

**Contribución Económica de las Industrias
Basadas en Derechos de Autor en el Perú**

Preparado para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y el
Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
(INDECOPÍ)

Por

Rosa Morales Saravia
rmmorales@pucp.edu.pe

Raúl Solórzano
solorzano.rr@pucp.edu.pe

José Távara
jtavara@pucp.edu.pe

Eduardo Villanueva
evillan@pucp.edu.pe

Julio de 2009

Contenido

Resumen ejecutivo	11
1. Introducción	16
2. Metodología del estudio y fuentes de información	19
2.1. Metodología de estimación del Valor Agregado.....	19
2.2. Metodología de estimación del Empleo	23
2.3. Metodología de estimación de los flujos comerciales	29
3. Marco Legal sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos en el Perú	30
3.1. Visión General.....	30
4. La contribución de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú.....	44
4.1. Antecedentes y fundamentos del desempeño de las IBDA.....	44
4.2. Industrias Basadas en Derechos de Autor Principales.....	49
4.3. Industrias Basadas en Derechos de Autor Interdependientes.....	54
4.4. Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales	59
4.5. Industrias de Apoyo No-dedicadas	64
4.6. Balanza comercial de servicios.....	67
4.7. Clasificación de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú 69	
4.8. Comparaciones Internacionales	73
5. Descripción y estimación de la contribución económica de las Industrias Basadas en Derechos de Autor Principales.....	76
5.1. La industria de prensa y literatura.....	76
5.2. La industria de la música	89
5.3. La industria de cine	97
5.4. La industria de Radio y Televisión	107
5.5. La Industria del Software	118
5.6. La Industria Publicitaria	123

5.7.	Las Sociedades de gestión colectiva de derechos de autor.....	127
6.	Conclusiones y recomendaciones	131
	Referencias	134
	Lista de acrónimos.....	137
	Anexo A: Entrevistas realizadas	139
	Anexo B: Metodología de estimación de la contribución al valor agregado de las Industrias Basadas en Derechos de Autor para el año 2005 en base a la información sectorial del año 2000 (Ministerio de la Producción)	145
	Anexo C: Anexo al Capítulo 3	147

Índice de cuadros

Cuadro RE.1. Contribución a la economía nacional de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005	11
Cuadro RE.2. Estadísticas comerciales de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005	12
Cuadro 2.2.1. Número total de empresas en cada sector económico	25
Cuadro 2.2.2. Factores de expansión	26
Cuadro 2.2.3. Factores de expansión asignados a cada actividad de las IBDA a un nivel de cuatro dígitos CIIU.....	27
Cuadro 3.1.1. Derechos de Autor, reconocidos en la Ley sobre el Derecho de Autor y la Ley del Artista Intérprete y Ejecutante	31
Cuadro 3.1.2. Derechos Conexos, reconocidos en la Ley sobre el Derecho de Autor y la Ley del Artista Intérprete y Ejecutante	33
Cuadro 4.1.1. Indicadores macroeconómicos de la economía peruana	44
Cuadro 4.1.2. Contribución a la economía nacional de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005	45
Cuadro 4.1.3. Estadísticas comerciales de las industrias basadas en derechos de autor, 2005.....	46
Cuadro 4.2.1. Contribución al Valor Agregado de las Industrias Principales, 2005	49
Cuadro 4.2.2. Contribución al empleo de las Industrias Principales, 2005.....	50
Cuadro 4.2.3. Balanza Comercial de las Industrias Principales, 2005	52
Cuadro 4.3.1. Contribución al valor agregado de las Industrias Interdependientes, 2005	55
Cuadro 4.3.2. Contribución al empleo de las Industrias Interdependientes, 2005	56
Cuadro 4.3.3. Balanza comercial de las Industrias Interdependientes, 2005.....	57
Cuadro 4.4.1. Contribución al valor agregado de las Industrias Parciales, 2005	60
Cuadro 4.4.2. Contribución al empleo de las Industrias Parciales, 2005	61
Cuadro 4.4.3. Balanza comercial de las Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales, 2005	62

Cuadro 4.5.1. Contribución al valor agregado de las Industrias No-dedicadas, 2005 ..	64
Cuadro 4.5.2. Contribución al empleo de las Industrias No-dedicadas, 2005.....	65
Cuadro 4.6.1. Balanza Comercial de las actividades económicas de Servicios, 2005.	67
Cuadro 4.7.1. Clasificación de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú	69
Cuadro 5.1.1. 40 principales editores de acuerdo con ISBN (Títulos), 2000-2005.....	76
Cuadro 5.1.2. Total de libros vendidos sin incluir libros del Ministerio de educación (según número de copias), 1993-2003	78
Cuadro 5.1.3. Evolución del ingreso neto de ventas de periódicos, 1999-2001 y 2004-2005.....	80
Cuadro 5.1.4. Valor agregado para los códigos CIIU disponibles de la Industria de Prensa y Literatura, 2005	83
Cuadro 5.1.5. Inversión publicitaria en diarios.....	84
Cuadro 5.1.6. Estimación del valor agregado de las industrias de periódicos y editorial (prensa y literatura) estimada (miles de US\$), 2005	85
Cuadro 5.1.7. Valor agregado de la industria de prensa y literatura.....	86
Cuadro 5.1.8. Empleo en la industria de prensa y literatura, 2005	86
Cuadro 5.1.9. Balanza Comercial de la industria de Prensa y Literatura, 2005.....	87
Cuadro 5.2.1. Distribución de las Regalías APDAYC, 2005 (US\$).....	89
Cuadro 5.2.2. Difusión pública, 2005 (US\$).....	90
Cuadro 5.2.3. Producción/fabricación de música grabada, 2005	90
Cuadro 5.2.4. Ventas de CD, DVD y casete (unidades), 2005	91
Cuadro 5.2.5. Estructura de costos de la empresa de distribución al por mayor.....	92
Cuadro 5.2.6. Valor Agregado de las empresas de distribución por CD y DVD (unidades), 2005.....	92
Cuadro 5.2.7. Bailes y Espectáculos: Regalías recolectadas por APDAYC, 2005 (US\$)	93
Cuadro 5.2.8. Valor Agregado y empleo en la Industria de la Música, 2005 (US\$)	93
Cuadro 5.2.9. Valor Agregado en la Industria de la Música, 2005 (US\$)	94

Cuadro 5.2.10. Empleo en la Industria de la Música, 2005 (US\$)	95
Cuadro 5.2.11. Exportaciones e Importaciones de la industria de la música en US\$, 2005.....	96
Cuadro 5.3.1. Estrenos de producciones nacionales y extranjeras, 1999-2005	98
Cuadro 5.3.2. Beneficio estimado del sector producción proveniente de la exhibición nacional, 2005.....	99
Cuadro 5.3.3. Precio promedio de Tickets (US\$) 2002-2005	99
Cuadro 5.3.4. Estructura de costos del proceso nacional de filmación	100
Cuadro 5.3.5. Estimación del valor agregado de la producción de películas (US\$), 2005.....	100
Cuadro 5.3.6. Ingresos netos y Brutos de los exhibidores del total de ingresos de los distribuidores (US\$), 2005	104
Cuadro 5.3.7. Estructura de costos del distribuidor (US\$), 2005	104
Cuadro 5.3.8. Valor agregado estimado para el sector distribución en la industria de películas (en US\$), 2005.....	105
Cuadro 5.3.9. Valor Agregado estimado para la industria de cine (US\$), 2005	105
Cuadro 5.3.10. Empleo estimado para la industria cinematográfica (US\$), 2005	106
Cuadro 5.3.11. Balanza comercial de la industria de cine, 2005.....	106
Cuadro 5.4.1. Indicadores Financieros de las principales operadoras de TV por cable (miles de US\$)	111
Cuadro 5.4.2. Balance General Telefónica Multimedia S.A.C., 2004 y 2005 (miles de US\$).....	112
Cuadro 5.4.3. Inversión publicitaria en televisión en el Perú, 2005 (en US\$)	113
Cuadro 5.4.4. Valor Agregado en la Industria de TV de señal abierta, 2005	113
Cuadro 5.4.5. Principales Grupos de radiodifusión en el Perú, 2005	114
Cuadro 5.4.6. Distribución de la Inversión publicitaria en Radio, 2005	115
Cuadro 5.4.7. Inversión publicitaria por tipo de medio en Perú (en US\$), 2005	116
Cuadro 5.4.8. Valor Agregado de Radio y Televisión, 2005	116
Cuadro 5.4.9. Empleo de Radio y Televisión, 2005.....	117

Cuadro 5.5.1. Compradores de software y principales empresas productoras nacionales.....	119
Cuadro 5.5.2. Valor agregado estimado para la industria del software (miles US\$), 2005.....	121
Cuadro 5.5.3. Empleo estimado en la industria del software, 2005	122
Cuadro 5.5.4. Estimación de la balanza comercial de la industria del software (miles US\$), 2005.....	122
Cuadro 5.6.1. Inversión publicitaria en el Perú por Agencias de Publicidad y Centrales de Medios, 2005 (US\$).....	124
Cuadro 5.6.2. Valor Agregado en Publicidad, 2005.....	126
Cuadro 5.6.3. Empleo en Publicidad, 2005	126
Cuadro 5.7.1. Valor agregado y el empleo de las Sociedades de Gestión Colectiva de Derechos de Autor (miles de US\$), 2005.....	130
Cuadro C1 Perú: Importaciones de CDs y DVDs por marca (cantidad y porcentaje), 2005-2007.....	147
Cuadro C2 Perú: Importaciones de CDs y DVDs por país (cantidad y porcentaje), 2005-2007.....	148

