radiodifusión por sus propios medios y para sus propias emisiones, y
- cuando se trate de una utilización con fines exclusivamente docentes o de investigación científica.

Las indicadas excepciones pretenden alcanzar un equilibrio el derecho de la población a su libertad de expresión y educación, sin comprometer la protección de los derechos de autor fundamentada en los artículos 47, 89 y 121 inciso 18 de la Constitución Política de Costa Rica.

La protección de los derechos de autor se invalida después de finalizado su periodo de duración, momento en el cual el autor pierde sus derechos patrimoniales y su obra pasa a ser de dominio público. A nivel nacional, la *Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos*, en su artículo 58 establece que la protección de los derechos de autor y derechos conexos de las obras será permanente durante toda su vida, y durante 70 años después de su muerte.

Según el artículo 58 de la *Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos*, cuando la duración de la protección de la obra se calcule sobre una base distinta de la vida de la persona física, esa será de:

- a. Setenta años contados desde el final del año civil de la primera publicación autorizada de la obra.
- b. A falta de la fecha de publicación, la duración será de setenta años contados desde el final del año civil de cualquier otra puesta de la obra a disposición del público con consentimiento del autor.
- c. A falta de las anteriores, la duración será de un plazo de setenta años contados a partir de la creación de la obra.

A nivel multilateral, en el Convenio de Berna se establece la protección de igual forma que lo consignado en la legislación nacional, pero disminuyendo a 50 los años desde la muerte o publicación. Por lo tanto, se observa que Costa Rica adquirió una postura aún más protectora que la señalada en los instrumentos internacionales, lo cual es bastante atractivo para la industria generadora de derechos de autor. Los derechos morales son perpetuos. (Rangel, 2011, p.346).

La posibilidad de ampliar el espectro de las obras protegidas amparadas al Convenio de Berna y la legislación nacional supone un gran beneficio, debido a que la industria audiovisual es un campo en constante evolución gracias al uso de nuevas tecnologías y la innovación. Por ende, el contar con un marco normativo no restrictivo ofrece mayores comodidades a los sujetos de derecho pues cuentan con la certeza de protección para sus diversas obras, incluso para aquellas asociadas a tecnologías o procedimientos aún no existentes.

Asimismo, el que la *Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos* sea consistente con el Convenio, e incluso adicione nuevas disposiciones, confirma la teoría que se desarrolla con anterioridad, de que Costa Rica cuenta con un marco jurídico extenso y apropiado para el desarrollo de industrias asociadas a la creación e innovación, que deben ser protegidas por su importancia económica, social y cultural.

Son objeto de inscripción de registro en el Registro de Derechos de Autor y Derechos Conexos, los libros, folletos, tesis, programas de cómputo, obras cinematográficas, dibujos,

pinturas, obras arquitectónicas, esculturas, grabados, fotografías, mapas, obras de teatro, obras coreográficas, composiciones musicales, entre otras. (Registro Nacional, 2013).

La ley indica igualmente, que los titulares de derechos de autor y derechos conexos podrán registrar sus producciones con efectos declarativos, así como inscribir actos o documentos relativos a negocios jurídicos de derechos de autor y derechos conexos.

Según el artículo 58 del Reglamento, “desde el momento de su creación, toda obra o producción intelectual está protegida por la ley, de manera que la inscripción de las obras o demás bienes protegidos es meramente declarativa y no constitutiva de esos derechos.

Con base en lo anterior, no es necesario registrar las obras ante el Registro Nacional, en tanto que su registro no garantiza la protección de la obra. No obstante, su consecución provee seguridad jurídica, así como la posibilidad de someter a las partes a procedimientos arbitrales en caso de controversias.

La inscripción de la obra ante el Registro Nacional, reviste una importancia doble. En primer lugar, a nivel personal, dota al interesado de seguridad jurídica, mientras que a nivel país, el registro posibilita que la obra forme parte del acervo intelectual y cultural de la nación, para su inscripción, custodia y publicidad. Asimismo, con el registro se debe indicar si parte del material utilizado es de autoría de un tercero, con el fin de proteger igualmente la propiedad intelectual de su creador, en sus derechos morales y patrimoniales. (Registro Nacional República de Costa Rica, 2013)

Por parte del grupo investigador se recomienda que las obras sujetas de protección de derechos de autor y derechos conexos, sean debidamente registradas ante el Registro Público, pues, a pesar de que esta no garantiza que la obra no será plagiada, es un proceso que faculta la toma de medidas para el resarcimiento del autor en caso de que su obra sea utilizada sin su consentimiento. Asimismo, en algunos casos, el registro de la obra ante la oficina correspondiente es un requisito para la participación en concursos a nivel nacional y asignación de fondos. Además, el proceso de registro de la obra es expedito y económico,

por lo que los beneficios jurídicos obtenidos superan la inversión de tiempo y dinero realizada.

Aunado a lo anterior, y de manera complementaria a la protección de los derechos de autor y derechos conexos, resulta de particular importancia contar con legislación en materia de observancia de los derechos de propiedad intelectual.

El ADPIC indica sobre la observancia de los derechos, que los miembros deben poner a disposición de los titulares, procedimientos que permitan la adopción de medidas eficaces contra acciones infractoras a los derechos reconocidos, incluyendo recursos que permitan prevenir infracciones, y recursos que constituyan un medio para disuadir nuevas infracciones. (Lipszyc, s.f.)

Los procedimientos deben ser aplicados de forma que se evite la creación de obstáculos al comercio legítimo, y prever salvaguardias contra su abuso. Deben ser justos, equitativos, no innecesariamente complicados o gravosos, ni comportarse como plazos injustificados o retrasos indebidos.

La *Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual*, Ley N°8039, complementa la *Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos*. Al ser legislación procesal, señala el proceso a seguir para que se reivindique el derecho lesionado. En esta ley se menciona la posibilidad de imponer medidas cautelares cuando se presente una posible violación a dichos derechos. Estas pueden ser el cese de los actos, embargo de mercancías falsificadas o ilegales, suspensión del despacho aduanero o la caución. También se pueden implementar medidas en frontera o solicitar el resarcimiento de daños y perjuicios causados por acciones de otra persona.

Se adiciona el proceso penal, administrativo o civil que se puede implementar, así como las multas o sanciones que se impondrán en caso de que si haya un daño efectivo. Las sanciones penales para los infractores a la ley incluyen penas desde los tres meses a un año de prisión, según el ilícito, tipificando como delitos conductas como la reproducción sin

la autorización del autor, la pérdida del permiso de funcionamiento del establecimiento y el secuestro del objeto protegido, entre otros.

Esta ley tiene como fin el indicar las diferentes opciones que se tienen frente a una infracción o delito que atente contra un derecho de propiedad intelectual. En el caso específico de los derechos de autor se debe resaltar el artículo 3 de dicha ley, el cual menciona que,

(...) el registro nacional de derechos de autor y conexos puede adoptar las medidas cautelares que encuentre adecuadas y suficientes en caso de una infracción. Esto con el fin de evitarle una lesión grave y de difícil reparación al titular de derecho. Entre las medidas, pueden estar el cese de los actos, embargo de mercancías, suspensión del despacho aduanero de las mercancías o la caución.

Las medidas cautelares llegan a jugar un papel imprescindible en la protección de los derechos, debido a que permite instaurar una medida que evite que el daño se incremente o evitar un eventual daño al titular del derecho durante el proceso mientras se dicta una sentencia firme. Además, en el momento que se aplica la medida cautelar, se le da un plazo de un mes al solicitante para presentar la denuncia o demanda; esto según el artículo 8 de la propia ley.

Sobre el procedimiento de solicitud de las medidas cautelares, el artículo 6 explica que se debe comenzar con la presentación de la solicitud de la medida cautelar y en las cuarenta y ocho horas siguientes se debe de conceder audiencia en los próximos tres días hábiles, para que las partes se manifiesten. Después de la audiencia se debe resolver lo procedente a la medida cautelar en los próximos tres días y dicha resolución deberá ejecutarse inmediatamente.

Con respecto al artículo 19, las resoluciones definitivas dictadas por los diferentes registros que conforman el registro nacional, se pueden presentar recursos de apelación, las cuales

serán conocidas por el Tribunal Registral Administrativo y sus resoluciones no tendrán más recursos y darán por agotada la vía administrativa.

Si no se impone la demanda o denuncia, se cuenta con un periodo de un mes a partir de la imposición de la medida cautelar para pedir el resarcimiento de los daños y perjuicios causados; esto según el artículo 9 de la propia ley. En el caso de que se imponga la demanda o denuncia, se puede seguir un proceso civil o penal, según sea caso. En el caso del proceso penal es posible imponer una multa o hasta la pena de cárcel y en el caso civil se puede ordenar la indemnización al titular del derecho que fue violentado. Para este caso se tienen algunas indemnizaciones predeterminadas, en donde se aplicará la que más se adecúe al caso en estudio.

La *Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual* establece en su Capítulo V, Sección III, los diversos delitos contra los derechos de autor y conexos. Estos delitos son los listados a continuación:

- Representación pública, comunicación o puesta a disposición del público, sin autorización, de obras literarias, artísticas, fonogramas, ejecuciones, interpretaciones o emisiones.
- Inscripción registral de derechos de autor ajenos.
- Reproducción no autorizada de obras literarias, artísticas o fonogramas.
- Fijación, reproducción y transmisión de ejecuciones e interpretaciones protegidas.
- Impresión de un número superior de ejemplares de una obra.
- Publicación como propias de obras ajenas.
- Adaptación, traducción, modificación y compendio sin autorización de obras literarias o artísticas.
- Venta, ofrecimiento, almacenamiento, depósito y distribución de ejemplares fraudulentos.
- Arrendamiento de obras literarias o artísticas, o fonogramas sin autorización del autor o representante.

- Fabricación, ensamble, modificación, importación, exportación, venta, arrendamiento o distribución, por otro medio, de aparatos o mecanismos descodificadores.
- Recepción y distribución de señales de satélite codificadas portadoras de programas.
- Alteración, evasión, supresión, modificación o deterioro de las medidas tecnológicas efectivas contra la reproducción, el acceso o la puesta a disposición del público de obras, interpretaciones o ejecuciones, o fonogramas.
- Fabricación, importación, distribución, ofrecimiento o tráfico de dispositivos, productos, componentes o servicios para la evasión de medidas tecnológicas efectivas contra la comunicación, reproducción, acceso, puesta a disposición del público o publicación de obras, interpretaciones o ejecuciones o fonogramas.
- Alteración, distribución, importación, transmisión o comunicación de información sobre gestión de derechos.

A partir del análisis de esta ley complementaria, es posible observar cómo la normativa esclarece sobre aquellas situaciones que incurren en delitos, así como las otras formas de protección a las que puede recurrir un titular de un derecho de autor o conexo para salvaguardar su obra y hacer valer los derechos de propiedad patrimonial y moral que tiene sobre los mismos. Asimismo, es importante resaltar que, al incorporar la figura de las medidas cautelares, se da una mayor protección a la obra y al titular, al brindar la seguridad de que se evitará cualquier posible daño o un daño más grave al incurrido.

Otro punto importante es que el proceso de interposición de las medidas cautelares es realmente expedito, lo que es una ventaja que lo coloca por encima de otros casos en la esfera legal. Este aspecto evidencia el deseo de protección y la importancia que poseen los derechos de propiedad intelectual, y posteriormente la inmersión de Costa Rica en la dinámica comercial, es determinante para llegar a alcanzar altos estándares de protección de la propiedad intelectual.

B.4. Retos de la industria audiovisual en materia de protección de derechos de autor

Tanto lo mencionado con anterioridad, como la necesidad de capacitar a la población interesada en los temas de propiedad intelectual y desarrollo de la industria audiovisual, se encuentra reflejada en el proyecto con proyección internacional Fab Lab Academy de la Universidad Véritas.

El entrevistado explica que con la conclusión de dicho proyecto se les brinda a sus participantes un diplomado en fabricación digital de Fab Lab, cuya malla curricular incluye el estudio tema de propiedad intelectual, debido a que el análisis de este, es “fundamental para las tareas realizadas, y la aplicación de sus conocimientos al momento de crear nuevo contenido”. (Comunicación personal, 11 de febrero de 2018)

No obstante, y a pesar de la base institucional y jurídica que el país sienta en torno a los derechos de propiedad intelectual, continúa siendo necesario fomentar el conocimiento y explotar dicho campo aún más, dentro de la competencia de las distintas instituciones, y desde el ámbito de acción de las organizaciones gremiales de los subsectores de la industria audiovisual.

Se visibiliza, por medio de las entrevistas aplicadas, que la mayor parte de los representantes sectoriales consultados desconocen sobre el tema de propiedad intelectual, o no poseen noción sobre su estado actual o repercusiones en su trabajo, como se sintetiza en la siguiente tabla, la cual resume el nivel de conocimiento de los entrevistados sobre el tema, así como las posibles áreas de mejora evidenciadas por los mismos, en pro del desarrollo sectorial.

Tabla 13.
Resultados de entrevistas a profundidad efectuadas a representantes sectoriales de
la industria audiovisual costarricense, en el tema de derechos de propiedad
intelectual

Entrevistas aplicadas entre mayo del 2017 y febrero del 2018

| Nombre del entrevistado y ocupación actual | ¿Conoce sobre el tema? | ¿Cree que la protección es efectiva? | Posibles aspectos de mejora evidenciados |
|--|-------------------------------|---|---|
| Daniel Alarcón Ingeniero de sonido Luciérnaga Producciones | Poco | Sí | Se debe potenciar para tener mayor certeza jurídica a nivel internacional |
| Entrevistado #2 Colaborador Fab Lab Véritas | Si | Si | Mejora en la comunicación Instituciones-ciudadanos, más información a las personas |
| Entrevistado #3 Profesor Escuela de Cine y TV Universidad Véritas | Poco | - | Más desarrollo en el sector para que exista mayor conocimiento del tema |
| Ana Cristina Directora comercial de La Pensión | Si | Si | - |
| Santiago Salas Co-creador de Journey Animation | Si | Si | Se debe fomentar la importancia de la protección de Propiedad Intelectual |
| Gonzalo Vargas Desarrollador de producto de Bushida Studio | Si | No | Solo es bueno en obras literarias. |
| Ma. Del Mar Camacho Creadora de Contenido Audiovisual Web | Poco | - | Considera necesario que se protejan las invenciones. |
| Josué Fischel Director Comunidad Audiovisual deleFOCO | - | - | Promover y capacitar más al sector audiovisual |
| Entrevistado #9 Académico en el área de Comunicación Colectiva | Si | - | Capacitación de más profesionales especializados en el tema, específicamente para obras audiovisuales. Más jurisprudencia, mayor concientización y capacitación |
| Entrevistado #10 Colaborador de la carrera de Desarrollo y Diseño de Videojuegos de la Universidad Creativa. Animador digital y productor audiovisual | Si | Si | Hay algunos espacios que llenar, sin embargo, las condiciones son aceptables |

| | | | |
|---|----|----|--|
| Entrevistado #11 Colaborador del Técnico en Animación Digital 2D, Universidad Véritas | Si | Si | Debe representar una forma que fomente la innovación |
| Entrevistado #12 CSCCR Entrevistado #13 Centro de Producción Cinematográfica de Costa Rica | Si | Si | Se deben unificar funciones de instituciones involucradas para que se cumpla lo establecido en la Ley. |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER & CAMTIC (2015)

Como se puede observar, de conformidad con la tabla anterior, de las trece personas entrevistadas sobre este tema, las cuales en mayor o menor medida se encuentran ligadas a la industria audiovisual, cuatro de los entrevistados, responden que poseen poco conocimiento sobre los temas de propiedad intelectual, o se abstuvieron de responder.

Complementariamente, del total entrevistado, siete representantes sectoriales consideran que la protección actual resulta efectiva para proteger las obras audiovisuales, mientras que los entrevistados restantes consideran que la misma es insuficiente, o se abstuvieron de responder.

Según dichas entrevistas, entre los principales críticos de la protección actual, se encuentran los desarrolladores de producto o contenido independiente, y los representantes de la academia, quienes consideran que, a pesar de que se logran algunos puntos fundamentales para la protección plena, es necesario profundizar en otros campos, por ejemplo, en la promulgación de una Ley Audiovisual, pues esta es más integral que la Ley de Cine que se pretende aprobar en la actualidad, y considera además los intereses de los distintos sectores interesados, tales como los cineastas, como distribuidores y artistas independientes.

Con respecto a la tabla anterior, es posible concluir que, para los representantes sectoriales entrevistados, resulta de suma importancia para el fortalecimiento de la protección de los derechos de autor y derechos conexos, que exista mayor capacitación en el tema por parte de las instituciones públicas involucradas, para instruir en el tema tanto a la población en

general, como a los involucrados directos con el sector. Asimismo, se considera fundamental que existan más profesionales especializados en el área de propiedad intelectual, pues es un campo que no cuenta con muchas ofertas de educación formal para la especialización como sí sucede en otras ramas del Derecho.

Como puntos a favor de la protección de los derechos de propiedad intelectual, Castillo considera que el sistema de protección se ha vuelto más eficiente en los últimos años, pues en la actualidad, el Registro Público permite inscribir las diferentes etapas del proceso, lo cual brinda mayor estabilidad y tranquilidad a los productores, y seguridad jurídica frente a terceros. (Castillo, A. Comunicación personal, 8 de febrero del 2018),

El entrevistado #11 comenta que, si bien es cierto la coyuntura actual resulta favorable para la protección del contenido, una de las problemáticas latentes, es que aún existe desinformación y confusión sobre el término de “propiedad intelectual”. Asimismo, se considera que la misma debe potenciarse, para que sea la propia ley quien fomente la innovación. (Entrevistado #11. Comunicación personal, 5 de febrero de 2018)

En vista de lo anterior, resulta evidente que es necesaria la inversión económica y de recurso humano en la capacitación e información a la población, específicamente en el sector audiovisual, sobre temas de propiedad intelectual, específicamente lo que es la protección propiamente, los derechos adquiridos, y las acciones que pueden realizarse en caso de una eventual violación a los derechos.

Basado en lo anterior, José Castro explica que la Comisión Fílmica impartirá capacitaciones con abogados expertos en propiedad intelectual, derechos de autor y derechos conexos, precisamente al reconocer el desconocimiento de este tema, como una de las principales amenazas y debilidades a las que se enfrenta el sector en la actualidad.

Sobre el tema de las capacitaciones en el área, cabe mencionar que otras instituciones como el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), PROCOMER, y la Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO) brindan charlas, seminarios, capacitaciones y

talles durante todo el año, sobre temas atinentes a la industria audiovisual, demostrando el compromiso que poseen las diversas instituciones con la información en estos temas, y su aplicación en modelos de negocio o proyectos exitosos, como son las pequeñas y medianas empresas, o los encadenamientos productivos con empresas de mayor tamaño y capital.

El Registro Nacional cuenta con campañas de divulgación sobre los servicios ofrecidos, así como un segmento educativo sobre propiedad intelectual, en el que se educa a la población sobre la importancia de la protección a los derechos de autor y derechos conexos, y propiedad industrial; así como características de su protección tales como la duración, proceso de registro, excepciones, limitaciones, entre otros. Asimismo, se concientiza a la población sobre los perjuicios de la piratería y la falsificación, y los problemas sociales asociados a estas, como la explotación laboral, la pérdida cultural, y los daños sufridos por el autor. (Registro Nacional, s.f.)

Asimismo, Costa Rica cuenta con Centros de Apoyo a la Tecnología y la Innovación (CATI) de la OMPI. Dichos centros operan en el Registro Nacional, y en forma periférica en las universidades públicas, así como en la Universidad Véritas. Su objetivo es lograr que la información sobre protección de propiedad intelectual sea conocida por aquellos generadores de ideas. En este sentido, una red de apoyo institucional, así como un acercamiento de la Comisión Fílmica al Registro Nacional, resultaría adecuada. (Registro Nacional, s.f.)

Igualmente, la importancia de la protección de la propiedad intelectual se refleja también en las decisiones tomadas por el MIDEPLAN que se mencionan en el *Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018*, el cual se analiza en el capítulo anterior. A través de dicha publicación, se da énfasis al trabajo realizado para lograr el acercamiento entre las empresas culturales y los bufetes de abogados, con el fin de llevar a la población la información sobre este tema, y la evaluación de las políticas existentes. (MIDEPLAN, 2018, p.219).

Asimismo, a forma de complemento a lo ya mencionado con anterioridad, en el apartado relativo a los antecedentes que fundamentan el presente Seminario de Graduación, así como los proyectos de ley rechazados o en estudio de la Asamblea Legislativa, se analiza también la Ley N°8039 del 12 de octubre del 2000, *Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, relacionados con el área de Derechos de Autor y Derechos Conexos*.

Con base en lo anterior, es fundamental que se informe y se capacite a los empresarios y emprendedores sobre las posibles acciones y opciones que poseen ante la ley para dar a respetar sus derechos morales y patrimoniales sobre las obras registradas, ya que, como se constató a través de la aplicación de instrumentos, existe aún desconocimiento sobre esta temática, incluso dentro del sector a quien más le atañe su aplicación. Además, es importante que se inste a la población civil y a los artistas en el área, a hacer uso de estos y otros instrumentos legales, en los momentos que encuentren su derecho violentado; ya que no solo lograrán una protección efectiva y la respectiva indemnización, sino que también genera jurisprudencia y motiva a los demás participantes a hacer uso de este derecho.

En conclusión, es posible determinar que efectivamente existe una incidencia social, y evidentemente legal, de la protección de los derechos de propiedad intelectual, en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales. Estos, además de moldear el ámbito de acción legal dentro del país, en materia de derechos sobre una obra audiovisual, y las sanciones a las que se exponen quienes la violentan, también colocan a Costa Rica dentro del panorama internacional de los acuerdos multilaterales y plurilaterales, como lo son, por ejemplo, el ADPIC, cuya aplicación es objeto no solo del estudio del Derecho, sino también del comercio exterior, e incide directamente en el comercio de servicios de la industria audiovisual.

Capítulo 3: Potencial económico y exportador del sector de servicios audiovisuales en Costa Rica

A través de la contextualización del macro entorno de la industria audiovisual contemplada en los apartados anteriores, el presente capítulo tiene como fin, revelar la contribución y el potencial de la industria audiovisual y sus exportaciones en la economía de Costa Rica, en comparación con otros países utilizados como referencia, con diferentes niveles de desarrollo y apoyo gubernamental.

A modo de contextualizar la participación de la industria creativa y cultural en el desarrollo socioeconómico global, se considera pertinente analizar la creciente importancia del comercio de servicios audiovisuales, así como de las industrias asociadas a la creación y al conocimiento, no solo en Costa Rica, sino también en los demás países del continente americano, con el fin de dictaminar un punto comparativo de sus aportes en sociedades similares, con industrias en diferentes niveles de desarrollo.

Se visibilizan los impactos que la industria audiovisual tiene propiamente en la economía y sociedad, desde el análisis del macro entorno de sus factores, que a través de la presente sección, se concluye que influye en el avance del sector, tales como el PIB y el valor agregado cultural, la inversión del sector público, el empleo, la producción, el comercio exterior, la realidad nacional, el apoyo gubernamental, la promulgación de leyes y la presentación de proyectos de ley relacionados con la industria audiovisual, entre otros.

A. Dimensión e importancia de la industria audiovisual como industria creativa y cultural.

La industria audiovisual puede ser analizada desde una doble perspectiva, analizando sus características tanto económicas como culturales. Siguiendo este razonamiento, Gómez (2006) considera que la globalización de esta industria se encuentra inmersa “dentro del proceso de la mundialización de la cultura” desde una perspectiva más heterogénea y no repetitiva, en relación con el sentido homogéneo que puede involucrar el concepto

globalización. El autor señala que, desde la perspectiva económica, el sector audiovisual sí debe ser delimitado en un sentido más homogéneo desde “la lógica de los mercados y su organización industrial”

Es oportuno señalar que el sector audiovisual desde el punto de vista operativo, comparte las mismas características que cualquier otra industria, y se rige por aspectos estratégicos de manera similar que el resto de las organizaciones. Sin embargo, al estar comprendido dentro de lo que se conoce como industrias culturales, este sector genera aspectos únicos propios de la creación, distinguiéndola así del resto de industrias. (Gómez, 2006).

Desde esta perspectiva, Crusafon (2000, p.112), en su obra *El espacio audiovisual europeo. Análisis de la Industria Audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90*, señala que:

Por audiovisual entendemos aquella industria que pertenece al sector de la economía de la cultura, que produce bienes y servicios, que son el resultado de un conjunto de actividades que intervienen en la producción, distribución y la exhibición de imágenes sobre distintos soportes. Se trata de una industria que tiene tres sectores principales: el cine, la televisión y el vídeo, aunque los avances tecnológicos hacen que las fronteras entre ellos sean cada vez más borrosas y se integren nuevos servicios que se encuentran a caballo entre los tres sectores tradicionales. Asimismo, se caracteriza por tener una naturaleza dual, económica y cultural, que hace que sus actividades se encuentren en el centro de la encrucijada entre los siguientes ámbitos: la economía, la política y la cultura. De ahí que su desarrollo industrial esté ligado también a las políticas públicas audiovisuales y a las actuaciones de distintos países y/o instituciones.

A partir de esta definición, se puede determinar que las dimensiones de la industria audiovisual, e intrínsecamente de su comercialización, son amplias y complejas, debido a que, como evidencia su estudio a través de los capítulos anteriores, el análisis del macro entorno involucra una serie de factores con distintas implicaciones socioculturales,

económicas, productivas, tecnológicas, políticas y legales, que facultan la participación de diversos actores con sus propios intereses.

De esta manera es como la acotación de García Canclini (citado por Gómez, 2006, p.67) resulta bastante acertada al señalar que: “la dinámica sectorial de las industrias audiovisuales no puede valorarse aisladamente, sino se tienen que ver como un complejo entretreído de servicios múltiples”

A través de las distintas posiciones expuestas, y siguiendo la propuesta de Gómez (2006), se considera adecuado distinguir las industrias audiovisuales desde cuatro dimensiones, las cuales corresponden al estudio de términos económicos e industriales, socioculturales, políticos y tecnológicos.

En términos económicos e industriales, la industria audiovisual se puede dividir en los subsectores de televisión, cine, video y los medios interactivos. Los cuales se consideran cada vez más relacionados y con fronteras más difusas debido al auge tecnológico que se presenta, aspecto que cada vez complica más la distinción de mercados y procesos productivos y de distribución. Contrariamente, desde la dimensión socio-cultural, se concibe a través de la generación de imaginarios, identidades e ideas propias de la sociedad, las cuales deben entenderse desde las distintas realidades nacionales y regionales, y su implicación en el consumo a través de los diferentes contextos.

La dimensión política, se rige según las diferentes disposiciones legales que se apliquen en relación a los gobiernos de los países y otras instituciones supranacionales, buscando que la industria represente desarrollo económico, expresión de la cultura y un beneficio social. Finalmente, desde la dimensión tecnológica, se encuentra relacionada con la capacidad de generar y transmitir digitalmente imágenes, sonido y videos a través de distintos medios.

Es quizás por este dinamismo que la determinación del alcance del sector audiovisual resulta compleja. Según Torrent y Gómez (2008, p.7) esto es “en parte debido a la velocidad de los cambios tecnológicos en el sector, pero también a causa de la diversidad de criterios

utilizables, bajo los cuales subyacen muy a menudo intereses económicos o políticos en conflicto. Al no haber unanimidad en los diferentes estudios y análisis al delimitar el alcance del sector audiovisual, la obtención y, sobre todo, la comparación de datos sobre el mismo es difícil”

Según la creciente importancia que adquiere la industria audiovisual con el pasar de los años, se considera trascendente señalar que el factor clave de la relación que existe entre la rama audiovisual y el vasto número de empresas y otras ramas industriales que se involucran con esta, está conformado por el sector de publicidad a través de los medios masivos.

La acotación se hace necesaria para entender cómo el dinamismo del sector audiovisual influye también a través de otras industrias como la publicitaria, la cual está basada en la economía del capitalismo actual, y despliega sus servicios y mercancías principalmente en la televisión, radio y otros medios audiovisuales; moldeando de alguna manera la forma de consumir de las sociedades modernas.

La industria audiovisual a través del sector publicitario, influye en el financiamiento de empresas privadas de medios de comunicación electrónico, al ser este último su principal forma de ingreso. Según De Miguel (citado por Gómez, 2006, p.62): “el mercado publicitario ocupa un papel fundamental dentro de la economía del audiovisual y condiciona el nacimiento de nuevas cadenas, a la vez que éstas influyen sobre aquélla”

La industria audiovisual desde el punto de vista cultural, tiene una importancia más allá de su aporte económico. Esto en el sentido de que los servicios generados por esta industria aportan al dialogo entre culturas, aspecto que influye directamente en la paz entre países y en el desarrollo humano; además de que constituyen un medio educativo generador de ideas y de conciencia sobre los bienes públicos. (Torrent y Gómez, 2008).

Paralelo a esto, en Costa Rica se declara de interés público nacional a la industria cultural cinematográfica y audiovisual, a través del Decreto Ejecutivo N° 34024, al considerar que

“la cinematografía y la producción audiovisual son parte importante de la cultura de un país porque permiten el fomento, expresión y difusión de la diversidad cultural, contribuyen a su proyección en el exterior, nutriendo así su identidad; y que en la sociedad actual mundial esta industria posee una notable dimensión cultural, con gran capacidad de atracción al público y con un enorme potencial de crecimiento, incluyendo la creación de nuevos empleos” (MCJ, 2007).

En esta misma línea, el director general del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica declaró mediante la resolución administrativa CCPC-CFN-N°02, que: “la cinematografía y la producción audiovisual es el vehículo ideal para la promoción de nuestro país, la preservación de sus tradiciones y el fortalecimiento de la identidad de su pueblo, tanto en las producciones locales, como aquellas foráneas que se producen o coproducen en el país, por lo que se debe contribuir con su desarrollo en las fases de preproducción, producción o postproducción” (MCJ, 2015).

Complementario a esta declaración de interés público e institucional, surge la llamada economía naranja, relacionada principalmente con la innovación, el conocimiento y la industria creativa y cultural; concepto que es utilizado en apartados anteriores, pero que no es profundizado a cabalidad.

John Howkins (citado por Buitrago y Duque, 2013, p.15) define a la economía creativa o economía naranja como aquella que “comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos” El mismo autor, a manera de crítica, señala: “¿cómo no calificar de “invisible” a un sector que, representó el 6,1% de la economía global en el año 2005 y casi una década después todavía no ha sido registrado en el radar de la mayoría de los economistas?” (citado por Buitrago y Duque, 2013, p. 15).

La crítica del autor corresponde al hecho de que para el año 2011, la llamada economía naranja aún representaba un concepto desconocido o poco explorado por gran cantidad de

países; mientras que para ese año la generación monetaria de esta alcanzó los US\$4,3 billones de dólares alrededor del mundo, y al mismo tiempo las exportaciones de bienes y servicios creativos alcanzaron los US\$646 mil millones de dólares. (Buitrago y Duque, 2013).

Asimismo, su declaración también sigue la línea de que aparte de los grandes beneficios económicos que genera la economía naranja en los últimos años, los países que no participan en esta, tampoco pueden reconocer la característica de que el comercio creativo es menos volátil que otros sectores productivos. Como ejemplo, se señala que la economía naranja resistió de mejor forma a la última crisis financiera global, en comparación con sectores importantes como el petrolero, el cual, según la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP), durante el año 2009 presentó una caída de 40 puntos porcentuales en sus ventas, mientras que las exportaciones de bienes y servicios creativos solamente se contrajeron un 12% durante el mismo año. (Buitrago y Duque, 2013).

Se señala que las limitaciones y naturales asociadas al suministro y escasez que aquejan a otros sectores, tales como el del petróleo y la minería, no afectan a la generación de bienes y servicios creativos, por lo cual la industria cultural, definida por la UNESCO como “el término aplicado a aquellas industrias que combinan la creación, producción y comercialización de contenido que es de carácter cultural e intangible; que está protegido por derechos de propiedad intelectual y puede tomar la forma de bienes y servicios”, no se encuentra limitada por estos. (Oxford Economics, 2014, p.14)

Complementariamente, la Organización de los Estados Americanos (OEA) define la industria cultural a partir de las siguientes características:

- a. Su materia prima es una creación protegida por el derecho de autor y fijada sobre un soporte tangible o electrónico;
- b. su producción, conservación y distribución es hecha en serie y su distribución es generalmente masiva;
- c. posee procesos propios de producción, circulación y apropiación social;

- d. está articulada a las lógicas de mercado y a la comercialización o tiene el potencial para entrar en ellas; y
- e. son lugares de integración y producción de imaginarios sociales, conformación de identidades y promoción de ciudadanía.

OEA, 2004, p. 1

La OEA reconoce en esta definición las características económicas que le son propias a las industrias culturales desde la perspectiva de un mercado global y al mismo tiempo, resalta el papel que juegan desde la identidad cultural ciudadana (OEA, 2004). Asimismo, es importante rescatar que, aunque las industrias creativas y culturales son percibidas en la mayoría de textos como un mismo concepto, existen teorías que consideran a las industrias culturales como una derivación de las industrias creativas. (Oxford Economics, 2014).

Con respecto a la realidad nacional, el MCJ indica que: “la actividad audiovisual es de carácter cultural debido a que su razón de ser consiste en crear, expresar, conservar, interpretar y transmitir contenidos simbólicos” (MCJ, 2007, p. 65).

Es a partir de estas percepciones que se considera al sector audiovisual como parte de la industria creativa y cultural, sector que, por su dinamismo, redefine el concepto mismo de cultura e incorpora grandes intereses económicos y sociales, como señala la actual jefa del MCJ, la Msc. Sylvie Durán al decir que “no hay país de nuestro subcontinente que habiendo avanzado seriamente en su atención a la dimensión económica de la cultura, no haya reflexionado sobre la demora con la que se ha asumido el tema en Latinoamérica, tanto en la institucionalidad cultural oficial como en los agentes del sector” (MCJ, 2017, p. 6).

Como se ha expuesto con anterioridad en el Capítulo 1, Costa Rica reúne esfuerzos políticos en pro del desarrollo sectorial y maneja propuestas desde hace al menos 15 años. No obstante, se debe reconocer que históricamente, estos esfuerzos fueron omisos o postergados, de manera que el reconocer la diversidad cultural y el potencial de generar

competencias que brindaran contribución económica y desarrollo artístico, el país se encuentra atrasado en comparación con otras naciones de la región. (MCJ, 2017).

No fue sino hasta la administración del presidente Óscar Arias Sánchez (2006-2010) que el concepto de industria creativa y cultural fue incorporada a los planes políticos de desarrollo; y durante el año 2011 cuando se ejecutó una acción fundamental para impulsar el sector, con la creación de la comisión interinstitucional denominada CSCCR, la cual se encuentra conformada por los principales representantes culturales y económicos del país. (MCJ, 2017).

Para agosto del año 2018, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), y la Unión Europea, declararon que iniciarían actividades de asistencia técnica para apoyar el fortalecimiento de la cadena de animación digital, perteneciente a la economía naranja costarricense, panameña y colombiana, a través de la iniciativa “Lanzamiento regional del programa de asistencia técnica a la cadena naranja”. (CAMTIC, 16 de agosto del 2018).

La propuesta de asistencia técnica se encuentra enfocada a los sectores de la economía que cuentan con mayor nivel de digitalización y uso de alta tecnología, como son la música, videojuegos, multimedia, producción de videos para películas, series de televisión, videoclips, y otras formas de animación digital. Su objetivo consiste en diseñar propuestas para fortalecer la cadena de valor de la animación digital, y promover el encadenamiento productivo en el campo; favoreciendo la productividad, competitividad, innovación, uso de tecnología, y el comercio en la región. (CAMTIC, 16 de agosto del 2018).

La Msc. Victoria Hernández, ministra de Economía, Industria y Comercio (MEIC), considera que “esta iniciativa nos permite la generación de valor agregado en un mercado que tiene como base la creatividad y diferenciación”. Mientras tanto, el máster Duayner Salas, viceministro de Comercio Exterior (COMEX), opina que estos esfuerzos “reflejan el nivel de sofisticación que están alcanzando nuestros ecosistemas productivos, avanzando hacia una economía basada en el conocimiento, la innovación y los servicios, con cada vez mayor

presencia de actividades que generan alto valor agregado, empleo de calidad y nueva oferta exportable”. (CAMTIC, 16 de agosto del 2018).

Según Salas (citado por CAMTIC, 16 de agosto del 2018), los principales beneficiarios de esta iniciativa serían las micro, pequeñas y medianas empresas pertenecientes a la cadena de la industria naranja, así como las instituciones, escuelas técnicas y de formación superior, centros de investigación y laboratorio, y agencias de regulación.

Asimismo, según datos de la OEA, paralelamente, al igual que Costa Rica, otros países del continente americano se esfuerzan para elaborar instrumentos que reconozcan el potencial económico que tiene la industria creativa y cultural, logrando así mediciones en términos del PIB y del empleo.

Dentro de los objetivos de estos instrumentos se encuentran el reconocer la estructura de los mercados en los diferentes subsectores culturales, mostrar que la cultura puede representar un proyecto económico solvente, justificar una acción estatal más decidida sobre la cultura, y entender la forma en que esta dinámica económica de la cultura afecta las relaciones sociales, de identidad y ciudadanas. (OEA, 2004, p.2).