Índice de gráficos

Gráfico RE.1. Contribución al Valor Agregado de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005	11
Gráfico RE.2. Contribución a las Exportaciones de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005	12
Gráfico RE.3. Contribución a las importaciones de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005	13
Gráfico RE.4. Porcentaje sobre el Valor Agregado total por sector económico, 2005 .	13
Gráfico RE.5. Comparación internaciones de la contribución al Valor Agregado de las Industrias Basadas en Derechos de Autor (porcentaje)	14
Gráfico RE.6. Comparación internacional de la contribución al empleo de las Industrias Basadas en Derechos de Autor (porcentaje)	15
Gráfico 4.1.1. Las Industrias Basadas en Derechos de Autor como porcentaje del valor agregado, 2005.....	45
Gráfico 4.1.2. Las Industrias Basadas en Derechos de Autor como porcentaje del empleo, 2005.....	46
Gráfico 4.1.3. Las Industrias Basadas en Derechos de Autor como porcentaje de las exportaciones, 2005	47
Gráfico 4.1.4. Las Industrias Basadas en Derechos de Autor como porcentaje de las importaciones, 2005	47
Gráfico 4.1.5. Porcentaje del valor agregado total por sector económico, 2005	48
Gráfico 4.2.1. Contribución al valor agregado de las Industrias Principales, 2005 (millones de US\$)	50
Gráfico 4.2.2. Contribución al empleo de las Industrias Principales, 2005	51
Gráfico 4.2.3. Contribución a las exportaciones, Industrias principales, 2005 (US\$)...	52
Gráfico 4.2.4. Contribución a las importaciones, Industrias Principales, 2005 (US\$) ..	53
Gráfico 4.3.1. Contribución al valor agregado de las industrias basadas en derechos de autor interdependientes, 1998-2005 (miles de US\$ corrientes).....	54
Gráfico 4.3.2. Contribución al valor agregado de las Industrias Interdependientes, 2005 (millones de US\$)	55
Gráfico 4.3.3. Contribución al empleo de las Industrias Interdependientes, 2005	56

Gráfico 4.3.4. Contribución a las exportaciones, Industrias Interdependientes, 2005 (US\$)	58
Gráfico 4.3.5. Contribución a las importaciones, Industrias Interdependientes, 2005 (US\$)	58
Gráfico 4.4.1. Contribución al valor agregado de las Industrias Parciales, 1998-2005 (miles US\$).....	59
Gráfico 4.4.2. Contribución al valor agregado de las industrias parciales, 2005 (millones US\$)	60
Gráfico 4.4.3. Contribución al empleo de las Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales, 2005	61
Gráfico 4.4.4. Cuota de las exportaciones de las actividades económicas de las industrias parciales, 2005 (US\$)	63
Gráfico 4.4.5. Cuota de las importaciones de las actividades económicas de las industrias parciales, 2005 (US\$)	63
Gráfico 4.5.1. Contribución al valor agregado de las Industrias No-dedicadas, 2005 ..	65
Gráfico 4.5.2. Contribución al empleo de las Industrias No-dedicadas, 2005	66
Gráfico 4.6.1. Cuota de exportaciones de las actividades económicas de Servicios, 2005	68
Gráfico 4.6.2. Cuota de exportaciones de las actividades económicas de Servicios, 2005	68
Gráfico 4.8.1. Comparación internacional de las Industrias Basadas en Derecho de Autor según su contribución al valor agregado (%)	73
Gráfico 4.8.2. Comparación internacional de las Industrias Basadas en Derecho de Autor según su contribución al empleo (%)	74
Gráfico 4.8.3. Comparación internacional de las industrias Basadas en Derecho de Autor según su contribución a las exportaciones (%)	75
Gráfico 4.8.4. Comparación internacional de las industrias de Derecho de Autor según su contribución a las importaciones (%)	75
Gráfico 5.1.1: Número de títulos registrados en la ISBN, 1995-2005	77
Gráfico 5.1.2. Ventas de libros por categorías incluyendo los del Ministerio de Educación (miles de US\$), 1993-2003.....	78
Gráfico 5.1.3. Diarios más frecuentemente leídos (en porcentajes), 2003-2005	79

Gráfico 5.1.4. Valor agregado de los periódicos, revistas y periódicos (miles de US\$), 1998-2005	79
Gráfico 5.1.5. Valor agregado de tarjetas, mapas, guías y otros materiales publicados (miles de US\$), 1998-2005	81
Gráfico 5.1.6. Valor agregado de actividades de pre-prensa e impresión (miles de US\$), 1998-2005	81
Gráfico 5.1.7. Valor agregado de post-impresión de libros, revistas, periódicos y material publicitario (miles de US\$), 1998-2005	82
Gráfico 5.2.1. Producción/fabricación de música grabada, 2005	91
Gráfico 5.3.1. Entradas vendidas de los cines (miles), 1980-2005	101
Gráfico 5.3.2. Estimaciones anuales de taquilla (miles US\$), 2002-2005	102
Gráfico 5.3.3. Cuota de Mercado por distribuidor, 2005	103
Gráfico 5.4.1. Número de suscriptores de TV por cable, por Departamento (porcentajes)	109
Gráfico 5.4.2. Empresas proveedoras de TV por cable (porcentajes basados en el número de suscriptores por empresa)	109
Gráfico 5.5.1. Participación de la compañía en la industria de software por tamaño (miles de US\$), 2003-2004	120
Gráfico 5.5.2. Distribución de las empresas de software por tamaño	120
Gráfico C1 Perú: Importaciones de CDs y DVDs por mes (cantidad y porcentaje), 2005-2006	147

Resumen ejecutivo

Como muestran numerosos estudios, la importancia de las industrias creativas y de creación de contenidos en el desempeño de las economías modernas es cada vez mayor. Con la economía peruana creciendo a una tasa promedio de 6.5% en el período 2002-2007, es esencial conocer el lugar y el papel que las Industrias Basadas en Derechos de Autor (IBDA) tienen en la creación de valor agregado, del empleo y en los flujos de comercio. En este documento, se estima la contribución de estas industrias a la economía peruana.

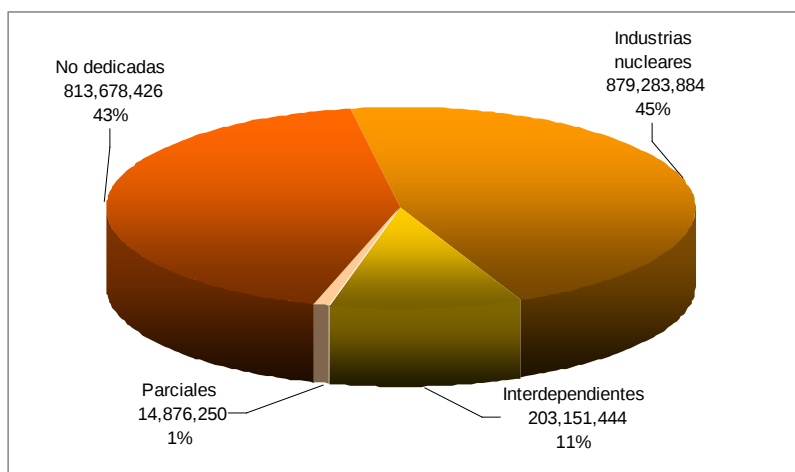
Los resultados muestran que las IBDA peruanas en el año 2005 contribuyeron con US\$ 1,911 millones de valor agregado – 2.7% del total nacional – y 596 mil puestos de trabajo, lo que representó el 4.5% del empleo total. Las Industrias Basadas en Derechos de Autor principales (45% del valor agregado y 46% para el empleo dentro de las IBDA) y de apoyo (43% del valor agregado y 50% del empleo), son los más importantes en su contribución a estas variables económicas.

Cuadro RE.1. Contribución a la economía nacional de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005

Industrias Basadas en Derechos de Autor	Valor Agregado (US\$)	Como porcentaje del V.A. Nacional	Empleo (número)	Como porcentaje del Empleo Nacional
Industrias básicas	879,283,884	1.23%	276,625	2.09%
Interdependientes	203,151,444	0.28%	18,950	0.14%
Parciales	14,876,250	0.02%	8,743	0.07%
De apoyo	813,678,426	1.14%	291,632	2.20%
Total	1,910,990,004	2.67%	595,950	4.50%

Fuente: Cuadros del Capítulo 4.
Elaboración propia.

Gráfico RE.1. Contribución al Valor Agregado de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005



Fuente: Cuadros del Capítulo 4.
Elaboración propia.

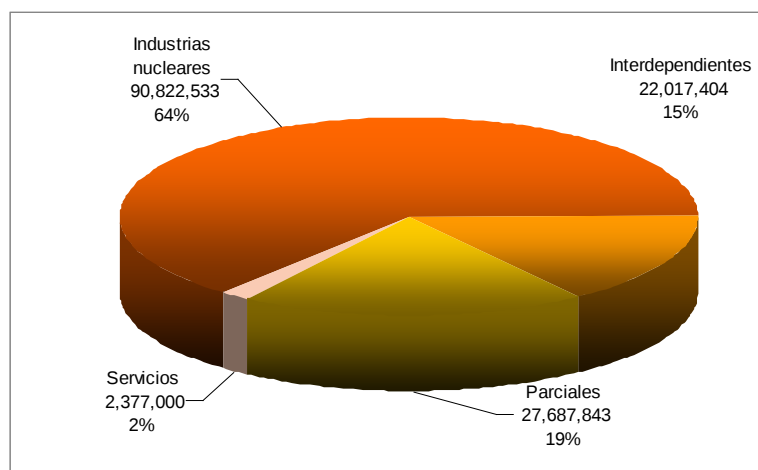
La contribución de las Industrias Basadas en Derechos de Autor a las exportaciones nacionales asciende a US\$ 143 millones, incluidas las exportaciones de servicios, así, estas industrias aportan el equivalente al 0.8% del total de exportaciones de bienes y servicios del país. Las industrias principales representan las principales actividades de exportación relacionadas a los derechos de autor. Por otro lado, las importaciones de las IBDA alcanzaron US\$ 652 millones en el año 2005, un importe equivalente al 5.4% de las importaciones totales de bienes del país. En este caso, las principales actividades importadoras son las industrias interdependientes.

Cuadro RE.2. Estadísticas comerciales de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005

Industrias Basadas en Derechos de Autor	Exportaciones (US\$)	Como porcentaje de las Exportaciones Nacionales	Importaciones (US\$)	Como porcentaje de las Importaciones Nacionales
Industrias principales	90,822,533	0.52%	21,850,948	0.18%
Industrias no principales				
<i>Interdependientes</i>	22,017,404	0.13%	520,264,468	4.31%
<i>Parciales</i>	27,687,843	0.16%	11,732,856	0.10%
Servicios	2,377,000	0.01%	97,898,640	0.81%
Total	142,904,780	0.823%	651,746,912	5.395%

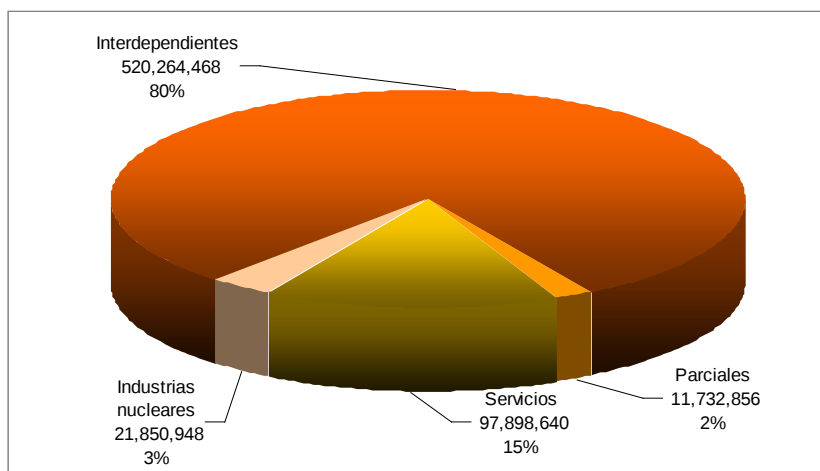
Fuente: Cuadros del Capítulo 4.
Elaboración propia.

Gráfico RE.2. Contribución a las Exportaciones de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005



Fuente: Cuadros del Capítulo 4.
Elaboración propia.

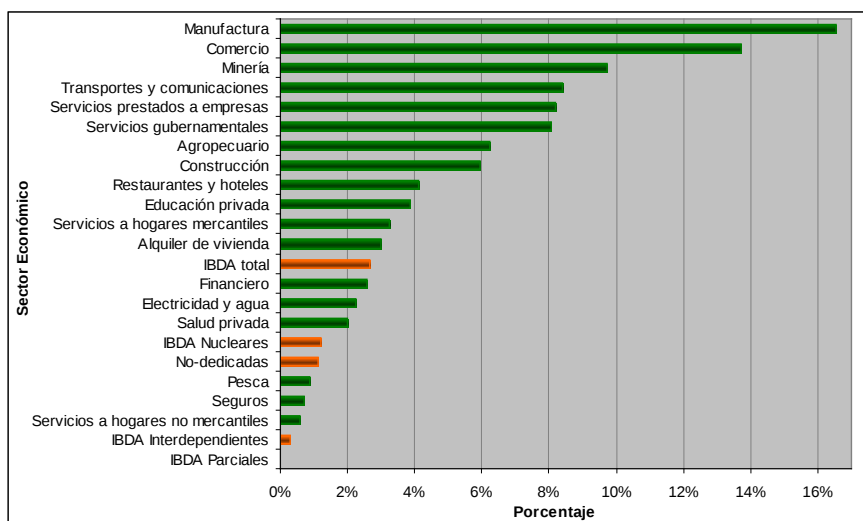
Gráfico RE.3. Contribución a las importaciones de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005



Fuente: Cuadros del Capítulo 4.
Elaboración propia.

La contribución total de las Industrias Basadas en Derechos de Autor al valor agregado (2.67%) es similar al aporte de los sectores: Alquiler de viviendas (2.98%), Financiero (2.56%), y Electricidad y agua (2.25%). Las industrias principales contribuyen 1.22% al valor agregado total (US\$ 997,045,973), mientras que la contribución de las industrias no principales es ligeramente superior, 1.59% (US\$ 218,841,372).

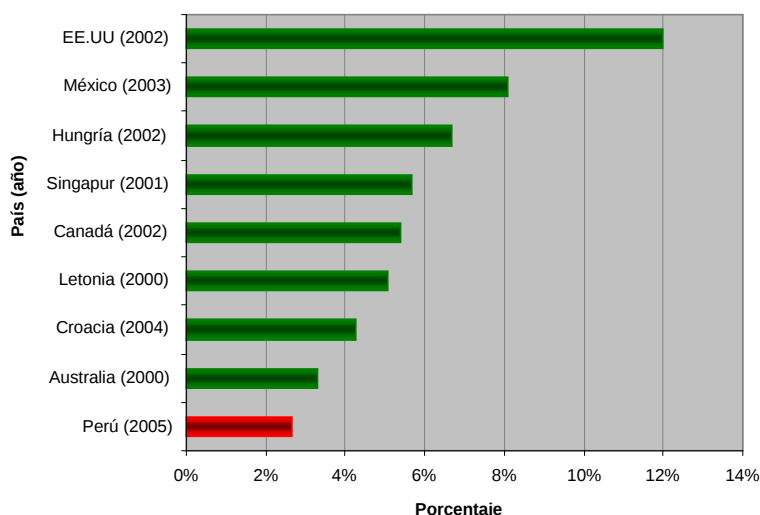
Gráfico RE.4. Porcentaje sobre el Valor Agregado total por sector económico, 2005



Fuente: BCRP y Cuadros de los capítulos 4 y 5.
Elaboración propia.

En general, las IBDA peruanas son más pequeñas que las de otros países. Mientras que en el caso peruano, el aporte es de 2.67%, en otros países latinoamericanos como México el aporte asciende a 8.1%, y en el resto del mundo las contribuciones al valor agregado nacional son por ejemplo: Singapur 5.7%, Hungría 6.7% y EE.UU. 12%.

Gráfico RE.5. Comparación internaciones de la contribución al Valor Agregado de las Industrias Basadas en Derechos de Autor (porcentaje)

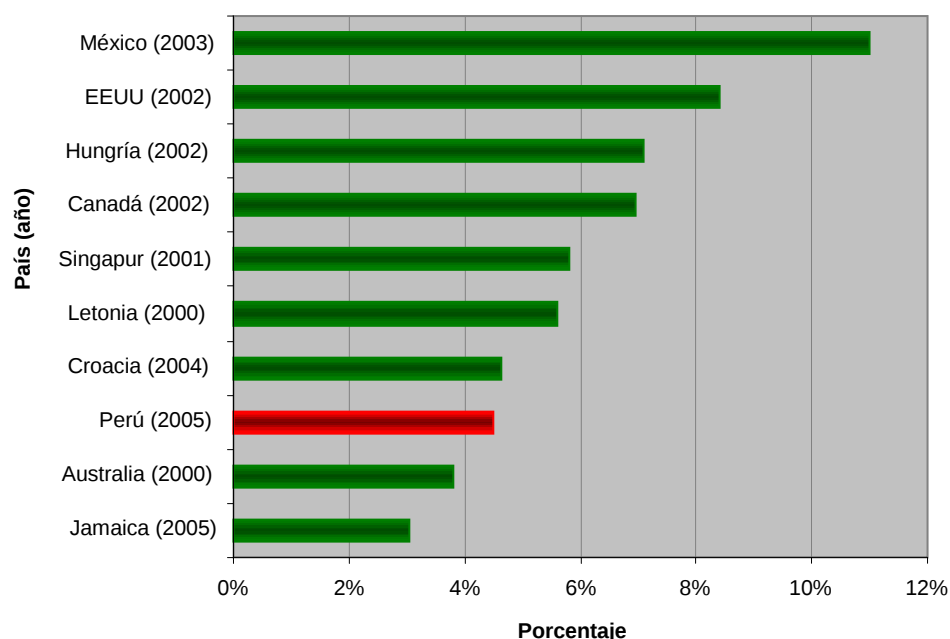


Fuente: OMPI y UNICAMP (sin fecha), Márquez-Mees et al. (2006), OMPI (2006), OMPI (2007) y Cuadros del capítulo 4.
Elaboración propia.