A través de estos instrumentos se logran obtener resultados importantes, sobre los cuales la OEA (2004, p.2) profundiza al determinar que:

Primero, se demuestra que la cultura, desde una perspectiva amplia, es un sector importante para el crecimiento, llegando a pesar entre el 1 y el 7% del PIB, según el país estudiado. Además, su tasa de crecimiento en el tiempo es mayor a la del PIB de las economías, reflejando el hecho de que los flujos económicos se desplazan cada vez más a los contenidos de la creación, el conocimiento y el entretenimiento. Por otra parte, los sectores que más pesan sobre estos indicadores son los de las comunicaciones, un poco más lejos, las industrias editorial, fonográfica y audiovisual y, por último, con un peso relativamente modesto, se encuentran los sectores de las artes tradicionales.

Se determina cómo la industria creativa y cultural es una gran fuente generadora de empleo, ya sea, altamente calificado para las etapas de creación y producción o menos calificado en la etapa de distribución y ventas. (OEA, 2004). Este aspecto es sumamente positivo ya que demuestra la amplitud de oportunidades en empleo tanto directo como indirecto que puede generar la industria audiovisual, y que debe corresponder a uno de los principales incentivos de los diferentes gobiernos para apostar por el desarrollo de este tipo de economías.

Es importante rescatar que en otros países en donde aún no se implementan instrumentos de esta índole, se investiga mediante otros tipos de estudios los alcances económicos de los eventos culturales más importantes dentro de los territorios. Por ejemplo: “el caso del estudio hecho en Trinidad y Tobago, cuyo Carnaval genera economías importantes, específicamente US\$15 millones, además de 40.000 visitantes. Por último, se demuestra que para este tipo de festivales la relación entre los retornos económicos y la inversión pública es de 7 a 1” (OEA, 2004, p. 2).

En relación con lo anterior, se presenta a continuación la tabla #14, en la cual se exponen datos sobre la participación que tiene la industria creativa y cultural, en cuanto a la contribución del sector cultural al PIB y la contribución del empleo cultural al empleo total, en Costa Rica y en otros países americanos.

Tabla 14.
Contribución del sector cultural al PIB y contribución del empleo cultural al empleo total, según país

| País | Contribución del sector cultural al PIB | Contribución del empleo cultural | Año |
|----------------|--|---|------------|
| Costa Rica | 2,18% | 1,60% | 2012 |
| Argentina | 3,80% | n.d | 2011 (PIB) |
| Brasil | 11,10% | n.d | 2006 (PIB) |
| Canadá | 5,38% | 6,96% | 2002 |
| Colombia | 3,30% | 5,80% | 2006 |
| Estados Unidos | 11,10% | 8,19% | 2011 |
| México | 4,77% | 11,01% | 2006 |

| | | | |
|-------------------|-------|-------|------------|
| Panamá | 6,35% | 3,17% | 2009 |
| Paraguay | 3,80% | n.d | 2010 (PIB) |
| Perú | 2,67% | 4,50% | 2009 |
| Trinidad y Tobago | 4,80% | 5,00% | 2011 |

n.d: no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de Oxford Economics, 2014, p.60

Muchos de los estudios realizados sobre los aspectos económicos comprendidos, generalmente se llevan a cabo por institutos de investigación y no por los cuerpos nacionales de estadística de cada país; por lo cual es necesario considerar eventuales variaciones terminológicas, con respecto a los conceptos de industria creativa, derechos de autor, o industrias culturales, por ejemplo. (Oxford Economics, 2014).

Se estima que las industrias creativas se convertirán en un colaborador cada vez más importante para el crecimiento del PIB en toda la región. En las dos mayores economías del hemisferio, Brasil y los Estados Unidos (EE.UU.), las industrias creativas se estima que representan más del 10% del PIB. A manera de contextualización, el 11% del PIB en los EE. UU, es aproximadamente equivalente al tamaño de todo el sector manufacturero de ese país o alrededor de una quinta parte de las manufacturas del mundo. (Oxford Economics, 2014).

Asimismo, es relevante destacar que en los EE.UU. las industrias de derechos de autor representan el 11,10% del PIB y sólo el 8,19% del empleo, mientras que en México las industrias de derechos de autor representan el 4,77% del PIB y el 11,01% del empleo. Esto nos indica que las actividades de valor agregado cultural son mayores en EE.UU. que en México, sin embargo, la productividad en las industrias de derechos de autor ocupa de más personas en México. (Oxford Economics, 2014).

En otros países de la región como Costa Rica, Argentina, Colombia y Perú se estima que la contribución de la industria cultural al PIB es menor, entre el 2% y el 4%, sin embargo, se destaca la posibilidad de ponerse al día incentivando el potencial de crecimiento del sector. Esto ya que se considera como una región en la que todavía hay potencial de

crecimiento, cuando el comercio creativo representa aproximadamente el 2,2% del total de exportaciones en comparación con el promedio del 2,9% a nivel mundial. (Oxford Economics, 2014).

La teoría nos indica que dictaminar un punto comparativo de la participación de la industria creativa y cultural en el desarrollo socioeconómico entre distintos países, es difícil, debido a las diferentes metodologías y/o alcances que tienen los estudios en cada nación. Por esto se interpreta que un papel más activo de los organismos multilaterales y otras organizaciones internacionales podría ser clave para cerrar estas brechas y lograr una estandarización en los estudios comparativos de las economías creativas.

En virtud de lo anterior, es posible determinar que, si bien es cierto, algunos datos considerados pueden encontrarse distorsionados, el sector cultural de Costa Rica, al cual pertenece la industria audiovisual, se encuentra muy por debajo del promedio del resto de los países del continente americano, a pesar de su impacto en la economía, y el potencial que poseen sus exportaciones, como se profundiza en el apartado siguiente.

B. Comercio de servicios audiovisuales, participación en la economía y potencial exportador en Costa Rica

Independientemente de la definición de industria audiovisual que se utilice, resulta evidente que los bienes y servicios generados a partir de este sector, se ven englobados dentro de un entorno específico, y que poseen características que los diferencian de otras industrias, por ejemplo, su forma de producción, de consumo, y de comercialización.

En vista de esta situación, en el presente apartado se buscar determinar si es posible interpretar desde el punto de vista económico, social y legal, la participación en la economía, el crecimiento y el potencial del comercio de servicios audiovisuales en Costa Rica, utilizando los factores del macro entorno del comercio de servicios audiovisuales que ya son conceptualizados en el Capítulo 1 de la presente Sección.

Se considera importante realizar, primeramente, una reseña argumentativa de los tres factores del macro entorno que influyen en el avance del sector, y seguidamente, visibilizar los impactos que la industria audiovisual posee propiamente en la economía y la sociedad.

- Entorno económico: la industria audiovisual como parte de la economía de la cultura, se enfoca en reconocer las distintas actividades creativas y culturales desde una perspectiva productiva y de consumo que genere bienestar y desarrollo.
- Entorno social: a través de los servicios y productos culturales que genera, representa un vehículo para la exploración de los valores sociales y culturales propios de cada sociedad.
- Entorno legal: existe la necesidad de que la industria audiovisual se vea regulada, debido a las implicaciones que tiene en distintos aspectos sociales, tecnológicos y político-económicos.

En vista de la importancia de estos argumentos, se incluye en los siguientes apartados el estudio de cada uno de ellos, y su relación con la participación en la economía, su crecimiento, y potencial exportador de sus productos generados.

B.1. Entorno económico

La medición del sector audiovisual dentro del marco de construcción de la CSCCR se implementa bajo los lineamientos señalados en el *Manual del Convenio Andrés Bello (CAB)* el cual “busca generar consensos y cursos de acción en cultura, educación, ciencia y tecnología, con el propósito de que sus beneficios contribuyan a un desarrollo equitativo, sostenible y democrático de los países miembros” (Convenio Andrés Bello, s.f).

La CSCCR es el único ente público que realiza mediciones periódicas sobre la cuantificación de datos asociados a la industria audiovisual, razón por la cual, su información generada fue estudiada en el Capítulo 1, y su relación con la participación en la economía, su crecimiento y potencial exportador, se sintetiza más adelante.

A través de la interpretación de factores económicos tales como el PIB, el valor agregado cultural, la inversión y financiamiento por parte del sector público, los impuestos internos e incentivos fiscales, el empleo y ocupación, la producción y consumo, y el comercio exterior, es posible determinar la participación en la economía del comercio de servicios audiovisuales, su crecimiento y potencial exportador.

Los factores previamente descritos en el Capítulo 1, y su incidencia en la participación en la economía, se analizan a continuación en la tabla #15. Los datos sobre el crecimiento de esta, y el potencial exportador de la industria audiovisual, se analizan posteriormente, en la tabla #16.

Tabla 15.
Participación en la economía de la industria audiovisual, determinada por factores económicos

| Variable | PIB y Valor Agregado Cultural | Inversión y financiamiento del sector público | Impuestos internos e incentivos fiscales | Empleo | Producción y Consumo |
|-------------------------------------|--|---|--|--|---|
| Participación en la economía | <p>PIB cultural corresponde al 2.18% del PIB total.</p> <p>Sector audiovisual corresponde al 31.1% del PIB cultural (0.40% del PIB total).</p> <p>Valor agregado cultural de US\$627 millones (1.4% del PIB total)</p> | <p>MCJ y SINART (0.16% del presupuesto nacional).</p> <p>COMEX y PROCOMER (0.05% del presupuesto nacional).</p> <p>UCR (0.43% de su presupuesto anual para la ECCC y 0.37% para Canal 15 UCR)</p> | <p>Sectores programación, transmisión de radio y televisión y agencias de noticias eximidas del IVA.</p> <p>Servicio por suscripción de televisión gravado con 13% del IVA (generando ₡9.117,46 millones en el año 2012).</p> <p>6% de impuesto por IEP a cines en cabecera de provincia (recaudado ₡678.357.232 en el año 2016)</p> <p>Régimen de Zona Franca</p> | <p>Sector Cultural ocupó al 1.6% del total de personas ocupadas del país.</p> <p>Sector audiovisual ocupó a 9.596 personas para el año 2012 (5.647 personas corresponden al servicio de suscripción de televisión)</p> | <p>Producción del sector audiovisual fue de ₡293.800,20 millones para el año 2012 (20% de la producción cultural total del país).</p> <p>Ingresos y taquillas variables según producción.</p> <p>Sectores más consumidos son televisión y radio</p> |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CSCCR (2017)

En relación con los impuestos, se destaca el aporte del impuesto a Espectáculos Públicos (IEP), que corresponde a un 6% del ingreso total sobre la venta de boletos de los complejos de cine ubicados en cabecera de provincia, mientras que las salas de cine restantes, pagan el 3%.

Para el año 2016, los 9 complejos de cine ubicados en cabecera de provincia, facturaron el 24.21% de la recaudación anual por concepto de este impuesto. Según datos de recaudación del Teatro Nacional, durante el año 2016, se recaudaron por concepto de IEP \$678.357.232; el 61% de esta recaudación corresponde al 75.79% de los cines que pagan el 3% de impuesto en razón de su ubicación, mientras que el 24.21% de los cines restantes, los cuales pagan el impuesto del 6%, y generan el 39% restante de la recaudación.

Con respecto al indicador de empleo cultural, este corresponde a la cantidad de personas ocupadas en los sectores culturales medidos hasta el momento y evidencia un crecimiento sostenido durante el período 2010-2012. Al año 2012 se identifica un total de 40.074 personas ocupadas en actividades culturales, cifra que presenta un crecimiento del 3% respecto al dato del año anterior y equivale al 2,0% del total de personas ocupadas.

Las principales actividades donde se ocupan las personas del sector audiovisual corresponden al servicio de televisión por suscripción (47%) y a la programación y transmisión de televisión, programación de radio y actividades de agencias de noticias (41%) (MCJ, 2017).

Los datos sobre el crecimiento del potencial exportador de la industria audiovisual, determinados por los factores económicos analizados con anterioridad, se incluyen en la tabla #16 de la página siguiente.

Tabla 16.
Crecimiento de la participación en la economía de la industria audiovisual, determinada por factores económicos

| Variable | PIB y Valor Agregado Cultural | Inversión y financiamiento del sector público | Impuestos internos e incentivos fiscales | Empleo | Producción y Consumo |
|--------------------|---|---|--|---|---|
| Crecimiento | <p>Participación del sector audiovisual en el PIB cultural constante desde el año 2010 (0.45% en promedio).</p> <p>Crecimiento del 50% del valor agregado cultural de la industria audiovisual, entre los años 2012 y 2013.</p> | <p>Inversión y financiamiento del sector público determinado por la legislación vigente, se mantiene constante.</p> | <p>En el caso de ampliar la base tributaria, cobrando a todos los cines del país el IEP del 6% sobre el valor de los boletos, y no solo a los cines ubicados en cabecera de provincia (25% de los cines totales del país), con base en los datos de recaudación para el año 2016, se incrementarían los ingresos en ₡458 millones.</p> | <p>Decrecimiento leve de cantidad de personas ocupadas por sector, entre los años 2011 y 2012 (9.678 personas a 9.596 en el año 2012)</p> | <p>Producción del sector audiovisual evidencia un crecimiento de aproximadamente el 6% entre los años 2010-2015</p> |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CSCCR (2017)

Con respecto al incremento de los impuestos e incentivos fiscales, es posible determinar que, si se amplía la base tributaria actual, y se cobra el 6% sobre el total de los boletos vendidos en todos los cines del territorio, y no solo en los cines ubicados en cabecera de provincia (los cuales corresponden al 25% del total), como pretenden hacer los proyectos de ley presentados en la actualidad, el total recaudado incrementaría hasta en un 68%

B.1.a. Internacionalización de los productos audiovisuales

El potencial exportador de los productos audiovisuales como industria cultural, radica en su característica de bienes de acceso público, debido a su uso no rival, es decir, que el consumo por un sujeto no reduce el consumo por otros sujetos. Una vez creados, el costo adicional para proveerlo a otros consumidores es muy bajo. Así, producciones cinematográficas resultan favorecidas debido a que una vez amortizada su inversión inicial, su derecho de proyección puede ser cedido a terceros a precios muy bajos.

Sauvé y Steinfatt (citados por Torrent y Gómez, 2008), mencionan que “este factor atrae al consumidor, ya que a bajo precio puede conseguir un producto que es elaborado con *inputs* caros. Esta circunstancia favorece también la exportación a partir de mercados domésticos grandes y ricos” (p. 17).

Como se concluye con anterioridad, las exportaciones de productos audiovisuales poseen una balanza comercial deficitaria durante todo el periodo de estudio, pues sus exportaciones son menores a las importaciones realizadas. Para el año 2010, las exportaciones fueron de ¢351 millones, y las importaciones de ¢25.871 millones, mientras que para los años 2011 y 2013, estos valores fueron de ¢445 millones y ¢17.721; y ¢367 millones y ¢19.081 millones, respectivamente.

Este precedente evidencia que, si bien es cierto, Costa Rica posee potencial exportador en el campo de la industria audiovisual, esta no puede competir con las producciones extranjeras, que poseen mayor calidad, renombre y recursos. Asimismo, la firma de nuevos tratados de libre comercio y acuerdos de inversión, por parte del país con sus socios

comerciales, fomenta el desarrollo de esta economía, reduciendo los costos y permitiendo la cooperación internacional para la producción audiovisual.

Sobre esta realidad, Castillo argumenta que “se ha hablado durante muchos años, de cuáles son los temas que el país ha de desarrollar para la industria audiovisual. Por ejemplo, si queremos personificar al campesino, con su idiosincrasia, o dar énfasis a la paz, entre otros” (comunicación personal, 8 de febrero del 2018). Esta orientación meramente local es una de las razones por las cuales no se da la internacionalización de sus productos.

Sobre la necesidad de internacionalizar los productos generados por la industria audiovisual, Gonzalo Vargas Solís⁴⁴ indica que:

[...] desde mi punto de vista, la internacionalización es el valor agregado a nuestra cultura. No creamos contenido solamente para nosotros los costarricenses, lo hacemos para todo el mundo, dando a conocer nuestro país como cuna de grandes y talentosos artistas, que como producto de la alta calidad de su trabajo genera que otros países apuesten por desarrollar con estudios locales, que es algo que ya actualmente está pasando para la industria de los videojuegos.

Vargas, G. Comunicación personal, 22 de febrero del 2018.

En este punto, se concuerda con la opinión de Vargas, pues es imperativo que la industria audiovisual y sus diversos subsectores apuesten por la exportación de sus productos, debido a que el mercado costarricense es muy reducido para el desarrollo de todas las empresas especializadas en esta área. Asimismo, el producto audiovisual nacional es de calidad, por lo que este podría incursionar correctamente en mercados internacionales, en caso de contar con las herramientas correctas para ello.

Es posible confirmar entonces, que si bien es cierto el sector audiovisual costarricense se encuentra rezagado en comparación con otras industrias a nivel mundial, se observan en

⁴⁴ Desarrollador de producto de Bushida Studio. (Vargas, G. Comunicación personal, 22 de febrero del 2018)

él los rasgos de un campo incipiente, con gran potencial económico, específicamente dirigido al cine, la suscripción por televisión y actividades derivadas. No obstante, otros sectores menos explorados, como animación y el diseño de videojuego perfilan su crecimiento y potencial exportador con el paso de los años.

Empero, tanto el cine como la televisión deberían cambiar su enfoque, orientándose a la internacionalización, debido a que en la actualidad sus producciones se encuentran dirigidas a un mercado muy reducido, conformado casi en su totalidad por costarricenses residentes en el propio país. Las producciones presentan personajes y situaciones con las cuales solo los propios locales son capaces de identificarse, como se ejemplifica con películas como *Maikol Yordan de viaje perdido* (2014) y *Gestación* (2009), las cuales son vistas por el público únicamente por ser nacionales, y retratar su cotidianidad, pero que no son apreciadas de la misma forma por el público extranjero.

No obstante, dicha condición se aprecia igualmente en los productos de la industria audiovisual mexicana, colombiana y venezolana (antes de la crisis económica y social), en donde se retrata la cotidianidad de sus personajes, a diferencia de que estos productos son exportados hacia el resto de América Latina desde hace décadas.

Es pertinente concluir entonces, que las mismas oportunidades de exportación aprovechadas por estas industrias podrían ser consideradas por Costa Rica. Sin embargo, la principal desventaja evidenciada en la industria local, es su reducido mercado nacional (único mercado en algunos casos), debido al número de habitantes (aproximadamente 5 millones), en comparación con México (129 millones en el 2017), y Colombia (49 millones en el 2017). (Banco Mundial, 2018)

Igualmente, ambos países cuentan con una serie de incentivos y beneficios otorgados a artistas nacionales y extranjeros que realicen producciones dentro de sus respectivos países, lo cual fomenta entre otras, la instalación de empresas en su territorio, la firma de tratados de coproducción, su participación en obras audiovisuales extranjeras, y el reconocimiento de su propia industria audiovisual en el resto del mundo.

Asimismo, tanto México como Colombia cuentan con grandes empresas de medios y comunicación, como lo son Televisa y Caracol, respectivamente, que se convierten en exponentes de la televisión latinoamericana al vender los derechos de transmisión a otros medios internacionales, y plataformas de transmisión digital y bajo demanda, lo cual contribuye a que sus productos sean consumidos en el extranjero.

Sobre los principales retos a los que se enfrenta la industria audiovisual costarricense Castillo argumenta lo siguiente:

Un país que no invierte en cultura, es un país sin mentalidad orientada al crecimiento, al desarrollo y a la prosperidad. Lastimosamente, en Costa Rica nosotros mismos somos los que aportamos los recursos económicos para encargarnos financieramente de nuestras propias producciones, ya que el país no contribuye a los artistas independientes.

Castillo, A. Comunicación personal, 8 de febrero del 2018.

Dicho argumento, refleja un descontento en torno al tema de inversión en cultura. Otros entrevistados coinciden en que, a pesar de que el gobierno central y sus instituciones han realizado valiosos esfuerzos en el reconocimiento y promoción de la industria audiovisual, aún se debe avanzar en materia de inversión y financiamiento, para que sea competente a nivel internacional.

En la misma línea, Rodríguez menciona que, entre los principales factores de riesgo evidenciados en el desarrollo de las artes en Costa Rica, se encuentra “la limitación de recursos públicos para financiar actividades culturales” (Rodríguez, L. Comunicación personal, 12 de febrero del 2018).

A pesar de que la inversión y financiamiento del sector público involucra diversas instituciones, resulta fundamental ampliar su red de apoyo para disminuir la vulnerabilidad del presupuesto destinado al sector audiovisual, y evitar el cese de operaciones, por falta de fondos.

Para ello, es necesario auditar la asignación presupuestaria en este campo, para constatar que las organizaciones previamente mencionadas realmente ofrezcan un aporte al sector, y sean capaces de trabajar en conjunto con otros actores para la articulación de esfuerzos.

Asimismo, resulta fundamental incluir tanto a la empresa privada como la empresa pública en el desarrollo sectorial, con el fin de cumplir la visión 2021 desarrollada por el grupo de trabajo; así como que los distintos entes realicen sus propios planes de trabajo con sus tareas específicas.

B.1.b. Indicadores no monetarios

Se consideran en el presente apartado indicadores no monetarios, tales como la cantidad de empresas y establecimientos pertenecientes a la industria audiovisual, equipamiento de las cadenas de salas de cine, distribución de salas de cine por provincia, entre otros. Estos, a pesar de no ser propiamente factores económicos, deben ser considerados debido a su relación intrínseca con otros datos, por ejemplo, la producción, el consumo y el producto interno bruto.

Con base en lo anterior, el MCJ (2016) recopila información sobre los indicadores no monetarios de estabilidad social, apoyado en publicaciones del INEC, la CCSS, las Cámaras y Asociaciones del sector, así como los resultados de la Encuesta Nacional de Cultura (ENC).

Para el año 2015, Costa Rica contaba con 166 empresas y establecimientos dedicados al cine y video, 111 pertenecientes al sub sector de programación y transmisiones de radio, televisión y agencias de noticias, y solo 35 empresas dedicadas al servicio de televisión por suscripción. (MCJ, 2016).

Asimismo, para ese año, el número de establecimientos con proyecciones cinematográficas alcanzaron la suma de 21 establecimientos, con 111 salas de cine en total, entre las cuales se cuenta con 18.939 butacas. De estas, 12.205 butacas (64.4%) se encuentran distribuidas

en las 68 salas de cine ubicadas en San José, mientras que 2.191 (11.6%) pertenecen a la provincia de Alajuela, 1.930 (10.2%) a la provincia de Cartago, 1.677 (8.9%) a la provincia de Heredia, y solo 602 (3.2%) y 334 butacas (1.8%), respectivamente, pertenecen a las provincias de Guanacaste y Puntarenas. (MCJ, 2016).

Según la Cámara de Distribuidores y Exhibidores Cinematográficos de Costa Rica (CADEC), cerca del 60% de las salas de cine, cuentan con formato digital, y sobresalen las cadenas de origen mexicano y estadounidense, Cinépolis y Cinemark, y en menor medida, salas de proyección independiente, como el Cine Magaly, Sala Garbo y Teatro Variedades, entre otros. (MCJ, 2016).

Según el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (2018), una producción es considerada nacional si es dirigida por una persona con la nacionalidad costarricense, si cuenta con participación neta o mayoritariamente de actores nacionales, y, además, es filmada total o parcialmente en el país. No obstante, según el Archivo de Imagen del Centro, de entre casi 80 producciones cinematográficas proyectadas desde el año 1930, que son consideradas locales, cerca del 22% no cumplen con el criterio de la dirección. La lista completa de producciones audiovisuales que involucran la industria costarricense, se encuentra contemplada en el anexo #19.

Desde el año 1930, cuando se produjo la primera producción costarricense, *El retorno*, se han producido cerca de 80 largometrajes y documentales, siendo los años de mayor apogeo en la industria el 2015 y el 2017, contabilizando 12 producciones nacionales cada uno. El director de cine más prolífico es Miguel Gómez, quien dirigió 7 títulos desde el 2008, siendo su producción más reciente la tragicomedia *Amor viajero* (2017).

De igual manera, la industria está involucrada a través la participación de capital costarricense, en la coproducción de 6 películas extranjeras, filmadas en países como Alemania, España, México, Guatemala, Colombia, Chile y Bolivia. El país es escenario de locación para más de 20 producciones extranjeras, de cine independiente o hollywoodense, entre las cuales destacan *Mon Amour* (2006) *After Earth* (2013) y *Suicide Squad* (2016).

Como ya se menciona con anterioridad, las características geográficas y climatológicas de Costa Rica, lo convierten en un destino atractivo como locación para las producciones extranjeras, especialmente gracias a los escenarios naturales, como playas, montañas y volcanes, que se promocionan por la Comisión Fílmica de Costa Rica y PROCOMER, a través de la publicación *Costa Rica: Your New Film Lovecation* (2016).

Uno de los principales objetivos de la Comisión Fílmica para el año 2017, fue producir un catálogo de locaciones, el cual se publicó en abril de ese año. Según José Castro, el promocionar a Costa Rica como destino de locación, es uno de los principales factores económicos y sociales, para promover su desarrollo del sector.

Es fundamental promover el involucramiento de las comunidades rurales, donde existe mayor potencial turístico y atraer filmaciones a dichas áreas para así traer crecimiento económico a la zona, y publicidad mundial a la locación.

Castro, J. comunicación personal, 15 de febrero del 2018

Castro menciona el caso de la producción estadounidense *Game of Thrones*, el cual es referente internacional para el efecto en el turismo que posee la industria audiovisual, al incrementar la cantidad de visitantes de sus principales locaciones, en un 5% en promedio.

B.2. Entorno social

Con el fin de determinar la participación en la economía que posee la industria audiovisual, su crecimiento y potencial exportador, se analizan factores sociales comprendidos en capítulos anteriores, tales como la realidad nacional en la cual el país se ve inmerso, el apoyo gubernamental que la industria recibe, y la oferta educativa en el área.

Con base en estos factores, fue posible llegar a la conclusión, en primera instancia, que la industria audiovisual debe su auge a fortalezas internas, asociadas a su entorno, a la tecnología, al país propiamente, y al talento humano en él presente, como se sintetiza a continuación:

- Fortalezas asociadas al entorno
 - Acercamiento a la industria local por parte de figuras clave.
 - Incremento de *runaways productions*⁴⁵, principalmente por necesidades económicas y creativas.
 - Búsqueda de nuevas opciones asociadas a la calidad, precio y renovación de ideas.
 - Globalización de los contenidos facilita la adaptación de formatos.
- Fortalezas asociadas a la tecnología
 - Transformación constante de la industria.
 - Cambio digital reduce costos de producción, equipo y distribución, y abre oportunidades a nuevos actores y medios de difusión y distribución.
 - Nuevas tecnologías permiten combatir el mercado de las copias ilegales, dan paso a nuevos nichos de mercado, y permiten ofrecer distintos productos.
- Fortalezas asociadas al país
 - Nivel de desarrollo alto con cobertura de servicios básicos, acceso y calidad de las telecomunicaciones y servicios de salud.
 - Estabilidad política y económica asociada a la institucionalidad, confianza en el desarrollo de los negocios, y transparencia.
 - Cercanía a los mercados más importantes gracias a la ubicación geográfica y las similitudes culturales.
 - Acceso a recursos naturales como la biodiversidad, variedad de macro climas y paisajes.
 - Diversidad étnica.
 - Cultura de servicio.
 - Costos.
 - ✓ Costos de entrada pueden generar un ahorro de hasta el 46% del largometraje.
 - ✓ Al incrementar los servicios adquiridos en el país, la ventaja de costos se incrementa también.

⁴⁵ Concepto acuñado en la industria filmica estadounidense, utilizada para describir los proyectos cinematográficos y de producción televisiva que son previstos para la emisión, exhibición inicial o transmisión televisiva en los Estados Unidos, pero que son filmadas en otro país. (Herd, N. 2004)

- ✓ En los servicios de postproducción el ahorro puede ser mayor en términos porcentuales debido al recurso humano.
- ✓ Balance entre calidad, tiempo de entrega y costo asociado.
- Fortalezas asociadas al talento humano
 - Recurso humano especializado con experiencia, conocimiento técnico, escuela, trayectoria profesional y facilidad de comunicación en otros idiomas.
 - Balance adecuado entre talento y uso de tecnología, innovación, rentabilidad de los activos fijos, tiempos de entrega y capacidad de asumir proyectos complejos mediante sinergias internas.

Es posible identificar como principales beneficiarios de los productos culturales del sector audiovisual, a los hogares, específicamente de los subsectores de cine y video, y que estos son los financiadores del gasto al visitar las salas de cine. Igualmente, el resto del mundo posee participación en este campo, por el consumo realizado por los demás países a través de las exportaciones. (MCJ, 2017).

En el caso de los subsectores de radio, televisión y agencias de noticia, los hogares son los principales consumidores finales del producto que es financiado por las empresas, cuyos principales ingresos provienen de la pauta publicitaria. El resto del mundo posee un papel tanto de beneficiario como de financiador, por medio de las exportaciones registradas para esta actividad. (MCJ, 2017).

Para el servicio de televisión por suscripción, el principal beneficiado y financiador es el hogar y el consumo en el extranjero, por medio de las exportaciones de esta actividad. Se identifican como beneficiarios a las ramas de actividades no culturales, es decir, las empresas beneficiadas de este servicio al obtenerlo como consumo intermedio de su proceso productivo, y las que lo financian. (MCJ, 2017).

Con respecto a la participación en la economía asociada al apoyo gubernamental que recibe la industria, es posible afirmar que la mayor contribución se da a través de los programas de becas y estímulos a la creación audiovisual, enfocadas a la industria, al

patrimonio inmaterial, o a la gestión cultural, que, mediante premios y fondos concursables no reembolsables, ya sea nacionales o regionales, públicos y privados, que fomentan el arte.

Entre dichos programas se listan las Becas Taller de la Dirección de Cultura del MCJ, la cual constituye un estímulo económico para producciones audiovisuales ligadas al Patrimonio Cultural Inmaterial; el Fondo de Fomento Audiovisual de Centroamérica y Cuba, *Cinergia*, el cuál otorga dinero en efectivo para las categorías de desarrollo, producción y postproducción; el Festival Internacional de Cine de Costa Rica, del Centro de Cine, que premia cortometrajes y largometrajes de ficción y documental; el Fondo para el Fomento Audiovisual y Cinematográfico, El Fauno, fondo concursable para series de ficción, documental, animación y web, y largometrajes de ficción, documental y animación; el Fondo PROPYME y Programa PINN del MICITT, vinculados al desarrollo tecnológico e innovación; y finalmente, el Premio Nacional Amando Céspedes Marín, para obras audiovisuales y cinematográficas costarricenses, el cual hace un reconocimiento económico para las modalidades de *Mejor Obra Audiovisual*, *Mejor Dirección* y *Mejor Departamento Creativo*.

Cada vez son más los programas desarrollados en el marco institucional de los entes competentes en materia de industria audiovisual, que realizan concursos y otorgan becas para el desarrollo de proyectos audiovisuales. La generación de nuevos fondos se ve coartada por la supeditación a aprobación de los Consejos de las instituciones, o la promulgación de leyes y decretos, en caso de tratarse de fondos públicos; mientras que el sector privado posee un involucramiento menor en este tema.

Con respecto al potencial exportador aunado a apoyo gubernamental que recibe la industria, se concluye que la pérdida de productos de contenido doméstico debido a la invasión de productos importados puede generar externalidades negativas preferentemente en relación con la función social de la cultura.

El libre mercado de productos culturales podría llevar a que los consumidores comprasen sólo o mayoritariamente productos importados, que no generarían ninguna externalidad positiva, y de ahí la necesidad de la intervención gubernamental, a través de la promoción

del producto nacional. De este análisis se desprende la necesidad de permitir que los estados y gobiernos adopten medidas que compensen estas fallas del mercado.

Finalmente, y en relación con la oferta educativa, la participación de esta en la economía reside en la presencia de instituciones de educación superior y especializada, tales como la Universidad Véritas, el INA, la Universidad Creativa y la UCR, entre otras, a través de la formación de profesionales en el sector audiovisual. Estos programas de formación generan un aporte directo en la economía, tanto en términos académicos, como de empleo, generación de productos y servicios, y recaudación de impuestos. En el caso de las instituciones públicas, esta participación también se traduce en inversión estatal previamente realizada.

El crecimiento en la participación en la economía asociada a la oferta educativa se ve perjudicado por la fuga de talentos hacia otros mercados, los cuales ofrecen mejores opciones de capacitación, o de desarrollo de las obras audiovisuales, debido a la asignación de incentivos a esta industria. El potencial exportador en términos de productos y servicios no puede ser cuantificado a través de la variable de oferta educativa. No obstante, en este punto puede hablarse de la llamada “exportación” de capital humano, el cual, en el caso de Costa Rica, se conceptualiza como de calidad, debido a su capacitación técnica, talento e innovación.

B.2.a. Hechos relevantes para el clima de negocios internacionales

Costa Rica cuenta con una serie de factores políticos, económicos y sociales, que lo diferencian de otros países de la región centroamericana y latinoamericana, que son explotados por parte de las empresas dedicadas a la industria audiovisual, y que, se espera, contribuyan a la atracción de inversión extranjera en el campo, a la creación de oportunidades de negocios en esta actividad y sus industrias conexas.

Según CINDE, algunos de esos factores, son:

El excelente clima de negocios basado en una tradición de democracia, estabilidad económica y política. Que el país cuente con una fuerza laboral joven, talentosa y bilingüe. Ser una plataforma de acceso preferencial al 1/3 de la población mundial y al 2/3 del PIB global. La amplia red de TLC firmados, que cubren al 87% de sus exportaciones de bienes, y ofrecen ayudas e incentivos a los inversores. Contar con una sólida infraestructura con más del 90% de la producción energética obtenida mediante fuentes renovables, y finalmente, el ser uno de los países más seguros de América Latina, y uno de los cinco países con mejor desempeño a nivel mundial.

CINDE, s.f.

CINDE (s.f.) define a Costa Rica como “una cuna de talento humano, para aquellos que buscan la excelencia”, haciendo referencia a datos como la inversión del 7.6% del PIB dedicado a la educación, el 9.9% en salud, que Costa Rica no cuenta con ejército desde 1949, y que posee, actualmente, el 5% de la biodiversidad mundial, en solo 51.100 km² de territorio.

De conformidad con el *Reporte de Competitividad Global 2016-2017*⁴⁶ del Foro Económico Mundial, Costa Rica es líder en calidad del sistema educativo en América Latina, con una calificación de 4.50 de 7 máximo, separándolo de países como Chile (3.40), Panamá (3.30), Colombia (3.10), El Salvador (2.90) y México (2.80). (CINDE, s.f.)

Costa Rica se posiciona como el segundo país más estable en América Latina, según el estudio *The Worldwide Governance Indicators*⁴⁷ del Banco Mundial, que le otorga la puntuación de 63.81 puntos, de 100 puntos posibles, superado únicamente por Uruguay, con 82.86 puntos. (CINDE, s.f.)

⁴⁶ Informe elaborado por el Fondo Económico Mundial que evalúa los factores que impulsan la productividad y crecimiento en 138 países. Mide factores como la salud, educación básica, educación superior y capacitación, eficiencia del mercado laboral, sofisticación de mercados financieros, innovación, entre otros. (CINDE, s.f.)

⁴⁷ Informe elaborado por el Banco Mundial que mide a 215 países en factores de gobernanza como la estabilidad política, efectividad de los gobiernos y control de la corrupción. (CINDE, s.f.)

Debido a la inversión en educación pública, 97.4% de la población es alfabetizada, siendo este el índice más alto en América Latina. Además, la educación pública incluye la enseñanza del inglés como segunda lengua, y la educación privada complementa su oferta educativa con la enseñanza de idiomas como el alemán, mandarín, francés, italiano y portugués. (CINDE, s.f.)

Adicional a la información publicada por CINDE, PROCOMER incluye en su publicación promocional del país como locación de filmación *Costa Rica: Your New Film Lovecation*, información como la división territorial en siete provincias, 81 cantones y 463 distritos; y el uso y estabilidad de su moneda, el colón. (PROCOMER, s.f.)

Se hace además referencia al concepto de “ecoturismo”⁴⁸, del cual Costa Rica fue pionero, así como las numerosas montañas, valles, playas, volcanes, lagos, cuevas, bosques y parques nacionales; la presencia de flora y fauna endémica, que resulta atractiva para los productores audiovisuales extranjeros. En el pasado ese valor del entorno natural se evidencia en el rodaje de producciones internacionales como *Spy Kids 2: Island of Lost Dreams* (2002), *After Earth* (2013) y *Suicide Squad* (2016), filmadas en el Parque Nacional Manuel Antonio, La Fortuna de San Carlos, y Sarapiquí; respectivamente

Según José Castro, el país “cuenta con una serie de facilidades internacionales que nos permiten posicionarnos como un destino atractivo para la locación” (Castro, J. Comunicación personal, 15 de febrero del 2018). Algunas de ellas, son la oportunidad de viajar del Pacífico al Atlántico en menos de cinco horas por carretera, el tiempo de vuelo de aproximadamente cuatro horas, que lo conecta a las distintas ciudades estadounidenses y canadienses, la facilidad para obtener permisos municipales para cerrar espacios públicos para el desarrollo de la producción, en comparación con otros países, entre otros.

⁴⁸ Turismo realizado en zonas rurales o paraje naturales, que desarrolla la sostenibilidad. Se caracteriza por reducir los impactos negativos al medio ambiente asociados a las actividades de hospedaje y recreativas, y por promover el nacimiento de micro, pequeños y medianos negocios rurales y urbanos. (Viajejet, 2017)

Igualmente, el país cuenta con el aval de *rankings* a nivel internacional, como el reconocimiento *UNESCO: Patrimonio de la Humanidad*⁴⁹, extendido al Parque Nacional Isla del Coco, al Área de Conservación Guanacaste, al Parque Nacional La Amistad, y a las Esferas Precolombinas del Diquís. (PROCOMER, s.f.).