En la economía peruana, la mayor parte del valor agregado de las IBDA se explica por las industrias básicas, con US\$ 879 millones, lo cual representa en 2005 el 1.22% del valor agregado nacional (y el 46% del valor agregado de las industrias basadas en derechos de autor). Esta contribución es similar a los resultados observados en el caso de México, Singapur y los EE.UU. (en los que las industrias principales representan aproximadamente el 50% del impacto total de las IBDA).

La contribución de las IBDA peruanas al empleo es superior a su contribución a la producción, con 4.5% del empleo nacional (595,950 puestos de trabajo). Este resultado es menor que el de México (11%) así como de países de otras regiones, pero por encima de Jamaica (3%). Por su parte, las industrias principales representan 276,625 empleos (2.09% del empleo nacional), lo cual equivale al 46.4% del total de las industrias basadas en derechos de autor; así, su contribución al empleo total es superior a la observada en otros países, como México (31%), pero inferior a los resultados de otros países como EE.UU. (48%), Hungría (59%), Jamaica (59%), Singapur (63%) y Filipinas (79%).

Gráfico RE.6. Comparación internacional de la contribución al empleo de las Industrias Basadas en Derechos de Autor (porcentaje)



Fuente: OMPI y UNICAMP (sin fecha), Márquez-Mees et al. (2006), OMPI (2006), OMPI (2007) y cuadros del capítulo 4.
Elaboración propia.

Es importante señalar que las estimaciones presentadas en este estudio son el resultado de lo que consideramos era la medida más conservadora de la contribución económica de las IBDA a la economía. Cada vez que se realizaron algunos supuestos, la decisión fue permanecer conservadores. Otro de los motivos para considerar que lo que hemos obtenido es un límite inferior de la contribución económica de las IBDA, es el hecho de que se subestiman algunas actividades y otras ni siquiera se estiman debido a la falta de datos. De hecho, hay algunas actividades específicas para las cuales no hay información disponible en absoluto, ni hay datos disponibles sobre micro empresas, ni datos sobre las actividades informales, ni ninguna información sobre el autoempleo ni la tercerización del empleo. Esta es una tarea futura para los organismos públicos, los agentes privados y otras organizaciones privadas: profundizar la sistematización y recopilación de información de aquellas actividades para las que por el momento no hay información completa y para aquellas para las que no hay ninguna información en absoluto.

1. Introducción

Las industrias culturales de información y de producción de contenidos, es decir, las industrias creativas, tienen una importancia creciente en el desempeño económico de las naciones. Es por ello que desde principios de los años setenta se han realizado muchos esfuerzos con el fin de medir la contribución de estas industrias a la economía nacional, principalmente en los países desarrollados¹.

El Perú ha estado creciendo a una tasa promedio de 6.5% en el período 2002-2007; en tal contexto, es esencial saber cuál ha sido el papel de estas industria en el desempeño del país. Una economía emergente necesita, además de los factores de producción tradicionales –empleo y capital, por ejemplo- los insumos que las industrias de la información y los contenidos proveen. De este modo, las Industrias Basadas en Derechos de Autor (IBDA) son especialmente importantes. En un mundo en el que no sólo el capital físico, el capital natural, el trabajo y el conocimiento y la cultura son los principales factores de la producción, no es posible tener un crecimiento sostenible sin la contribución de las Industrias Basadas en Derechos de Autor.

El objetivo del estudio es estimar la contribución económica de las Industrias Basadas en Derechos de Autor a la economía nacional, mediante la generación de valor agregado, empleo y flujos comerciales. Algunas IBDA, principalmente las industrias culturales y de información son muy bien conocidas por su impacto en la economía; sin embargo algunas otras actividades que contienen componentes de derechos de autor, no son consideradas normalmente. En este sentido, este estudio pretende ofrecer una evaluación completa no solamente incluyendo las industrias de derecho de autor principales, sino también las otras actividades basadas en derechos de autor relacionadas en distintos niveles con ellas (no principales). Entre ellas se encuentran las IBDA interdependientes, las IBDA parciales, y las industrias de apoyo..

En el año 2003, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) publicó una guía metodológica con el objetivo de ayudar a revelar el lugar que las IBDA tienen en la economía, titulado "Guía para determinar la contribución económica de las Industrias relacionadas con el derecho de autor". Este documento metodológico se ha utilizado en una serie de países siendo sus resultados publicados. Actualmente, otros países están por terminar y/o publicar sus estudios².

En el año 2006, el Instituto Nacional para la Defensa de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) pidió a la OMPI apoyo para llevar a cabo el estudio en el Perú, con el propósito de aumentar la conciencia pública sobre la contribución económica de la IBDA; las que requieren la protección de todas las formas de propiedad intelectual, uno de los objetivos principales de este organismo. El conocimiento generado con el estudio proporcionará a los responsables de las políticas información útil que contribuirá al diseño de las estrategias nacionales de desarrollo.

¹ Para un recuento detallado de los estudios y los países que han desarrollado estos estudios, véase la introducción del Informe de Hungría en OMPI (2006).

² Organismo público creado por Decreto Ley N ° 25868 en noviembre de 1992. Se adscribe a la Presidencia del Consejo de Ministros, por orden de la Ley N ° 27789, con autonomía técnica, económica, presupuestaria y administrativa.

Como se ha mencionado, la metodología utilizada en este estudio se basa en la Guía de la OMPI, con algunas adaptaciones debido a la escasez de datos disponibles en las estadísticas públicas. Asimismo, se ha recurrido al uso de la poca información financiera disponible públicamente de las empresas privadas de las IBDA. Esta adaptación se hace principalmente para el cálculo del valor agregado y se explica en detalle en el capítulo cuatro. En el caso de las IBDA principales, el planteamiento se basa en la información financiera privada para las principales empresas de cada sector. Para las industrias interdependientes y parciales, la información procede de la base de datos proporcionada por el Ministerio de la Producción (PRODUCE), complementada por los factores de derechos de autor encontrados en la literatura. Para las industrias de apoyo, en el Perú las estadísticas agregadas del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) permiten agruparlas en Venta al Por Mayor y al Por Menor, y Transportes y Comunicaciones, lo cual se complementa con los factores de derechos de autor.

En el caso del empleo, las estimaciones se basan principalmente en la Encuesta Económica Anual (EEA) del año 2005 realizada por el INEI y en los datos recogidos en las entrevistas. La explicación completa de la metodología se puede encontrar en el capítulo 2. Aunque casi la totalidad de las estimaciones sobre el empleo se basan en esta fuente de información, para algunas actividades de las IBDA interdependientes la fuente utilizada es la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG 2005).

Por último, la estimación de los flujos comerciales, esto es, exportaciones e importaciones, se ha calculado utilizando la equivalencia para el código CIU y la Nomenclatura Común de los Miembros de la Comunidad Andina (NANDINA) obtenidos de PRODUCE³, la cual relaciona los códigos aduaneros con los códigos CIU. La información sobre las importaciones y exportaciones de los diferentes códigos aduaneros se ha obtenido del Anuario Estadístico de la Superintendencia Nacional de Administración Aduanera (SUNAD, 2005a y 2005b).

Nos gustaría agradecer a todos los expertos, gerentes, funcionarios, presidentes de los sindicatos, los presidentes de Sociedades de Gestión Colectiva, los profesionales de las industrias creativas y otras personas relacionadas con las IBDA que entrevistamos por proporcionarnos la invaluable información que necesitábamos, así como sus oportunas observaciones y apreciaciones⁴. Damos nuestro especial reconocimiento a Dimitar Gantchev, Director Interino de la División de Industrias Creativas en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual por su paciencia y valiosos comentarios sobre los borradores del documento; a José Luis Zofío, Profesor Titular del Departamento de Análisis Económico de la Universidad Autónoma de Madrid por sus acertadas asesorías y observaciones, siempre instructivas y constructivas, sobre la metodología y todas las cuestiones técnicas relativas a la estimación y por su apoyo continuo como asesor del estudio; a Martín Moscoso, Jefe de la Oficina de Derecho de Autor del Instituto Nacional para la Defensa de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual, por su constante apoyo en el establecimiento de los contactos con los expertos, gerentes, presidentes de los sindicatos, los presidentes de las Sociedades de Gestión Colectiva, y otras personas relacionadas con las IBDA que teníamos que entrevistar y por su apoyo entusiasta; a José Tavera, Gerente de Estudios Económicos del Instituto Nacional para la Defensa

³ Correlacionador Código CIU Rev. 3 – Partida arancelaria NANDINA.

⁴ La lista de las entrevistas puede revisarse en el anexo A.

de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual por su incesante y oportuna ayuda para pedir la información a las instituciones públicas y cualquier otro tema que hemos solicitado de él y su equipo.

También queremos dar nuestro agradecimiento a los asistentes de investigación por su participación en los diferentes pasos del proceso para hacer este informe una realidad. Para Ricardo Álvarez, por la búsqueda perseverante de la información en las etapas iniciales de la obra, a Efraín Rodríguez por su trabajo competente en la organización de los primeros conjuntos de información, a Luis Miguel Espinoza y Juan Manuel del Pozo por su ayuda dedicada y eficiente de las estimaciones de las variables económicas del estudio y la búsqueda de más información, y a Roberto Piselli por su gestión eficiente de las bases de datos, y asistencia experta en la edición del documento final. Todas las declaraciones y los errores que este estudio puede tener son de entera responsabilidad de los autores.

El documento consta de cinco secciones que siguen a la introducción. El Capítulo 2 explica en detalle la metodología seguida, en el Capítulo 3 se presenta el marco jurídico de la protección de los derechos de autor en el Perú, así como una comparación internacional, el Capítulo 4 muestra los resultados de la estimación de la contribución económica de las IBDA, para las principales, interdependientes, parciales, así como para las de apoyo. En el Capítulo 5 se detalla la metodología seguida para calcular el valor agregado, el empleo y el comercio internacional para las IBDA principales en el caso peruano. Finalmente, en el capítulo 6, se presentan las conclusiones y recomendaciones.

2. Metodología del estudio y fuentes de información

La metodología del estudio se basa en las directrices presentadas en la Guía de la OMPI (2003). Se han utilizado diversas fuentes de información y enfrentado algunas dificultades en el recojo de la misma. Es así que en vista de la falta de una recopilación de datos oficial y sistemática sobre las Industrias Basadas en Derechos de Autor (IBDA), se tuvo que llevar a cabo una adaptación de la metodología para la estimación del valor añadido; cuyos detalles se explican en este capítulo. Para las estimaciones de empleo la principal fuente de información fue la Encuesta Económica Anual (EEA) 2005 del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). En este caso, fue necesario aplicar la metodología dada por el INEI a fin de obtener cifras expandidas a nivel nacional. La estimación de las exportaciones y las importaciones tuvo como fuente principal al Anuario Estadístico de la Superintendencia Nacional de Administración de Aduanas (SUNAD), aunque ha sido necesario aplicar la equivalencia para el código de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) y la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina (NANDINA), la cual relaciona el código arancelario con el mencionado código CIIU.

El año elegido para hacer la estimación es 2005. Dos consideraciones fueron tomadas en cuenta para esta elección. En primer lugar, la recopilación de información se inició a finales del año 2006 y finalizó en mayo de 2008, por lo cual el año 2005 era el más reciente para el cual la información oficial estaba disponible. En segundo lugar, en tanto el trabajo también toma información privada de las empresas, el año 2005 resultaba un periodo no tan reciente como para considerar que la información solicitada fuera demasiado sensible para las empresas.

2.1. Metodología de estimación del Valor Agregado

La primera opción para estimar la contribución al valor agregado de las IBDA fue la matriz insumo-producto, de modo que se usaría el enfoque de la producción. Sin embargo, la última matriz insumo-producto construida por el INEI se remonta a 1994, por lo que es inadecuada para hacer un cálculo para el año 2005, ya que la matriz se ha quedado obsoleta por los cambios en la estructura productiva del Perú de los últimos años. De este modo, no representa la dinámica y el crecimiento de las industrias de derechos de autor en la actualidad.

El otro enfoque es el del ingreso. Lamentablemente, no hay información disponible para las IBDA para el año 2005 sobre el pago a los trabajadores, el excedente de explotación, el consumo de capital fijo, otros impuestos a la producción y otros subsidios a la producción. El Ministerio de la Producción (PRODUCE) tiene estimados para algunas actividades del código CIIU de los sectores de Prensa y Literatura, Música, IBDA interdependientes y parciales⁵. Sin embargo, el último año disponible es el 2000, lo cual hizo necesario hacer proyecciones para el año 2005. En el Anexo B se presenta la metodología utilizada en detalle. Para las IBDA de apoyo, la información sobre el valor agregado se encuentra disponible en las estadísticas oficiales para el año 2005.

Para completar la estimación de las otras actividades, se utilizó un enfoque adicional en la Guía de la OMPI (2003): el cálculo de valor agregado sobre la base de los

⁵ Más adelante se definirá las IBDA principales, interdependientes, parciales y de apoyo.

informes de los estados financieros de las empresas. Una de las sugerencias de la Guía es llevar a cabo una encuesta a las empresas para obtener la información. En nuestro caso, no fue posible entrevistar a una muestra representativa de empresas del sector por dos razones. La primera es que no hay registros o listas del universo de empresas dedicadas a actividades protegidas o relacionadas con los derechos de autor para el diseño de la muestra. La segunda es que incluso de haber sido posible extraer una muestra, en la medida que las empresas no están obligadas a presentar datos sobre sus resultados económicos y financieros, la tasa de respuesta habría sido baja. La estrategia seguida para recoger información de las empresas incluyó entrevistas con miembros de asociaciones industriales, Sociedades de Gestión Colectiva y funcionarios calificados de las empresas privadas. El éxito en la recolección de información se logró en diferentes niveles, por lo que fue necesario realizar supuestos fundamentados para calcular las estimaciones. Estos supuestos se explican en los capítulos 4 y 5.

De esta manera, la metodología que se utilizará en este estudio para estimar el valor agregado de las actividades para las cuales no se disponía de información oficial, se realiza sobre la base de los estados financieros de las empresas privadas, principalmente del Estado de Ganancias y Pérdidas. El documento básico utilizado es el Manual de Contabilidad Nacional N° 76 (NU, 2000) ⁶.

Según la Guía de la OMPI, el Valor Agregado (VA) se mide utilizando la siguiente ecuación:

$$VA = \Pi + W + \delta + T - S$$

Donde:

Π = Excedente de explotación

W = Pago a los trabajadores

δ = Consumo de capital fijo

T = Otros impuestos a la producción

S = Otros subsidios a la producción

Por las razones mencionadas anteriormente, el presente informe se basa en información financiera a nivel de empresa, no en un nivel agregado. Para hacer esto posible, se estableció una correspondencia entre la información financiera individual y las estadísticas agregadas nacionales y sectoriales. Esta correspondencia se basa en

⁶ Según este documento, hay tres maneras de obtener esta información. La primera es mediante el uso de censos o encuestas; sin embargo esto sólo funciona en países donde las empresas involucradas tienen la voluntad o la obligación de proporcionar esta información. En el Perú, esta información se considera privada a menos que las empresas están listadas en la Bolsa de Valores. La otra opción es usar toda la información pública proporcionada por las empresas que cotizan en el mercado de valores, por las empresas públicas y reguladas, y también pedir la cooperación de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). Aunque se logró utilizar información pública en el estudio (por ejemplo de El Comercio, que cotiza en el mercado de valores, o de Telefónica, que es una empresa regulada), la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria no ofrece esta información para las empresas privadas, por lo que no ha sido utilizada como una fuente para la obtención de esta información. Una tercera opción es la adopción de las normas francesas y de la OCAM (Organisation Commune Africaine et Mauricienne), que sin embargo no son relevantes para este informe, pues es un sistema que por diseño hace que los estados financieros de las empresas sirvan directamente para las cuentas agregadas nacionales.

el Manual de Contabilidad Nacional N° 76 (UN, 2000) que trata sobre los vínculos entre la contabilidad empresarial y la contabilidad nacional.

Hay dos pasos que se deben realizar para pasar del formato de los Estados Financieros (EF) al de las Cuentas Nacionales (CN). En primer lugar, la información de los EF se reorganiza en el formato de las CN, para construir las llamadas "cuentas intermedias". El siguiente paso consiste en el ajuste de esta información con información complementaria, dado que algunos conceptos aparentemente similares no son equivalentes. A continuación, los elementos que conforman el VA se revisan, enfatizando los "equivalentes" en el Estado de Pérdidas y Ganancias y haciendo los ajustes necesarios.

En primer lugar, el Excedente de Explotación se define como "el superávit o déficit derivados de la producción antes de tomar en cuenta los intereses, rentas o cargas similares por pagar sobre activos financieros o activos tangibles no-producidos, prestados o alquilados por la empresa, o cualquier interés, renta o similar a cobrar sobre activos financieros o activos tangibles no-producidos de propiedad de la empresa"⁷. En este trabajo, la Renta de Explotación (RE) se establece como equivalente del Excedente de Explotación a nivel individual, definido como "el ingreso neto de las ventas menos los costos de ventas y los gastos operativos". Esta información se puede encontrar en el Estado de Pérdidas y Ganancias de cada empresa. Según el manual, este concepto no es exactamente equivalente al Excedente de Explotación, porque toma en cuenta ciertos elementos que la otra no (es decir, el concepto de Renta de Explotación sobrestima el Excedente de Explotación). Sin embargo, las diferencias son relativamente poco importantes y se refieren a elementos de poco valor o probabilidad⁸, con la excepción de los dividendos a pagar y los impuestos sobre la renta, lo que podría crear un sesgo al alza.

En segundo lugar, la Remuneración de asalariados se define como "la remuneración total, en efectivo o en especie a pagar por una empresa a un empleado a cambio del trabajo realizado por éste durante el período contable"⁹. Esta definición es sinónimo de masa salarial o gasto en planillas (MS). Incluye no sólo los sueldos y salarios, sino también otras compensaciones relacionadas con el trabajo. Esta información sólo se puede obtener mediante la desagregación de los costos de las empresas.