La publicidad que otorgan dichos reconocimientos, aunados a los índices sociales y de competitividad son fundamentales para el desarrollo de la industria, pues colocan al país no solo en la mira de los turistas que viajan por placer, sino también, a aquellos que buscan locaciones para desarrollar sus proyectos, o un mercado en el cual invertir.

B.2.b. Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense

En el presente apartado, se analiza los datos sintetizados a través del segundo instrumento de recolección de información, correspondiente a la encuesta *Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense*, aplicada entre los días 13 y 22 de abril del año 2018, a través de la red social *Facebook*, con participación de 100 personas, Para la aplicación del instrumento, se utilizó una muestra seleccionada de forma aleatoria, incluyendo hombres y mujeres, domiciliados en Costa Rica, con distintos niveles socioeconómicos y de escolaridad, y pertenecientes a diferentes grupos etarios.

Según se indica en el anexo #18, las preguntas realizadas, de tipo opinión poseen una importancia metodológica orientada en dos puntos. En primer lugar, pretenden dar claridad en torno al nivel de conocimiento de la población general sobre los temas relacionados con la industria audiovisual, y finalmente, su apreciación sobre el desarrollo y calidad.

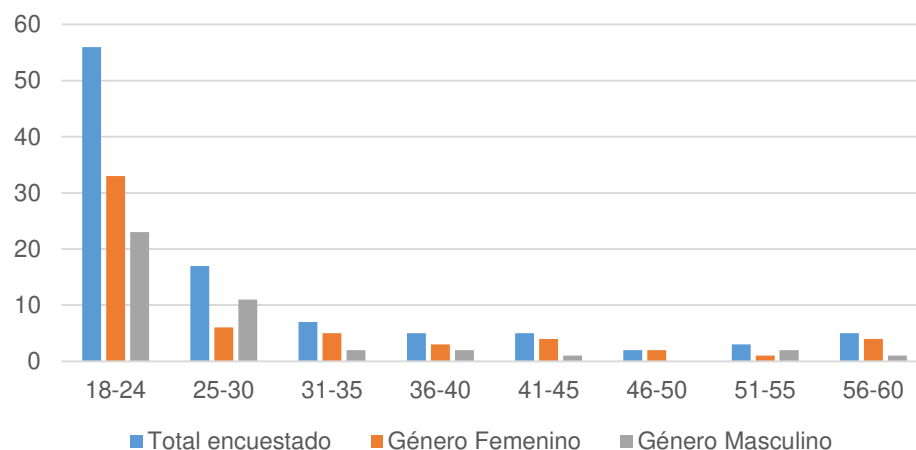
Se analizan en primera instancia, los aspectos demográficos sobre los encuestados, incluyendo su edad, género, ocupación, y carrera universitaria, debido a que se cuenta con

⁴⁹ Título conferido por la UNESCO a sitios específicos del planeta (bosques, montañas, lagos, cuevas, desiertos, edificaciones, complejos rurales, rutas culturales, paisajes o ciudades) que han sido propuestos y confirmados para su inclusión en la lista mantenida por el Programa Patrimonio de la Humanidad, administrado por el Comité del Patrimonio de la Humanidad, compuesto por 21 Estados miembros a los que elige la Asamblea General de Estados Miembros por un periodo determinado. Su objetivo es catalogar, preservar y conocer sitios de importancia cultural o natural para la herencia común de la humanidad. (UNESCO, s.f.)

un amplio porcentaje de sujetos en edad universitaria, entre los 18 y los 24 años, que indicaron no realizar ninguna actividad económica en la actualidad, y encontrarse dedicados por completo a la educación superior.

Como sintetiza el gráfico #6 siguiente, el 56% del total de la muestra corresponde a personas entre los 18 y los 24 años, mayoritariamente mujeres; mientras que los diferentes grupos etarios que comprenden las edades entre los 25 y los 60 años, poseen una representación menor en la muestra. Asimismo, la tendencia de mayor participación por parte de las mujeres, se mantiene casi en la totalidad de las segmentaciones etarias.

Gráfico 6.
Edad y género de los encuestados
Percepción social sobre la industria audiovisual
Datos expresados en porcentajes



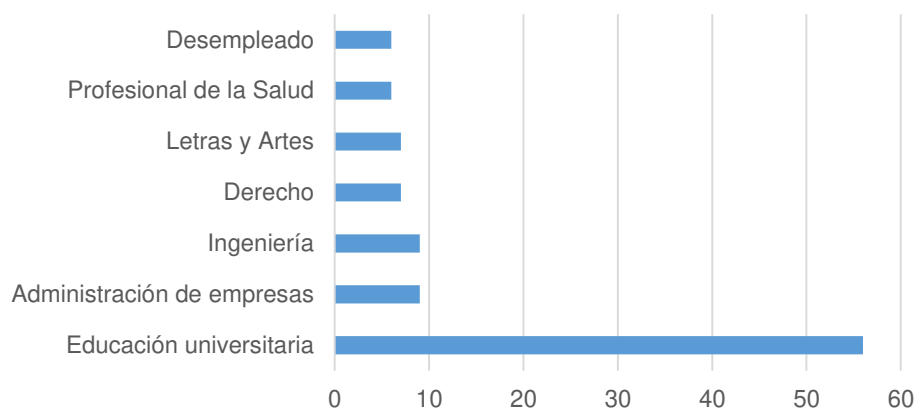
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Sobre este punto es pertinente aclarar, que, si bien es cierto, la muestra fue seleccionada de forma aleatoria entre los usuarios de la red social *Facebook*, la presencia de un grupo dominado por personas entre los 18 y 24 años se fundamenta en que este es el grupo etario al cual pertenece la mayor parte de la comunidad estudiantil de la UCR, en cuyos grupos de estudiantes se publicó, no de forma exclusiva, el instrumento utilizado. A pesar de esta condición, y como evidencia el gráfico #6, se obtuvo una participación significativa (del 44%)

de personas de otras edades, y con representación de ambos géneros, correspondiente al 58% de mujeres y al 42% de hombres.

Con respecto a la ocupación, se clasifican en las áreas de *Educación Universitaria*, a aquellas personas que señalaron ser estudiantes en la actualidad; *Administración de Empresas* y *Derecho*, a las personas que indicaron explícitamente desempeñarse en estas áreas; *Ingeniería*, la cual incluye sus distintas disciplinas, ya que se cuenta con la participación de ingenieros industriales, civiles, agrónomos, químicos entre otros; *Letras y Artes*, conglomerando a los encuestados dedicados a las diferentes manifestaciones artísticas, enseñanza de los idiomas, y filólogos encuestados; *Profesionales de la Salud*, incluyendo médicos, farmacéuticos, nutricionistas y odontólogos incluidos en la muestra, y finalmente, el grupo identificado como *Desempleado*.

Gráfico 7.
Área de ocupación a la cual pertenecen los encuestados
 Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes

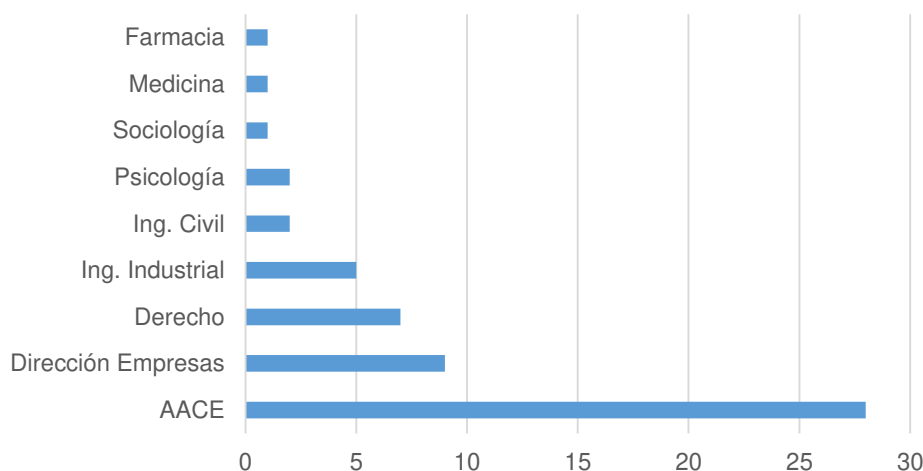


Fuente: Elaboración propia, 2018.

En consideración con el gráfico anterior, el gráfico #8 siguiente incluye la desegregación del grupo identificado como estudiante, correspondiente al 56% de la población total encuestada. La mitad de este porcentaje (28%), corresponde a estudiantes de la carrera Administración Aduanera y Comercio Exterior (AACE) de la UCR. La muestra posee una

representación importante de diversas áreas, principalmente de las facultades de Ciencias Económicas, Ciencias Sociales, Derecho, Salud e Ingeniería.

Gráfico 8.
Carrera universitaria a la cual pertenecen los estudiantes encuestados
 Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes



Nota: el acrónimo AACE corresponde a la carrera Administración Aduanera y Comercio Exterior
 Fuente: Elaboración propia, 2018.

En relación con los datos mostrados con anterioridad, es pertinente aclarar que la encuesta aplicada, no pretende utilizar la información recopilada como insumo bibliográfico, sino generar estadísticas sobre el nivel de conocimiento de la población en general sobre la industria audiovisual costarricense, y su percepción.

Como se observa en el anexo #18, las preguntas formuladas corresponden a preguntas de respuesta única sobre el desarrollo, calidad y consumo de los productos audiovisuales, y de respuesta corta en preguntas de opinión sobre la institucionalidad y el conocimiento y aplicación de conceptos relacionados con la industria audiovisual, en los cuales se profundiza a lo largo de la presente investigación.

Se presentan los resultados generados producto de la aplicación de la encuesta *Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense*, a 100 personas, con diferentes rangos etarios, género, ocupación, niveles de conocimiento sobre los temas relativos a la presente investigación, seleccionados de manera aleatoria para la aplicación del instrumento.

B.2.b.i. Resultados sobre el nivel de desarrollo y calidad de los medios audiovisuales producidos en Costa Rica

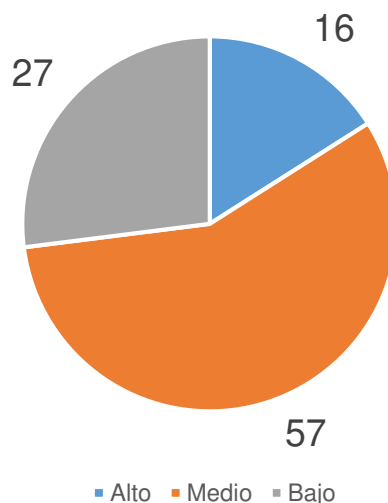
Con respecto al nivel de desarrollo y calidad de los medios audiovisuales producidos en Costa Rica, dichos temas fueron abarcados con relación al instrumento *Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense*, a través de las preguntas #1 y #7 de la encuesta aplicada, las cuales se encuentran comprendidas en el anexo #18 de la presente investigación.

Por medio de la pregunta #1, se le solicita a los encuestados que califiquen el nivel de desarrollo de los productos audiovisuales, definidos a través del concepto de “medios audiovisuales” dado por la UNESCO (2009, p.27).

La difusión por radio y televisión (incluyendo la transmisión de datos por internet en tiempo real o *streaming*), filmes y videos, y los medios interactivos. Este último dominio cubre los juegos de video y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en internet o mediante computadoras. en él se incluyen los juegos en línea, los portales y los sitios web diseñados para actividades asociadas con redes sociales como Facebook y el *podcasting* en Internet, como Youtube.

La pregunta, de selección única, incluye las respuestas de “alto”, “medio” y “bajo”, para calificar el nivel de desarrollo de los medios audiovisuales. Las respuestas obtenidas por parte de los encuestados, se sintetizan en el siguiente gráfico.

Gráfico 9.
Nivel de desarrollo de la industria audiovisual costarricense, según encuestados
Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
Datos expresados en porcentajes



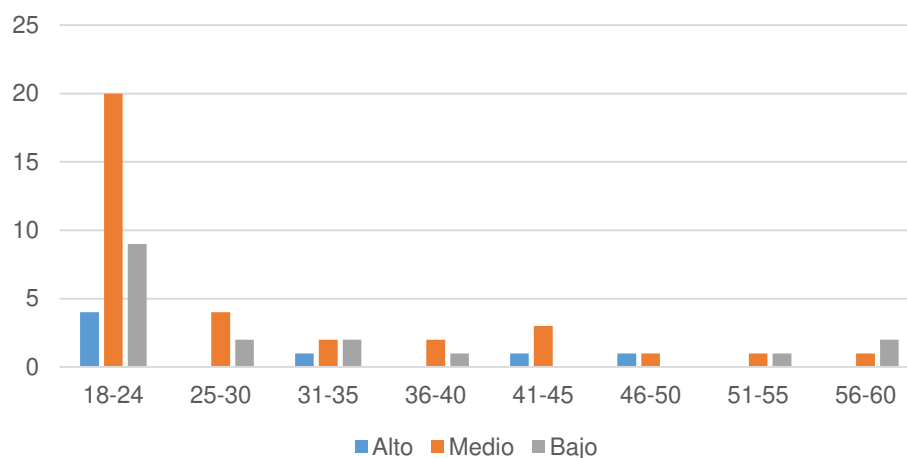
Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 57% de la población encuestada considera que el nivel de desarrollo de la industria audiovisual costarricense posee un nivel medio, mientras que un 27% estima que el nivel es bajo, contra un 16% de los encuestados, cuyo criterio es que el nivel de desarrollo es alto.

Como evidencian los gráficos #10 y #11 mostrados a continuación, 1 de cada 7 entre los entrevistados con edades de los 18 hasta los 24, consideran que el nivel de desarrollo de la industria audiovisual costarricense es alto. Del mismo modo, esta tendencia favorable se mantiene entre los grupos etarios de los 25 hasta los 45 años. La tendencia se revierte entre los grupos mayores a los 45 años, especialmente entre los hombres, quienes mayoritariamente consideran que el nivel de desarrollo es entre medio y bajo.

Gráfico 10.
Nivel de desarrollo de la industria audiovisual, según edad, entre encuestados del género femenino

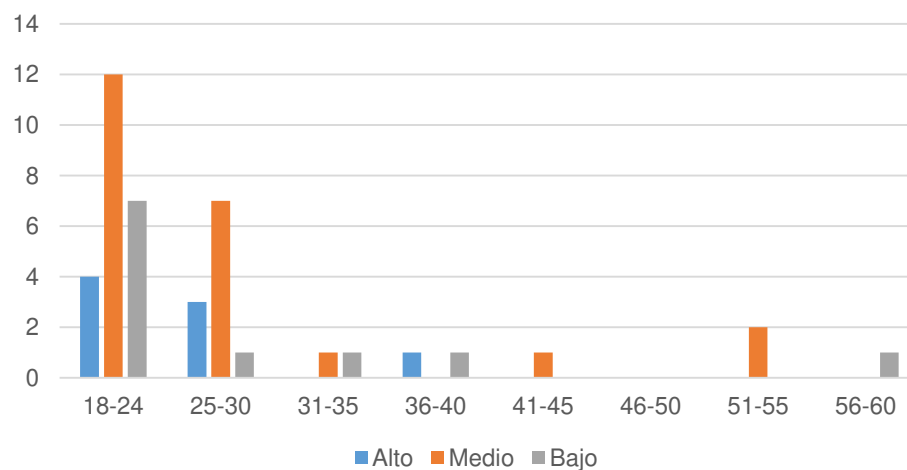
Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Gráfico 11.
Nivel de desarrollo de la industria audiovisual, según edad, entre encuestados del género masculino

Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes

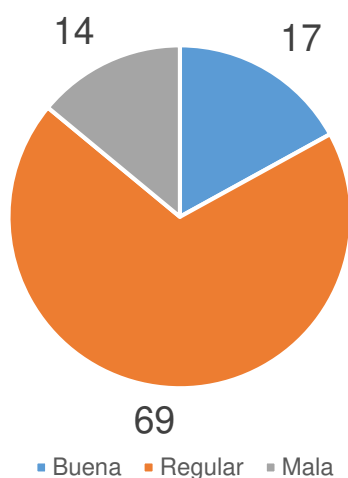


Fuente: Elaboración propia, 2018.

Con respecto a la pregunta #7, igualmente de selección única, se le solicita a los encuestados calificar la calidad de los productos audiovisuales costarricenses, como “buena”, “regular” o “mala”. Según el análisis del instrumento, un 69% de la población encuestada considera que la calidad de los productos es regular, mientras que un 17% considera que es buena, contra un 14% que opina que la calidad de los productos audiovisuales es mala.

Sobre el gráfico #12, y en relación con el gráfico #9 expuesto con anterioridad, es importante destacar que, si bien la mayor parte de la población encuestada (57%) considera que el nivel de desarrollo de la industria audiovisual costarricense posee un nivel medio, al preguntársele sobre la calidad de esta, un porcentaje aún mayor (69%), considera que que es regular. Asimismo, se redujo el porcentaje de la población que le otorga a la calidad y contenido la peor calificación posible (14%), en comparación con el gráfico #9, en donde el 27% de la población considera que el nivel de la industria es bajo. Finalmente, el porcentaje de la población que considera que la industria posee un nivel alto, se mantuvo constante con respecto a aquella que opina que la calidad de sus productos es buena.

Gráfico 12.
Calidad de los productos audiovisuales costarricenses, según encuestados
Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
Datos expresados en porcentajes

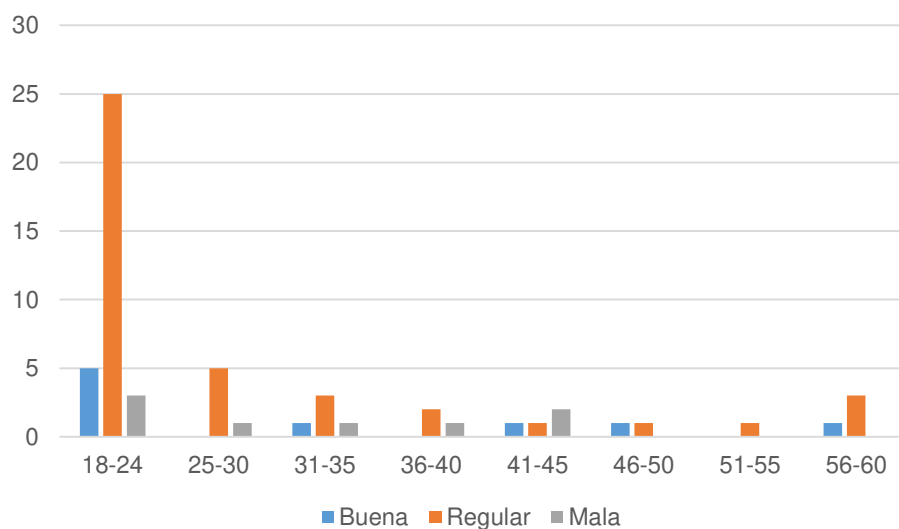


Fuente: Elaboración propia, 2018.

Como evidencian los gráficos #13 y #14 mostrados a continuación, y en relación con los gráficos #11 y #12 analizados con anterioridad, continúa la tendencia por parte de la población más joven de calificar la calidad de los productos audiovisuales como “buena” o “regular”, mientras que entre en los grupos entre los 41 y 45 años existe una mayor percepción de que la calidad es mala, especialmente entre las mujeres; mientras que los hombres con edades entre los 40 y 60 años se encuentran más inclinados a considerar que es regular.

No obstante, como se muestra en la comparación entre los gráficos #13 y #14, existe una tendencia mayor por parte de los hombres con edades entre los 25 y 40 años a considerar que la calidad de estos productos es buena, en comparación con las mujeres de esa edad, de las cuales solo 1 de cada 30 opina de esta manera. La tendencia se revierte entre hombres y mujeres con edades desde los 41 y hasta los 60 años, en donde son más las mujeres que consideran que la calidad de la producción es buena, mientras que ninguno de los hombres en este rango de edad entrevistados, piensa de esa forma.

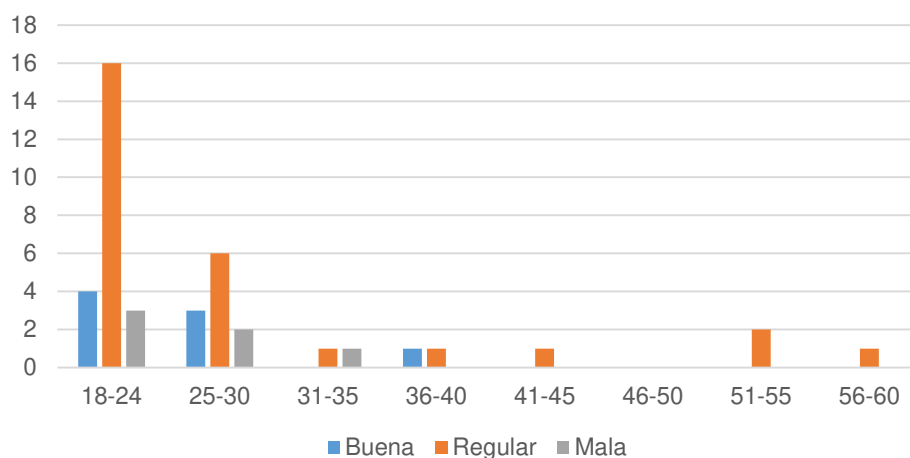
Gráfico 13.
Calidad de los productos audiovisuales costarricenses, según edad, entre encuestados del género femenino
 Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Gráfico 14.
Calidad de los productos audiovisuales costarricenses, según edad, entre encuestados del género masculino

Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Con base en los datos presentados con anterioridad, así como la información recopilada a través de la aplicación del instrumento *Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense*, es posible concluir que la mayor parte de la población encuestada considera que el desarrollo de la industria audiovisual y la calidad de sus productos son medio y regular, respectivamente, con una tendencia a la baja por parte del nivel de desarrollo, y del alza, con respecto a la calidad de sus productos.

B.2.b.ii. Resultados sobre la institucionalidad costarricense relacionada con la industria audiovisual

Con respecto a la pregunta #2 del instrumento utilizado, se le pregunta a los encuestados, cuales instituciones, públicas o privadas, consideran que están involucradas con el desarrollo de la industria audiovisual, o debían estar involucradas con esta labor. La pregunta, de tipo respuesta corta, tenía como fin identificar el nivel de conocimiento de la población sobre la institucionalidad relativa a esta industria, y constatar si su percepción se

apega a la realidad nacional en este campo, la cual ya es expuesta en apartados posteriores del presente capítulo.

Según los resultados generados a través de la tabulación y análisis SPSS del instrumento, un 38% del total encuestado se abstuvo de responder, mientras que el 62% restante menciona en promedio, dos instituciones públicas o privadas que consideran, se encuentran involucradas con la industria audiovisual. De ellos, solo el 5%, en su totalidad mujeres entre los 20 y 23 años, y estudiantes de la carrera Administración Aduanera y Comercio Exterior de la UCR, menciona a instituciones como PROCOMER y COMEX, justificando la labor de estas para la promoción de las exportaciones, la incursión de las pequeñas empresas en los mercados internacionales y encadenamientos productivos, y su labor de representación en ferias internacionales de negocios, tanto en materia de bienes como de servicios.

El 41% restante lista instituciones efectivamente vinculadas a esta industria, sobre las cuales se profundiza en apartados anteriores sobre su involucramiento y papel para el desarrollo de esta industria, como por ejemplo el MCJ, el Centro de Producción Cinematográfica, la Televisora de Costa Rica S.A. (Teletica), Representaciones Televisivas (Repretel), las universidades públicas y privadas, el Ministerio de Ciencia y Tecnología, CINDE, SINART, entre otras.

Cerca del 53% de los encuestados incluye –de forma exclusiva, o junto con las instituciones mencionadas con anterioridad- a entes del gobierno central como el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE) y el MEP, así como empresas dedicadas a los medios de comunicación escrita, como Grupo Nación y el Diario Oficial La Gaceta, las cuales no se encuentran relacionadas con la industria audiovisual.

Es posible determinar que existe en Costa Rica un gran desconocimiento sobre la industria audiovisual y las instituciones que se encuentran involucradas con esta, como se puede constatar igualmente a través de la aplicación de entrevistas a los representantes sectoriales. Dicha situación, refleja una vez más, la carencia que existe sobre información

relativa a la industria audiovisual, lo cual, a su vez, justifica y motiva la investigación realizada, con el fin de llenar una laguna teórica en materia tanto de comercio de servicios, como sobre la importancia y relevancia de la industria audiovisual para la economía y cultura costarricense.

B.2.b.iii. Resultados sobre el consumo de productos audiovisuales

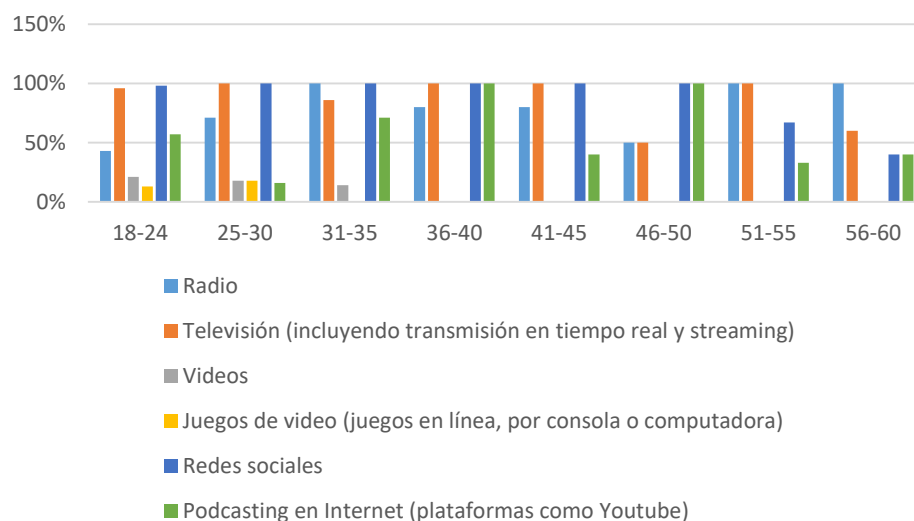
En la pregunta #3 del instrumento, se cuestiona a los encuestados sobre los productos audiovisuales que consumen diariamente, de entre una lista taxativa con la posibilidad de escoger más de una de las opciones presentadas. La pregunta tiene como fin determinar tanto patrones de consumo, como si la persona encuestada corresponde efectivamente a un consumidor de los productos de esta industria, y finalmente, cuales son los productos audiovisuales de mayor consumo entre los encuestados, con el fin de constatar estos datos con los recopilados bibliográficamente y expuestos en el apartado anterior, correspondiente a factores económicos asociados al desarrollo de la industria audiovisual.

Entre los encuestados, existe en primer lugar, un mayor uso de las redes sociales, las cuales, según la definición dada por la UNESCO (2009, p.27), constituyen un medio audiovisual debido a que a través de estas es posible compartir imágenes y videos. El consumo de las redes sociales por el 100% de la población encuestada en edades entre los 25 hasta los 50 años, el 98% en el caso de las personas entre los 18 y 24 años, y el 67% y 40% entre personas de los 51-55 años y 56 a 60 años, respectivamente, es consecuente con el medio a través del cual fue publicado el instrumento, el cual fue la red social *Facebook*.

Como se expone en el gráfico #15, la televisión (la cual incluye la transmisión en tiempo real y el servicio de *streaming*), corresponde el segundo producto audiovisual de mayor consumo entre los encuestados, lo cual se asocia al uso de la plataforma *Netflix*, vía *streaming*, y es concordante con los datos expuestos en el apartado *Producción y Consumo*, que coloca a la televisión como el producto audiovisual más consumido en los

hogares, y que, según el gráfico siguiente, cuenta con un promedio de consumo del 87% al considerar todos los grupos etarios incluidos.

Gráfico 15.
Consumo de productos audiovisuales, según edad, entre encuestados
 Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Asimismo, de conformidad con el gráfico #15 mostrado con anterioridad, productos audiovisuales como los videos (en promedio consumido solo por el 13,35% de la población total encuestada), y los juegos de video (3,8% en promedio), a pesar de ser aún consumidos por los grupos más jóvenes, pierden popularidad en los segmentos de la población que superan los 30 años, al contrario de lo que sucede con el servicio de *podcasting* en Internet, que a pesar de ser consumido en mayor o menor medida por todos los grupos (en promedio, 57% de los encuestados), evidencia un mayor consumo por parte de los grupos entre los 36 y 50 años.

Es posible concluir que los resultados obtenidos a través del instrumento de recopilación de la información, sobre el consumo de productos audiovisuales, son consecuentes con los datos compendiados por la CSCCR, los cuales colocan el consumo de la televisión en los hogares por encima del consumo de videos y juegos de video. No obstante, dicho estudio

no incluye datos sobre los demás productos audiovisuales definidos por la UNESCO, tales como las redes sociales, y el *podcasting* en Internet; y agrupa igual categoría a la televisión y radio, lo cual imposibilita la observancia de una tendencia de consumo individual para ambos productos, como si logra, en menor proporción, el instrumento utilizado.

B.2.b.iv. Resultados sobre los aportes de la industria audiovisual para la economía y cultura de un país

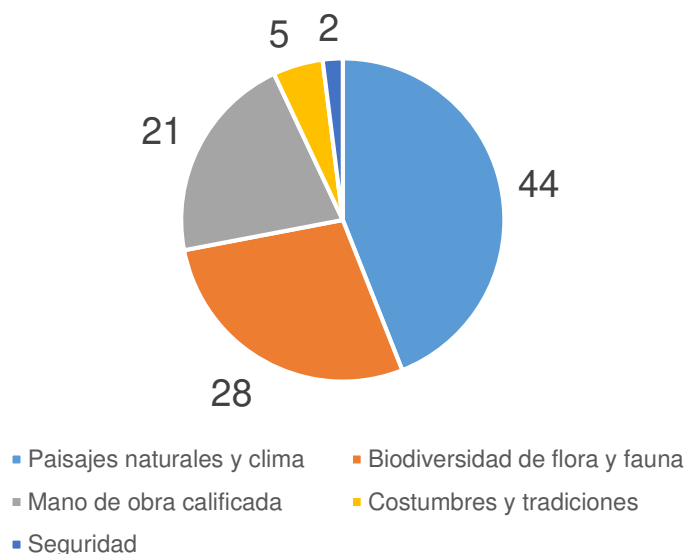
En la pregunta #4, se le consulta a la población encuestada cuales consideran son los principales aportes de la industria audiovisual, para la cultura y economía de un país. Se recibieron en total 53 respuestas válidas, pues el 47% de la muestra omitió su respuesta, o contestó desconocer sobre algún aporte en concreto. Las respuestas fueron variadas, incluyendo aspectos económicos como la generación de empleo, el desarrollo de pequeñas y medianas empresas y el incremento de la oferta exportadora; así como aspectos sociales, como el fortalecimiento de la idiosincrasia, la exposición natural, cultural y de recurso humano, transmisión de la información y utilidad como recurso educativo.

Con el fin de medir el conocimiento de los encuestados sobre las producciones de origen nacional o extranjero realizadas en Costa Rica, la pregunta #5 incluye el nombre de una serie de producciones filmadas en el país, tales como *Spy Kids: Island of Lost Dreams* (2002), *After Earth* (2013) y *Suicide Squad* (2016). Del total encuestado, solo un 31% de la población, en su totalidad personas entre los 18 y los 30 años, conocía sobre la participación de Costa Rica en estas producciones.

A través de la pregunta #6, se le pregunta a los encuestados cuales consideran son las principales razones, económicas, sociales o legales, por las cuales el país resulta atractivo como destino de locación o producción audiovisual. En este tema, las respuestas se enfocan en aspectos en los que ya se profundiza con anterioridad como fortalezas en este campo, como son los recursos humanos y naturales, lo cual se expone en el gráfico siguiente.

Gráfico 16.
Razones del atractivo de Costa Rica como destino de locación o producción audiovisual

Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes



Fuente: Elaboración propia, 2018.

La población reconoce como principal atractivo, en primer lugar, aquellas condiciones asociadas con la naturaleza y los recursos naturales, variables que combinadas, suman el 72% de las opiniones favorables, entre personas de diversas edades. Seguidamente, la mano de obra calificada constituye la tercera razón por la cual se considera que el país cobra relevancia en los proyectos internacionales pertenecientes a esta industria. Dicha percepción es evidente únicamente en las personas con edades entre los 25 y 45 años, mientras que las personas mayores de 46 años, consideran que el principal atractivo— además de su biodiversidad y paisajes naturales— son sus costumbres y tradiciones, y la seguridad, en comparación con otros países de la región.

Es posible determinar que la percepción social en este aspecto es concordante con los aspectos que se analizan a lo largo del presente capítulo, que colocan como principal atractivo los recursos naturales, la posibilidad de realizar filmaciones en diferentes paisajes

naturales, la presencia de mano de obra calificada, y la posibilidad de disponer de espacios dentro y fuera del Gran Área Metropolitana para el ejercicio de sus labores.

B.2.b.v. Resultados sobre el conocimiento de los conceptos “Inversión Extranjera Directa” y “Derechos de Autor y Derechos Conexos” y la asignación de incentivos a la industria audiovisual

Finalmente, sobre el conocimiento de la población encuestada sobre conceptos como “inversión extranjera directa” y “derechos de autor y derechos conexos”, como se explica con anterioridad, los resultados obtenidos en este tema no son utilizados como insumo bibliográfico para la presente investigación, como sí lo son las entrevistas a profundidad comprendidas en los anexos #1-#17; las cuales fueron realizadas a representantes sectoriales y a expertos en los temas de IED y de protección de los derechos de autor y derechos conexos.

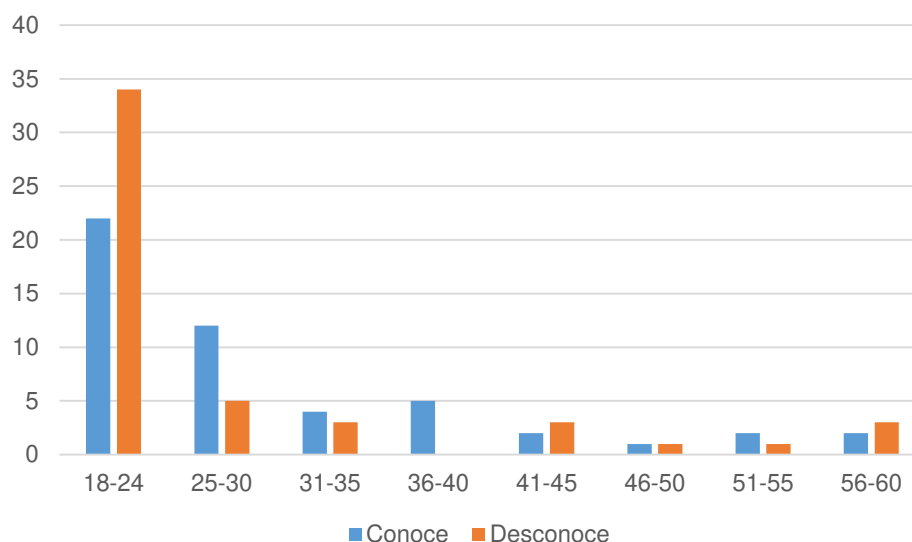
Los resultados que se obtienen a través de la recopilación de información a través de la aplicación del instrumento, constituyen una herramienta para medir el nivel de conocimiento que posee la población sobre los temas previamente expuestos. Con base en lo anterior, los gráficos #17 y #18 de la página siguiente, exponen los resultados obtenidos.

En relación con el concepto de inversión extranjera directa, tal y como muestra el gráfico #17, existe mayor desconocimiento entre la población con edades entre los 18 y 24 años (34 personas desconocen el concepto, contra 22 que sí lo conocen), y entre los 41 y 45 años y 56 a 60 años, en donde en cada grupo, 3 personas desconocen el concepto, y 2 sí lo conocen.

En los grupos con edades entre los 25 y 40 años, y de los 51 a 55 años, en mayor la cantidad de personas que expresan estar familiarizadas con el concepto, en comparación con los que dijeron desconocerlo. En promedio, 1 de cada 3 personas que dijeron conocer el concepto, proporcionaron información errónea al solicitársele que definieran este concepto.

Gráfico 17.
Conocimiento sobre el concepto “inversión extranjera directa”, según edad, entre los encuestados

Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes



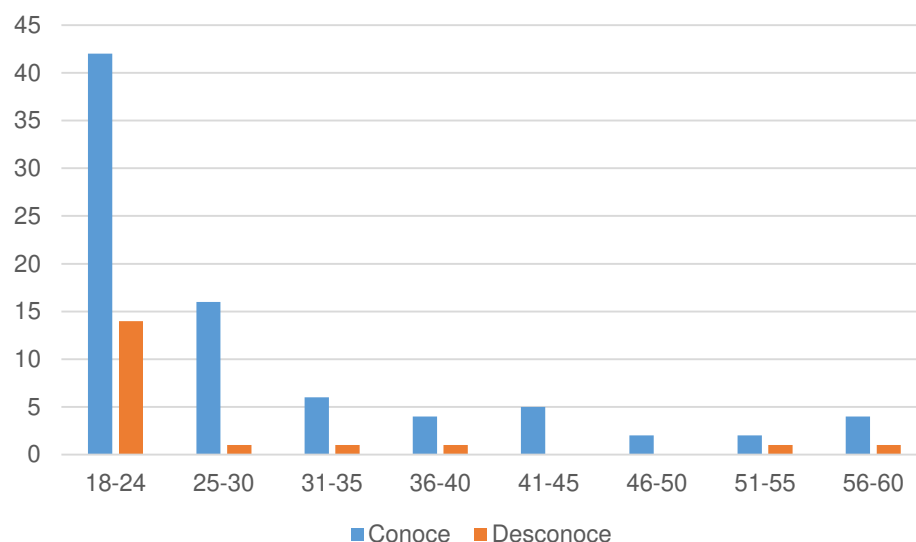
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Con respecto al gráfico #18 mostrado a continuación, el mismo evidencia que en todos los grupos, la población que indica estar familiarizada con los conceptos de derechos de autor y derechos conexos, supera a la cantidad de personas que dicen desconocer los términos. Del 81% total de la muestra que responde que conoce el concepto, solo un 39% proporciona una definición correcta al preguntársele sobre el tema de manera concreta.

El gráfico siguiente evidencia que existe un mayor conocimiento sobre los términos asociados a la propiedad intelectual que en materia de inversión extranjera directa, especialmente entre los segmentos más jóvenes de la población encuestada, comprendidos en los grupos con edades entre los 18 y 24 años, y los 25 y 30 años, respectivamente.

Gráfico 18.
Conocimiento sobre los conceptos “derechos de autor y derechos conexos”, según edad, entre los encuestados

Percepción social sobre la industria audiovisual costarricense
 Datos expresados en porcentajes



Fuente: Elaboración propia, 2018.

En relación con los incentivos recibidos por los artistas nacionales y extranjeros para la producción de contenido audiovisual en Costa Rica, solo un 7%, correspondiente a estudiantes de la carrera Administración Aduanera y Comercio Exterior, con edades entre los 18 y 24 años, expresaron que consideran los beneficios del Régimen de Zona Franca un incentivo a esta industria. Esto en caso de que los sujetos involucrados y sus respectivas empresas califiquen como sujetos del beneficio según los requerimientos exigidos por la legislación nacional.

No obstante, el 93% restante expresa que no conoce sobre ningún incentivo asignado, y un 49% considera que la industria audiovisual costarricense es merecedora de un incentivo específico, más que la promulgación de la *Ley de Fomento a la Industria Audiovisual*. Esto debido a que, a su parecer, los beneficios fiscales que ofrece la industria no son equiparables con los obtenidos por la recaudación de impuestos a la importación de equipo o gastos en los que incurren dichas empresas, cuyo pago los promotores de esta industria

pretenden que se exima a los productores nacionales e internacionales, con el fin de fortalecer la industria y aumentar su competitividad.

Con base en los datos mostrados con anterioridad, es posible concluir que existe un gran nivel de desconocimiento entre la población entrevistada, sobre los temas relativos a la industria audiovisual costarricense, y que no se supone merecedora de la asignación de incentivos, a pesar de considerar que el nivel de desarrollo de la industria y la calidad de sus productos generados es aceptable, con tendencia al alza.

Se evidencia un gran desconocimiento en materia de atracción de la inversión extranjera directa y protección de los derechos de propiedad intelectual, específicamente en los derechos de autor y derechos conexos.

B.3. Entorno legal

Finalmente, con respecto a la determinación de la participación de la industria audiovisual en la economía, su crecimiento y potencial exportador, a través del análisis de los factores del entorno legal, se mencionan los siguientes instrumentos jurídicos vinculados:

- *Declaratoria de Interés Público Nacional de la Industria Cultural Cinematográfica y Audiovisual en Costa Rica* (2007)
- *La Directriz de Ventanilla Única para la actividad audiovisual y cinematográfica* (2008)
- *El Decreto de Creación de la Comisión Fílmica de Costa Rica* (2009)
- Ley N°1758 *Ley de Radio* (1954)
- Ley N°6683 *Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos y sus Reglamentos* (N°24611-J).
- Política Nacional de Derechos Culturales (PNDC) 2014-2023 (2014).

A pesar de la vigencia de los instrumentos presentados con anterioridad, el país no cuenta en la actualidad con una ley específica para la regulación y fortalecimiento del sector audiovisual, a pesar de que se encuentra en proceso la elaboración de un *Proyecto de Ley*

para el Fomento de la Industria Audiovisual, que atraviesa las etapas iniciales de aprobación en la Asamblea Legislativa.

Dicha legislación es de vital importancia para el desarrollo sectorial, pues, como señala el director general del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, Fernando Rodríguez Araya, “desde la perspectiva legal son pocos los instrumentos que facilitan o fomentan esta actividad desde el punto de vista económico” (Rodríguez, F. Comunicación personal, 3 de marzo del 2018)

Con respecto a los proyectos de ley presentados en el plenario legislativo, estos poseen un gran impacto en la economía, pues como señala Fracción Legislativa del Partido Acción Ciudadana (2017), “buscan promover la actividad cinematográfica y audiovisual de forma sistémica en todo su ciclo creativo-productivo, desde la producción, distribución y exhibición, hasta la conservación y difusión del acervo cinematográfico; además, pretende promocionar la educación cinematográfica y audiovisual, formar públicos, fomentar la investigación, promoción y los emprendimientos culturales”.

Sobre otros factores legales como la tramitología y el registro de las obras audiovisuales, no se poseen bases bibliográficas para determinar su participación en la economía. No obstante, es pertinente asumir que con la simplificación de trámites se incrementaría la participación de esta industria, y se incentivarían las exportaciones, principalmente por parte de las pequeñas y medianas empresas.

De esta forma, es posible concluir que, a través del análisis del macro entorno del comercio de servicios audiovisuales, es posible interpretar los factores de este y determinar cómo estos influyen en la economía, su crecimiento y el potencial exportador de la industria.

No obstante, y como se acotó anteriormente, desde la perspectiva del factor legal, y ante la ausencia de teorías que relacionen el uso de la legislación como generador económico, se limita en cierta medida la determinación de su influencia en el desarrollo del país.

Adicionalmente, es viable indicar que el contar con una legislación en materia de derechos de autor sólida, viene a otorgar certeza jurídica en relación con los productos generados por la industria, de manera que este es un factor a considerar dentro del análisis de los factores legales. Complementariamente, en el apartado siguiente se incluye el análisis de los proyectos de ley relativos a la industria audiovisual que han sido presentados en los últimos años, y su estatus actual.

B.3.a. Iniciativas legales para el fortalecimiento de la industria audiovisual

El marco legal aplicable a la industria audiovisual en materia de derechos de autor y derechos conexos, tiene como fundamento los instrumentos multilaterales de la OMPI, el *Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)*, la Ley N°6683 *Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos* y la Ley N°7440 *Ley General de Espectáculos Públicos, Materiales Audiovisuales e Impresos*.

Dichos instrumentos jurídicos ya son considerados como antecedente del proyecto, por lo que no se consideran en el presente apartado sobre los factores legales asociados al desarrollo de la industria audiovisual, sino en el Capítulo 2, sobre los derechos de propiedad intelectual.

No obstante, es pertinente analizar varias iniciativas tendientes a fortalecer el sector audiovisual. El presente apartado incluye el análisis de los proyectos de ley relativos a la industria audiovisual, que se encuentran actualmente en revisión del plenario legislativo, en representación del Poder Legislativo en la República de Costa Rica, o que han sido rechazados con anterioridad por la Comisión Permanente Especial de Ciencia, Tecnología y Educación, en el marco del mismo ente.

B.3.a.i. Proyecto de Ley N°17453 *Ley de Fomento a la Industria Audiovisual*

El 21 de agosto del año 2009, se publicó en el diario oficial La Gaceta, el proyecto de Ley tramitado bajo el expediente N°17453 titulado *Ley de Fomento a la Industria Audiovisual*, el

cual recalca el papel del arte en la cultura costarricense, como trasmisor de la historia de los pueblos. Además, resalta la importancia de incentivar la producción audiovisual, indicando que:

La industria audiovisual y cinematográfica requiere de recursos más allá de lo que otros movimientos artísticos requieren, dada su complejidad técnica y de recurso humano necesario para la realización de una obra audiovisual. Por otro lado, no es un secreto tampoco, que la producción y comercialización de cine y arte audiovisual es una actividad que no encuentra en el mercado un camino sencillo a seguir, dado lo inestable o riesgoso que resulta para cualquier inversionista tener seguridad de que su inversión podrá verse retribuida al momento de la venta o comercialización de la obra audiovisual.

Adicionalmente, su texto reafirma el objetivo del proyecto de “crear espacios para la producción, comercialización, distribución y exhibición de obras audiovisuales que sean más accesibles tanto para el artista como para el espectador.” (La Gaceta N° 163, 21 de agosto del 2009); considerando los pilares de atracción de inversión extranjera directa, así como la renovación de la estructura orgánica del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, para convertir al mismo en un órgano estatal.

El artículo 2° de la Ley, pretende la creación del Centro de Fomento Audiovisual, derogando la Ley N° 6158 de 1997, *Ley creadora del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica*. En su lugar, “el Centro de Fomento Audiovisual, como órgano de máxima desconcentración del MCJ, busca fomentar y desarrollar la producción y cultura audiovisual nacional, con personalidad jurídica propia de Derecho Público, e independencia en el ejercicio de sus funciones”. (La Gaceta N° 163, 21 de agosto del 2009).

En ejercicio de dicha independencia, al Centro de Fomento Audiovisual, se le atribuyen objetivos y funciones para el propicio del crecimiento cualitativo y cuantitativo del género industrial, así como el fomento de sus procesos, el propiciar la competitividad, impulsar la

creación, y representar a Costa Rica en foros internacionales relativos a temas audiovisuales. Específicamente, su artículo 3.c); señala como objetivo del Centro:

c. Promover el territorio nacional ante nacionales y extranjeros, como un estratégico centro y escenario de actividades propias del género audiovisual, en forma asociada a otros polos de desarrollo como el turismo o los sectores tecnológicos, y estimular la inversión nacional.

El indicado objetivo, se procura a través de la figura del Consejo de la Política Audiovisual, el cual sería el órgano de mayor jerarquía del Centro de Fomento Audiovisual. El Consejo estará integrado por representantes del MCJ, el ministro o viceministro de Cultura y Juventud, el Director Ejecutivo de PROCOMER, un representante de Cinealianza, y representantes de los sectores audiovisual, producción y realización audiovisual, animación digital, de los distribuidores y exhibidores, y del sector educativo audiovisual; designados por el Ministro de Cultura y Juventud. (La Gaceta N° 163, 21 de agosto del 2009).

Sobre este punto, el proyecto de ley presentado fue criticado por sectores como los desarrolladores de videojuegos, debido a que no se tomó la opinión de representantes de su área para la elaboración del texto, ni se les dio un espacio en el Consejo de Política Audiovisual, como si se les extendió a otras ramas audiovisuales con un mismo nivel de desarrollo, como a la animación digital.

Asimismo, el texto fue considerado inexacto en cuanto al papel del “sector educativo audiovisual”, pues, como se explica en apartados anteriores, la educación en este ámbito se desarrolla tanto en torno a la educación superior universitaria, escuelas, colegios técnicos e institutos, como a través de cursos libres y educación no formal.

No obstante, a opinión del grupo investigador, la figura del Centro de Fomento Audiovisual, y su respectivo Consejo de Política Audiovisual es necesaria en la coyuntura actual, para el desarrollo de sectores como la animación y el diseño de videojuegos que se quedan

rezagados en cuanto a apoyo institucional, en comparación con el cine, a pesar del auge evidenciado en los últimos años.

La figura del Centro de Cine se encuentra desactualizada según las necesidades del sector, y se concentra en sus pilares de preservación y asignación de fondos. Estas acciones, si bien son fundamentales para la promoción de la cultura, no constituyen un apoyo para los artistas audiovisuales, quienes requieren tanto de una base de financiamiento fija, como de un ente especializado que vele por sus necesidades en la agenda cultural nacional.

Asimismo, la propuesta de incluir en su Consejo a representantes del sector educación, así como de distribuidores y exhibidores de las obras audiovisuales, es concordante con el argumento que se desarrolla en apartados anteriores, de que el sector audiovisual solo puede desarrollarse a través de la conformación de alianzas estratégicas que incluyan al sector público y privado.

Esta alianza debe incluir diversas instituciones, que desde sus propias competencias sean capaces de promover el sector audiovisual dentro y fuera de las fronteras nacionales, desde diferentes ámbitos, por ejemplo, la inversión extranjera directa, la protección de los derechos de autor y derechos conexos, y la educación formal y continua en el campo.

Como otro aspecto de la promoción del sector, y para cumplir con los fines señalados por la ley, el artículo 7º, propone la creación del Fondo Nacional de Fomento Cinematográfico, cuyos recursos provendrán de las siguientes fuentes:

- a. Trescientos treinta colones al mes por cada suscripción a los servicios de televisión pagada, ya sea cable, satelital, internet o celular. Este monto se ajustará en enero de cada año con base en la variación del índice de precios al consumidor definido por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- b. Los rendimientos financieros de sus activos, de la venta o liquidación de sus inversiones y otros que se generen, capitalicen o reserven por el Fondo de Fomento Audiovisual.

- c. Las donaciones, transferencias y aportes nacionales o internacionales que reciba en dinero.
- d. Los recaudos por las sanciones que se impongan según lo previsto en esta ley.
- e. Los ingresos por registros de partícipes de la actividad audiovisual, según las obligaciones definidas en esta ley.
- f. El producto que por concepto de venta de servicios perciba el Centro de Fomento Audiovisual.
- g. Los demás recursos que le fueran asignados en el presupuesto ordinario o extraordinario de la República.

Entre las obras susceptibles de apoyo a través de dicho Fondo, se incluyen los largometrajes y cortometrajes de ficción o documentales, las series de televisión de ficción o documental, y toda obra audiovisual “realizada por productores nacionales en coproducción con productores de otro país, siempre que reúnan los requisitos previstos en la ley y su reglamento. Asimismo, las obras que tengan participación de Costa Rica en la forma prevista de tratados internacionales en vigor para el país, se considerarán para efectos de la ley, como obras audiovisuales costarricenses”. (La Gaceta N° 163, 21 de agosto del 2009).

Igualmente, sobre este punto, se señala que la ley propuesta no resulta equitativa para todos los sectores o áreas de la industria audiovisual, pues se centra en el campo cinematográfico, descuidando otras áreas, como el diseño de videojuegos, la animación digital, y la televisión, que son también parte de la industria que la ley pretende resguardar, y que para el año 2009, ya comenzaban a perfilarse como industrias emergentes en Costa Rica.

Se considera que los artículos sobre el Fondo de Fomento Audiovisual contenidos en la ley en cuestión, deben ser modificados, para garantizar la equidad en la asignación de fondos recibidos por cada sector. Caso contrario, el Centro de Fomento Audiovisual incurriría en el mismo error que su predecesor, el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, de concentrar sus esfuerzos únicamente en el cine, en vulneración de los demás sectores.

Con respecto al tema de protección a los derechos de autor y derechos conexos, el artículo 11 señala que los recursos del Fondo de Fomento Audiovisual se otorgarán exclusivamente a una o varias de las líneas generales de estímulo, entre las cuales se incluye, en el numeral d), la “promoción de los derechos de autor y promoción de acciones contra su violación en la comercialización, distribución y exhibición de obras audiovisuales. (La Gaceta N° 163, 21 de agosto del 2009).

Dicha inclusión, supone la primera iniciativa concreta por parte de un proyecto de ley referente a la industria audiovisual, de otorgar reconocimiento a las necesidades de la industria, a través de la protección jurídica a sus productos generados, y no solo en cuanto a financiamiento o incentivación fiscal.

Finalmente, con respecto a la atracción de inversión extranjera directa, el Capítulo II de la ley, *Estímulos y medidas especiales para la promoción de la inversión privada de las industrias audiovisuales en Costa Rica*, señala las siguientes disposiciones en materia de inversión:

Artículo 20.- Incentivo a las inversiones. Las personas jurídicas obligadas al pago del impuesto sobre la renta, que aporten como inversión dinero efectivo a proyectos cinematográficos de largometrajes, series de televisión, cortometrajes y documentales costarricenses que cuenten con la evaluación favorable previa del CPA, podrán deducir como gasto de la renta imponible el ciento veinticinco por ciento (125%) del valor real invertido para efectos de determinar el impuesto sobre la renta a su cargo correspondiente al período fiscal en que se realice la inversión.

Artículo 22.- Ingreso del inversionista. El ingreso que obtenga el inversionista hasta completar el retorno del cincuenta por ciento (50%) de la inversión realizada no constituye ingreso o renta para efectos fiscales.

Artículo 25.- Incentivo al establecimiento de infraestructura audiovisual. Las empresas establecidas o que se establezcan en cualquiera de las etapas del proceso de producción audiovisual (desde la filmación hasta la posproducción y exhibición) tendrán derecho a la exención de todo tributo y sobretasas salvo

impuesto de ventas que se apliquen a la importación de las materias primas, maquinaria y el equipo indispensable para el proceso productivo, con excepción de vehículos automotores y combustibles [...]

Artículo 27.- Derechos Aduaneros a importación de largometrajes nacionales. Los soportes materiales y copias de obras cinematográficas nacionales que sean reimportados al territorio nacional luego de experimentar procesos de transformación, duplicación o perfeccionamiento en el exterior, pagarán tributos, gravámenes o derechos de aduana, con exclusividad sobre el valor tasado del respectivo soporte material, y sin perjuicio de cualquier otro régimen aplicable que sea más favorable.

Dichas disposiciones en materia tributaria fueron consideradas durante la época, como inconsistentes con respecto a los beneficios que ofrecía la industria audiovisual en ese momento, por lo cual, por decisión unánime el proyecto fue denegado y archivado, iniciando el argumento de que “el cine debía financiar al cine”, trasladando la responsabilidad sobre el financiamiento de los proyectos a un fondo específico para ese fin, el cual pretendía, incrementar los impuestos percibidos sobre los boletos de cine, para financiar nuevos proyectos audiovisuales.

Dicha idea fue bien recibida por los artistas y creadores de contenido audiovisual, pero no así por los distribuidores y exhibidores de cine, quienes consideraron que los precios de los boletos deberían incrementar en caso de aprobarse una ley que modificara el actual Impuesto a Espectáculos Públicos (IEP), lo cual pondría en peligro a la industria, por la pérdida de clientes asociada al aumento de los costos.

Mederas (2013), periodista de la Comunidad Audiovisual de FOCO, sintetiza el debate iniciado tras los primeros proyectos de ley relativos a la industria audiovisual, al decir que:

La naturaleza de este debate es simple, cada uno se mueve para proteger sus propios intereses. Las mentes creativas, los que trabajan en la producción audiovisual, el teatro, y la televisión (esto incluye a guionistas, maquillistas, técnicos,

actores, la lista continúa...) abogan por la aprobación de esta ley y los beneficios que le podría traer a la industria y al país. Por otra parte, las cableras, exhibidores y distribuidores de películas (quienes serán los afectados por el incremento de precios) se oponen, ya que dicen que un aumento en los precios ahuyentará a los clientes y aducen a que existen mejores maneras de apoyar a la industria audiovisual.

Mederas, A. 7 de mayo del 2013

Dicho debate, acompañaría, como se expone en apartados posteriores, todos los intentos, hasta el momento fallidos, por promulgar en el país una Ley de Cinematografía y Audiovisual.

Sobre la situación, Andrés Rodríguez, representante del Cine Variedades (citado por Mederas, 7 de mayo del 2013), expresó que “cualquier aumento en los impuestos definitivamente se va a trasladar al público, porque es un impuesto no es algo que estamos donando voluntariamente, sino que se nos impone mayor carga tributaria a las salas de cine. Es una industria que tiene márgenes bastante limitados y no creemos que nos dé para más de esa situación”

No obstante, a pesar del descontento evidenciado por distribuidores y exhibidores cada vez que se intenta reformular el IEP, Josué Fischel, considera que además del claro beneficio para el sector audiovisual que traería una Ley de Cinematografía y Audiovisual, la economía también se vería beneficiada a largo plazo, pues el cine es una industria que mueve mucho dinero, y atrae inversión extranjera directa. (Fischel, J. Comunicación personal, 16 de febrero del 2018)

Sobre este debate, se considera que trasladar la responsabilidad de financiar el sector audiovisual a los distribuidores y exhibidores, no supondría una vulneración a este campo, como alegan los detractores del proyecto. La industria de la distribución y exhibición audiovisual, si bien no es el responsable del rezago evidenciado por la industria debido a la ausencia de incentivos a artistas e inversores, constituye el subsector con mayor consumo.

Asimismo, el aumento de los precios es trasladado al público, por un servicio que no va a dejar de ser consumido, ni para el cual existen sustitutos exentos del pago del impuesto, razón por la cual ni la industria ni sus empresas se ven afectadas.

Actualmente el expediente del proyecto de Ley N°17453 “Ley de Fomento a la Industria Audiovisual” se encuentra archivado.

B.3.a.ii. Expediente N°19.060 Proyecto de Ley *Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica*

El proyecto de Ley *Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfico*, presentado a la Asamblea Legislativa con el expediente N° 19.060, constituye la segunda iniciativa en los últimos años, que pretende reformar la industria audiovisual, a través de la creación de figuras desconcentradas del MCJ, y la reformulación de la carga impositiva.

Dicha ley hace énfasis, a través de la figura del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica creado en 1977 por la Ley N°6158, a la necesidad de “modernizar la base del impuesto de la *Ley de Espectáculos Públicos*, crear un fondo para el desarrollo de la industria audiovisual y creación de contenidos y democratizar el derecho a los contenidos audiovisuales y la comunicación” (La Gaceta N°117, 19 de junio del 2014).

El artículo 1° pretende reformar los artículos 1, 2, 4, 5, 6 y 8 de la Ley N°6158, *Ley de Creación del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica*, del 25 de noviembre de 1977, con el fin de crear el Centro Costarricense de Producción Audiovisual, adscrito al MCJ. (La Gaceta N°117, 19 de junio del 2014).

Al Centro se le atribuyen, entre otras, las funciones de elaborar la política del audiovisual, en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo y los instrumentos de política pública emitidas por el MCJ, promover la creación y producción de obras en el país, y fomentar la

distribución y exhibición “bajo los principios de la reciprocidad”. (La Gaceta N°117, 19 de junio del 2014).

Igualmente, el proyecto N°17453 señala que el Centro estará regido por el Consejo Nacional del Audiovisual, compuesto por las siguientes personas físicas e instituciones, según el artículo 4:

- a. El ministro de Cultura y Juventud o el viceministro de Cultura, quien lo presidirá.
- b. Un representante de las instituciones de educación superior privadas que imparta carrera relacionada con el audiovisual.
- c. El presidente ejecutivo del Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART) o su representante.
- d. Un representante del Consejo Nacional de Rectores (CONARE), quien deberá pertenecer a una universidad que imparta una carrera relacionada con el tema audiovisual.
- e. Un representante del sector organizado productor de animación audiovisual.
- f. Un representante del sector organizado productor de documentalistas audiovisuales.
- g. Un representante del sector organizado de productores y directores audiovisuales.

Al igual que la *Ley Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica*, este proyecto fue recibido con descontento por parte de otros sectores de la industria audiovisual, pues, mientras la *Ley de Fomento a la Industria Audiovisual*, excluía sus figuras de representación del respectivo Consejo, la nueva ley en discusión legislativa le dio énfasis únicamente a los campos del cine y la televisión, sin considerar los sectores restantes que sí habían sido incluidos en el intento de legislación anterior.

Sobre esta condición, se considera que el Proyecto de ley *Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica* supone un retroceso a los esfuerzos por integrar a los restantes subsectores de la industria audiovisual, tradicionalmente rezagados

en virtud del cine y la televisión. Como se evidencia en capítulos anteriores, la animación digital, y el diseño de videojuegos, por ejemplo, son campos de gran auge a nivel mundial, en los cuales Costa Rica incursiona recientemente obteniendo resultados positivos.

Igualmente, en el Capítulo V de la ley, Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual, se afirma la creación del fondo destinado a apoyar, promover, difundir, preservar e incrementar la creación audiovisual mediante la entrega de incentivos económicos a proyectos puntuales; cuyo financiamiento seguirá la estructura presentada a continuación:

- a. Una contribución parafiscal del cero coma seis por ciento (0,6%) que recaerá sobre los ingresos brutos devengados de servicios de televisión por suscripción, ya sea por cable, satelital, Internet, celular o cualquier otro formato que se cree una vez aprobada esta ley.
- b. El cincuenta por ciento (50%) del impuesto sobre la venta de boletos para salas de cine, establecido por la Ley N.º 5780, Ley que Distribuye un Impuesto a Favor del Teatro Nacional, de 11 de agosto de 1975, y sus reformas.
- c. Las multas derivadas de la evasión del impuesto sobre la venta de boletos para salas de cine, en la proporción que se indica en el artículo 3 de la Ley N.º 5780, *Ley que Distribuye un Impuesto a Favor del Teatro Nacional*, del 11 de agosto de 1975, y sus reformas.
- d. Las partidas, las subvenciones y las transferencias asignadas específicamente por la ley de presupuesto ordinario o extraordinario de la República, para el Centro.
- e. Las donaciones en efectivo y los servicios provenientes de entes privados, nacionales e internacionales.
- f. Los recursos que se obtengan producto de actividades realizadas por el Centro.
- g. Los rendimientos financieros de sus activos, de la venta o la liquidación de sus inversiones y otros que se generen, capitalicen o reserven por el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual.
- h. Otros recursos que se creen por ley.

Igualmente, la ley autoriza a las demás instituciones, corporaciones y Poderes del Estado, a otorgar donaciones a favor del Centro y el Fondo, para que estos las reciban de ellos, así como de otras personas e instituciones privadas, nacionales o internacionales, por cualquier suma o concepto. (La Gaceta N°117, 19 de junio del 2014).

Finalmente, en su Capítulo VI Financiamiento para el Fomento de la Producción Cinematográfica y Audiovisual, específicamente en su artículo 25, se señala la siguiente lista de incentivos y exenciones fiscales que la ley pretende extender a la industria audiovisual. (La Gaceta N°117, 19 de junio del 2014).

- Contribución parafiscal de un cero coma seis por ciento (0,6%) sobre los ingresos brutos devengados por los proveedores de servicios de televisión por suscripción (cable, satélite, Internet, celular o cualquier otro formato que se cree posterior a la promulgación de esta ley).
- Exención tributaria, arancelaria y de sobretasas para todas las adquisiciones o venta de bienes y servicios, así como las inversiones que haga y las rentas que obtenga para el cumplimiento de sus fines.

Asimismo, como reforma al párrafo segundo del artículo 3 de la Ley N°84 *Reforma Impuestos sobre Espacios Públicos*, del 15 de enero de 1947, se afirma que “las salas de cine situadas en cualquier parte del territorio nacional pagarán el seis por ciento (6%) de la entrada bruta obtenida en cada función”. Esta pretende una distribución del impuesto recaudado, de la siguiente forma: 50% para el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, destinada al *Fondo de Fomento Cinematográfico* y Audiovisual; y el 50% restante distribuido entre el Teatro Nacional, a la Compañía Nacional de Teatro, al Museo de Arte Costarricense, y al Instituto Nacional de la Música (La Gaceta N°117, 19 de junio del 2014).

Complementariamente, incorpora el concepto de pantalla mínima del cine nacional, definida como como “la cantidad mínima de películas nacionales que deben exhibir obligatoriamente por año calendario, las empresas que, por cualquier medio, exhiban películas”, estas serán

exhibidas en salas de proyección comerciales y en condiciones no menos favorables que las películas extranjeras, y con un incremento progresivo en la cuota de pantalla, del 1% durante el primer año de vigencia de la ley, 2% para el segundo año, y así sucesivamente hasta alcanzar el 10% para el décimo año de vigencia de la ley. (La Gaceta N°117, 19 de junio del 2014).

El grupo investigador considera que, al igual que en el caso del proyecto de Ley N°17453 *Ley de Fomento a la Industria Audiovisual*, el financiamiento del sector audiovisual a través de la recaudación de impuestos, es necesaria para el desarrollo de la industria audiovisual.

La reasignación del impuesto sobre la venta de boletos para salas de cine, establecido por la Ley N.º 5780, *Ley que Distribuye un Impuesto a Favor del Teatro Nacional* supone un esfuerzo tangible por darle al sector audiovisual el mismo énfasis ofrecido a otras manifestaciones culturales.

Asimismo, el establecimiento de una cuota mínima de pantalla, si bien no garantiza el consumo de este material, lo promueve y constituye una manifestación de apoyo al artista nacional, y un incentivo para la creación de nuevos proyectos audiovisuales.

El proyecto fue presentado el 24 de marzo del 2014 al plenario legislativo, y pasó a estudio e informe de la Comisión Permanente Especial de Ciencia, Tecnología y Educación. No obstante, el 21 de julio del 2015, dicha comisión presentó el informe *Dictamen Unánime Negativo*, el cual archiva el proyecto, en virtud de que se considera que el mismo no resulta viable jurídica ni económicamente, por las siguientes razones:

- El proyecto propone que el Consejo Nacional del Audiovisual nombrará libremente a su director, sin realizar concursos de antecedentes.
- El Capítulo V (artículos 16 al 24 mediante el que se crea el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual), incluye una propuesta semejante a la propuesta en el expediente N°18970 *Fondo de Producción Audiovisual Bicentenario*, modificar el

artículo 1, el artículo 2 y adicionar un nuevo capítulo VI, a la Ley N° 6158 *Creación del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica* de 1977.

- La contribución parafiscal propuesta de un cero coma seis por ciento (0,6%) sobre los ingresos brutos de las personas físicas o jurídicas que prestan servicios de televisión por suscripción, sería similar al establecido en la *Ley del Impuesto sobre la Renta*, lo cual podría implicar una doble imposición sobre una misma categoría de ingresos.
- El proyecto procura duplicar el impuesto de espectáculos públicos al incrementarlo del 3% al 6% y hacerlo extensivo a todas las salas de cine localizadas en los diferentes lugares del país.
- El artículo 9 pretende derogar el artículo 11 de la Ley N.º 6158, *Creación del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica*, de 25 de noviembre de 1977, y sus reformas; pretende el mismo objetivo del artículo 5 de este mismo proyecto de ley, o sea, son artículos repetidos.
- La Licda. Dagmar Hering Palomar, Directora Jurídica del Ministerio de Hacienda, recomienda que el Proyecto no sea avalado, por cuanto posee disposiciones que afectan los ingresos nacionales.

Con base en las razones anteriores, el proyecto de ley fue archivado el 21 de julio del 2015, al considerar que resultaba inviable tanto jurídica como económicamente. No obstante, el Consejo Universitario de la UCR comunicó su aval tanto al proyecto de *Ley Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica* (expediente N°19.060), como del proyecto *Fondo de Producción Audiovisual Bicentenario* (N°18.970), a la Asamblea Legislativa y al Comisión Permanente Especial de Ciencia, Tecnología y Educación. (Padilla, A. 2 de setiembre del 2015).

Según Padilla (2 de setiembre del 2015), el Órgano Colegiado de la Universidad “consideró positivo fomentar este tipo de creación audiovisual en el país, en especial la cinematográfica, ya que es una forma de valorar y promover nuestra cultura y crear un instrumento que pueda mejorar la economía nacional, tomando en cuenta el desarrollo tecnológico e industrial de la actividad.”

No obstante, la UCR comunicó, días después, que dichas iniciativas deberían ser revisadas, debido a que “no contemplan la etapa de la distribución, una de las más importantes de la producción audiovisual, por lo que resulta necesario incluir disposiciones que incorporen este aspecto” (Padilla, A. 2 de setiembre del 2015).

Sobre este punto, se considera que, si bien es cierto, deben ser incluidas disposiciones sobre el sector de distribución y exhibición, el proyecto no debió ser desestimado en virtud de “la afectación de los ingresos nacionales” pues esta resulta una medida tomada en ausencia de los incentivos ofrecidos a la industria audiovisual. Esta condición no solo vulnera al sector productivo, sino que también coloca al país en desventaja en comparación con otros países de la región, quienes poseen una industria audiovisual más desarrollada (y que por ende genera mayores beneficios económicos) por la inversión realizada en el campo.

Actualmente el expediente N°19.060 Proyecto de Ley “Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica” se encuentra archivado.

B.3.a.iii. Proyecto de Ley Expediente N° 20.661 *Ley de Cinematografía y Audiovisual*

Finalmente, el esfuerzo más reciente por legislar sobre el apoyo requerido por parte de la industria audiovisual, corresponde al proyecto de ley, *Ley de Cinematografía y Audiovisual*, presentada el 19 de diciembre del año 2017.

La propuesta apoyada en primera instancia por 21 diputados, resume casi dos décadas de consultas, diagnósticos e intentos en la Asamblea Legislativa para mediar en este tema, pues en la actualidad “no existe un marco legal específico, para estimular la producción cinematográfica, aparte de las leyes que dan solidez al Centro Costarricense de Producción Cinematográfica”. (Sánchez, A. 20 de diciembre del 2017).

El texto del proyecto, fundamentado en la declaración de la importancia de la diversidad cultural de la UNESCO, el acceso a la cultura como derecho humano universal según el

artículo 27 de la *Declaración Universal de Derechos Humanos*, y el marco institucional dedicado a la cultura en Costa Rica, incluye mecanismos de fomento y la instauración de medidas tributarias, que se analizarán a continuación, con el objetivo de “promover la actividad cinematográfica y audiovisual” (La Gaceta N°12, 23 de enero del 2018).

El Capítulo II, *Centro Costarricense de Cine y Audiovisual*, propone en su artículo 1 la creación del Centro con el mismo nombre, como “institución pública especializada en el fomento y desarrollo de la producción y cultura cinematográfica y audiovisual, adscrita al MCJ con desconcentración mínima, dotado de personalidad jurídica instrumental y patrimonio propio” (La Gaceta N°12, 23 de enero del 2018).

Sobre este tema, se destaca la separación del concepto “cultura cinematográfica”, para el proyecto de ley pues, tradicionalmente, y en el texto de los proyectos de ley anteriores, el término “audiovisual”, engloba tanto al cine, como a las demás industrias asociadas a la producción audiovisual, tales como la televisión, la radio, la animación y el diseño de videojuegos. Esta exclusión, no supone el primer intento de anteponer las necesidades del cine a las de los sectores de la industria audiovisual restante, pues en los proyectos anteriores, se le daba un mayor énfasis a este, o se supeditaban los demás al desarrollo del cine.

En su artículo 8, se introduce la figura del Consejo de Cinematografía y Audiovisual, integrado por el ministro o viceministro de Cultura y Juventud, y representantes de los sectores de animación, de documentales, de ficción, de videojuegos o nuevas narrativas cinematográficas o audiovisuales, y de los centros de educación superior públicos que impartan carreras en el área cinematográfica, audiovisual y afines. (La Gaceta N°12, 23 de enero del 2018).

Este nuevo ordenamiento supuso la aprobación por parte del gremio. Es la primera ocasión en que se incluyen como representantes del respectivo Consejo, a figuras de todos los campos de la industria.

La figura de máxima autoridad del Centro Costarricense de Cine y Audiovisual, es el Director General, el cual es un cargo de confianza nombrado por el ministro de Cultura y Juventud, el titular debe tener experiencia comprobada de al menos cinco años en el área audiovisual, título universitario al menos en el nivel de licenciatura, y tener reconocida y probada honorabilidad. (La Gaceta N°12, 23 de enero del 2018).

La exigencia de dichos requisitos, responde a la negativa unánime de aprobar la *Ley Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica* anterior, entre otras razones, en virtud de que se consideró anti ético, que la máxima autoridad fuese escogido sin considerar sus aptitudes ni antecedentes personales y profesionales.

Según la ley, el financiamiento económico del Centro, se encontrará conformado por las sumas asignadas en los presupuestos ordinarios y extraordinarios de la República, el producto que por concepto de venta o arrendamiento de sus películas o servicios se perciba, los recursos percibidos por el Fondo de Fomento para las finalidades especiales previstas por la ley, y las demás incluidas por esta. (La Gaceta N°12, 23 de enero del 2018).

El Capítulo III *Cinemateca Nacional*, crea dicho órgano como programa presupuestario del Centro, para la “alfabetización cinematográfica y audiovisual que, además, restaurará, preservará, custodiará y difundirá el patrimonio cinematográfico y audiovisual nacional, así como el patrimonio cinematográfico y audiovisual internacional de relevancia cultural.” Su máxima figura de autoridad, es el Director de la Cinemateca Nacional, quien deberá cumplir con los mismos requisitos exigidos para el Centro de Cine y Audiovisual. (La Gaceta N°12, 23 de enero del 2018).

El Capítulo IV, crea el Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual “El Fauno”, el cual estará dotado de los siguientes recursos económicos, para su ejecución de su labor:

- a. El monto que le corresponde al CRCA por concepto del Impuesto a los Espectáculos Públicos, según la Ley N°841 del 15 de enero de 1947.

- b. El monto que le corresponde al CRCA por concepto del impuesto a la suscripción o alquiler de contenido audiovisual que se crea en esta ley.
- c. Los recursos, rentas, regalías e ingresos provenientes de coproducciones o de los contratos de fomento, y de los intereses derivados de las operaciones que se realicen con los recursos del Fondo.
- d. El producto de la venta o liquidación de sus inversiones.
- e. Las donaciones, transferencias y aportes en dinero que reciba.
- f. Aportes provenientes de cooperación internacional.
- g. Las sanciones e intereses que se impongan en virtud de esta ley.
- h. Los recursos que se le asignen en el presupuesto nacional.
- i. Los demás que establezca esta ley.