En tercer lugar, el Consumo de Capital Fijo se define como "la reducción en el valor de los activos fijos utilizados en la producción durante el período contable como resultado del deterioro físico, la obsolescencia normal o de daños accidentales normales"¹⁰. Este concepto está relacionado con la depreciación y amortización (D + A), las cuales están relacionadas a su vez con el deterioro temporal de los activos tangibles e intangibles, respectivamente. Esta información se encuentra diseminada en diferentes áreas del Estado de Pérdidas y Ganancias de cada empresa. Por un lado, tenemos la depreciación de los equipos directamente utilizados en la producción (es decir, en la planta de producción), que se encuentra dentro del costo de los productos

⁷ Definiciones obtenidas del Glosario de Términos Estadísticos de la OECD, en: <http://stats.oecd.org/glossary/index.htm>.

⁸ Por ejemplo, las ganancias o pérdidas extraordinarias (por ejemplo, debido a los desastres naturales, las expropiaciones, etc.), el efecto acumulativo de los cambios en los principios de contabilidad, o la operación discontinua de transferencias de capital (por ejemplo, los impuestos irregulares).

⁹ Ibídem.

¹⁰ Ibídem.

manufacturados. Por otro lado, tenemos la depreciación de los equipos utilizados en la administración y ventas, los cuales se incluyen en los gastos de operativos. Debido a esto, la depreciación total sólo puede ser calculada correctamente si información detallada sobre los gastos operativos y el costo de los productos manufacturados está disponible. Desafortunadamente, de acuerdo con el Manual, incluso si la información detallada se encuentra disponible, este concepto no será el equivalente al Consumo de Capital Fijo por dos razones. En primer lugar, porque las empresas utilizan métodos de cálculo de la depreciación basada en una lógica fiscal, lo que puede sesgar los resultados. Por ello, es necesario utilizar los Estados Financieros creados para el uso analítico, y no los creados para fines fiscales. En segundo lugar, la diferencia principal consiste en la evaluación de activos depreciados. En la contabilidad empresarial, se utiliza el costo en libros como el valor de los activos, mientras que en la contabilidad nacional se deben utilizar los precios corrientes.

Sin embargo, el Manual menciona que muchos países en desarrollo, debido a la falta de información, usan la depreciación como proxy para el Consumo de Capital Fijo. Asimismo, también se dice que muchas de las diferencias entre la Contabilidad Nacional y los Estados Financieros se dan en transacciones de bajo valor. Si los bienes no pueden ser revalorizados, la brecha entre las dos variables no será significativa.

En cuarto lugar, Otros Impuestos sobre la Producción se define como "impuestos distintos de los que se incurren directamente como resultado de la producción; se componen principalmente por impuestos corrientes sobre la mano de obra o el capital empleado en la empresa". Este concepto se refiere a los gastos especiales que el Estado puede imponer a las empresas. Por ejemplo, impuestos sobre la propiedad, licencias de negocios, impuestos de timbre, impuestos sobre el uso de los vehículos, impuestos sobre la contaminación, o impuestos sobre el empleo. En el Estado de Ganancias y Pérdidas, se incluye en los gastos operativos.

Por último, Otros Subsidios a la Producción no se tuvieron en cuenta durante el cálculo, debido al hecho de que el Estado peruano no subvencionó ninguna empresa privada durante el año 2005.

Así, el valor agregado de los sectores analizados ha sido calculado de la siguiente manera:¹¹

$$VA = OI + W + (D + A)$$

Donde:

VA = Valor Agregado

OI = Utilidad Operativa

W = Pago a los Trabajadores

D = Depreciación

A = Amortización

¹¹ Hay un indicador financiero que suma la utilidad operativa (ventas netas menos los gastos operativos), depreciación y amortización. Este indicador de los ingresos brutos es el EBITDA o ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización. EBITDA generalmente se calcula mediante la deducción de los gastos operativos de las ventas netas y la adición de la depreciación y los costes de amortización.

La información para las cuatro variables se ha obtenido, cuando fue posible, de las entrevistas con informantes calificados. Entre estos se encuentran gerentes generales, altos funcionarios, presidentes de asociaciones, presidentes de las Sociedades de Gestión Colectiva, analistas y otros.

2.2. Metodología de estimación del Empleo

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) proporcionó la información sobre el empleo¹², contenida en la Encuesta Económica Anual (EEA 2005)¹³. El marco muestral de esta encuesta consideró un método de muestreo estratificado en base las ventas netas de las empresas. Los estratos considerados fueron: el gran estrato (que incluye a las grandes empresas, junto con todas las empresas de hidrocarburos y electricidad y las universidades)¹⁴, el estrato medio (empresas de tamaño medio) y el estrato pequeño (pequeñas empresas). Los sectores económicos¹⁵ incluidos en la encuesta son:

- Agronegocios
- Transporte y comunicaciones
- Construcción
- Educación
- Electricidad
- Pesca
- Hidrocarburos
- Alojamiento
- Manufactura
- Empresas públicas
- Restaurantes
- Servicios
- Comercio
- Agencias de viaje
- Universidades

Según el INEI, la cobertura de la encuesta es de alcance nacional y es representativa a nivel sectorial, de modo que con los factores de expansión adecuados podemos estimar las cifras para toda la economía. Dado que los factores de expansión no fueron provistos, fue necesario calcularlos de acuerdo a la metodología dada por el INEI.

Como es sabido, los factores de expansión permiten calcular, a partir de una muestra representativa, las estimaciones a nivel de la población (en este caso la población total de las empresas en la economía). El factor de expansión para cada empresa incluida en la muestra es la inversa de su probabilidad de selección. La metodología de factor de expansión para el EEA de 2005 del INEI, establece que las probabilidades de selección pueden ser expresadas como:

$$P_h = \frac{n_h}{N_h}$$

¹² En la muestra es posible identificar las actividades económicas a un nivel de cuatro dígitos.

¹³ Incluye el empleo generado por tercerización.

¹⁴ Para los estratos medios y pequeños, se toma una muestra, y para el gran estrato, la muestra es el universo. Sin embargo, la tasa de respuesta no es del 100%.

¹⁵ La solicitud de información realizada por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) detalló todas las actividades económicas que el alcance del estudio incluye (basado en la Guía de la OMPI, OMPI, 2003). Así, aun cuando no toda la base de datos de la EEA está disponible públicamente, estamos seguros de que para las IBDA la información es completa.

Donde:

n_h : Número de empresas seleccionadas en el sector económico h

N_h : Número total de empresas en el sector h.

P_h : Probabilidad de selección para el sector económico h

El factor de expansión se calcula como la inversa de la probabilidad de selección:

$$W_h = \frac{1}{P_h}$$

Donde:

W_h : Factor de expansión del sector económico h.

Sin embargo, dado que no todas las empresas seleccionadas en la muestra respondieron a la encuesta, los factores de expansión tienen que ser ajustados con un coeficiente de corrección de "no respuesta". La fórmula de este coeficiente es:

$$\frac{n_h}{n'_h}$$

Donde:

n_h : Número de empresas seleccionadas en el sector económico h.

n'_h : Número de empresas que respondieron la encuesta en el sector económico h.

El factor de expansión ajustado es:

$$W'_h = W_h * \frac{n_h}{n'_h}$$

$$W'_h = \frac{1}{\frac{n_h}{N_h}} * \frac{n_h}{n'_h}$$

$$W'_h = \frac{N_h}{n'_h}$$

Dado que mediante la exploración de la información de la EEA se puede calcular el número de empresas que contestaron la encuesta en cada sector económico, y el marco muestral de la EEA 2005 incluye el número total de empresas en cada sector económico (como se ve en el cuadro 2.2.1), entonces podemos calcular el factor de expansión ajustado para cada sector.

El procedimiento para calcular los factores de expansión se inició con la asociación de los sectores económicos con todos los códigos CIU relacionados a nivel de cuatro

dígitos. Este proceso se hizo utilizando la descripción de los códigos CIIU¹⁶. Entonces, los factores de expansión a nivel de dos dígitos se calcularon según la metodología del INEI presentada anteriormente. En el cuadro 2.2.2 se muestran los factores de expansión.

Aunque casi la totalidad de las estimaciones sobre el empleo se basa en esta fuente de información, para algunas actividades de las IBDA interdependientes se tomó como fuente la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH 2005). En el cuadro 4.3.2 del capítulo cuatro se detallan estas actividades.

Cuadro 2.2.1. Número total de empresas en cada sector económico

Sector económico	Número total de empresas
Agencias de viaje	3,095
Agronegocios	3,767
Educación	11,709
Comercio	125,253
Construcción	12,169
Empresas públicas	221
Alojamiento	5,432
Hidrocarburos	34
Pesca	2,411
Manufactura	40,031
Electricidad	54
Transporte y comunicaciones	25,079
Universidades	48
Restaurantes	10,524
Servicios	112,624
Total	352,451

Fuente: INEI. Dirección Nacional de Censos y Encuestas – Dirección Ejecutiva de Censos y Encuestas de Empresas y Establecimientos. (s/f) Encuesta Económica Anual 2005. Diseño Muestral.
Elaboración propia.

¹⁶ Los sectores económicos incluidos en la EEA 2005 se asociaron con todos sus códigos CIIU relacionados, asignándose un código CIIU sólo a un sector económico. Luego, utilizando los códigos CIIU identificados para cada actividad económica, se estableció una correspondencia con los sectores económicos considerados en la Guía de la OMPI (OMPI, 2003).

Cuadro 2.2.2. Factores de expansión

Sector económico	Factor de expansión
Agencias de viaje	10.02
Educación	36.71
Comercio	50.69
Construcción	21.61
Alojamiento	8.05
Hidrocarburos	1.79
Pesca	12.06
Manufactura	21.28
Electricidad	1.26
Transporte y comunicaciones	28.76
Universidades	0.15
Restaurantes	15.59
Servicios	96.92

Nota: Los factores de expansión de los Agronegocios y de las Empresas Públicas no fueron calculados.

Fuente: INEI. Dirección Nacional de Censos y Encuestas – Dirección Ejecutiva de Censos y Encuestas de Empresas y Establecimientos. (s/f) Encuesta Económica Anual 2005. Diseño Muestral.

Elaboración propia.

Para calcular el empleo para cada uno de las IBDA al nivel del universo, fue necesario asumir que las actividades a cuatro dígitos tienen el mismo comportamiento que la actividad correspondiente a dos dígitos (sector). Así, el factor de expansión del sector i (al nivel de dos cifras) fue asignado a la actividad j (a cuatro dígitos). Este supuesto puede haber introducido un sesgo en la estimación. Como se mencionó antes, el marco muestral de la EEA 2005 consideró tres estratos en función del tamaño, de modo que se deben calcular factores de expansión en cada sector económico para cada estrato. Sin embargo, los datos disponibles no incluyen información para hacer esta distinción. Así, el sesgo viene del hecho que implícitamente estamos suponiendo el mismo comportamiento entre los tres estratos.

Cuando se realizó el proceso de estimación, algunos resultados de las estimaciones sobre el empleo en algunas actividades no eran compatibles con la percepción común capturada en las entrevistas y con otra evidencia estadística pertinente, obteniéndose principalmente lo que podría ser considerado como una sobreestimación. Por lo tanto, era necesario hacer algunos ajustes para tener estimaciones más conservadoras para el empleo. En concreto, el factor de expansión de los servicios, 96.92, fue asignado a sus correspondiente actividades a nivel de cuatro dígitos en primer lugar. Para corregir la sobreestimación, este factor fue cambiado por el factor razonable más pequeño posible (en el sentido del comportamiento más cercano a la actividad), el cual es 21.28 (Manufactura). Estos cambios se indican en el cuadro que presenta el factor asignado a las actividades de las IBDA (cuadro 2.2.3).

Cuadro 2.2.3. Factores de expansión asignados a cada actividad de las IBDA a un nivel de cuatro dígitos CIIU

Código CIIU	Factor de Expansión
1. Industrias de Derechos de Autor Principales	
Prensa y publicaciones	
Clase: 9214 - Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas*	21.28
Clase: 2212 - Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	21.28
Clase: 2212 - Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	21.28
Clase: 2211 - Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	21.28
Clase: 2219 - Otras actividades de edición	21.28
Clase: 2221 - Actividades de impresión	21.28
Clase: 2222 - Actividades de servicios relacionados con la impresión	21.28
Clase: 5239 - Venta al por menor de otros productos en almacenes especializados	50.69
Música	
Clase: 9214 - Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas*	21.28
Clase: 9219 - Otras actividades de entretenimiento n.c.p.*	21.28
Clase: 2213 - Edición de grabaciones**	1
Clase: 2230 - Reproducción de grabaciones*	21.28
Clase: 7130 - Alquiler de efectos personales y enseres domésticos n.c.p.*	21.28
Cine y Video	
Clase: 9211 - Producción y distribución de filmes y videocintas*	21.28
Clase: 9212 - Exhibición de filmes y videocintas*	21.28
Radio y Televisión	
Clase: 9213 - Actividades de radio y televisión*	21.28
Clase: 6420 - Telecomunicaciones	28.76
Programas Informáticos y Bases de datos	
Clase: 7221 - Suministro de programas de informática	96.92

* Cambió de 96.92 (factor de expansión de los servicios) a 21.28 (factor de expansión de la manufactura).

** Cambió de 96.92 (factor de expansión de los servicios) a 1.

Fuente: INEI-PRODUCE, EEA 2005.

Cuadro 2.2.3. Factores de expansión asignados a cada actividad de las IBDA a un nivel CIIU de cuatro dígitos (cont.)

Código CIIU	Factor de Expansión
Servicios Publicitarios	
Clase: 7430 - Publicidad	21.28
Fotografía, Artes Visuales y Gráficas	
Clase: 7494 - Actividades de fotografía	21.28
Sociedades de Gestión Colectiva	
Clase: 9112 - Actividades de organizaciones profesionales	96.92
2. Industrias de Derechos de Autor Interdependientes	
Clase: 3230 - Fabricación de receptores de radio y televisión, aparatos de grabación y reproducción de sonido y video, y productos conexos	21.28
Clase: 3000 - Fabricación de maquinaria de oficina, fabricación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática	21.28
Clase: 3692 - Fabricación de instrumentos de música	21.28
Clase: 3320 - Fabricación de instrumentos de óptica y equipo fotográfico	21.28
Clase: 2429 - Fabricación de otros productos químicos n.c.p.	21.28
Clase: 2101 - Fabricación de pasta de madera, papel y cartón	21.28
3. Industrias de Derechos de Autor Parciales	
Clase: 1810 - Fabricación de prendas de vestir; excepto prendas de piel	21.28
Clase: 1721 - Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir	21.28
Clase: 1920 - Fabricación de calzado	21.28
Clase: 3691 - Fabricación de joyas y artículos conexos	21.28
Clase: 3610 - Fabricación de muebles	21.28
Clase: 2610 - Fabricación de vidrio y productos de vidrio	21.28
Clase: 1730 - Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo	21.28
Clase: 2029 - Fabricación de otros productos de madera; fabricación de artículos de corcho, paja y materiales trenzables	21.28
Clase: 2899 - Fabricación de otros productos elaborados de metal n.c.p.	21.28
Clase: 1722 - Fabricación de tapices y alfombras	21.28
Clase: 2109 - Fabricación de otros artículos de papel y cartón	21.28
Clase: 3694 - Fabricación de juegos y juguetes	21.28
Clase: 7421 - Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico	96.92
4. Industrias de Apoyo	
División: 51 - Venta al por mayor de enseres domésticos	50.69
División: 52 - Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas; reparación de efectos personales y e.	50.69
División: 60 - Transporte por vía terrestre, transporte de tuberías	28.76
División: 61 - Transporte por vía acuática	28.76
División: 62 - Transporte por vía aérea	28.76
Clase 630 - Actividades de transporte complementarias y auxiliares, actividades de agencias de viajes	10.02
Clase: 6420 - Telecomunicaciones	28.76
Clase: 7240 - Actividades relacionadas con bases de datos	96.92

* Cambió de 96.92 (factor de expansión de los servicios) a 21.28 (factor de expansión de la manufactura).

** Cambió de 96.92 (factor de expansión de los servicios) a 1.

Fuente: INEI-PRODUCE, EEA 2005.

2.3. Metodología de estimación de los flujos comerciales

La estimación de los flujos comerciales, esto es, las exportaciones y las importaciones, se basa en la selección de los códigos aduaneros correspondientes a los códigos CIIU de las actividades de las IBDA. La equivalencia entre el código CIIU y la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina (NANDINA) fue obtenida de PRODUCE¹⁷, en ella se indica qué código arancelario corresponde a cada código CIIU, ha sido utilizada para este propósito. La información sobre exportaciones e importaciones de los diferentes códigos arancelarios se ha obtenido del anuario Estadístico de la Superintendencia Nacional de Administración Aduanera (SUNAD 2005a y 2005b).

¹⁷ Correlacionador Código CIIU Rev. 3 – Partida arancelaria NANDINA.

3. Marco Legal sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos en el Perú

3.1. Visión General

El Perú forma parte de los principales instrumentos internacionales sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos. Entre ellos destacan el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, la Convención de Roma sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), el Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (TODA) y el Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (TOIEF).

Asimismo, el Perú, como país miembro de la Comunidad Andina, adoptó en 1993 la Decisión 351 (Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos). Posteriormente, en 1996, se promulgó el Decreto Legislativo No. 822 (Ley sobre el Derecho de Autor) y, en el año 2003, la Ley No. 28131 (Ley del Artista Intérprete y Ejecutante).

Un importante Acuerdo de Promoción Comercial (APC) fue suscrito entre Perú y Estados Unidos de Norteamérica el 12 de abril de 2006. Luego del correspondiente proceso de implementación, el cual se explicará más adelante, el APC entró en vigencia el 1 de febrero de 2009.

La Ley sobre el Derecho de Autor, en su artículo 2.17, señala que una obra es toda creación intelectual personal y original, susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma, conocida o por conocerse. Con relación al requisito de originalidad, la Sala de Propiedad Intelectual del Tribunal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), con fecha 23 de marzo de 1998, emitió la Resolución No. 286-1998-TPI-INDECOPI, estableciendo como precedente de observancia obligatoria lo siguiente:

“Debe entenderse por originalidad de la obra, la expresión (o forma representativa) creativa e individualizada de la obra, por mínima que sea esa creación y esa individualidad. La obra debe expresar lo propio del autor, llevar la impronta de su personalidad.