Finalmente, como medidas tributarias, la *Ley de Cinematografía y Audiovisual*, se financiará por la “reforma al Impuesto a los Espectáculos Públicos (IEP), y mediante la creación de un impuesto específico a la renta del material audiovisual”. (La Gaceta N°12, 23 de enero del 2018). Sobre el primer punto, se propone ampliar el pago del 6% del valor del boleto a todos los cines del país, permitiendo su recaudación por parte del Centro Costarricense de Cine y Audiovisual, ampliando la base tributaria para no afectar a los actuales beneficiarios. Según esto, la modificación propuesta por parte de este proyecto, supone la reestructuración de la distribución del IEP, tal y como se aprecia en la siguiente tabla:

Tabla 17.
Reforma a la estructuración del beneficio obtenido por las instituciones por la recaudación del IEP, propuesta por la Ley de Cinematografía y Audiovisual

| Institución | Asignación actual | Modificación propuesta |
|--|-------------------|------------------------|
| Teatro Nacional de Costa Rica | 50% | 40% |
| Compañía Nacional de Teatro | 30% | 22% |
| Museo de Arte Costarricense | 10% | 8% |
| Instituto Nacional de la Música | 10% | 8% |
| Centro Costarricense de Producción Cinematográfica | 0% | 22% |

Fuente: La Gaceta N°12, 23 de enero del 2018.

El día 19 de diciembre del 2017, fecha en que fue presentado el proyecto de ley al plenario legislativo, fue la primera vez que el sector conoció la nueva iniciativa, pues su texto no fue puesto en consulta. Los principales temas que generan disputa en el gremio, sobre el proyecto de ley, son respecto a la ausencia de cuotas de pantalla para productos nacionales, el cobro del 6% sobre el boleto en cines ubicados fuera de las cabeceras de provincia, y la ejecución práctica de algunas propuestas. (Sánchez, A. 20 de diciembre del 2017).

Sobre este tema, Luis Carcheri, de la Asociación Cámara de Distribuidores y Exhibidores Cinematográficos de Costa Rica, considera que es positivo que el proyecto no incluya el tema de cuotas de pantalla, pues “al cine tico le falta madurez para dar ese paso”. (Sánchez, A. 20 de diciembre del 2017).

Complementariamente, Carcheri (citado por Sánchez, A. 20 de diciembre del 2017) agrega:

El cine tico tiene que madurar aún más, logrando que para su permanencia en cartelera sus guiones trasciendan y salgan de esa etapa de crecimiento en el que están estancados. Por ese motivo nos parece que no es el momento de establecer cuotas de pantalla, considerando además que al menos en cartelera las exhibidoras le abren la puerta a casi toda la producción tica.

A pesar de lo señalado por Carcheri, se difiere en lo relativo a la obligatoriedad de las cuotas de pantalla. Sin esta condición, el público posee menos oportunidades para acudir a las salas de cine que exhiban las películas nacionales, disminuyendo su consumo, especialmente durante la primera semana de exhibición, la cual es crucial para determinar la permanencia del proyecto en cartelera. Esto puede ser percibido como desinterés, desincentivando a los artistas a la producción de nuevo contenido, y la inversión en proyectos por parte de nacionales y extranjeros.

Es pertinente agregar que, el proyecto *Ley Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica* presentado con anterioridad, no contó con el apoyo de los

distribuidores y exhibidores precisamente por este tema, cuya exclusión causa molestia entre algunos artistas y promotores del cine. Sin embargo, hay quienes consideran que, en el tema de la Ley de Cine, es fundamental ceder en algunos tópicos, con el fin de garantizar los fondos para la producción, que el proyecto actual contempla.

José Castro, considera que excluir este tema es una estrategia, ya que “por mucho tiempo se presentaron textos en los que esos temas generaron trabas y rechazos continuos. El Ministerio hizo bien en presentar un texto que resultara viable y que luchas como las cuotas de pantalla se den en un futuro”. (Sánchez, A. 20 de diciembre del 2017).

Con respecto a otros temas, como el cobro del 6% sobre el boletaje, que se pretende cobrar como reforma a la Ley de Espectáculos Públicos, incluyendo a las salas de cine ubicadas fuera de las cabeceras de provincia, existen opiniones encontradas, entre quienes consideran que es un cambio necesario, con el fin de que el Centro de Cine reciba recursos a través de la recaudación de este impuesto, y quienes consideran que no es “justo, haber establecido un beneficio y luego quitarlo de esta forma” (Carcheri, L. citado por Sánchez, A. 20 de diciembre del 2017). Los cineastas ticos resienten el no contar aún con exenciones al pago de impuestos, pues en la actualidad, se debe pagar el 17% de los ingresos por taquilla, lo cual desincentiva a la comunidad audiovisual, de generar productos en el país.

El 18 de abril del año 2018, Andrés Díaz, publicó para el periódico *La Nación*, la nota *Asamblea Legislativa dictaminó de manera positiva el proyecto de Ley de Cinematografía y Audiovisual*, con lo cual se da autorización para la discusión de este tema en el plenario legislativo, después de haberse acatado las recomendaciones de incluir a SINART y a los centros de enseñanza como miembros del Consejo Nacional de Cinematografía, y la eliminación de la propuesta de creación de un impuesto específico del 6% sobre el costo del alquiler de material audiovisual.

La actual ministra de cultura, Sylvie Durán, considera que es un gran logro contar con un texto sustantivo aprobado de forma unánime. No obstante, los propulsores del proyecto consideran que, si bien es cierto, solo falta que se presente el dictamen de manera oficial,

para facultar la discusión dentro del plenario, esta podría verse atrasada hasta el cambio de administración, a partir del 1° de mayo. (Díaz, A. 18 de abril del 2018)

En virtud de lo anterior, los proyectos de ley mostrados en el presente apartado, así como aquellos que puedan ser presentados posterior a elaboración de este trabajo final de graduación, resultan fundamentales tanto para el análisis de la protección de los derechos de autor como para el desarrollo del comercio de servicios en innumerables campos de las artes, ciencia y tecnología, incluida la industria audiovisual, por lo cual su análisis debe ser tema intrínseco al estudio de estas áreas en futuras investigaciones.

B.4. Propuestas para el fortalecimiento del sector audiovisual costarricense

A partir del análisis del macro entorno del comercio de servicios de la industria audiovisual, así como el potencial económico y exportador de sus servicios y productos generados, se generan las siguientes recomendaciones específicas para los expertos en el sector, con el fin de potenciar la industria audiovisual costarricense. Estas recomendaciones se conforman por siete elementos que pueden ser desarrollados de forma individual o en conjunto, para la consecución de su fin.

1. Evaluar el esquema de beneficios e incentivos para el desarrollo de la industria audiovisual

La industria audiovisual costarricense es a la fecha considerada como emergente, dentro de la región latinoamericana. Esto debido a que a pesar de que no es un referente en el área como México o Colombia, posee una industria audiovisual incipiente que genera rendimientos y que comienza a posicionarse en el resto del mundo.

Gracias al aprovechamiento de sus relaciones comerciales con países con una industria más sólida, así como la integración de proyectos de cooperación de este tipo, o las facilidades ofrecidas por las nuevas formas de comercialización y visualización de material audiovisual, los productos costarricenses logran trascender fronteras.

No obstante, países como México y Colombia, quienes cuentan con una industria más desarrollada, acaparan gran parte del mercado especialmente producto de la relación con Centroamérica, Estados Unidos y Canadá, principales consumidores de los productos costarricenses. Adicionalmente, los productores de contenido audiovisual nacionales y extranjeros cuentan con una serie de beneficios ofrecidos por las demás industrias audiovisuales de la región latinoamericana, que incentivan la producción y co-producción en sus respectivos países.

A pesar de que Costa Rica se presenta como un país con un excelente clima de negocios, con una gran diversidad natural y cultural, mano de obra calificada y apertura comercial (CINDE, s.f.), la ausencia de incentivos económicos le restan competitividad en comparación con otros países, con características similares y que ofrecen beneficios en esta área como la deducción de gastos realizados en el país, la exoneración del pago de impuestos o la expedición de permisos migratorios o de trabajo por medio de las autoridades respectivas.

Por tanto, resulta imprescindible el otorgar incentivos para la producción audiovisual a artistas nacionales y extranjeros que involucren a la industria costarricense en sus producciones, los cuales pueden ser desarrollados en el marco de instancias como el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica, la Comisión Fílmica de Costa Rica, SINART, Canal 15 UCR y programas internacionales como Ibermedia y el Acuerdo Iberoamericano de Coproducción Cinematografía, de los cuales Costa Rica forma parte.

A criterio del grupo investigador, y según las oportunidades de mercado evidenciadas por la industria audiovisual, algunos de los incentivos que pueden brindarse a los artistas nacionales o extranjeros que realicen su pre-producción, producción y postproducción audiovisual, son los que se detallan a continuación:

1. Exoneración o deducción del impuesto sobre la renta a los estudios de filmación establecidos en el país, durante un periodo determinado.

2. Exoneración o deducción del IVA sobre bienes y servicios relacionados con la preproducción, producción y postproducción de obras cinematográficas y audiovisuales.
3. Exoneración o deducción del pago de impuesto a la importación (DAI promedio del 14%) para el material y equipo de producción para productores audiovisuales nacionales e internacionales debidamente identificados para este fin.
4. Aprovechamiento de los tratados de co-producción con los países de la región latinoamericana en el marco de Ibermedia y futuros tratados de este tipo, para la transferencia de conocimiento y tecnología en el área.

Si bien es cierto, las iniciativas descritas con anterioridad ofrecen incentivos menores que los presentes en otras industrias de la región latinoamericana, supondrían los primeros esfuerzos de este tipo por incentivar la industria audiovisual en el país.

Se considera que cualquier exoneración o deducción de impuestos de otro tipo, generaría una vulneración a la economía nacional, debido a la crisis fiscal evidenciada en la actualidad, cuyos efectos adversos superarían los beneficios que se quieren promover. Es por lo anterior, que se recomienda valorar adecuadamente el impacto de cada una de las iniciativas planteadas.

2. Producción audiovisual con orientación hacia la internacionalización y no únicamente para el consumo local

Según representantes sectoriales entrevistados, una de las principales problemáticas que evidencia la industria audiovisual, es que sus obras se encuentran destinadas únicamente al mercado local, debido a una serie de características, principalmente asociadas a la historia y el guión, que las convierten en productos atractivos para el consumidor nacional, pero no así para el consumidor extranjero.

En este punto, es fundamental que las empresas orienten sus productos hacia la internacionalización, pues al ser Costa Rica un mercado tan reducido al considerar su cantidad de habitantes, no ofrece a los artistas un número significativo de consumidores

potenciales, como si sucede en otros países como, por ejemplo, Estados Unidos y Canadá, que en la actualidad son los principales consumidores de los productos audiovisuales costarricenses.

Asimismo, con respecto a la relación con estos países, se evidencia la problemática definida con anterioridad, de que las producciones costarricenses no logran actualmente eliminar la barrera cultural que convierte a sus productos en bienes consumibles en cualquier parte del mundo. Esto debido a que los principales países destino poseen una cultura y un lenguaje distinto, lo cual compromete principalmente al sector cine y televisión, e incrementa sus costos de postproducción por el doblaje.

Por esta razón, se considera fundamental variar los destinos de exportación, no solo para evitar la dependencia a estos mercados, sino también para ingresar a mercados que igualmente posean un gran número de consumidores potenciales, pero que no requieran adicionar más etapas de post producción para su comercialización.

A criterio del grupo investigador, estos mercados potenciales pueden encontrarse dentro de la región centroamericana, debido a que no existe una barrera lingüística y culturalmente se poseen más semejanzas que con los demás países latinoamericanos. Además, al no tener estos países una industria audiovisual tan desarrollada, existe menos competencia directa dentro del mercado, al contrario de lo que ocurre con otros países del continente, como México, Colombia y Argentina.

Se destaca igualmente la oportunidad de visualización internacional presentada a través de la negociación con plataformas de transmisión digital y bajo demanda como *Netflix*, *Hulu*, *iTunes*, *HBO Go*, *Amazon Prime*, *Movistar Play* y *Crackle*. En este punto destaca el papel de la empresa *Netflix*, la cual demuestra en el pasado apertura y aceptación hacia la industria audiovisual de la región, específicamente de Costa Rica, con la inclusión en su catálogo de obras nacionales como *Presos* (2015) y *Buscando a Marcos Ramírez* (2017).

Dicha alianza genera tanto ganancias económicas por la cesión de derechos, como un mayor acceso a mercados, reconocimiento y proyección internacional para la industria nacional incipiente; es decir, sus alcances son tanto económicos como sociales.

3. Anteposición de la calidad de la producción audiovisual por encima de la cantidad de obras producidas

Aunado a la recomendación anterior, otra de las problemáticas evidenciadas por la industria audiovisual, según sus propios integrantes, es que muchos artistas apuestan por la cantidad de producciones con el fin de mantenerse relevantes en el mercado, en lugar de realizar obras con una calidad superior.

En este punto, resulta fundamental contar tanto con el recurso económico, técnico, tecnológico y humano, para realizar una producción de calidad, que no solo generen ganancias, sino que también sean exponentes del arte audiovisual a nivel internacional, y sienten el precedente de consumo de los productos nacionales.

Dicha producción se puede reforzar a través de los tratados multilaterales, plurilaterales y bilaterales de los cuales Costa Rica forma parte, no solo en temas de mercancías y servicios, sino también de inversión y cooperación.

Esto pues se considera primordial que el país dé a conocer a nivel internacional su industria audiovisual, y la mejor forma de lograr dicho objetivo es en primer lugar, producir contenido de calidad objeto de comercio exterior, y posicionarse como destino de preproducción, producción o postproducción en sociedad con otros personajes o industrias con renombre internacional.

Sobre este punto, se recomienda que las obras nacionales se realicen (en la medida de lo posible) dentro del país, excepto en aquellos casos en donde los costos de producción se reduzcan al realizarse en otro mercado. Esto en atención de que una de las principales razones de ser de la promoción de la industria audiovisual costarricense, el dar a conocer al país como destino de locación, preproducción, producción y postproducción.

Esto no sucede si se sigue la tendencia actual de realizar la filmación en países europeos. Se destaca el caso de las películas *Amor viajero* (2017) *Maikol Yordan de viaje perdido* (2014) y *Maikol Yordan: La cura lejana* (2018). Se desestima esta tendencia debido a que los costos se incrementan al trasladar la producción a otras latitudes, y se desaprovechan las dos principales ventajas de contar con una industria audiovisual propia: la oportunidad de utilizar la industria audiovisual como generadora de empleo indirecto dentro del país, y la promoción de este a nivel internacional.

Asimismo, al reducirse los costos de traslado de producción (incluyendo tiquetes aéreos, hospedaje, traslado del equipo y personal, alimentación, entre otros), estos fondos pueden destinarse a aspectos más técnicos de la producción, por ejemplo, la contratación de personal capacitado, el uso de equipo de alta tecnología, vestuario y escenografía, entre otros; factores que inciden directamente en la calidad de la obra.

4. Presentación del sector audiovisual como gremio

Durante diciembre del 2018, tras cuatro reuniones organizadas por la Comisión Fílmica de Costa Rica, se conformó el Consorcio Audiovisual del País, con el fin de “generar sociedad para crear encadenamientos y mejorar la calidad del proceso creativo y productivo, y de esta forma colocar más audiovisuales costarricenses en las plataformas y ventanas internacionales. (PROCOMER, s.f.).

El consorcio se encuentra integrado por representantes de los sectores del proceso productivo desarrollo, producción, talento, postproducción, distribución y exhibición. A pesar de la importancia de este esfuerzo, se considera que deben ser integrados representantes de los subsectores del sector audiovisual, y no solo del proceso productivo, debido a que este se manifiesta de diferente forma en el cine, la televisión, y la animación, y la ausencia de un profesional especializado en cada área puede generar una homogenización injustificada de estos grupos, o que exista un grupo preponderante dentro del consorcio, replicando el caso fallido de los grupos creados en el marco de los proyectos de ley presentados con anterioridad.

Se recomienda que los representantes del sector audiovisual y sus respectivos subsectores (cine, animación digital, videojuegos, televisión, entre otros), formen un grupo, con el fin de discutir sobre temas de interés para el sector y subsectores, y conformar alianzas público-privadas como una sola entidad unida que considere los intereses de todos los subsectores involucrados.

En la actualidad, existe descontento por la forma en que se manejan temas como el financiamiento público y los puestos de representación dentro del grupo de trabajo. Asimismo, el sector se observa fragmentado especialmente por el papel preponderante que posee el cine por encima de los demás sectores, evidenciado con los intentos de promulgación de una ley de cine, en lugar de una ley de fomento sectorial.

A la fecha no existe un grupo o entidad que conglomere a gran parte de los profesionales en alguna de estas áreas, por lo cual la representación en reuniones oficiales y consorcios de este sector, se ve reducido a escasas figuras que también forman parte de otras instituciones públicas o privadas, derivando en conflictos de intereses.

No obstante, se reconoce que los diferentes subsectores del área audiovisual poseen distintas oportunidades y debilidades, razón por la cual dicha recomendación se extiende en un ámbito general del sector, para la discusión de temas específicos cuando lo amerite y no como una comisión permanente. Por ejemplo, en la conformación de grupos para la discusión de tópicos que les atañan a todos, como la discusión de proyectos de ley sectoriales, oportunidades de negocios, entre otras.

Para ello es fundamental que el sector cuente con una red de contactos de figuras de sus distintos subsectores, quienes logren organizar los grupos más reducidos y representarlos en un foro de discusión o comité del sector audiovisual íntegro, para su posterior reunión con altos mandos de los diferentes ministerios y comisiones.

5. Asesoría en temas de promoción internacional y exportaciones

Es fundamental que los artistas en el campo audiovisual reciban asesoría por parte de empresas, organizaciones o personas físicas especializadas en las áreas de promoción internacional y exportaciones. Esto puede potenciarse en el marco de la declaratoria de interés público nacional de la industria cultural cinematográfica y audiovisual, así como las instituciones públicas y privadas dedicadas a este sector, en cuyas competencias se profundiza en el Capítulo 1.

Al no poseer conocimiento en temas como los modelos de negocios internacionales, u opciones de exportación, los artistas nacionales fracasan en el intento de incursionar en otros mercados con sus productos, o se quedan únicamente con el consumo de estos en el mercado local; a pesar de la calidad que poseen las obras audiovisuales costarricenses.

Asimismo, al desconocer sobre estos tópicos, las negociaciones para el ingreso de los productos audiovisuales nacionales quedarían en manos de terceros, por ejemplo, sus casas distribuidoras y exhibidores, perdiéndose un porcentaje de las ganancias posibles, que saldrían del país.

Para ello, las empresas nacionales tienen opciones de asesoría privada en temas de comercio exterior, así como la capacitación y consulta que ofrecen entes nacionales como PROCOMER y CAMTIC, en el caso de las empresas asociadas. Además, destaca el papel de la Comisión Fílmica de Costa Rica, que, si bien no realiza asesoría a empresas, se encuentra en la actualidad generando alianzas y grupos de trabajo con el fin de promover el ingreso a mercados, mejorar el proceso creativo y productivo, y generar encadenamientos que resulten beneficiosos para los artistas nacionales.

Asimismo, el aprendizaje en temas conexos, como los derechos de propiedad intelectual, las opciones de financiamiento, aprovechamiento de las cadenas globales de valor, y atracción de inversión extranjera directa, entre otros, poseen gran relevancia tanto en el desarrollo de las empresas (pymes, en su mayoría), como en su expansión e

internacionalización, por lo cual es recomendable que todo actor de esta industria posea como mínimo una noción básica de estos y otros tópicos relacionados.

6. Aprovechamiento de talento humano nacional en el área para evitar la fuga de talentos

La industria audiovisual no se ve eximida de una de las principales amenazas que atentan contra el desarrollo social de Costa Rica, que es la fuga de talentos en busca de mejores oportunidades educativas y laborales, fuera del país. Según los entrevistados, muchos de los principales artistas audiovisuales del país, no residen actualmente en él, debido a una serie de factores, entre las cuales destacan la ausencia de incentivos a su creación, el costo de la producción en Costa Rica en comparación con otras latitudes, y la escasez de ofertas laborales, especialmente en el caso de los graduados universitarios.

Con el fin de evitar dicha fuga de talentos, es imperativo que el sector se involucre en el desarrollo de políticas en pro de la creación audiovisual, por ejemplo, leyes de fomento, asignación de incentivos y fondos públicos, opciones de financiamiento, creación de oportunidades laborales, y atracción de inversión extranjera en el área, para garantizar trabajo a sus graduados universitarios, e incluso atraer talento extranjero en el área.

Por otro lado, en la actualidad la industria audiovisual se encuentra conformada por dos grupos enfrentados: una nueva generación conformada por estudiantes y graduados universitarios en carreras como cine, animación, fotografía, comunicación, entre otras; y artistas y técnicos que poseen mayor experiencia resultante de un proceso de conocimiento empírico, según mencionan los entrevistados.

Es importante trabajar como sector en la unión de ambos grupos, para dotar de experiencia y aplicación técnica a la nueva generación de artistas audiovisuales, y mantener actualizado al segundo grupo, con los conocimientos obtenidos por una generación más joven producto de su especialización universitaria.

Asimismo, la promoción del país como destino de locación es fundamental para atraer a artistas extranjeros que realicen la producción en el país, promoviendo además la participación de artistas nacionales en el área. Sobre este punto, es importante destacar que las principales oportunidades de mercado que se evidencian para Costa Rica, debido a las características de su industria, son como destino de producción y postproducción.

La etapa de producción dentro del país es en la actualidad, la que más desarrollan los artistas extranjeros, principalmente por las características geográficas su promoción como destino de locación. Con respecto a la postproducción, esta etapa no posee gran auge en la actualidad, pero se considera que debe ser explorado, debido a que ofrece mayores rendimientos, y gracias a la oferta de educación superior y técnica en el área, existe en la actualidad un numeroso grupo de profesionales que podrían verse beneficiados por la creación de nuevas oportunidades, evitando la fuga de talentos.

7. Aprovechamiento de oportunidades de financiamiento local e internacional

Finalmente, muchos de los artistas nacionales ignoran las oportunidades de financiamiento tanto locales como internacionales, a las cuales pueden acceder a través de sus obras audiovisuales.

Debido a este desconocimiento, los artistas audiovisuales caen en muchas ocasiones en prácticas poco recomendadas como el auto financiamiento, el cual pone en peligro la creación presente y futura debido a que la condiciona al resultado de otro proceso creativo, o bien, en la fuga de talentos, que perjudica al país tanto social como económicamente.

Como país, Costa Rica debe invertir en la asignación de fondos públicos para el fomento de esta industria, así como en la promulgación de leyes que incentiven y protejan dichas creaciones. No obstante, individualmente los artistas pueden optar por diversas opciones de becas, premios y financiamiento, a través de fondos públicos y privados, como se expuso en el Capítulo 1.

Como se ha mencionado con anterioridad, dichas iniciativas constituyen recomendaciones extraídas a través del proceso exhaustivo de revisión bibliográfica y de entrevista a representantes sectoriales, producto de la elaboración del presente trabajo final de graduación. A pesar de que estas iniciativas pueden ser desarrolladas de manera individual, se recomienda su revisión integral, debido a que responden a las diferentes necesidades evidenciadas por el sector, que necesitan ser subsanadas con el fin de potenciar la industria audiovisual costarricense.

Sección III. Conclusiones y recomendaciones

En la presente sección, se incluyen las conclusiones y recomendaciones generadas a partir de la elaboración de la presente investigación, así como la aplicación de los diferentes instrumentos metodológicos desarrollados.

Conclusiones

El estudio de los factores que conforman el macro entorno de la industria audiovisual, se encuentra comprendido en capítulos anteriores. En el Capítulo 1 se contextualiza el entorno del comercio de servicios audiovisuales y sus productos generados a partir de la información disponible sobre el macro entorno del sector.

En el Capítulo 2 se establece la incidencia de la atracción de IED y la protección de derechos de autor y derechos conexos en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales.

En el Capítulo 3 se determina la participación en la economía, crecimiento y potencial exportador del comercio de servicios audiovisuales; utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica. Finalmente, se elaboran una serie de recomendaciones para el fortalecimiento de la industria costarricense a través del análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual.

Con base en lo anterior, se exponen a continuación las conclusiones obtenidas por el grupo investigador a través de la investigación y elaboración del presente trabajo final de graduación:

Las presentes conclusiones son generadas a partir de los resultados de encuestas a consumidores y entrevistas a profundidad aplicadas a representantes sectoriales de la industria audiovisual, a profesionales especialistas en temas de protección a los derechos de autor y derechos conexos, y a expertos de las instituciones públicas y privadas

competentes en materia de inversión extranjera directa; así como la información y datos obtenidos a partir de la revisión bibliográfica y documental.

1. Es posible contextualizar los términos *industria audiovisual* y *productos generados por la industria audiovisual*, a través del uso de la información recopilada sobre los factores económicos, sociales y legales que moldean la realidad nacional en torno a esta industria y su incidencia en campos como la economía, arte, ciencia y tecnología.

A través de la investigación realizada, se considera que la definición de “industria audiovisual” más apropiada, según las características evidenciadas por parte de la industria audiovisual, es la dada por la UNESCO (2009), que define a la misma como “la difusión por radio y televisión (incluyendo la transmisión de datos por internet en tiempo real o streaming), filmes y videos, y los medios interactivos. Este último dominio, cubre los juegos de video y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en internet o mediante computadoras.

En él se incluyen los juegos en línea, los portales y los sitios web diseñados para actividades asociadas con redes sociales como Facebook y el podcasting en Internet, como Youtube”.

Igualmente, y que pesar de que esta economía se encuentra primariamente basada en la producción de servicios, la misma genera también productos o bienes tangibles y de transmisión digital, como documentales temáticos, videos informativos y educativos, animación, series, programas de televisión y otros formatos, publicidad en formatos audiovisuales, videojuegos, largometrajes, cortometrajes, diseño de programas y otros audiovisuales; los cuales corresponden a la definición de “productos generados de la industria audiovisual”.

A partir de las definiciones de “industria audiovisual” y de “productos generados por la industria audiovisual”, previamente proporcionados, así como el análisis de los factores económicos, sociales y legales de la industria audiovisual, contenidos en el Capítulo 1, es posible concluir que, efectivamente el estudio de dichos factores posibilita tanto la

conceptualización como la contextualización de la industria audiovisual, aunado a las conclusiones siguientes.

2. Es posible señalar que la industria audiovisual se refleja en Costa Rica a través de cinco modalidades, según el grado de participación de recurso económico y humano local, así como el sistema de prestación de servicios utilizado. Asimismo, dichas modalidades reflejan el contexto en el cual la industria audiovisual se encuentra inmersa en el mercado actual.

En la actualidad, la industria audiovisual se ve reflejada en Costa Rica a través de cinco modalidades, determinadas a su vez según el grado de participación de la industria local en comparación con la industria homóloga extranjera, su intención de producción, y finalmente, el modo de suministro del servicio, es decir, la relación existente entre prestador del servicio y consumidor, en términos de ubicación territorial.

Con respecto al origen de las empresas o actores involucrados en el proceso de desarrollo de la obra audiovisual, se considera que los mismos pueden ser de origen local, o de origen extranjero, es decir, provenientes de cualquier otro territorio distinto a Costa Rica. Complementario a esto, la modalidad bajo la cual se refleje la industria audiovisual en la realidad nacional, puede variar según su temporalidad, debido a que los actores involucrados que no son de origen costarricense, pueden encontrarse en su territorio de manera permanente o transitoria, con el fin de desarrollar sus proyectos audiovisuales.

Según su intención de producción, los creadores de contenido audiovisual pueden poseer intereses informativos y de comunicación, o bien, de comercialización. El primer grupo corresponde a los proyectos audiovisuales desarrollados bajo contrato de instituciones relacionadas con el sector público, definido por MIDEPLAN, entre las cuales se incluyen, el propio Gobierno de la República, la CCSS, AyA, entre otras. Por otro lado, las empresas y actores del sector audiovisual cuyo único interés es lucrar con la obra realizada, se encuentran dentro del grupo como comercializadores.

Finalmente, según el modo de suministro bajo el cual se comercializan los servicios audiovisuales, el GATS clasifica los mismos en cuatro grupos, en función de la ubicación territorial del proveedor del servicio y su consumidor. Dichos grupos son los siguientes:

- Modo de suministro 1: Comercio transfronterizo. En el cual, consumidor y proveedor del servicio se encuentran en territorios distintos.
- Modo de suministro 2: Consumo en el extranjero. En el cual, el consumidor se encuentra en el territorio del proveedor del servicio al momento de la transacción.
- Modo de suministro 3: Presencia comercial. En el cual, el proveedor del servicio se instala físicamente en el territorio del consumidor, para la prestación de servicios.
- Modo de suministro 4: Presencia de personas físicas. En el cual, el proveedor de servicios se traslada de manera temporal o transitoria al territorio del consumidor, en ejercicio de su profesión.

Dichos modos de suministro se encuentran presentes dentro de todo el proceso de desarrollo de la industria audiovisual que incluya el comercio de servicios, y no únicamente en la distribución de la obra final, por ejemplo, en los servicios profesionales y turísticos. Esta condición evidencia una vez más, la gran cantidad de industrias conexas que se ven beneficiadas a través de la producción y consumo de productos de la industria audiovisual. Las principales modalidades bajo las cuales la industria audiovisual se ve reflejada en el país, tomando en consideración los factores previamente descritos, son las siguientes:

- Sector público costarricense como productor de contenido audiovisual: La cual es meramente local, de tipo informativa según su intención, y no evidencia modos de suministro del comercio de servicios al no ser objeto de comercio exterior.
- Industria local como única productora de contenido audiovisual independiente: La cual es meramente local, de tipo comercializadora según su intención, y con transacciones internacionales que sigue el modo de suministro 1: comercio transfronterizo, exclusivamente.

- Industria local como coproductora de contenido audiovisual independiente: Es simultáneamente local y extranjera, de tipo comercializadora, y propensa a presentar directa o indirectamente los cuatro modos de suministro.
- Industria extranjera productora de contenido audiovisual, establecida permanentemente en el país: Posee un origen distinto al costarricense, con intenciones de comercialización. Los modos de suministro más comunes serían el 3 y 4, presencia comercial y presencia de personas físicas, respectivamente. Se diferencia de la modalidad siguiente por su temporalidad.
- Industria extranjera como productora de contenido audiovisual, establecida temporalmente en el país: Se diferencia a la modalidad anterior por su temporalidad, y por desarrollarse exclusivamente bajo el modo de suministro 4, presencia de personas físicas, las cuales se desplazan al país de manera temporal en ejercicio de su profesión.

La determinación de las modalidades bajo las cuales se refleja la industria audiovisual en Costa Rica, posible gracias al estudio del macro entorno del comercio de servicios audiovisuales, contextualiza la realidad nacional en la cual este sector se desarrolla en el país. Como se expone, estas categorías pueden variar en el tiempo, especialmente por la proliferación de nuevas tecnologías, que faciliten no solo la producción audiovisual, sino también su forma de comercialización.

3. Existe una incidencia positiva de la inversión extranjera directa sobre el comercio de servicios audiovisuales, debido a que esta constituye una de las primeras tres opciones de financiamiento de las empresas de tecnologías digitales, con participación anual en aumento. Dicha participación incrementa las posibilidades de desarrollo independiente y coproducción en las obras. No obstante, es necesario incrementar la IED y diversificar los países inversionistas para reducir la dependencia.

Para incrementar el ingreso de inversión extranjera directa es imperativo mantener la estabilidad macroeconómica, mejorar el desarrollo de capacidades de la mano de obra, fomentar los encadenamientos productivos entre empresas nacionales y extranjeras, fortalecer la competitividad de los servicios públicos, y realizar una mejor administración de

los acuerdos comerciales vigentes. Específicamente en el sector audiovisual, el país debe ofrecer incentivos para el desarrollo y comercialización de proyectos audiovisuales, pues su actual ausencia le resta competitividad en el área.

El plan de acción para el fomento de la industria audiovisual en relación con la atracción de la inversión extranjera debe basarse en iniciativas como la promoción de una ley de atracción de inversión extranjera audiovisual, el fomento de incentivos fiscales y la exoneración de impuestos para reducir costos asociados al proceso, y la promoción de las comunidades rurales con potencial turístico y de crecimiento económico.

Al margen de lo anterior, la principal prioridad para el sector audiovisual es diversificar sus mercados fuente de inversión extranjera directa, para reducir la dependencia y con ella la vulneración que puede sufrir el país ante cambios en la relación comercial con sus socios, o en la economía de su contraparte.

A pesar de que la IED posee efectivamente una incidencia positiva sobre el comercio de servicios de la industria audiovisual en Costa Rica, el papel de la misma se ve desplazado debido a la predilección por otros tipos de financiamiento, especialmente el bancario nacional, y el autofinanciamiento, los cuales poseen mayores efectos adversos, como lo son las altas tasas de interés que pueden sacar del mercado a pequeños y menores empresarios, y la desmotivación sentida por el artista al no obtener los rendimientos esperados, respectivamente.

4. Existe una incidencia positiva de los derechos de propiedad intelectual, específicamente derechos de autor y derechos conexos, sobre los aspectos sociales y legales del comercio de servicios audiovisuales. No obstante, a pesar de que la legislación en el tema moldea el ámbito de acción legal en el país, señala las sanciones a las que se exponen quienes la violen, y colocan a Costa Rica dentro del panorama internacional de protección de los derechos de autor; dichas incidencias no se extienden hacia los factores económicos del comercio de servicios audiovisuales.

A pesar de la vasta legislación existente a nivel nacional e internacional en el tema de derechos de autor y derechos conexos, y su relación con la industria audiovisual, la mayor parte de los representantes sectoriales entrevistados desconocen sobre temas de propiedad intelectual, o las repercusiones en su trabajo. Por otro lado, entre los representantes que expresaron conocer sobre el tema, consideran que es necesario profundizar en campos como la promulgación de leyes audiovisuales, y las capacitaciones en esta área.

No obstante, deben realizarse mejoras con respecto a los procedimientos de observancia de los derechos de autor y derechos conexos relacionados con la industria audiovisual costarricense, en tanto que la legislación en el tema es amplia, pero debe verse reforzada en su aplicación, principalmente en temas de medidas en fronteras, competencias administrativas, procedimientos civiles y sanciones penales, contenidos en la Ley N° 8039 de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual.

Con base en lo anterior, es posible concluir que existe una incidencia tanto social como legal de la protección de los derechos de propiedad intelectual, específicamente los derechos de autor y derechos conexos, en el desarrollo del comercio de servicios audiovisuales. No obstante, esta incidencia no se traslada igualmente al ámbito económico, más allá de las sanciones monetarias y los gastos incurridos por las empresas y artistas para garantizar la protección de su obra, por lo cual no es posible hablar sobre una incidencia económica en este punto, como si ocurre, naturalmente, en el caso de la atracción de inversión extranjera directa.

5. Es posible interpretar los factores económicos y sociales del comercio de servicios audiovisuales, utilizando como ejemplo el caso de Costa Rica, para determinar su participación en la economía, su crecimiento y potencial exportador. No obstante, debido a la ausencia de teorías que relacionen el uso de la legislación como generador económico, la determinación de la influencia del factor legal se ve limitada en esta participación.

El desarrollo del sector cultural costarricense, al cual pertenece la industria audiovisual, se encuentra muy por debajo del promedio de países del continente americano, a pesar de su impacto en la economía y el potencial que poseen sus exportaciones. A pesar de que esta industria posee un gran auge, como se expresa a través de los capítulos anteriores, se encuentra rezagada en comparación con sus homólogos latinoamericanos, que aprovechan de mejor forma la asignación de beneficios e incentivos fiscales específicos para su industria, así como los encadenamientos productivos con las industrias de otros países más desarrollados en este campo, como Estados Unidos, Canadá y la mayoría de los países europeos.

Igualmente, al interpretar el entorno económico de la industria audiovisual, es posible determinar que los principales factores de esta que impactan la economía, son la participación en el PIB nacional y el valor agregado cultural, la inversión y financiamiento del sector público, los impuestos e incentivos fiscales asignados, el empleo cultural y la producción y consumo.

Si bien es cierto, el país posee potencial exportador en este campo, su industria es incapaz de competir con las producciones extranjeras, incluso con aquellas de origen latinoamericano que poseen menor auge y consumo que las norteamericanas, pero que igualmente superan la producción y consumo evidenciado en Costa Rica, especialmente debido al tamaño de sus mercados y la asignación de incentivos. No debe dejarse de lado que se trata de países con un mayor historial dentro de esta industria.

A pesar de que es posible interpretar los factores legales que influyen en la economía, su crecimiento y potencial exportador, no obstante, ante la ausencia de teorías que relacionen el uso de la legislación como generador económico, la incidencia del factor legal se ve diezmada en comparación con los factores sociales y económicos, los cuales producen resultados cuantitativos y cualitativos de más fácil estudio

Recomendaciones

En el presente apartado se incluyen las recomendaciones extendidas por parte del grupo investigador al sector audiovisual costarricense con el propósito de orientar investigaciones posteriores a la presentación del presente trabajo final de graduación, cuyas temáticas y metodologías sigan lineamientos semejantes a los desarrollados durante la investigación y la elaboración de la Memoria de Seminario de Graduación titulada *Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica*.

Cabe destacar, que en el Capítulo 3 presentado con anterioridad, se extiende una propuesta para potenciar la industria audiovisual costarricense, la cual constituye una serie de recomendaciones generadas a partir del desarrollo de la presente investigación, así como el uso de los instrumentos de recopilación de la información implementados.

1. Utilización de fuentes primarias como recurso informativo.

Se considera fundamental para el desarrollo de investigaciones de esta índole, la utilización de fuentes primarias como recurso informativo para la sustentación de la investigación. En el caso del presente trabajo final de graduación, se utilizan como herramientas de recopilación de información tanto encuestas a consumidores de productos audiovisuales, como entrevistas estructuradas y a profundidad aplicadas a representantes sectoriales y especialistas en temas de IED y Derechos de Propiedad Intelectual.

El uso de estos recursos resulta de gran valor para la investigación, pues asegura la especificidad y veracidad de la información, lo cual no se encuentra garantizado con el uso de las fuentes secundarias y terciarias. No obstante, durante la recopilación de la información pueden presentarse problemáticas como la falta de interés o disponibilidad de los posibles entrevistados y limitación de recursos para su recopilación.

En ese caso, se recomienda solicitar colaboración únicamente a personas con conocimiento en el tema, y que podrían verse interesados en el tema de investigación; así como realizar las encuestas o entrevistas a través de medios digitales, los cuales reducen las limitaciones de distancia entre entrevistado y entrevistador, suponen menor inversión de tiempo y recursos, y resultan más accesibles para los sujetos a entrevistar.

2. Escogencia de las fuentes secundarias y terciarias indicadas para la investigación.

Se recomienda tomar precaución a la hora de elegir las fuentes secundarias y terciarias a utilizar para la fundamentación de la investigación. Las mismas deben ser recientes, veraces, específicas y relevantes.

La metodología de investigación realizada para la presentación del trabajo final de graduación *Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica* incluye la recopilación documental de publicaciones realizadas, entre otras, por la OMC, la OMPI, COMEX, PROCOMER, el MCJ, CAMTIC, la UCR, SINART, entre otros los cuales son entes oficiales en sus respectivos ámbitos que aportan información valiosa y fidedigna, y que, en complemento con las fuentes primarias utilizadas, enriquecen la investigación.

Es recomendable combinar el uso de fuentes primarias, secundarias y terciarias, con el fin de documentar una investigación con puntos de vista variados que incluyan el aporte del grupo investigador, y no solo una recopilación documental del tema escogido.

3. Sincronización del periodo de investigación con eventos nacionales e internacionales relacionados.

A pesar de que la sincronización del periodo de investigación con eventos nacionales e internacionales relacionados puede encontrarse fuera del control del equipo investigador, se recomienda basar el tema de investigación en tópicos que resulten actuales para el

determinado campo de estudios, con el fin de contribuir al estudio de un campo poco explorado y relevante a nivel global.

En el caso de la industria audiovisual en Costa Rica, la escogencia de este sector se basa en el creciente auge que tiene la misma, debido al reciente desarrollo de proyectos audiovisuales. Asimismo, simultáneamente a la fecha de investigación del presente trabajo final de graduación, se realizaron aportes significativos en pro de la industria audiovisual, como la promulgación de la *Ley de Fomento Audiovisual*, la conformación de un grupo de trabajo específico para el área, y la participación de Costa Rica en diferentes ferias y festivales de cine internacionales, incrementando la exposición pública del sector.

Es recomendable consultar tanto periódicos físicos y digitales, así como redes sociales y demás plataformas de información especializadas en el tema, con el fin de estar enterados sobre el acontecer nacional e internacional del área elegida, e incluir en la investigación información actualizada.

4. Realización de una investigación multidisciplinaria sobre el comercio exterior

A pesar de la especificidad de ciertos temas presentes en las diferentes áreas de estudio, en el caso del comercio exterior, al ser un campo de estudio multidisciplinario, es recomendable que dicha característica se encuentre también presente en las investigaciones realizadas en su marco.

Para la presente investigación, se toman en cuenta los aspectos económicos, sociales, y legales del comercio de servicios de la industria audiovisual, así como de la atracción de inversión extranjera directa y protección de los derechos de autor relativos. Dicho enfoque supone un ejemplo perfecto de lo que representa en comercio exterior en la actualidad, pues engloba temas tanto aduaneros y tributarios, como del estudio del derecho, la ciencia y tecnología, política y sociología, entre otros; permitiendo que el conocimiento generado a través de esta investigación resulte provechoso no solo para profesionales en el campo de la Administración Aduanera y Comercio Exterior, sino de una gran variedad de disciplinas.

Se recomienda consultar con expertos en diferentes áreas, para el correcto abordaje de los distintos temas que no sean especialidad del grupo investigador.

5. Identificación por parte del grupo investigador con el tema y área elegida.

Finalmente, es recomendable que el grupo investigador guste del tema elegido y se sienta identificado con el mismo, con el fin de guiar la investigación y convertir una labor que puede resultar tediosa, en una experiencia placentera y de provecho para su vida personal y profesional.

En el caso de la presente investigación, la identificación con el tema y área elegidas para el desarrollo de la investigación, se basa en la dualidad existente entre el gusto por los temas de comercio de servicios y propiedad intelectual, y en lo poco explorados que son los mismos en trabajos finales de graduación de la Escuela de Administración Pública en el pasado; así como el actual auge de la industria audiovisual, la cual combina ambos temas.

Se recomienda para este fin, realizar una investigación previa a la selección del tema del trabajo final de graduación, para constatar si existe suficiente bibliografía que apoye la investigación, que el enfoque deseado no haya sido explorado con anterioridad por otros autores, y finalmente, que la futura investigación constituya un aporte en la materia, que guíe a futuros investigadores y profesionales en el área escogida.

Asimismo, con el fin de ampliar el conocimiento y la literatura especializada en las áreas de comercio de servicios, industria audiovisual, atracción de inversión extranjera directa y protección de los derechos de autor y derechos conexos, se sugiere a los profesionales en el área desarrollar futuras líneas de investigación conexas. Dichas investigaciones pueden basarse, o incluir las temáticas señaladas a continuación:

- Procedimientos aduaneros para el desarrollo de películas y material audiovisual producido en Costa Rica;
- admisión temporal de mercancías relacionadas con la producción audiovisual;

- régimen de perfeccionamiento activo para las producciones audiovisuales extranjeras transformadas en Costa Rica;
- régimen de perfeccionamiento pasivo para las producciones audiovisuales nacionales transformadas en el extranjero;
- procedimientos de observancia de los derechos de propiedad intelectual relacionados con la industria audiovisual, entre otros.

Referencias Bibliográficas

- Arias, C. y Chávez, G. (2009) Costa Rica: Internacionalización de los servicios audiovisuales por medio del aprovechamiento y generación de sinergias. Dirección de Inteligencia Comercial – PROCOMER. Recuperado de: <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Presentacion%20audiovisual%20CRSS.pdf>
- Arias, J. (28 de agosto del 2018). Impuesto a Netflix y Spotify: ¿Cómo se cobraría? CRHoy. Recuperado de: <https://www.crhoy.com/economia/impuesto-a-netflix-y-spotify-como-se-cobraría/>
- Asamblea Legislativa (s.f) Proyecto de Ley. Ley de cinematografía y audiovisual. Recuperado de <https://pac.cr/wp-content/uploads/2017/12/LEY-DE-CINEMATOGRAF%C3%8DA-Y-AUDIOVISUAL.pdf>
- Asamblea Legislativa (1982) Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, N°6683
- Asamblea Legislativa (1994) Ley N°7440, Ley General de Espectáculos Públicos, Materiales Audiovisuales e Impresos.
- Asamblea Legislativa (2000) Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, Ley N°8039
- Asamblea Legislativa (2015). Dictamen Unánime Negativo: Proyecto de Ley “Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica”. San José, Costa Rica.
- Banco Central de Costa Rica (2017) Costa Rica: Exportaciones de Servicios y sus principales mercados de destino. Recuperado de: http://www.bccr.fi.cr/estadisticas_macro_2012/documentoscnadocpresentaciones/Exportacionesdeservicio_y_sus_principales_mercados.pdf
- Banco Interamericano de Desarrollo (abril 2015) Carta Mensual INTAL N°224.
- Banco Mundial (2018). Total de población: México y Colombia, 2018. Recuperado de: <https://data.worldbank.org/indicador/SP.POP.TOTL>
- Belando, B. y Montiel, G. (s.f) La regulación de los contenidos audiovisuales: presente y futuro. Recuperado de: https://www.uv.es/genero/docs/public_com/reg_contenidos_aud.pdf

Buitrago, F. y Duque, I. (2013) La Economía Naranja. Una Oportunidad Infinita. Recuperado de:

<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3A%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>

Buyers Trade Mission –BTM (2018). Event: 2018 Buyers Trade Mission, 20th edition.

Recuperado de: <http://www.btmcr.com/>

Cámara Argentina de Productoras Pymes Audiovisuales (s.f.). Propuesta de Programa de incentivo a la co-producción Argentina-Brasil. Córdoba, Argentina. Recuperado de:

<http://cappaaudiovisual.com/wp-content/uploads/2016/01/Acuerdo-CAPPA-ABPITV.pdf>

Cámara de Comercio de Costa Rica (s.f.). Guía básica para abrir un negocio en Costa Rica.

San José, Costa Rica. Recuperado de: <http://camara-comercio.com/wp-content/uploads/2016/05/Gu%C3%ADa-B%C3%A1sica-para-Abrir-una-Empresa-en-CR.pdf>

Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación –CAMTIC (s.f.). Capítulo de la Industria Audiovisual Costarricense. Recuperado de:

<http://www.camtic.org/sobre-camtic/capitulos/capitulo-de-la-industria-audiovisual-costarricense/>

Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación –CAMTIC (s.f.). Sobre CAMTIC

Recuperado de: <https://www.camtic.org/sobre-camtic/>

Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación –CAMTIC (2015). Mapeo Sectorial de Tecnologías Digitales 2014. Recuperado de:

<http://www.procomer.com/uploads/downloads/ce17d89f6dd37eca635fca7f9df20890f8873751.pdf?platform=hootsuite>

Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación –CAMTIC (2018). CEPAL y Unión Europea lanzan asistencia técnica a la economía naranja de Costa Rica, Colombia y Panamá. CAMTIC: Noticias destacadas. Recuperado de:

<https://www.camtic.org/actualidad-tic/cepal-y-union-europea-lanzan-asistencia-tecnica-a-la-economia-naranja-de-costa-rica-colombia-y-panama/>

Castellanos, A. (2005). Asistencia técnica para la elaboración de un diagnóstico y una metodología para diseñar indicadores cuantitativos en los países centroamericanos.

UNESCO. Distrito Federal, México.

- Castro, A. (2010). El derecho de autor ante las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la economía del conocimiento. Revista de Ciencias Jurídicas. Facultad de Derecho. UCR. San José, Costa Rica. Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/juridicas/article/view/13399>
- Central America Data (31 de agosto del 2012) De película: La Ley de cine de Panamá. Recuperado de: https://www.centralamericadata.com/es/article/home/De_pelcula_La_Ley_de_Cine_de_Panam
- Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (s.f.). Programas. Recuperado de: <https://www.centrodecine.go.cr/programas>
- Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (s.f.). Quiénes somos. Recuperado de: <https://www.centrodecine.go.cr/direccion/centro-costarricense-produccion-cinematografica>
- Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (2018). Archivo de imagen del centro de cine: largometrajes, cortometrajes y documentales. Producciones costarricenses. Recuperado de: <https://www.centrodecine.go.cr/catalogo/producciones-costarricenses>
- CEPAL (2007). Manual de Políticas Públicas: Países menos adelantados (PMA). Recuperado de: <https://www.cepal.org/cgi-bin/getprod.asp?xml=/iyd/noticias/paginas/9/32529/P32529.xml&xsl=/iyd/tpl/p18f.xsl&base=/iyd/tpl/top-bottom.xsl>
- CINDE (s.f). Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo: ¿Por qué Costa Rica? Recuperado de: <https://www.cinde.org/es/por-que>
- Ciudad de Bayamón (7 de marzo del 2011) Nuevos incentivos impulsarán crecimiento de la industria de cine y TV en Puerto Rico. Recuperado de: <http://www.municipiodebayamon.com/nuevos-incentivos-impulsan-crecimiento-de-la-industria-de-cine-y-tv-en-puerto-rico/>
- Columbia University Libraries (s.f.) Law School: Copyright Advisory Services - Fair Use. Recuperado de: <https://copyright.columbia.edu/basics/fair-use.html>
- Consejo Nacional de Rectores (2014) XX Informe Estado de la Nación. Capítulo 3: Oportunidades, Estabilidad y Solvencias Económicas. San José, Costa Rica.

- Recuperado de: <http://www.estadonacion.or.cr/20/assets/cap-3-estado-nacion-20-2014-baja.pdf>
- Convenio Andrés Bello (s.f) Inicio. ¿Quiénes somos? Recuperado de <http://convenioandresbello.org/inicio/que-es-el-cab/>
- Correa, C. (2015). La propiedad intelectual en tiempos de crisis. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/31852377_Acuerdo_TRIPs_regimen_internacional_de_la_propiedad_intelectual_CM_Correa
- Costa Rica Services Summit (2018). Beneficios y programa: Costa Rica Services Summit. Recuperado de: <http://www.servicesummitcr.com/>
- Crusafon, C. (2000). El espacio audiovisual europeo: análisis de la industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los noventa. Tesis doctoral, Bellaterra, Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de <http://www.tdx.cat/handle/10803/4215>
- Derechos Digitales (17 de septiembre del 2008). Fair use, fuente de creatividad y prosperidad. Recuperado de: <https://www.derechosdigitales.org/908/fair-use-fuente-de-creatividad-y-prosperidad/>
- Díaz, A. (18 de abril del 2018). Asamblea Legislativa dictaminó de manera positiva el proyecto de “Ley de Cinematografía y Audiovisual. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/entretenimiento/asamblea-legislativa-dictamino-de-manera-positiva/36XZYXP2LJEU7M5R5DLBDDLJE/story/>
- Egeda (2017) Impacto económico del sector cinematográfico y audiovisual y análisis costo-beneficio de la implementación del anteproyecto a la Ley de Cinematografía y el Audiovisual. Escuela de Gestión Pública. Universidad del Pacífico. Lima, Perú. Recuperado de: <http://dafo.cultura.pe/wp-content/uploads/2017/09/Estudio-UP-Ley-de-Cine-VF.pdf>
- Egeda (2017). Panorama audiovisual iberoamericano 2017. Departamento de Reparto y Documentación de Egeda. Madrid, España. Recuperado de: <http://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2017/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202017.pdf>
- Fernández, E. (10 de junio del 2017). Costa Rica quiere impulsar un conglomerado de negocios fílmicos. El Financiero. Recuperado de:

- <https://www.elfinancierocr.com/negocios/costa-rica-quiere-impulsar-un-conglomerado-de-negocios-filmaticos/22DVYWVWCRHPDIWYFVDKHQ2BGQ/story/>
- Film Commission Chile (22 de mayo del 2017). Chile estrena su primer programa de apoyo a inversiones audiovisuales de alto impacto. Recuperado de: <https://www.filmcommissionchile.org/chile-estrena-su-primer-programa-de-apoyo-a-inversiones-audiovisuales-de-alto-impacto/>
- Flores, B. (2018) Costa Rica cerró 2017 con cifras históricas de Inversión Extranjera. En *La República*. Recuperado de: <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-cerro-2017-con-cifras-historicas-de-inversion-extranjera>
- García, C. (18 de enero del 2011). La onda de las coproducciones internacionales y los incentivos en América Latina. LatAmcinema.com. Recuperado de: <https://www.latamcinema.com/especiales/la-onda-de-las-coproducciones-internacionales-y-los-incentivos-en-america-latina/>
- García, O; Palao, J; Rojo, P; Sáez, F (2005). Teoría General del Entorno. Capítulo 2. Recuperado de: <http://dit.upm.es/~fsaez/intl/capitulos/2%20-Teor%EDa%20general%20del%20entorno.pdf>
- Gómez, R. (2006) El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la Industria Audiovisual mexicana (1994-2002). (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- González, M. (12 de octubre del 2018). Ticos deben aceptar el impuesto a Netflix. Diario La Extra. Recuperado de: <http://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/372284/ticos-deben-aceptar-impuesto-a-netflix>
- Gutiérrez, T. (2 de marzo del 2018). Mayo vendrá con impuestos a Netflix y gimnasios. La República. Recuperado de: <https://www.larepublica.net/noticia/mayo-vendra-con-impuestos-a-netflix-y-gimnasios>
- Herd, N. (2004). Chasing the Runaways: Foreign Film Production and Film Studio Development in Australia 1988-2002. Strawberry Hills. San Diego, California. Estados Unidos. Recuperado de: http://www.dga.org/news/pr_runaway.pdf
- Hernández, C. (2002) La teoría del crecimiento endógeno y el comercio internacional. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, Vol.12, 95-112. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/viewFile/CESE0202110095A/9834>

- Herrera, M. (26 de enero del 2015). "Maikol Yordan de viaje perdido" es la película más vista en la historia de Costa Rica. Periódico La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/cine/maikol-yordan-de-viaje-perdido-es-la-pelicula-mas-vista-en-la-historia-de-costa-rica/IZ7PGSKN3ZDG7HUGEPD5KHNOXY/story/>
- Hinojosa, M. (2015). Plan empresarial, flujos de promoción y ubicación internacional de proyectos audiovisuales. Industrias culturales. El caso andaluz. (Tesis doctoral). Universidad de Málaga, España.
- Infobae (19 de febrero de 2018). Netflix superó los 117 millones de suscriptores en el mundo. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/tecno/2018/02/19/netflix-supero-los-117-mil-millones-de-suscriptores-en-el-mundo/>
- Instituto Internacional Español de Marketing Digital –IEMD (s.f.) ¿Qué es economía digital? Definición. Recuperado de: <https://iiemd.com/economia-digital/que-es-economia-digital>
- Kuan, Y. (2011) Producción limpia y consumo sostenible. Universidad Tecnológica de Pereira. Pereira, Colombia. Recuperado de: <http://www.produccionmaslimpia.org/documentos/memorias/PLYCS/YUAN/PRESENTACION%20YUAN%20KUAN.pdf>
- La Gaceta N°12 (23 de enero del 2018). Expediente N° 20.661 Proyecto de Ley "Ley de Cinematografía y Audiovisual". San José, Costa Rica. Recuperado de: https://www.imprentanacional.go.cr/pub/2018/01/23/ALCA12_23_01_2018.pdf
- La Gaceta N° 98 (23 de mayo del 2011). Reforma al artículo 3° del Decreto Ejecutivo N° 35384-MCJ-COMEX del 24 de junio del 2009, denominado "Creación de la Comisión Fílmica de Costa Rica". San José, Costa Rica. Recuperado de: http://www.gaceta.go.cr/pub/2011/05/23/COMP_23_05_2011.pdf
- La Gaceta N°117 (19 de junio del 2014). Expediente N°19.060 Proyecto de Ley "Fortalecimiento del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica" San José Costa Rica.
- La Gaceta N°143 (24 de julio del 2009) Decreto N° 35384-MCJ-COMEX. Creación de la Comisión Fílmica de Costa Rica. San José, Costa Rica.
- La Gaceta N° 163 (21 de agosto del 2009). Proyecto N°17453 Ley de Fomento a la Industria Audiovisual. San José, Costa Rica.

- La Información (07 de marzo del 2016) Sector audiovisual brasileño es un modelo para España, dicen especialistas. La Información. Recuperado de: https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/television/sector-audiovisual-brasileno-es-un-modelo-para-espana-dicen-especialistas_DHzd1HKoMeNYV93L9WOxP3/
- LatAmcinema.com (14 de agosto del 2015) Film Commissions: Un mapa de los incentivos económicos en Latinoamérica. Guía Comisiones Fílmicas Latinoamericanas 2015-2016. Revista digital #15. Recuperado de: <https://issuu.com/latamcinema/docs/numero-15>
- Lipszyc, D. (2004) Nuevos temas de derecho de autor y derechos conexos. Paris; UNESCO.
- López, F. (1998). Los derechos de Autor en Costa Rica. Bibliotecas. Vol. XVI, No. 1. Enero-diciembre, 1998. Recuperado de: http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_JUNIO_2012_51/UN/BIBLIOTECOLOGIA/1998/601-1839-1-SM.pdf
- Mattos, J. (2001). Los desafíos de la Clasificación de los Servicios y su importancia para las negociaciones comerciales. Comercio Internacional. División de Comercio Internacional e Integración. CEPAL. Santiago de Chile, Chile. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4359/1/S2001711_es.pdf
- Mederas, A. (7 de mayo del 2013). Las opiniones encontradas de la Ley de Cine. Prensa deleFOCO. Comunidad Audiovisual deleFOCO. Recuperado de: <http://archivo.delefoco.com/Default.aspx?action=news-view&id=2588>
- MERCOSUR (s.f.) El sector audiovisual uruguayo: principales políticas y datos. Sistema de Información Cultural de Uruguay. Montevideo, Uruguay. Recuperado de: <http://sicsur.mercosurcultural.org/archivos/El-sector-audiovisual-uruguay.pdf>
- MIDEPLAN (2007). Manual Explicativo de los Organigramas del sector público costarricense. Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. San José, Costa Rica. Recuperado de: https://documentos.mideplan.go.cr/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/237a1427-b5f7-4b41-be16-8993ca567e32/organigrama_del_sector_publico.pdf?quest=true

- Ministerio de Comercio Exterior – COMEX (s.f.). Sobre COMEX Recuperado de: https://www.comex.go.cr/acerca_comex/index.aspx
- Ministerio de Comercio Exterior – COMEX (2015). Consulta sectorial de servicios: Servicios audiovisuales y servicios de publicidad. TLC Centroamérica-Corea y Acuerdo sobre Comercio de Servicios (TiSA) Recuperado de: http://www.comex.go.cr/tratados/proceso_negociacion/tisa/Consultas_sectoriales/V%20Consulta%20sectorial/02_Audiovisuales%20y%20publicidad.pdf
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (s.f.). Sector audiovisual: Plan Estratégico para una Industria más competitiva. MCJ de Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2007) Decreto Ejecutivo N° 34024. Declara de interés público nacional la industria cultural cinematográfica y audiovisual en Costa Rica. Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=61325&nValor3=69554&strTipM=TC
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2013). Aporte económico del ámbito público a la cultura costarricense, periodo 2010-2012. Cuenta Satélite de Cultura, Unidad de Cultura y Economía, MCJ; San José, Costa Rica.
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2013). Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: Primeras mediciones Sectores Editorial, Audiovisual y Publicidad 2010-2012. Cuenta Satélite de Cultura, Unidad de Cultura y Economía, MCJ; San José, Costa Rica. Recuperado de: <https://cdn.cuentasatelitecultura.go.cr/wp-content/uploads/CSCCR-Primeras-Mediciones-documento1.pdf>
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2013). ¡La cultura cuenta! Presentación oficial de las primeras mediciones. Cuenta Satélite de Cultura, Unidad de Cultura y Economía, MCJ; San José, Costa Rica. Recuperado de: <https://cdn.cuentasatelitecultura.go.cr/wp-content/uploads/CSCCR-PPT-final-17oct.pdf>
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2013). Resultados generales: Sector audiovisual. Cuenta Satélite de Cultura, Unidad de Cultura y Economía, MCJ; San José, Costa Rica. Recuperado de: <https://cuentasatelitecultura.go.cr/resultados/>

- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2014) Cine y Audiovisuales. Recuperado de: http://www.mcj.go.cr/actualidad/temas_artes/cine/index.aspx
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2015) Resolución Administrativa CCPC/CFN-N°02. Recuperado de: <http://www.enredadoslaconfusion.com/beta2/Carta001.pdf>
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2016). CSCCR: Primeros Resultados 2010-2015. MCJ; San José, Costa Rica.
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2016) Organigrama. Recuperado de: <http://www.mcj.go.cr/ministerio/Organigrama/organigrama%20MCJ%20Noviembre%202016.pdf>
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2016). Resumen ejecutivo CSCCR 2016: Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica ¡La cultura cuenta! MCJ; San José, Costa Rica.
- Ministerio de Cultura y Juventud - MCJ (2017). El Sector audiovisual de Costa Rica: datos y competitividad. MCJ; San José, Costa Rica.
- Ministerio de Educación y Cultura de Uruguay (2009). Hacia la Cuenta Satélite en Cultura del Uruguay. Medición Económica sobre el Sector Cultural. Montevideo, Uruguay: Editorial Zona Editorial.
- Ministerio de Hacienda (s.f.) Hacia el fortalecimiento de la Hacienda Pública: Preguntas y respuestas sobre el IVA y Renta. Recuperado de: https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http://www.hacienda.go.cr/docs/55c8fc6e0b4fa_Preguntas%20y%20respuestas%20sobre%20IVA%20y%20Renta.docx
- Ministerio de Hacienda (s.f.). Servicio Nacional de Aduanas. Recuperado de: <https://www.hacienda.go.cr/contenido/284-servicio-nacional-de-aduanas>
- Ministerio de Hacienda (s.f.) Tributos vigentes en Costa Rica. Recuperado de: https://www.hacienda.go.cr/docs/570540179b204_tributosvi.pdf
- Ministerio de Justicia y Paz (2009). Reglamento a la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos. No. 24611-J. Recuperado de: <https://www.tra.go.cr/NormativaRegistral/Reglamento%20a%20la%20Ley%20de%20derechos%20de%20autor%20y%20derechos%20conexos.pdf>
- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica - MIDEPLAN (2010). Sector público costarricense y su organización. Ministerio de Planificación Nacional y

Política Económica. San José, Costa Rica. Recuperado de:
https://documentos.mideplan.go.cr/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/b62e1164-3b6e-449a-b531-f2076223dc81/Doc_Sector-Publico-Costarricense-y-su-organizaci%C3%B3n-Versi%C3%B3n-final.pdf?quest=true

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica - MIDEPLAN (2016) Evolución de la Inversión Extranjera Directa en Costa Rica en el 2015. Recuperado de:
https://documentos.mideplan.go.cr/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/21c70320-1306-4f98-8fd5-769840984f6f/Evolucion_de_la_Inversion_Extranjera_en_CR_2015.pdf?quest=true

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica -MIDEPLAN (2017). Organigrama del sector público costarricense. Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. Recuperado de:
<https://documentos.mideplan.go.cr/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/57787594-4413-4f0c-9ccd-b6a4e2f6d091/Organigrama%20del%20sector%20publico%20costarricense%20vi gente.pdf?quest=true>

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica - MIDEPLAN (2018) Informe Anual de Seguimiento y Cumplimiento de metas 2016, PND 2015-2018. Recuperado de:
https://documentos.mideplan.go.cr/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/2ac20a09-9b48-4847-ac94-e84f06f732be/INFORME_DE_EVALUACION_PND_ANUAL

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica –MIDEPLAN- (2018). Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 “Alberto Cañas Escalante”. Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. San José, Costa Rica. Recuperado de:
<https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/L4VkJAE53TyOWyPR9BAB-qA>

Mora, E. (s.f.). El mercado de la animación, videojuegos y apps en Colombia. Estudio de Mercado. Dirección de Inteligencia Comercial. Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica; San José, Costa Rica. Recuperado de:
<http://www.procomer.com/uploads/downloads/92f980db298ad06f51abdbab079b1b660cb7a9c5.pdf>

- Mora, P. (8 de julio del 2016). Gobierno ofrece mantener porcentaje de PIB para el FEES durante los próximos dos años. UCR. Recuperado de: <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2016/07/08/gobierno-ofrece-mantener-porcentaje-del-pib-para-el-fees-durante-los-proximos-dos-anos.html>
- Organización de Estados Americanos OEA (2004) La cultura como generadora de crecimiento económico, empleo y desarrollo. II Reunión Interamericana de Ministros y Altas Autoridades de Cultura. Recuperado de: <http://www.oas.org/udse/espanol/documentos/1-5.doc>
- Organización Mundial de Comercio – OMC (s.f.). Costa Rica y la OMC: Lista de servicios y exenciones del trato NMF. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/countries_s/costa_rica_s.htm
- Organización Mundial de Comercio –OMC (1995). Acuerdo General sobre Comercio de servicios. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/26-gats.pdf
- Organización Mundial de Comercio – OMC (2010). La medición del Comercio de Servicios. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/services_training_module_s.pdf
- Organización Mundial de Comercio –OMC (2016). Comercio de mercancías y comercio de servicios comerciales. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2017_s/WTO_Chapter_04_s.pdf
- Organización Mundial de Comercio – OMC (2018). Servicios por sectores: Servicios Audiovisuales. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/audiovisual_s/audiovisual_s.htm
- Organización Mundial de Propiedad Intelectual –OMPI (s.f) Derecho de autor. Recuperado de: <http://www.wipo.int/copyright/es/>
- Organización Mundial de Propiedad Intelectual – OMPI (s.f.) Reseña del Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT) (1996). Recuperado de: http://www.wipo.int/treaties/es/ip/wct/summary_wct.html
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual –OMPI (1996) Tratado sobre Derecho de Autor. Recuperado de: <http://www.wipo.int/wipolex/es/details.jsp?id=12740>

- Organización Mundial de Propiedad Intelectual –OMPI (2003). Guía sobre los tratados de derecho de autor y derechos conexos administrados por la OMPI. Recuperado de: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/copyright/891/wipo_pub_891.pdf
- Oxford Economics (2014) El impacto económico de las industrias creativas en las Américas. Recuperado de: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/blog/14/01/12/creative-economy-americas/>
- Partido Acción Ciudadana Fracción Legislativa (2017) Ley de Cine modernizará la administración para el desarrollo de producción cinematográficas y audiovisuales en el país. Recuperado de <https://pac.cr/Ley-de-cine-modernizara-la-administracion-para-el-desarrollo-de-producciones-cinematograficas-y-audiovisuales-en-el-pais/>
- Perdomo, A. et al. (2014). La protección de interpretaciones y ejecuciones audiovisuales en Colombia. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Recuperada de: https://repository.javeriana.edu.co:8443/bitstream/handle/10554/14871/PerdomoM_argfoyaAndreaCarolina2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Porras, N. (2017). Acuerdos Internacionales de Inversión. Comercio de Servicios. Escuela de Administración Pública. Universidad de Costa Rica. [material didáctico]
- ProChile (2016). Estudio de Mercado de Servicios Audiovisuales en Colombia. Oficina Comercial de Chile en Colombia. Bogotá, Colombia. Recuperado de: https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/1431540945PMS_Colombia_Audiovisuales_2015.pdf
- ProChile (2017). Estudio de Mercado Servicios Audiovisuales de en México. Oficina Comercial de Chile en Guadalajara. Guadalajara, México. Recuperado de: https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2017/10/pms_servicios_audiovisuales_m%C3%A9xico.pdf
- PROMÉXICO (27 de diciembre del 2015). Incentivos y financiamiento Film Friendly: México ofrece atractivos esquemas de incentivos diseñados para la industria. Gobierno de la República de Estados Unidos Mexicanos. Recuperado de: <https://www.gob.mx/promexico/acciones-y-programas/incentivos-y-financiamiento-film-friendly?idiom=es>
- Promotora de Comercio Exterior – PROCOMER (s.f). Costa Rica: Animation Industry. Recuperado de:

<http://www.procomer.com/uploads/downloads/7066850db39902794a0b6a6aa6128d8fb8b7bc20.pdf>

Promotora de Comercio Exterior – PROCOMER (s.f). Costa Rica: Your New Film Lovecation. Recuperado de:

<http://www.procomer.com/uploads/downloads/a548cb0ade1e9732d16820f1f9ce739f5b494354.pdf>

Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (2012) Manual del diplomático para el comercio Exterior. Recuperado de: <http://www.procomer.com/downloads/informes-planes/gestion/Manual%20del%20diplomatico.pdf>

PROCOMER & CAMTIC (2015) Mapeo Sectorial de Tecnologías Digitales. San José; Costa Rica.

Protectia (2014) Convenio de Berna. Recuperado de:

<http://www.protectia.eu/blog/diccionario-propiedad-industrial/convenio-de-berna/>

Pulido et al. (2016), Derechos de autor, enfoque económico, evolución y perspectivas. Revista de Economía Institucional. Volumen 18, N°35, p. 151-169. Recuperado de:

<https://www.economiainstitutional.com/esp/vinculos/pdf/No35/09pulido35.pdf>

Radio Macondo (25 de febrero del 2014). Nueva Ley colombiana: incentivos a la producción de películas. Recuperado de: <https://www.radiomacondo.fm/arte-y-cultura/nueva-Ley-colombiana-incentivos-a-la-produccion-de-peliculas/>

Rangel, H. (2011). La observancia de los derechos de propiedad intelectual. Jurisprudencia. Organización Mundial de Propiedad Intelectual. Ciudad de México, México.

Recuperado de:

http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/627/wipo_pub_627.pdf

Registro Nacional República de Costa Rica (2013). Derechos de Autor y Derechos Conexos. Inscripción. Fascículo 3. San José, Costa Rica. Recuperado de:

[http://www.registronacional.go.cr/propiedad_industrial/documentos/fasciculos%20propiedad%20industrial/RN-3%20Inscripcion%20\(Derechos%20de%20Autor%20y%20Conexos\).pdf](http://www.registronacional.go.cr/propiedad_industrial/documentos/fasciculos%20propiedad%20industrial/RN-3%20Inscripcion%20(Derechos%20de%20Autor%20y%20Conexos).pdf)

Riveri, V. (2008). Industria Cinematográfica en Chile; Caracterización y perspectivas. (Tesis de grado). Universidad de Chile, Chile. Recuperada de:

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108466/Industria%20cinematogr%C3%A1fica%20en%20Chile.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Roffe, P (2014). Los derechos de propiedad intelectual en los acuerdos de libre comercio celebrados por países de América Latina con países desarrollados. Naciones Unidas. División de Comercio Internacional e Integración. Santiago de Chile. Recuperado de:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4416/1/S2006610_es.pdf

Sánchez, A. (16 de enero del 2017). “Presos” será la primera película costarricense en Netflix. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/cine/presos-sera-la-primera-pelicula-costarricense-en-netflix/WW5PD3ESYJG7BPV3RAT2SZNPJU/story/>

Sánchez. A. (21 de febrero del 2017). Comisionado fílmico de Costa Rica José Castro: “Veo al país convertido en el mejor destino de filmación regional. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/cine/comisionado-filmico-de-costa-rica-jose-castro-veo-al-pais-convertido-en-el-mejor-destino-de-filmacion-regional/UEPHXRDSZDDZFNUVZUJL5GPM/story/>

Sánchez, A. (20 de diciembre del 2017). Nuevo proyecto de Ley de cine tomó por sorpresa al gremio audiovisual. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/cine/nuevo-proyecto-de-Ley-de-cine-tomo-por-sorpresa-al/G6JU2BRQ6BDRHE56OI2GHFU2D4/story/>

Seuba, X. (2015). The global regime for the enforcement of intellectual property rights. International Centre for Intellectual Property Studies. Université de Strasbourg. Strasbourg, France. Recuperado de: <https://www.cambridge.org/core/books/global-regime-for-the-enforcement-of-intellectual-property-rights/8DC5A1D394407D8F0E8003B43742DB73>

Sicultura (s.f.). Sistema Nacional de Radio y Televisión, SINART. Recuperado de: <https://si.cultura.cr/grupaciones-y-organizaciones/sistema-nacional-de-radio-y-television-sinart.html>

SINART. S.A. (s.f.). Transparencia: Información Financiera-Contable. Informe de Evaluación del Plan Operativo Institucional 2015 y del Presupuesto. Recuperado de: <http://transparencia.sinart.go.cr/index.php/financiero-contable>

- SINART. S.A. (s.f.). Transparencia: Información Financiera-Contable. Presupuesto Ordinario 2017. Recuperado de: <http://transparencia.sinart.go.cr/index.php/financiero-contable>
- Taubman, W. (2012). The Making of the TRIPS Agreement. World Trade Organization. Geneva, Switzerland. Recuperado de: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trips_agree_e/history_of_trips_nego_e.pdf
- The Economist (18 de abril del 2013). Beyond GDP. Recuperado de: <https://www.economist.com/feast-and-famine/2013/04/18/beyond-gdp>
- Torreblanca, F. (2015). Qué es el macro entorno y su papel en la estrategia de marketing. Recuperada de: <https://franciscotorreblanca.es/que-es-el-macroentorno/>
- Torrent, R. y Gómez, L. (2008) Informe sobre el tratamiento del sector audiovisual y de la diversidad cultural en el marco de los principales acuerdos y organizaciones internacionales. Broadcasting Regulation & Cultural Diversity. Recuperado de http://www.mesadiversitat.cat/pfw_files/cma/brcd/documents/2-GATS_Audiovisual.pdf
- Tubón, S. (2015). La propiedad intelectual en el sector textil, la piratería y el derecho patrimonial del titular. Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador. Recuperado de: <http://186.3.45.37/bitstream/123456789/595/1/TUAABG069-2015.pdf>
- UNCTAD (s.f.). The Global Intellectual Property Rights System. UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development. Ginebra, Suiza. Recuperado de: https://www.iprsonline.org/unctadictsd/Policy%20Discussion%20Paper/PP_Part%20I_2.pdf
- UNCTAD (2002). Servicios audiovisuales: Incremento en la participación de los países en desarrollo. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Recuperado de: http://www.unctad.org/en/docs/c1em20d2_en.pdf
- UNESCO (s.f.). El observatorio mundial de lucha contra la piratería. Costa Rica. Recuperado de: http://www.unesco.org/culture/pdf/costarica_cp_es
- UNESCO (s.f.). Listado de la Convención del Patrimonio de la Humanidad. Recuperado de: <http://whc.unesco.org/es/list/?iso=cr&search=&>

- UNESCO (2009). Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf>
- Universidad Creativa (s.f.). Carreras, cursos libres y seminarios. Recuperado de: <http://ucreativa.com/ucreasite/index.php/carreras/desarrollo-y-diseno-de-videojuegos>
- UCR. (s.f.). Canal 15 UCR. ¿Quiénes somos? Recuperado de: <http://www.canalucr.ucr.ac.cr/%C2%BFquienes-somos.html>
- UCR. (2018). Presupuesto ordinario 2017 UCR. Recuperado de: <https://www.ucr.ac.cr/acerca-u/ucr-en-cifras.html>
- Universidad Véritas (s.f.). Academia: Carreras de la Facultad de Imagen Universidad Véritas. Recuperado de: <http://www.veritas.cr/escuelas/animacion-digital>
- Venegas, W. (21 de diciembre del 2014) Crítica de cine: Maikol Yordan. Periódico La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/cine/critica-de-cine-maikol-yordan/LLBBAF6KMRGUBMQCKIF7DJP2SM/story/>
- Viajejet (2017). ¿Qué es el ecoturismo y cuáles son sus características? Recuperado de: <https://www.viajejet.com/ecoturismo/>
- World Cinema Amsterdam (s.f.). Festival World Cinema Amsterdam Go Cuba! Comisión de evaluación GOCUBA! Ámsterdam, Países Bajos. Recuperado de: http://www.worldcinemaamsterdam.nl/doc/GO_CUBA_reglamento.pdf
- Zamora, A. (2003). Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional firmados por los países latinoamericanos, el caso del Sector audiovisual. (Tesis para optar por el grado de licenciatura). UCR, Costa Rica. Recuperada de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/1394/1/22759.pdf>
- Zoom Back (s.f.) Chile buscará recibir a producciones internacionales con un importante incentivo económico. Recuperado de: <http://www.zoomback.cl/cine-chileno/chile-buscara-recibir-producciones-internacionales-importante-incentivo-economico/>

Anexos

Anexo I: Modelos de entrevistas a profundidad aplicadas a representantes sectoriales y especialistas en temas de Inversión Extranjera Directa y Derechos de Propiedad Intelectual

Anexo #1: Modelo de Entrevista a Profundidad

Daniel Alarcón Villamizar

Director Técnico de Luciérnaga Producciones. Ingeniero y Diseñador de Sonido

Fecha de aplicación: 19 de mayo del 2017

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria?
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual de este sector en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual del sector, ¿Cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el área del Sector audiovisual, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. En comparación con otras expresiones artísticas, tales como las artes dramáticas, musicales, editoriales, entre otras, ¿Cuál considera, que es el factor diferenciador de la industria audiovisual? ¿Supone esto un reto particular? ¿Por qué?
7. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la industria audiovisual? Si es así, ¿Cómo? Si no, ¿Cómo podría hacerlo?
8. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual?
9. ¿Cuál de las etapas del proceso de desarrollo del proyecto audiovisual, considera usted, requiere un mayor flujo de capital? ¿Por qué? ¿De qué manera específica se puede emplear la inversión extranjera directa para facilitar este proceso?

10. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a este sector en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?
11. ¿Considera usted que en la actualidad existen instituciones, públicas o privadas, que realizan esfuerzos para potenciar el desarrollo sectorial en el país, y el acceso a mercados internacionales? ¿Cuáles son? Caso contrario, ¿Cuáles instituciones considera usted deberían ser competentes en este campo?
12. ¿Qué factores considera usted, son importantes para el desarrollo de la industria audiovisual en un país? ¿Los mismos se encuentran presentes en Costa Rica?
13. Finalmente, ¿En qué factores económicos, sociales y legales, propios de la industria audiovisual en el país, debería basarse Costa Rica para promover el desarrollo de este sector, y promocionar sus exportaciones en servicios audiovisuales?

San José, Costa Rica. 04 de febrero del 2019

Señores
Miembros de la Comisión de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración Pública
Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
San José, Costa Rica

Asunto: Carta de consentimiento de uso de datos

Por medio de la presente, yo, Daniel Alarcón Villamizar, otorgo la presente carta de consentimiento para el uso de mis datos personales en la investigación: **“Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica”** así como el material escrito y didáctico para fines de la investigación realizada por María Fernanda Hidalgo Calderón, Paola López Ulate y Fabricio Solís Solís en el marco de la presentación de su memoria de seminario de graduación para optar por el título de licenciados en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica

Este tipo de datos únicamente serán utilizados para los fines académicos, no pudiendo así, usarlos para fines publicitarios, de divulgación en medios de comunicación u otro fin comercial.

Todos los datos que fueron vertidos a través del estudio tendrán mi consentimiento para ser usados durante la investigación, su presentación y posterior inclusión en la documentación relacionada, la cual se encontrará disponible al estudiantado en los medios físicos y digitales habilitados por la Escuela de Administración Pública de la Universidad de Costa Rica.

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada a la presente carta, quedando a sus órdenes para cualquier, duda, aclaración o comentario que pudiese surgir de la información aquí presentada.

Reciban un cordial saludo,

Atentamente,



Daniel Alarcón Villamizar
Ingeniero en Audio y Diseñador Sonoro

Anexo #2: Modelo de Entrevista a Profundidad
Entrevistado #2
Colaborador Fab Lab Véritas
Fecha de aplicación: 11 de febrero del 2018

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la Industria de la tecnología aplicada al diseño, a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones, sentidas por usted, para dedicarse a la gestión y desarrollo de proyectos de diseño para la transformación e innovación social?
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual del sector de tecnología aplicada al diseño en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual del sector, ¿Cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector; para potenciar el desarrollo en esta área?
5. Desde su experiencia en la academia relativa a este sector, ¿cuáles considera, son los principales retos a los que se enfrentan los actuales y futuros profesionales en este sector? ¿Considera que el ámbito político, económico y social actual del país faculta al desarrollo de dichos profesionales?
6. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la industria de la Tecnología y el Diseño? Si es así, ¿Cómo? Si no, ¿Cómo podría hacerlo?
7. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de esta industria?
8. En pocas palabras, ¿Qué es un Fab Lab? ¿Cuál es el impacto del Fab Lab Véritas, específicamente en la educación, el comercio y la institucionalidad costarricense?
9. ¿Cuál es la importancia, a nivel nacional, de contar con el proyecto “BUILD IT UP”, como Plan País y Plan Regional Centroamericano de conexión local y global en Arte Ciencia y Tecnología?
10. Sobre la Experiencia *Fab Kids Sifais* en la Comunidad de la Carpio, ¿cuál considera usted, es la importancia de llevar el acceso a la tecnología aplicada al diseño, a comunidades en riesgo social en el país?

11. ¿Cómo puede beneficiarse el país de la ejecución del proyecto piloto en el marco de la Agenda para el Desarrollo, para la creación de centros de apoyo a la tecnología y la innovación?
12. ¿Cuál es el papel de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual en este proyecto, y las expectativas generadas en el país sobre la intervención de este ente?
13. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa al sector Tecnología y Diseño en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?
14. Finalmente ¿Considera usted que en la actualidad existen otras instituciones y programas, públicos o privados, que realizan esfuerzos para potenciar el desarrollo sectorial en el país, y el acceso a mercados internacionales? ¿Cuáles son? Caso contrario, ¿cuáles instituciones considera usted deberían ser competentes en este campo?

Anexo #3: Modelo de Entrevista a Profundidad**Entrevistado #3****Editor y Pos productor freelance. Profesor en el CETAV y en la Escuela de Cine y TV de la Universidad Véritas****Fecha de aplicación: 16 de febrero del 2018**

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria?
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual de este sector en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual del sector, ¿cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el área del sector audiovisual, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. Desde su experiencia en la academia relativa a este sector, ¿cuáles considera, son los principales retos a los que se enfrentan los actuales y futuros profesionales en este sector? ¿Considera que el ámbito político, económico y social actual del país faculta al desarrollo de dichos profesionales?
7. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la post-producción de obras audiovisuales en el país? Si es así, ¿cómo? Si no, ¿cómo podría hacerlo?
8. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual, en la etapa de post-producción, específicamente?
9. ¿Cuál de las etapas del proceso de desarrollo del proyecto audiovisual, considera usted, requiere un mayor flujo de capital? ¿Por qué? ¿De qué manera específica se puede emplear la inversión extranjera directa para facilitar, específicamente, el proceso de post-producción?

10. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a este sector en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?
11. ¿Considera usted que en la actualidad existen instituciones, públicas o privadas, que realizan esfuerzos para potenciar el desarrollo sectorial en el país, y el acceso a mercados internacionales? ¿Cuáles son? Caso contrario, ¿cuáles instituciones considera usted deberían ser competentes en este campo?
12. ¿Qué factores considera usted, son importantes para el desarrollo de la industria audiovisual en un país, específicamente en la etapa de post-producción de una obra audiovisual? ¿Los mismos se encuentran presentes en Costa Rica?
13. Finalmente, ¿en qué factores económicos, sociales y legales, propios de la industria audiovisual en el país, debería basarse Costa Rica para promover el desarrollo de este sector, y promocionar sus exportaciones en servicios audiovisuales?

Anexo #4: Modelo de Entrevista a Profundidad**Ana Cristina Castillo Castillo****Creadora Independiente de Contenido. Directora Comercial de La Pensión.****Fecha de aplicación: 8 de febrero del 2018**

1. Considerando la industria audiovisual como la oferta de servicios que incluye las áreas de pre producción, producción y post producción de contenido digital, en forma de largometrajes, cortometrajes, videos, documentales y demás, ¿cuál cree usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle esta Industria a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a la creación de contenido audiovisual?
3. ¿Cuánto tiempo lleva usted siendo creadora de contenido audiovisual? En dicho tiempo ¿cuál ha sido su experiencia en el este sector, como creadora de contenido, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
4. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual de la creación de contenido audiovisual en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional? Desde su experiencia propia en el campo, ¿Es rentable dedicarse exclusivamente a la creación de contenido en Costa Rica?
5. ¿Cuáles cree usted que son las ventajas y desventajas de la creación y post producción para la televisión, en comparación con el cine, en el país?
6. Sobre el estado actual del sector, ¿cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área, tanto dentro como fuera del país?
7. Desde su experiencia relativa a este campo, ¿cuáles considera, son los principales retos a los que se enfrentan los actuales y futuros artistas creadores de contenido en este sector? ¿Considera que el ámbito político, económico y social actual del país faculta a que nuevos artistas incursionen en este campo, como un pasatiempo o cómo profesión?
8. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de productos de la industria audiovisual, como películas, contenido para televisión, documentales, videos, entre otros? Si es así, ¿cómo? Si no, ¿cómo podría hacerlo?

9. ¿Qué beneficios considera usted, puede obtener Costa Rica por medio de la exposición en redes sociales y plataformas como Youtube, de productos audiovisuales tradicionalmente asociados al cine y la televisión? ¿Existen perjuicios en torno a dicha exposición? De ser así, ¿cuáles son?
10. Desde su perspectiva como creador de contenido, ¿Cuál de las etapas del proceso de desarrollo del proyecto audiovisual (pre producción, producción y postproducción), considera usted, requiere una mayor inversión, tanto de recursos económicos como humanos? ¿Por qué?
11. ¿Considera necesario, desde un punto de vista económico y cultural, que el país invierta fondos públicos o atraiga inversión extranjera para el desarrollo de productos de la industria audiovisual? ¿Por qué?
12. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a este sector en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo? Refiérase específicamente a su experiencia con portales específicos utilizados para publicar su contenido.
13. Finalmente, desde su experiencia como creadora de contenido audiovisual, ¿Ha sentido, en algún momento de su trayectoria, que el contenido publicado por usted no ha tenido la calidad, alcance, promoción, o resultado esperado, debido a limitaciones monetarias o de protección de su propiedad intelectual? ¿Cómo considera que el país y sus instituciones podrían apoyar su creación para su desarrollo?

San José, Costa Rica. 04 de febrero del 2019

Señores

Miembros de la Comisión de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración Pública
Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
San José, Costa Rica

Asunto: Carta de consentimiento de uso de datos

Por medio de la presente, yo, Ana Cristina Castillo León, cédula de identidad #1-0671-0512, otorgo la presente carta de consentimiento para el uso de mis datos personales en la investigación: "**Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica**" así como el material escrito y didáctico para fines de la investigación realizada por María Fernanda Hidalgo Calderón, Paola López Ulate y Fabricio Solís Solís en el marco de la presentación de su memoria de seminario de graduación para optar por el título de licenciados en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica

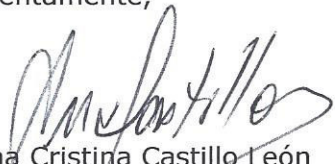
Este tipo de datos únicamente serán utilizados para los fines académicos, no pudiendo así, usarlos para fines publicitarios, de divulgación en medios de comunicación u otro fin comercial.

Todos los datos que fueron vertidos a través del estudio tendrán mi consentimiento para ser usados durante la investigación, su presentación y posterior inclusión en la documentación relacionada, la cual se encontrará disponible al estudiantado en los medios físicos y digitales habilitados por la Escuela de Administración Pública de la Universidad de Costa Rica.

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada a la presente carta, quedando a sus órdenes para cualquier, duda, aclaración o comentario que pudiese surgir de la información aquí presentada.

Reciban un cordial saludo,

Atentamente,



Ana Cristina Castillo León
Productora Audiovisual
Directora Comercial
Estudios Cinematográficos Orosí S.A.
Producciones La Zaranda Ltda.
anacastillo@ineficción.net

Anexo #5: Modelo de Entrevista a Profundidad
Santiago Salas Castro
Co-fundador y Director de Producción de Journey Animation
Fecha de aplicación: 22 de febrero del 2018

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual, específicamente la animación 2D y 3D, a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria?
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual de la animación digital costarricense, en comparación con industria s similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual de este sector, ¿Cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el campo de la animación digital, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. Desde su experiencia personal y profesional en el área, ¿Cuáles considera, son los principales retos a los que se enfrentan los actuales y futuros profesionales en este sector? ¿Considera que el ámbito político, económico y social actual del país faculta al desarrollo de dichos profesionales?
7. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la industria audiovisual, específicamente de la animación digital? Si es así, ¿Cómo? Si no, ¿Cómo podría hacerlo?
8. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de este sector?
9. ¿Cuál de las etapas del proceso de desarrollo de la animación, considera usted, requiere un mayor flujo de capital? ¿Por qué? ¿De qué manera específica se puede emplear la inversión extranjera directa para facilitar este proceso?
10. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a la animación desarrollada en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?
11. ¿Considera usted que en la actualidad existen instituciones, públicas o privadas, que realizan esfuerzos para potenciar el desarrollo sectorial en el país, y el acceso a

mercados internacionales? ¿Cuáles son? Caso contrario, ¿Cuáles instituciones considera usted deberían ser competentes en este campo?

12. ¿Qué factores considera usted, son importantes para el desarrollo de la industria audiovisual, específicamente en el área de la animación digital, en un país? ¿Los mismos se encuentran presentes en Costa Rica?
13. Finalmente, ¿En qué factores económicos, sociales y legales, propios de la industria audiovisual en el país, debería basarse Costa Rica para promover el desarrollo de este sector, y promocionar sus exportaciones en servicios audiovisuales?



Santiago Salas

para mí ▾

15:46 (Hace 35 minutos.)



Hola María Fernanda,

Felicidades por el título y claro les doy mi autorización para utilizar los datos que les envié y cualquier otro material que les haya compartido para el proyecto "Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica"

Buen día y una vez más felicidades a usted y todo su equipo por el logro.



--

Best regards.



Santiago Salas C.

Co-Founder / Production Manager

 (+1) 213-2614188

 (+506) 8981-8783

 (+506) 4788-7588

santiago.salas@journeyanimation.com



Anexo #6: Modelo de Entrevista a Profundidad
Gonzalo Alfonso Vargas Solís
Desarrollador de producto de Bushida Studio
Fecha de aplicación: 22 de febrero del 2018

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual, específicamente el diseño y desarrollo de videojuegos, a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria, específicamente desde su experiencia en Bushida Studio?
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual del desarrollo y diseño de videojuegos en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual de este sector, ¿Cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el área del desarrollo y diseño de videojuegos, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. Desde su experiencia en el área del diseño de videojuegos, ¿Cuáles considera, son los principales retos a los que se enfrentan los actuales y futuros profesionales en este sector? ¿Considera que el ámbito político, económico y social actual del país faculta al desarrollo de dichos profesionales?
7. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la industria del desarrollo de videojuegos? Si es así, ¿Cómo? Si no, ¿Cómo podría hacerlo?
8. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de este sector?
9. ¿Cuál de las etapas del proceso de desarrollo de un videojuego, considera usted, requiere un mayor flujo de capital? ¿Por qué? ¿De qué manera específica se puede emplear la inversión extranjera directa para facilitar este proceso?
10. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a los videojuegos desarrollados en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?

11. ¿Considera usted que en la actualidad existen instituciones, públicas o privadas, que realizan esfuerzos para potenciar el desarrollo sectorial en el país, y el acceso a mercados internacionales? ¿Cuáles son? Caso contrario, ¿Cuáles instituciones considera usted deberían ser competentes en este campo?
12. ¿Qué factores considera usted, son importantes para el desarrollo de la industria audiovisual, específicamente el diseño y desarrollo de videojuegos, en un país? ¿Los mismos se encuentran presentes en Costa Rica?
13. Finalmente, ¿En qué factores económicos, sociales y legales, propios de la industria audiovisual en el país, debería basarse Costa Rica para promover el desarrollo de este sector, y promocionar sus exportaciones en servicios audiovisuales?

San José, Costa Rica. 04 de febrero del 2019

Señores
Miembros de la Comisión de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración Pública
Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
San José, Costa Rica

Asunto: Carta de consentimiento de uso de datos

Por medio de la presente, yo, Gonzalo Alfonso Vargas Solís, otorgo la presente carta de consentimiento para el uso de mis datos personales en la investigación: **“Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica”** así como el material escrito y didáctico para fines de la investigación realizada por María Fernanda Hidalgo Calderón, Paola López Ulate y Fabricio Solís Solís en el marco de la presentación de su memoria de seminario de graduación para optar por el título de licenciados en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica

Este tipo de datos únicamente serán utilizados para los fines académicos, no pudiendo así, usarlos para fines publicitarios, de divulgación en medios de comunicación u otro fin comercial.

Todos los datos que fueron vertidos a través del estudio tendrán mi consentimiento para ser usados durante la investigación, su presentación y posterior inclusión en la documentación relacionada, la cual se encontrará disponible al estudiantado en los medios físicos y digitales habilitados por la Escuela de Administración Pública de la Universidad de Costa Rica.

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada a la presente carta, quedando a sus órdenes para cualquier, duda, aclaración o comentario que pudiese surgir de la información aquí presentada.

Reciban un cordial saludo,

Atentamente,

GONZALO ALFONSO VARGAS SOLIS (FIRMA)
Firmado digitalmente por GONZALO ALFONSO VARGAS SOLIS (FIRMA)
Fecha: 2019.02.04 15:50:28 -06'00'

Anexo #7: Modelo de Entrevista a Profundidad
Entrevistada #7
Creadora de Contenido Audiovisual Web
Fecha de aplicación: 22 de enero del 2018

1. Considerando la industria audiovisual como la oferta de servicios que incluye las áreas de pre producción, producción y post producción de contenido digital, en forma de largometrajes, cortometrajes, videos, documentales y demás, ¿Cuál cree usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle esta industria a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a la creación de contenido audiovisual?
3. ¿Cuánto tiempo lleva usted siendo creadora de contenido audiovisual? En dicho tiempo ¿Cuál ha sido su experiencia en el este sector, como creadora de contenido, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
4. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual de la creación de contenido audiovisual en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional? Desde su experiencia propia en el campo, ¿Es rentable dedicarse exclusivamente a la creación de contenido en Costa Rica?
5. ¿Cuáles cree usted que son las ventajas y desventajas de plataformas para la publicación de contenido audiovisual (tales como Youtube), en comparación con otros productos de la industria audiovisual, como largometrajes exhibidos en salas de cine del país?
6. Sobre el estado actual del sector, ¿Cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área, tanto dentro como fuera del país?
7. Desde su experiencia relativa a este campo, ¿Cuáles considera, son los principales retos a los que se enfrentan los actuales y futuros artistas creadores de contenido en este sector? ¿Considera que el ámbito político, económico y social actual del país faculta a que nuevos artistas incursionen en este campo, como un pasatiempo o como profesión?

8. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de productos de la industria audiovisual, como películas, documentales, videos, entre otros? Si es así, ¿Cómo? Si no, ¿Cómo podría hacerlo?
9. ¿Qué beneficios considera usted, puede obtener Costa Rica por medio de la exposición en redes sociales y plataformas como Youtube, que alcanzan los creadores de contenido audiovisual nacionales? ¿Existen perjuicios en torno a dicha exposición? De ser así, ¿Cuáles son?
10. Desde su perspectiva como creador de contenido, ¿Cuál de las etapas del proceso de desarrollo del proyecto audiovisual (pre producción, producción y postproducción), considera usted, requiere una mayor inversión, tanto de recursos económicos como humanos? ¿Por qué?
11. ¿Considera necesario, desde un punto de vista económico y cultural, que el país invierta fondos públicos o atraiga inversión extranjera para el desarrollo de productos de la industria audiovisual? ¿Por qué?
12. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a este sector en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo? Refiérase específicamente a su experiencia con portales específicos utilizados para publicar su contenido.
13. Finalmente, desde su experiencia como creadora de contenido audiovisual, ¿Ha sentido, en algún momento de su trayectoria, que el contenido publicado por usted no ha tenido la calidad, alcance, promoción, o resultado esperado, debido a limitaciones monetarias o de protección de su propiedad intelectual? ¿Cómo considera que el país y sus instituciones podrían apoyar su creación para su desarrollo?

Anexo #8: Modelo de Entrevista a Profundidad
Josué Fischel Jiménez
Director de la Comunidad Audiovisual deleFOCO
Fecha de aplicación: 16 de febrero del 2018

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria?
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual de este sector en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual del sector, ¿cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el área del sector audiovisual, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. Específicamente, ¿Cuál es el papel que desempeña la Comunidad Audiovisual deleFOCO en la generación de productos del sector audiovisual costarricense?
7. Entre el directorio audiovisual manejado por la Comunidad deleFOCO (alquiler y venta de equipo, servicios de locación, servicios de apoyo, personal, escenarios y estudios, postproducción, sonido y multimedia, efectos especiales, utilería y vestuario, y compañías productoras). ¿Cuál considera usted, son las áreas más y menos desarrolladas en Costa Rica? ¿Cuáles son las causas de ese desarrollo y subdesarrollo?
8. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la industria audiovisual? Si es así, ¿Cómo? Si no, ¿Cómo podría hacerlo?
9. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual?
10. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a este sector en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?

11. ¿Considera usted que en la actualidad existen otras instituciones, públicas o privadas, que realizan esfuerzos para potenciar el desarrollo sectorial en el país, y el acceso a mercados internacionales? ¿Cuáles son? Caso contrario, ¿cuáles instituciones considera usted deberían ser competentes en este campo?

Se debería involucrar más activamente el ICT

12. ¿Qué factores considera usted, son importantes para el desarrollo de la industria audiovisual en un país? ¿Los mismos se encuentran presentes en Costa Rica?
13. Finalmente, ¿En qué factores económicos, sociales y legales, propios de la industria audiovisual en el país, debería basarse Costa Rica para promover el desarrollo de este sector, y promocionar sus exportaciones en servicios audiovisuales?

San José, Costa Rica. 04 de febrero del 2019

Señores
Miembros de la Comisión de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración Pública
Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
San José, Costa Rica

Asunto: Carta de consentimiento de uso de datos

Por medio de la presente, yo, Josué Fischel Jiménez, otorgo la presente carta de consentimiento para el uso de mis datos personales en la investigación: **“Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica”** así como el material escrito y didáctico para fines de la investigación realizada por María Fernanda Hidalgo Calderón, Paola López Ulate y Fabricio Solís Solís en el marco de la presentación de su memoria de seminario de graduación para optar por el título de licenciados en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica

Este tipo de datos únicamente serán utilizados para los fines académicos, no pudiendo así, usarlos para fines publicitarios, de divulgación en medios de comunicación u otro fin comercial.

Todos los datos que fueron vertidos a través del estudio tendrán mi consentimiento para ser usados durante la investigación, su presentación y posterior inclusión en la documentación relacionada, la cual se encontrará disponible al estudiantado en los medios físicos y digitales habilitados por la Escuela de Administración Pública de la Universidad de Costa Rica.

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada a la presente carta, quedando a sus órdenes para cualquier, duda, aclaración o comentario que pudiese surgir de la información aquí presentada.

Reciban un cordial saludo,

Atentamente,

JOSUE FISCHEL
JIMENEZ
(FIRMA)



Firmado digitalmente
por JOSUE FISCHEL
JIMENEZ (FIRMA)
Fecha: 2019.02.05
19:51:14 -06'00'

Anexo #9: Modelo de Entrevista a Profundidad
Entrevistado #9
Académico en el área de Comunicación Colectiva
Fecha de aplicación: 6 de febrero del 2018

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria?
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual de este sector en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual del sector, ¿cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el área del sector audiovisual, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. Desde su experiencia en la academia relativa a este sector, ¿cuáles considera, son los principales retos a los que se enfrentan los actuales y futuros profesionales en este sector? ¿Considera que el ámbito político, económico y social actual del país faculta al desarrollo de dichos profesionales?
7. Siendo el énfasis de Comunicación Audiovisual y Multimedial, relativamente nuevo en la Escuela de Comunicación Colectiva de la UCR, ¿en qué se diferencia este énfasis de su predecesor, Producción Audiovisual? ¿A cuál necesidad responde la inclusión de la rama de la Comunicación Multimedial en la oferta educativa de la UCR?
8. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la industria audiovisual en el país? Si es así, ¿cómo? Si no, ¿cómo podría hacerlo?
9. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual?
10. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a este sector en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?
11. ¿Considera usted que en la actualidad existen instituciones, públicas o privadas, que realizan esfuerzos para potenciar el desarrollo sectorial en el país, y el acceso a

mercados internacionales? ¿Cuáles son? Caso contrario, ¿cuáles instituciones considera usted deberían ser competentes en este campo?

12. ¿Qué factores considera usted, son importantes para el desarrollo de la industria audiovisual en un país? ¿Los mismos se encuentran presentes en Costa Rica?
13. Finalmente, ¿en qué factores económicos, sociales y legales, propios de la industria audiovisual en el país, debería basarse Costa Rica para promover el desarrollo de este sector, y promocionar sus exportaciones en servicios audiovisuales?

Anexo #10: Modelo de Entrevista a Profundidad**Entrevistado #10****Colaborador de la carrera de Desarrollo y Diseño de Videojuegos de la Universidad Creativa. Animador digital y Productor Audiovisual****Fecha de aplicación: 8 de enero del 2018**

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria?
Pasión. Deseo de narrar historias que hagan que las personas sientan algo, y generar contenido de calidad.
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual de este sector en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual del sector, ¿Cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el área del sector audiovisual, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. Desde su experiencia en la academia relativa a este sector, ¿Cuáles considera, son los principales retos a los que se enfrentan los actuales y futuros profesionales en este sector? ¿Considera que el ámbito político, económico y social actual del país faculta al desarrollo de dichos profesionales?
7. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la industria audiovisual? Si es así, ¿Cómo? Si no, ¿Cómo podría hacerlo?
8. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual?
9. ¿Cuál de las etapas del proceso de desarrollo del proyecto audiovisual, considera usted, requiere un mayor flujo de capital? ¿Por qué? ¿De qué manera específica se puede
10. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a este sector en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?
11. ¿Considera usted que en la actualidad existen instituciones, públicas o privadas, que realizan esfuerzos para potenciar el desarrollo sectorial en el país, y el acceso a

mercados internacionales? ¿Cuáles son? Caso contrario, ¿Cuáles instituciones considera usted deberían ser competentes en este campo?

12. ¿Qué factores considera usted, son importantes para el desarrollo de la industria audiovisual en un país? ¿Los mismos se encuentran presentes en Costa Rica?
13. Finalmente, ¿En qué factores económicos, sociales y legales, propios de la industria audiovisual en el país, debería basarse Costa Rica para promover el desarrollo de este sector, y promocionar sus exportaciones en servicios audiovisuales?

Anexo #11: Modelo de Entrevista a Profundidad**Entrevistado #11****Colaborador del Técnico Superior en Animación Digital 2D de la Universidad Véritas. Productor audiovisual independiente****Fecha de aplicación: 5 de febrero del 2018**

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria?
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual de la animación digital en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual del sector, ¿cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el área del sector audiovisual, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. Desde su experiencia en la academia, relativa a este sector, ¿cuáles considera, son los principales retos a los que se enfrentan los actuales y futuros profesionales en este sector? ¿Considera que el ámbito político, económico y social actual del país faculta al desarrollo de dichos profesionales?
7. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la industria audiovisual, específicamente de la animación digital? Si es así, ¿cómo? Si no, ¿cómo podría hacerlo?
8. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual?
9. ¿Cuál de las etapas del proceso de desarrollo del proyecto audiovisual, considera usted, requiere un mayor flujo de capital? ¿Por qué? ¿De qué manera específica se puede emplear la inversión extranjera directa para facilitar este proceso?
10. ¿Cuál considera usted es la situación actual de la protección de derechos de Propiedad Intelectual, relativa a este sector en el país? ¿Considera a la misma efectiva para proteger la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?
11. ¿Considera usted que en la actualidad existen instituciones, públicas o privadas, que realizan esfuerzos para potenciar el desarrollo sectorial en el país, y el acceso a

mercados internacionales? ¿Cuáles son? Caso contrario, ¿cuáles instituciones considera usted deberían ser competentes en este campo?

12. ¿Qué factores considera usted, son importantes para el desarrollo de la industria audiovisual en un país? ¿Los mismos se encuentran presentes en Costa Rica?
13. Finalmente, ¿en qué factores económicos, sociales y legales, propios de la industria audiovisual en el país, debería basarse Costa Rica para promover el desarrollo de este sector, y promocionar sus exportaciones en servicios audiovisuales?

Anexo #12 y #13: Modelo de Entrevista a Profundidad
Entrevistado #12
Equipo Técnico CSCCR del MCJ de Costa Rica
Entrevistado #13
Centro de Producción Cinematográfica de Costa Rica
Fecha de aplicación: 8 de enero del 2018

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria?
3. ¿Qué opinión le merece a usted, el estado actual de este sector en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual del sector, ¿Cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el área del sector audiovisual, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. En comparación con otras expresiones artísticas, tales como las artes dramáticas, musicales, editoriales, entre otras, ¿Cuál considera, que es el factor diferenciador de la industria audiovisual? ¿Supone esto un reto particular? ¿Por qué?
7. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la Industria audiovisual? Si es así, ¿Cómo? Si no, ¿Cómo podría hacerlo? ¿Cuál considera que sería la mayor limitación para esto?
8. ¿De qué manera cree que el país puede atraer capital de inversión extranjero, expresamente para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual?
9. Desde su experiencia en la Cuenta Satélite de Cultura, ¿Qué acciones concisas, considera usted, debe realizar el país para reducir el déficit en el comercio exterior cultural e incrementar el empleo en esta área?
10. Considerando el marco institucional relativo a las producciones audiovisuales del país, así como figuras asociativas del sector audiovisual, tales como CAMTIC, CADEC, CANARA, CAIAC, entre otras, ¿Cuáles cree usted, son los principales retos a los que las mismas se enfrentan en la actualidad y en los años venideros, con respecto al potenciamiento de este sector a nivel nacional y su proyección internacional?

11. Sobre la inexistencia de una Ley de fortalecimiento del sector audiovisual en el país ¿Cuáles considera usted, son los principales factores, ya sea económicos, sociales o legales, que deben considerarse a nivel nacional para fomentar la promulgación de este tipo de Ley? ¿Supone la inexistencia de esta Ley un detrimento para el sector audiovisual?
12. Con respecto a los instrumentos jurídicos asociados a este sector, tales como la Declaratoria de interés público nacional de la industria cultural cinematográfica y audiovisual en Costa Rica, la Directriz de ventanilla única para la actividad audiovisual y cinematográfica, el Decreto de Creación de la Comisión Fílmica de Costa Rica, y la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos y sus reglamentos, ¿Considera que dichos elementos son efectivos para proteger la creación costarricense, y fomentar la promoción e innovación en este campo?
13. Finalmente, ¿Cuáles cree usted, han sido los principales logros alcanzados por la Alianza Público-Privada para la competitividad en el sector audiovisual? ¿Cuáles retos prevalecen en la actualidad, para el fortalecimiento del sector audiovisual y la promoción de sus exportaciones?

Anexo #14: Modelo de Entrevista a Profundidad**José Castro Chacón****Comisionado Fílmico de Costa Rica****Fecha de aplicación: 15 de febrero del 2018**

1. ¿Cuál considera usted, es el principal valor agregado que puede ofrecerle la industria audiovisual a la cultura costarricense?
2. ¿Cuáles son las principales motivaciones sentidas por usted para dedicarse a esta industria?
3. ¿Qué opinión le merece a usted el estado actual del sector audiovisual en el país, en comparación con industrias similares en otros países de la región y a nivel internacional?
4. Sobre el estado actual del sector, ¿cuáles considera que son los retos presentados para las instituciones públicas y privadas dedicadas a la cultura, economía y comercio, así como a empresas de este sector, para potenciar el desarrollo en esta área?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en el área del sector audiovisual, y que oportunidades de mejora ha identificado en el mismo?
6. De manera concisa, ¿cuál fue la razón por la que se decidió crear la *Costa Rica Film Commission*, si el país ya contaba con instituciones como el Centro Costarricense de Producción Cinematográfica y la Unidad de Cultura y Economía del MCJ? ¿En qué se diferencia la Comisión Fílmica de las demás instituciones que velan por el desarrollo de la industria audiovisual?
7. Sobre la *Costa Rica Film Commission*, ¿cuáles entes, estatales o privados, se aliaron para su creación? ¿Consideran que, con los entes actuales agrupados, se posee un enfoque que enfrenta de manera integral las necesidades del sector? Caso contrario, ¿cuáles otros entes deberían colaborar en dicha misión?
8. Cuando la Comisión Fílmica inició sus labores en el año 2017, sus objetivos iniciales fueron “producir un catálogo de locaciones, bienes y servicios, establecer una ventanilla única para realizar los trámites requeridos y llevar a cabo la promoción internacional”. Para febrero del año 2018, ¿dichos objetivos han sido cumplidos? Caso contrario, ¿cuáles acciones concisas pueden llevar a cabo las diferentes instituciones involucradas, para alcanzar los objetivos planteados?
9. ¿Cuáles iniciativas, programas o herramientas, utiliza la *Costa Rica Film Commission*, o planea utilizar a futuro, para dar a conocer en el extranjero a la industria audiovisual costarricense?
10. Sobre los ejes de protección a los derechos de propiedad intelectual, específicamente los derechos de autor y derechos conexos sobre las obras

audiovisuales, y la atracción de inversión extranjera directa, ¿cuál es el plan de acción seguido por la *Costa Rica Film Commission* para fortalecer dichos temas?

11. Durante el último año de operación de la *Costa Rica Film Commission*, ¿cuáles han sido las principales fortalezas identificadas por su persona, en torno al desempeño de la *Costa Rica Film Commission*? ¿Cuáles son las dificultades o amenazas a las que se enfrentan en la actualidad?
12. Dentro de la temática de mano de obra capacitada en el área ¿qué perfil profesional poseen las personas que se desempeñan en este sector? ¿Hasta qué punto tienden a ser los trabajadores profesionales? ¿Existen muchos trabajadores con experiencia, pero sin cualificación?
13. Sobre la participación de la Comisión en ferias internacionales, con el interés de posicionar a Costa Rica a nivel global como un país "*Film friendly*", ¿se han identificado avances en dicha participación? De ser así, ¿cuáles? Caso contrario, ¿cuáles acciones han de ejecutarse para alcanzar este fin?
14. Finalmente, ¿en qué factores económicos, sociales y legales, propios de la industria audiovisual en el país, debería basarse Costa Rica para promover el desarrollo de este sector, y promocionar sus exportaciones en servicios audiovisuales?

Anexo #15: Modelo de Entrevista a Profundidad**Lucrecia Rodríguez Guzmán****Representante del Área de Análisis del Desarrollo, Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN)****Fecha de aplicación: 12 de febrero del 2018**

1. De manera simplificada, ¿cómo define usted el término “Inversión extranjera directa”? ¿Cuál es la importancia de este tipo de inversión, para el desarrollo del sector de Comercio Exterior, según el Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 “Alberto Cañas Escalante”?
2. Según el Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 “Alberto Cañas Escalante”, para la administración Solís Rivera, algunas de las metas nacionales en el área de Comercio Exterior, fueron “promover un crecimiento gradual de las exportaciones que conduzca a que en el último año de la administración se alcance USUSD\$ 21.100 millones; en incrementar en más de 300 el número de empresas exportadoras; atraer un total acumulado superior a USUSD\$ 8.000 millones de IED durante los cuatro años de gobierno y fomentar una mayor empleabilidad en el sector exportador que permita la generación de 80 mil nuevos empleos al 2018” (Mideplan, 2015). En la actualidad, para el cierre de esta administración, ¿Fueron cumplidas dichas metas? De ser así, ¿de qué forma? Caso contrario ¿por qué razón no pudieron ser cumplidas?
3. Como proyecto clave para velar por el cumplimiento de las metas nacionales, se estableció, entre otros, el fomento a la inversión extranjera directa, que pretendió promover al país como destino de inversión para el establecimiento de empresas que incentiven el crecimiento, la generación de empleo y los encadenamientos productivos. De manera puntual, ¿cuáles acciones fueron llevadas a cabo para el cumplimiento de esta meta?
4. De conformidad con la propuesta estratégica sectorial, para la promoción de las exportaciones de bienes y servicios e incentivación de la atracción extranjera directa en Costa Rica, para el año 2018 se proyectaba una meta de inversión anual y del periodo, de USD\$2.100 millones. ¿Fue esta meta cumplida? Caso contrario, ¿Cuáles considera usted, fueron las principales razones de su incumplimiento?
5. Como otro de los objetivos planteados en materia de inversión durante la administración Solís Rivera, se pretendió promover el establecimiento de empresas extranjeras de alto valor agregado para el país, especialmente en los sectores de servicios, ciencias de la vida y manufactura; teniendo como meta 100 proyectos de inversión durante el periodo 2015-2018. A la fecha, ¿Cuántos

de estos proyectos han sido implementados? De ser así, ¿por cuál razón no ha sido posible implementar los proyectos restantes?

6. ¿De qué manera puede el país, incentivar la inversión extranjera directa, para cumplir con sus metas en materia de inversión, durante las administraciones siguientes?
7. Considerando su impacto en materia de Comercio Exterior, Cultura y Juventud, y Ciencia, Tecnología e Innovación, ¿Cuál considera usted, debe ser el tratamiento que reciban las diferentes manifestaciones artísticas y tecnológicas, específicamente la industria audiovisual, en futuras administraciones?
8. Con respecto al sector de Cultura y Juventud, según el Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 “Alberto Cañas Escalante”, en el mismo se plantea como objetivo de la administración Solís Rivera, “impulsar un desarrollo desconcentrado y articulado de las artes escénicas, musicales, plásticas, audiovisuales y literarias, que incentiven la participación de todos los sectores de la población”. ¿A través de cuales acciones o esfuerzos, fue cumplido dicho objetivo, específicamente en torno a las artes audiovisuales del país?
9. Sobre el objetivo anterior, para el periodo 2015-2018, se proyectó la organización de 1.281 actividades escénicas, musicales, plásticas, audiovisuales y literarias, en cantones prioritarios. Al cierre del periodo de estudio, ¿cuántas actividades artísticas fueron desarrolladas en el país? Específicamente, ¿cuáles de ellas contaron con la presencia de representación de arte audiovisual?
10. Con respecto a la organización de actividades audiovisuales, en el marco del desarrollo desconcentrado y articulado de las artes, ¿cuál fue el alcance de las actividades escénicas organizadas, en número de personas participantes? ¿Cuáles acciones considera, deben realizarse, con el fin de incrementar la participación en estos espacios en un futuro?
11. ¿Cuáles considera usted, son los principales factores de riesgo a considerar, para el impulso al desarrollo de las artes, en Costa Rica?
12. Finalmente, ¿qué opinión le merece a usted el estado actual de la atracción de inversión extranjera directa en el país, específicamente dirigida a la promoción de servicios, en comparación con la inversión captada por otros países de la región y a nivel internacional?



Lucrecia Rodríguez Guzmán

para mí ▾

08:47 (Hace 51 minutos.)



De acuerdo. Autorizo la utilización de la información aportada.



El jue., 7 feb. 2019 a las 8:40, María Fernanda Hidalgo Calderón (<fernandahidalgo27@gmail.com>) escribió:

Buenos días.

En ese caso, le agradecería si pudiese responderme este correo con la autorización explícita de su parte para el uso de la información, debido a que tenemos que cumplir un plazo para su inclusión.

Gracias de antemano,

El El jue, 7 de feb. de 2019 a las 7:34 a. m., Lucrecia Rodríguez Guzmán <lurodri@mideplan.go.cr> escribió:

Buenos días! Con mucho gusto les firmo la carta. Sin embargo, no dispongo de firma digital.

Gracias!

El mié., 6 feb. 2019 a las 15:10, María Fernanda Hidalgo Calderón (<fernandahidalgo27@gmail.com>) escribió:

Buenas tardes, Sra. Rodríguez

Espero se encuentre bien.

Mi nombre es María Fernanda Hidalgo Calderón y soy parte del grupo investigador que durante el año pasado le realizó una entrevista a su persona para la fundamentación de nuestro trabajo final de graduación titulado "**Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual de Costa Rica**" para obtener el título de licenciados en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica.

Le escribo en primera instancia para agradecerle su valioso aporte, ya que, debido a este, mis compañeros y yo pudimos presentar nuestro proyecto de investigación pasado 29 de enero, obteniendo resultados satisfactorios.

Anexo #16: Modelo de Entrevista a Profundidad**Víctor Manuel Sanabria Sandoval****Encargado del Área de Estadísticas del Sector Externo, Departamento de Estadística Macroeconómica, Banco Central de Costa Rica (BCCR)****Fecha de aplicación: 15 de febrero del 2018**

1. De manera simplificada, ¿cómo define usted el término “Inversión extranjera directa”? ¿Cuál es la importancia de este tipo de inversión, para el crecimiento económico y el bienestar de la población, según el Banco Central de Costa Rica?
2. Según datos del Banco Central, la Inversión extranjera directa generó USD\$10.363 millones en Costa Rica, entre el 2014-2017, mientras que, para el año anterior, durante los primeros meses del año, se superó la meta de atracción en un 8.3%, con USD\$2.165 millones. ¿A qué situaciones en el mercado internacional, o acciones concretas por parte del Gobierno de Costa Rica, responde dicho auge?
3. En materia de inversión, ¿de qué manera funciona la relación institucional entre el Banco Central de Costa Rica, la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE) y el Ministerio de Comercio Exterior?
4. ¿Cuál ha sido el comportamiento de la Inversión extranjera directa entrante en Costa Rica, específicamente proveniente de Estados Unidos, tras un año de gobierno del Presidente Donald Trump, quien exteriorizó su interés de evitar que las empresas estadounidenses invirtieran fuera de su país?
5. Además de Estados Unidos, ¿cuáles son los principales países de origen de la Inversión extranjera directa que ingresa al país? ¿Cuáles son las principales industrias a las que se destina dicha inversión?
6. En el Programa Macroeconómico, el Banco Central supone que no se operarán reformas fiscales, a pesar de los costos de la inacción asociados, entre ellos, el desestímulo al ingreso de capital por inversión extranjera directa. ¿De qué manera afectará esta decisión, así como la situación fiscal del país, a las industrias en auge, como el sector audiovisual, que dependen de la atracción de inversión extranjera directa?
7. Según el Programa Macroeconómico 2018-2019 del Banco Central de Costa Rica, el crecimiento económico durante el año 2017 estuvo liderado por la industria de servicios y manufactura, representando el sector servicios una participación del 68% (BCCR, 2018). ¿Existe, desde la institucionalidad del Banco Central, manera de determinar cuánto de este porcentaje corresponde a la participación de las actividades artísticas y de entretenimiento? De ser así, ¿cuál es ese porcentaje? Caso contrario, ¿por qué no existe en el caso de este

subservicio una estadística más específica, como sí sucede para los servicios de comunicación, financieros, de enseñanza, entre otros?

8. Siguiendo el modelo de Guatemala, y otros países de la región que han efectuado reformas a su Ley de Zonas Francas, existe en Costa Rica el interés por parte del sector audiovisual, de reformar la legislación vigente, para incluir actividades beneficiarias a la producción y transformación de bienes y servicios, por ejemplo, la elaboración de audiovisuales y cinematografía. ¿Considera usted, que esta opción es una opción para Costa Rica? ¿A cuáles beneficios y riesgos económicos se expone el país en caso de esta modificación?
9. Específicamente en torno a la Industria audiovisual, ¿maneja el Banco Central de Costa Rica datos sobre indicadores económicos de producción y empleo específicos de esta área? De ser así, ¿cuál es el comportamiento actual de dichos indicadores?
10. Finalmente, ¿cuáles considera usted, deben ser las acciones seguidas por las diferentes instituciones estatales encargadas de la captación de inversión extranjera directa, para aumentar la entrada de capital extranjero en Costa Rica?

San José, Costa Rica. 5 de febrero del 2019

Señores
Miembros de la Comisión de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración Pública
Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
San José, Costa Rica

Asunto: Carta de consentimiento de uso de datos

Por medio de la presente, yo, Víctor Manuel Sanabria Sandoval, otorgo la presente carta de consentimiento para el uso de mis datos personales en la investigación: **“Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica”** así como el material escrito y didáctico para fines de la investigación realizada por María Fernanda Hidalgo Calderón, Paola López Ulate y Fabricio Solís Solís en el marco de la presentación de su memoria de seminario de graduación para optar por el título de licenciados en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica

Este tipo de datos únicamente serán utilizados para los fines académicos, no pudiendo así, usarlos para fines publicitarios, de divulgación en medios de comunicación u otro fin comercial.

Todos los datos que fueron vertidos a través del estudio tendrán mi consentimiento para ser usados durante la investigación, su presentación y posterior inclusión en la documentación relacionada, la cual se encontrará disponible al estudiantado en los medios físicos y digitales habilitados por la Escuela de Administración Pública de la Universidad de Costa Rica.

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada a la presente carta, quedando a sus órdenes para cualquier, duda, aclaración o comentario que pudiese surgir de la información aquí presentada.

Reciban un cordial saludo,

Atentamente,

VICTOR MANUEL SANABRIA SANDOVAL (FIRMA)
Firmado digitalmente por VICTOR MANUEL SANABRIA SANDOVAL (FIRMA)
Fecha: 2019.02.06 15:13:09 -06'00'

Anexo #17: Modelo de Entrevista a Profundidad**Simón Valverde Gutiérrez****Abogado especialista en el área de Propiedad Intelectual, Comercio y Tecnología,
Castro & Pal Abogados****Fecha de aplicación: 8 de febrero del 2018**

1. De manera simplificada, ¿cómo define usted los términos “derechos de autor” y “derechos conexos”? ¿Cuáles Leyes regulan actualmente dichos derechos, a nivel nacional e internacional?
2. ¿Qué tipo de protección brinda la legislación actual aplicada en Costa Rica, a los productos generados de la industria audiovisual, y durante cuánto tiempo es aplicable? ¿Considera este tipo de protección y su duración, efectiva para salvaguardar la creación costarricense y fomentar la innovación en este campo?
3. ¿Considera que el Estado costarricense fomenta el desarrollo de la industria audiovisual, en todas sus áreas (animación digital, industria cinematográfica, diseño de videojuegos, televisión, entre otras), a través de la legislación aplicable? Si es así, ¿cómo? Si no, ¿cómo podría hacerlo?
4. ¿Cuál es el procedimiento de registro de los derechos de autor y derechos conexos sobre una producción audiovisual en Costa Rica? ¿Qué requisitos deben cumplirse durante la inscripción de los mismos?
5. ¿Cuáles son las principales problemáticas o desafíos presentados a nivel nacional, en la aplicación de la legislación sobre derechos de autor y derechos conexos?
6. ¿Posee usted experiencia profesional relativa a la protección de productos generados de la industria audiovisual? De ser así ¿cuál ha sido su experiencia en esta área, y que oportunidades de mejora ha identificado en la misma?
7. ¿Cuáles medios existen, a nivel nacional, para aseguren el cumplimiento de la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos? ¿Considera usted, que dichos medios son efectivos? Caso contrario, ¿cómo podría incrementarse su efectividad?
8. ¿Cuál es el procedimiento estándar a seguir, si se considera son violentados los derechos de autor de terceros? En caso de determinarse pertinente, ¿qué sanción se impone para reparar el daño?
9. ¿Considera usted que la Ley aplicada a nivel nacional sobre derechos de autor y derechos conexos, está adaptada al desarrollo de nuevas tecnologías y su aplicación en la producción de obras sujetas a esta la Ley? Si es así, ¿cómo? Si no, ¿cómo podría adaptarse?

10. Según su criterio personal y profesional, ¿qué aspectos podría tomar como ejemplo Costa Rica de la legislación, ya sea de otros países u organizaciones internacionales, para aplicar en materia de protección a la industria audiovisual?
11. De acuerdo a su propia percepción, ¿la cantidad de registros de derechos de autor y derechos conexos, sobre obras audiovisuales originarias de Costa Rica, ha crecido o decrecido en los últimos años? De ser así, ¿Cuál considera usted, es la razón de dicha tendencia?
12. Finalmente, ¿considera que la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos protege la creación nacional y facilita las exportaciones en servicios audiovisuales? De ser así, ¿cómo? Si no ¿qué cambios podrían llevarse a cabo para cumplir con dichas metas a nivel país?

San José, Costa Rica. 5 de febrero del 2019

Señores

Miembros de la Comisión de Trabajos Finales de Graduación
Escuela de Administración Pública
Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
San José, Costa Rica

Asunto: Carta de consentimiento de uso de datos

Por medio de la presente, yo, Simón Valverde Gutiérrez, otorgo la presente carta de consentimiento para el uso de mis datos personales en la investigación: **“Análisis del macro entorno del comercio de servicios para el desarrollo del sector audiovisual. El caso de Costa Rica”** así como el material escrito y didáctico para fines de la investigación realizada por María Fernanda Hidalgo Calderón, Paola López Ulate y Fabricio Solís Solís en el marco de la presentación de su memoria de seminario de graduación para optar por el título de licenciados en Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Universidad de Costa Rica

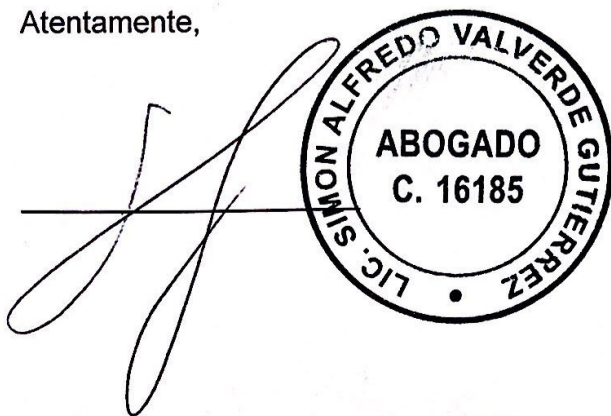
Este tipo de datos únicamente serán utilizados para los fines académicos, no pudiendo así, usarlos para fines publicitarios, de divulgación en medios de comunicación u otro fin comercial.

Todos los datos que fueron vertidos a través del estudio tendrán mi consentimiento para ser usados durante la investigación, su presentación y posterior inclusión en la documentación relacionada, la cual se encontrará disponible al estudiantado en los medios físicos y digitales habilitados por la Escuela de Administración Pública de la Universidad de Costa Rica.

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada a la presente carta, quedando a sus órdenes para cualquier, duda, aclaración o comentario que pudiese surgir de la información aquí presentada.

Reciban un cordial saludo,

Atentamente,



The image shows a handwritten signature in black ink, which is somewhat stylized and overlaps the circular stamp. The stamp is circular with a double border. The outer ring contains the text "LIC. SIMON ALFREDO VALVERDE GUTIERREZ" in uppercase letters. The inner circle contains the text "ABOGADO" and "C. 16185" in uppercase letters, indicating the professional title and registration number of the lawyer.

Anexo II: Machote de la encuesta realizada aleatoriamente a consumidores de productos audiovisuales, domiciliados en Costa Rica, a través de la red social Facebook, entre los días viernes 13 de abril del 2018 y domingo 22 de abril del 2018; sobre la percepción social en la Industria Audiovisual costarricense.

**Anexo #18: Machote de la encuesta
Percepción social sobre la Industria Audiovisual costarricense**

Edad, en años cumplidos

Género con el cuál se identifica

Ocupación actual (En caso de ser estudiante, indique la carrera que cursa)

Para efectos de la presente encuesta, se utilizará el concepto “medios audiovisuales” según la UNESCO, la cual define a estos como “la difusión por Radio y Televisión (incluyendo la transmisión de datos por Internet en tiempo real o *streaming*), Filmes y Videos, y los Medios Interactivos. Este último dominio cubre los juegos de video y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en Internet o mediante computadoras. En él se incluyen los juegos en línea, los portales y los sitios web diseñados para actividades asociadas con redes sociales como Facebook y el *podcasting* en Internet, como Youtube”

1. Según esta definición, ¿Cuál considera usted que es el nivel de desarrollo que poseen los medios audiovisuales producidos exclusivamente en Costa Rica?

Alto, Medio, Bajo.

2. ¿Cuáles instituciones, públicas o privadas, considera usted, se encuentran involucradas con el desarrollo de la industria audiovisual costarricense, o deberían estar involucradas?

Respuesta corta

3. En general, ¿Cuáles de los siguientes productos audiovisuales, consume usted a diario?

Radio, Televisión (incluyendo transmisión de datos en tiempo real y streaming), Videos, Juegos de video (incluyendo juegos en línea, por consola o computadora), redes sociales, podcasting en internet (incluyendo plataformas como Youtube).

4. ¿Cuáles considera usted, son los principales aportes de la Industria Audiovisual, para la cultura y economía de un país?

Respuesta corta

5. ¿Sabía usted que Costa Rica ha sido locación para más de 20 películas extranjeras incluyendo Spy Kids: Island of Lost Dreams (2002), After Earth (2013) y Suicide Squad (2016); y que cerca de 62 películas han sido filmadas en el país desde el año 1930, con participación de equipo de producción costarricense?

Si, No

6. ¿Cuáles considera usted, son las principales razones (económicas, sociales o legales) por las cuales Costa Rica podría resultar atractivo destino de locación o producción audiovisual?

Respuesta corta

7. Desde su experiencia con productos audiovisuales de origen costarricense (largometrajes, series de televisión, juegos de video, videos y cortometrajes en portales web, entre otros), ¿Considera que el contenido y calidad de estos productos es?

Buena, regular, mala, otro (explique)

8. ¿Está usted familiarizado con el concepto “Inversión Extranjera Directa”? De ser así, defínalo brevemente, caso contrario, pase a la pregunta siguiente.

Respuesta corta

9. ¿Está usted familiarizado con los conceptos “Derechos de Autor y Derechos Conexos”? De ser así, defínalos brevemente, caso contrario, pase a la pregunta siguiente.

Respuesta corta

10. Finalmente, ¿Conoce usted de algún incentivo que reciban los artistas nacionales y extranjeros para producir contenido audiovisual en Costa Rica? De ser así, menciónelos, caso contrario, finalice esta encuesta.

Respuesta corta

Anexo III: Otros

Anexo #19: Lista de largometrajes y documentales relacionados con la industria audiovisual costarricense, a octubre del 2018

Películas costarricenses (películas producidas y dirigidas por costarricenses, con participación de actores y equipo de producción completa o mayoritariamente conformada por talento costarricense, filmada total o parcialmente en territorio costarricense.

- El retorno (1930), de Francis A. Bertoni
- Elvira (1955), de Alfonso Patiño Gómez
- Milagro de amor (1955) de José Gamboa
- La apuesta (1968) de Miguel Salguero
- Desnutrición (1973) de Carlos Freer
- Recuperación de la montaña (1973) de Ingo Niehaus
- Agonía en la montaña (1973) de Ingo Niehaus
- Para que tractores sin violines (1974) de Ingo Niehaus
- Nicaragua: patria libre o morir (1978) de Víctor Vega y Antonio Yglesias
- La Segua (1984) de Antonio Yglesias
- Los secretos de Isolina (1986) de Miguel Salguero
- Eulalia (1987) de Óscar Castillo
- En el nombre del pueblo (2000) de César Delgado
- Asesinato en El Meneo (2001) de Óscar Castillo
- El loco, Cacharro y su capitán (2002) de Mauricio Cortés
- Password: una mirada en la oscuridad (2002) de Andrés Heidenreich
- Mujeres apasionadas (2003) de Maureen Jiménez
- Marasmo (2003) de Mauricio Mendiola
- Síncope (2003) de Christian Bermúdez
- Caribe (2004) de Esteban Ramírez
- El trofeo (2004) de Miguel Sanguero
- Costa Rica S.A. (2006) de Pablo Ortega
- Paso a paso: un viaje sentimental (2006) de Daniel Ross
- El camino (2007) de Ishtar Yasin Gutiérrez

- El cielo rojo (2008) de Miguel Gómez
- Del amor y otros demonios (2009) de Hilda Hidalgo
- Gestación (2009) de Esteban Ramírez
- A ojos cerrados (2010) de Hernán Jiménez
- Agua fría de mar (2010) de Paz Fábrega
- Donde duerme el horror (2010) Ramiro y Adrián García Bogliano
- El Sanatorio (2010) de Miguel Gómez
- El último comandante (2010) de Isabel Martínez y Vicente Ferraz
- La región perdida (2010) de Andrés Heidenreich
- Tres Marías (2010) de Francisco González
- El compromiso (2011) de Óscar Castillo
- El regreso (2011) de Hernán Jiménez
- El Fin (2012) de Miguel Gómez
- Por las plumas (2012) de Neto Villalobos
- Princesas Rojas (2013) de Laura Astorga
- Puerto Padre (2013) de Gustavo Fallas
- Espejismo (2014) de José Miguel González
- Italia 90: la película (2014) de Miguel Gómez
- Maikol Yordan de viaje perdido (2014) de Miguel Gómez
- Rosado y Furia (2014) de Nicolás Pacheco
- Dos Aguas (2015) de Patricia Velásquez
- Viaje (2015) de Paz Fábrega
- Presos (2015) de Esteban Ramírez
- Nina y Laura (2015) de Alejo Crisóstomo
- El Codo del Diablo (2015) de Ernesto y Antonio Jara
- Semana U (2015) de Gerardo Selva
- El cielo rojo 2 (2015) de Miguel Gómez
- Tiempo: La Orquesta Sinfónica Nacional (2015) de Nicole Villalobos
- La Mettrie (2015) de Héctor Calderón y Tomás Lestard
- Que es un Soplo la Vida (2015) de David Selva

- El cumpleaños esotérico (2015) de Guillermo Tovar y Nadia Mendoza
- El lugar más feliz del mundo (2015) de SoLey Bernal
- Toque de lo alto (2016) de José Mario Salas Boza
- Entonces nosotros (2016) de Hernán Jiménez
- El calor de las cosas (2016) de Cristóbal Serrá Jorquera
- Primera dama de la revolución (2016) de Andrea Kalin
- Abrazame como antes (2017) de Jurgen Ureña
- Nosotros las piedras (2017) de Álvaro Torres
- Amor viajero (2017) de Miguel Gómez
- Hombre de fe (2017) de Dinga Haines
- Buscando a Marcos Ramírez (2017) de Ignacio Sánchez
- Enredados: la confusión (2017) de Ashish R. Mohan
- Atrás hay relámpagos (2017) de Julio Hernández
- Violeta al fin (2017) de Hilda Hidalgo
- Gigi (2017) de Erika Bagnarello
- Isomnio (2017) de Mario Alonso Madrigal
- Despertar (2017) de SoLey Bernal
- El sonido de las cosas (2017) de Ariel Escalante
- Mayordomo (2017) de César Caro
- Güilas (2018) de Sergio Pucci
- El baile de la gacela (2018) de Iván Porras
- Un regalo esencial (2018) de Jose Mario Salas Boza
- Maikol Yordan 2: La cura lejana (2018) de Miguel Gómez

Co-producciones de Costa Rica con otros países

- Morirás con el sol (motociclistas suicidas) (1973) de Julio Aldama en co-producción con México
- La insurrección (1980) de Pierre Lillienthan en co-producción con Nicaragua
- Alsino y el cóndor (1982) de Miguel Littín en co-producción con Nicaragua, Cuba y México

- NICA/raguense (2005) de Julia Fleming en co-producción con Colombia
- Saber quién echó fuego ahí (2005) de Luis Crous en co-producción con España y Guatemala
- Tercer mundo (2009) de César Caro Cruz en co-producción con Chile

Películas extranjeras filmadas en Costa Rica

- Carnival in Costa Rica (1947) de Gregory Rarrof
- El Dorado (1988) de Carlos Saura
- 1492: la conquista del paraíso (1992) de Ridley Scott
- Congo (1995) de Frank Marshall
- Et Horne af paradis (1997) de Peter Ringgaard
- Spy Kids 2 (2002) de Robert Rodríguez
- Tropix (2002) de Percy Angress y Livia Linden
- It's a jungle out there...an independent film in Costa Rica (2004) de Trisha Shaffer Underhill
- The Blue Butterfly (2004) de Léa Pool
- C'est comme ça (2005) de Alexander Berberich
- Bonne année (2006) de Alexander Berberich
- Mon amour (2006) de Alexander Berberich
- Surf school (2006) de Joel Silverman
- Sharkwater (2007) del gobierno canadiense
- Costa Rican summer (2010) de Jason Matthews
- Monsters (2010) de Gareth Edwards
- After Earth (2013) de M. Night Shyamalan
- After words (2015) de Juan Feldman
- Suicide Squad (2016) de David Ayer

Películas extranjeras ambientadas en Costa Rica pero filmadas en otros países.

- Jurassic Park (1993), de Steven Spielberg, filmada en Hawái, Estados Unidos

- The Lost World: Jurassic Park (1997) de Steven Spielberg, filmada en Hawái, Estados Unidos
- Jurassic Park III (2001) de Joe Johnston, filmada en Hawái, Estados Unidos
- Runner Runner (2013) de Brad Furman, filmada en Puerto Rico
- Jurassic World (2015) de Colin Trevorrow, filmada en Hawái, Estados Unidos
- Jurassic World: Fallen Kingdom (2018) de J.A. Bayona, filmada en Hawái, Estados Unidos

Fuente: Centro Costarricense de Producción Cinematográfica (2018)

Anexo #20: Flujos de Inversión Extranjera Directa por país de origen

Tabla 1.
Costa Rica: Flujos de Inversión Extranjera Directa, según país de origen
 Periodo 2000-2016

Datos expresados en millones de dólares estadounidenses

| PAÍS | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 ^{/1} | 2016 ^{/1} |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------------|--------------------|
| América Central | 74,3 | 115,5 | 74,0 | 34,5 | 47,2 | 126,1 | 65,2 | 46,8 | 82,7 | 50,9 | 95,3 | 46,2 | 46,8 | 516,2 | 348,2 | 267,3 | 68,7 |
| El Salvador | 24,6 | 21,7 | 29,3 | 30,6 | 17,0 | 33,3 | 32,7 | 40,1 | 65,7 | 20,6 | 0,0 | 40,0 | -1,6 | 42,2 | 34,7 | 27,6 | 21,6 |
| Guatemala | 3,9 | 2,9 | 0,4 | 0,0 | 0,1 | 9,6 | 2,3 | 8,7 | -8,0 | 5,7 | 33,2 | 5,3 | 9,8 | 10,0 | 66,8 | -0,9 | 4,9 |
| Honduras | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 2,4 | -2,9 | 0,6 | 0,8 | 5,0 | 2,8 | 12,6 | 6,8 | 0,5 | 17,6 | 3,1 | 187,8 | 1,5 |
| Nicaragua | 2,9 | 7,3 | 3,1 | 2,1 | 3,7 | 19,3 | 1,4 | 0,4 | 0,0 | -0,3 | 12,3 | -2,8 | 27,6 | 114,6 | 54,1 | 5,0 | 10,5 |
| Panamá | 42,8 | 83,7 | 41,2 | 1,8 | 24,0 | 66,8 | 28,3 | -3,1 | 19,9 | 22,0 | 37,2 | -3,1 | 10,5 | 332,0 | 189,5 | 47,8 | 30,2 |
| América del Norte | 499,7 | 431,5 | 437,3 | 493,2 | 734,4 | 989,6 | 1.421,9 | 1.322,4 | 1.653,7 | 1.158,8 | 1.341,1 | 1.884,4 | 1.358,7 | 1.261,6 | 1.484,3 | 1.774,6 | 1.510,2 |
| Canadá | -4,4 | 47,6 | -12,0 | 21,1 | 13,2 | 87,6 | 345,4 | 97,1 | 64,0 | 32,6 | 47,2 | 42,3 | 7,2 | 47,9 | 85,9 | 39,0 | 92,1 |
| E.E.U.U. | 456,3 | 340,1 | 410,3 | 426,4 | 685,1 | 842,8 | 1.054,0 | 1.154,5 | 1.569,8 | 1.119,5 | 1.253,5 | 1.658,7 | 1.015,1 | 1.042,1 | 1.148,2 | 1.601,0 | 1.298,1 |
| México | 47,8 | 43,8 | 39,0 | 45,8 | 36,1 | 59,2 | 22,5 | 70,9 | 19,8 | 6,8 | 40,4 | 183,4 | 336,5 | 171,7 | 250,2 | 134,6 | 120,0 |
| Otros relevantes de América | 0,9 | 13,4 | 20,6 | 44,2 | 44,8 | 109,3 | 29,9 | 102,2 | 82,7 | 23,2 | 110,2 | 194,8 | 339,2 | 159,6 | 318,4 | 144,6 | 122,8 |
| Argentina | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,9 | 14,7 | 5,7 | 4,6 | 1,1 | 15,4 | 7,9 | 0,0 | 0,0 | 7,1 | 9,0 | 30,6 | 11,6 | 11,0 |
| Brasil | -2,9 | -2,9 | 5,9 | 2,3 | 0,4 | 8,0 | 4,1 | 27,7 | -7,3 | -4,9 | -5,9 | 7,9 | 89,5 | 19,4 | 51,7 | -52,2 | 9,3 |
| Colombia | 1,7 | 10,9 | 3,3 | 5,1 | 13,6 | 34,6 | -2,9 | 30,2 | 50,0 | 6,4 | 98,3 | 151,6 | 105,7 | 78,6 | 192,8 | 171,6 | 92,5 |
| Chile | 1,3 | 0,5 | 2,0 | 0,4 | 1,1 | 1,0 | 2,3 | 2,4 | 3,1 | 2,6 | 2,7 | 1,5 | -4,9 | 32,8 | 19,3 | 7,8 | 5,7 |
| Venezuela | 0,9 | 2,0 | 2,4 | 20,7 | 10,2 | 11,8 | 14,2 | 21,1 | 19,9 | 8,7 | 14,6 | 33,7 | 141,4 | 19,8 | 24,0 | 5,8 | 3,8 |
| Islas Caimán | 0,0 | 2,9 | 7,0 | 14,7 | 4,8 | 48,2 | 7,5 | 19,7 | 1,6 | 2,5 | 0,5 | 0,0 | 0,4 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,5 |
| Relevantes de Europa | 68,9 | 48,9 | 298,9 | 126,4 | 115,7 | 95,2 | 120,6 | 504,0 | 412,5 | 150,7 | 134,5 | 319,6 | 471,6 | 667,8 | 613,5 | 811,8 | 977,5 |
| Alemania | 16,8 | 4,3 | 1,6 | 69,6 | 19,9 | 11,1 | 25,4 | 59,4 | 67,7 | 17,4 | 19,8 | 9,0 | -9,8 | 32,3 | 91,0 | 109,7 | 58,7 |
| España | 35,7 | 34,0 | 0,1 | 9,0 | 8,0 | 21,8 | 12,6 | 56,8 | 140,8 | 79,0 | 28,4 | 247,4 | 310,8 | 246,5 | 315,5 | 131,6 | 154,9 |
| Francia | 1,2 | 1,3 | 0,5 | 0,0 | 4,9 | 7,9 | 10,8 | 15,9 | 30,9 | 7,9 | -0,8 | -0,1 | 4,9 | 113,4 | 33,8 | 16,5 | 20,9 |
| Holanda | 0,0 | -1,8 | 273,5 | 30,9 | 18,5 | -0,3 | 26,2 | 50,6 | 24,3 | 26,6 | 7,0 | 30,1 | 31,6 | 109,4 | -65,5 | 516,7 | 371,3 |
| Bélgica | 0,8 | 0,7 | 0,0 | 0,0 | 4,3 | 14,5 | 1,6 | 220,5 | 28,5 | 14,6 | 0,1 | 0,0 | 11,8 | 28,2 | 30,6 | 29,9 | -3,3 |
| Inglaterra | 0,1 | -1,1 | -3,5 | -3,8 | 7,7 | 20,4 | 21,1 | 37,6 | 15,8 | 27,3 | 14,1 | -30,3 | 11,0 | 5,9 | 52,4 | 44,0 | 19,8 |
| Italia | 10,8 | 7,2 | 7,3 | 5,7 | 14,6 | 37,3 | 16,3 | 19,1 | 18,8 | 10,2 | -1,8 | 58,6 | 114,6 | 106,1 | 117,9 | 14,3 | 186,1 |
| Suiza | 3,6 | 4,3 | 19,4 | 14,9 | 37,7 | -17,3 | 6,5 | 44,2 | 85,7 | -32,3 | 67,7 | 4,8 | -3,4 | 25,8 | 37,8 | -50,9 | 169,1 |
| Relevantes de Asia | 3,0 | -8,8 | 0,6 | -0,6 | 6,4 | -1,8 | 26,9 | 3,4 | 10,5 | 1,6 | 1,9 | -0,2 | 10,3 | 16,4 | 11,8 | 0,5 | -3,0 |
| China | -0,3 | 0,3 | 1,0 | 0,6 | 2,4 | 1,1 | 0,4 | 3,1 | 1,9 | 3,6 | 0,8 | 1,0 | 4,7 | 7,1 | 10,9 | 2,2 | 0,6 |
| Corea | -2,7 | -11,5 | -1,3 | -0,5 | 3,5 | 1,1 | 5,0 | 0,2 | 5,4 | -1,1 | 0,6 | 0,0 | 15,8 | 0,0 | -0,1 | 0,0 | -1,0 |
| Japón | 1,2 | 1,7 | 1,0 | -0,9 | 0,8 | -0,7 | 22,2 | -0,5 | 0,0 | -1,9 | 0,8 | -1,1 | -10,2 | 9,2 | 0,9 | -1,7 | -2,6 |
| Taiwan | 4,8 | 0,8 | 0,0 | 0,2 | -0,3 | -3,3 | -0,7 | 0,7 | 3,2 | 1,0 | -0,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Otros Países | 20,1 | 8,1 | -6,6 | -5,6 | 27,5 | 45,7 | 38,0 | 109,6 | 77,9 | 58,4 | 0,5 | 16,7 | 31,4 | 119,5 | 130,8 | 97,2 | 5,1 |
| TOTAL | 666,9 | 608,6 | 824,6 | 692,1 | 975,9 | 1.364,1 | 1.702,5 | 2.088,5 | 2.319,9 | 1.443,6 | 1.683,5 | 2.461,5 | 2.258,1 | 2.741,1 | 2.907,1 | 3.096,1 | 2.681,1 |

Fuente: Grupo Interinstitucional de Inversión Extranjera Directa (BCCR,CINDE, PROCOMER, COMEX e ICT)

Fuente: COMEX, 2016

Tabla 2.
Costa Rica: Inversión Extranjera Directa por actividad económica de destino
 Periodo 2000-2016
 Datos expresados en millones de dólares estadounidenses

| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 ^{1/} | 2016 ^{1/} |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------------|--------------------|
| Agricultura | -20,4 | 0,7 | -11,2 | -45,7 | 67,3 | 71,4 | 85,7 | -6,9 | 519,6 | 150,6 | -7,9 | 36,4 | 0,6 | -1,1 | 61,3 | 407,1 | 51,9 |
| Agroindustria | 20,9 | 7,5 | 3,6 | 10,6 | -0,3 | 56,9 | -3,2 | 40,4 | 24,2 | 13,5 | 46,9 | 7,6 | -15,8 | -2,5 | 22,3 | 25,1 | 56,2 |
| Comercio | 28,2 | 16,1 | 19,8 | 7,5 | 31,8 | 91,5 | 81,8 | 80,6 | 97,2 | -2,4 | 75,3 | 366,4 | 143,3 | 174,0 | 122,4 | 420,6 | 128,2 |
| Industria Manufacturera | 539,0 | 337,1 | 629,3 | 486,7 | 607,0 | 663,2 | 599,7 | 865,1 | 685,7 | 351,3 | 1.147,6 | 879,4 | 599,5 | 316,6 | 516,6 | 921,0 | 1.170,5 |
| Servicios | 31,5 | 83,6 | 68,8 | 104,7 | 23,0 | 141,0 | 91,4 | 76,0 | 167,5 | 318,0 | 107,2 | 720,6 | 883,1 | 861,8 | 1.231,0 | 797,8 | 789,1 |
| Sistema Financiero | 27,1 | 43,1 | 17,2 | 2,2 | 22,6 | 53,3 | 343,4 | 73,9 | 28,9 | 86,9 | 70,0 | 107,4 | 72,6 | 91,9 | 157,3 | 163,3 | 112,6 |
| Turismo | 51,3 | 111,5 | 76,0 | 88,0 | 41,0 | 53,2 | 124,0 | 321,3 | 291,5 | 253,5 | 81,0 | 113,5 | 143,0 | 139,7 | 34,0 | 41,1 | 102,6 |
| Inmobiliaria | 15,0 | 9,0 | 21,0 | 31,0 | 178,4 | 234,6 | 364,0 | 631,3 | 472,2 | 241,7 | 147,0 | 228,1 | 431,8 | 1.160,7 | 762,1 | 320,0 | 270,0 |
| Otros | -25,7 | 0,0 | 0,1 | 7,1 | 5,2 | -1,0 | 15,8 | 6,8 | 33,2 | 30,4 | 16,4 | 2,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Inversión extranjera | 666,9 | 608,6 | 824,6 | 692,1 | 975,9 | 1.364,1 | 1.702,5 | 2.088,5 | 2.319,9 | 1.443,6 | 1.683,5 | 2.461,5 | 2.258,1 | 2.741,1 | 2.907,1 | 3.096,1 | 2.681,1 |

Fuente: COMEX, 2016