No será considerado individual lo que ya forma parte del patrimonio cultural (artístico, científico o literario) ni la forma de expresión que se deriva de la naturaleza de las cosas ni de una mera aplicación mecánica de lo dispuesto en algunas normas jurídicas, así como tampoco lo será la forma de expresión que se reduce a una simple técnica o a instrucciones simples que sólo requieren de la habilidad manual para su ejecución.

En consecuencia, no todo lo producido con el esfuerzo de su creador merece protección por derechos de autor. Igualmente aun cuando exista certeza de que una creación carente de individualidad ha sido copiada textualmente, tal circunstancia no convierte a ésta en obra.”¹⁸

Con relación a los Derechos de Autor y los Derechos Conexos, la Ley sobre el Derecho de Autor y la Ley del Artista Intérprete y Ejecutante, reconocen los siguientes derechos morales y patrimoniales, indicando también la duración de la protección:

¹⁸ Traducción no oficial.

Cuadro 3.1.1. Derechos de Autor, reconocidos en la Ley sobre el Derecho de Autor y la Ley del Artista Intérprete y Ejecutante

Categoría (derechos de autor)	Descripción	Derechos Protegidos	Duración de la Protección
Obras literarias	Expresadas en forma escrita: - libros - revistas - folletos u otros escritos - antologías o compilaciones - artículos periodísticos, editoriales y comentarios - lemas y frases - programas de ordenador (software) Expresadas en forma oral: - conferencias - alocuciones - sermones - explicaciones didácticas	Derechos Morales: - Divulgación - Paternidad - Integridad - Modificación o variación - Retiro de la obra del comercio - Acceso Derechos Patrimoniales: Derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir: - Reproducción - Comunicación pública - Distribución - Traducción, adaptación, arreglo u otra transformación. - Importación al territorio nacional - Cualquier otra forma de utilización de la obra, a menos que esté contemplada en la ley como excepción	- El derecho patrimonial dura toda la vida del autor y 70 años después de su fallecimiento, cualquiera que sea el país de origen de la obra. - En las obras colectivas, los programas de ordenador, las obras audiovisuales, el derecho patrimonial se extingue a los 70 años de su primera publicación o, en su defecto, al de su terminación. - Los plazos antes mencionados se calculan desde el día 1° de enero del año siguiente al de la muerte del autor o, de ser el caso, al de la divulgación, publicación o terminación de la obra.
Obras musicales	- Composiciones musicales (melodías)		
Obras escénicas	- Obras dramáticas - Obras dramático-musicales - Obras coreográficas - Obras pantomímicas		
Obras audiovisuales	- Obras cinematográficas. - Obras audiovisuales para televisión - Anuncios publicitarios		
Obras de artes plásticas	- Bocetos - Dibujos - Pinturas - Esculturas - Grabados - Litografías		
Obras de arte aplicado	Una creación artística con funciones utilitarias o incorporada en un artículo útil, ya sea una obra de artesanía o producida en escala industrial		

Elaboración propia.

Cuadro 3.1.1. Derechos de Autor, reconocidos en Ley sobre el Derecho de Autor y la Ley del Artista Intérprete y Ejecutante (cont.)

Categoría (derechos de autor)	Descripción	Derechos Protegidos	Duración de la Protección
Obras de arquitectura			
Obras fotográficas			
Bases de datos			
Mapas, ilustraciones, croquis, planos, bosquejos y obras plásticas relativas a la geografía, topografía, arquitectura o ciencia.			
Antologías o compilaciones de obras diversas o de expresiones del folklore, y las bases de datos (sólo si dichas colecciones son originales en la selección, coordinación o disposición de sus contenidos).			
Cualquier otra creación del intelecto que tenga característica de originalidad y sea susceptible de ser divulgada o reproducida por cualquier forma conocida o por conocerse.			

Elaboración propia.

Cuadro 3.1.2. Derechos Conexos, reconocidos en la Ley sobre el Derecho de Autor y la Ley del Artista Intérprete y Ejecutante

Categoría (derechos conexos)	Descripción	Derechos Protegidos	Duración de la Protección
Artistas intérpretes o ejecutantes	Persona natural que representa o realiza una obra artística, con texto o sin él, utilizando su cuerpo o habilidades, con o sin instrumentos, que se exhiba o muestre al público, resultando una interpretación y/o ejecución que puede ser difundida por cualquier medio de comunicación o fijada en soporte adecuado, creado o por crearse.	Derechos Morales: - Derecho de Paternidad: Reclamar el reconocimiento de su nombre, nombre artístico y/o seudónimo, y reivindicar sus interpretaciones o ejecuciones. - Derecho de Integridad: Oponerse a cualquier deformación, mutilación o modificación de sus interpretaciones. - Derecho de Acceso: Acceder al ejemplar único del soporte que contenga su creación artística, a fin de ejercitar sus demás derechos morales o patrimoniales. El acceso no debe irrogar perjuicio al poseedor del soporte ni atentar contra el derecho del autor. Derechos Patrimoniales: - Derechos patrimoniales de los artistas intérpretes y ejecutantes por sus interpretaciones o ejecuciones no fijadas: Derecho exclusivo de autorizar la radiodifusión y la comunicación al público, fijación. - Derecho exclusivo de autorizar, realizar o prohibir la reproducción - Derecho exclusivo de autorizar la distribución - Derecho exclusivo de puesta a disposición del público de las interpretaciones o ejecuciones fijadas - Derecho a una remuneración equitativa por la radiodifusión, comunicación al público, alquiler y transferencia a un formato distinto. - Derecho exclusivo de autorizar el doblaje - Compensación por copia privada (a favor del artista, el autor y el productor del videograma y/o del fonograma)	Toda la vida del artista intérprete o ejecutante y 70 años después de su fallecimiento, contados a partir del primero de enero del año siguiente a su muerte.

Elaboración propia.

Cuadro 3.1.2. Derechos Conexos, reconocidos en la Ley sobre el Derecho de Autor y la Ley del Artista Intérprete y Ejecutante (cont.)

Categoría (derechos conexos)	Descripción	Derechos Protegidos	Duración de la Protección
Productores de fonogramas	Persona natural o jurídica bajo cuya iniciativa, responsabilidad y coordinación, se fijan por primera vez los sonidos de una interpretación u otros sonidos, o representaciones digitales de los mismos.	Tienen el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir cualquiera de los siguientes actos: - La reproducción directa o indirecta de sus fonogramas. - La distribución al público, el alquiler, el préstamo público y cualquier otra transferencia de posesión a título oneroso de las copias de sus fonogramas. - Poner los fonogramas a disposición del público - La inclusión de sus fonogramas en obras audiovisuales. - La modificación de sus fonogramas por medios técnicos. Asimismo, tienen el derecho a recibir una remuneración por la comunicación del fonograma al público, por cualquier medio o procedimiento. Dicha remuneración será compartida, en partes iguales, con los artistas intérpretes y ejecutantes.	70 años, contados a partir del primero de enero del año siguiente a la primera publicación del fonograma.
Organismos de radiodifusión	La persona natural o jurídica que decide las emisiones y que determina el programa así como el día y la hora de la emisión.	Tienen el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir: - La retransmisión de sus emisiones por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocerse. - La grabación en cualquier soporte, sonoro o audiovisual, de sus emisiones, incluso la de alguna imagen aislada difundida en la emisión o transmisión. - La reproducción de sus emisiones. Asimismo, los organismos de radiodifusión tienen derecho a obtener una remuneración equitativa por la comunicación pública de sus emisiones o transmisiones de radiodifusión, cuando se efectúe en lugares a los que el público acceda mediante el pago de un derecho de admisión o entrada.	70 años, contados a partir del primero de enero del año siguiente al de la emisión o transmisión

Elaboración propia.

Cuadro 3.1.2. Derechos Conexos, reconocidos en la Ley sobre el Derecho de Autor y la Ley del Artista Intérprete y Ejecutante (cont.)

Categoría (derechos conexos)	Descripción	Derechos Protegidos	Duración de la Protección
Grabaciones de imágenes en movimiento	La Ley reconoce un derecho de explotación sobre las grabaciones de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que no sean creaciones susceptibles de ser calificadas como obras audiovisuales	El productor goza, respecto de sus grabaciones audiovisuales, del derecho exclusivo de autorizar o no su reproducción, distribución y comunicación pública, inclusive de las fotografías realizadas en el proceso de producción de la grabación audiovisual.	70 años, contados a partir del primero de enero del año siguiente al de la divulgación de la grabación o al de su realización, si no se hubiere divulgado.
Grabaciones de imágenes en movimiento	La Ley reconoce un derecho de explotación sobre las grabaciones de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que no sean creaciones susceptibles de ser calificadas como obras audiovisuales.	El productor goza, respecto de sus grabaciones audiovisuales, del derecho exclusivo de autorizar o no su reproducción, distribución y comunicación pública, inclusive de las fotografías realizadas en el proceso de producción de la grabación audiovisual.	70 años, contados a partir del primero de enero del año siguiente al de la divulgación de la grabación o al de su realización, si no se hubiere divulgado.
Fotografías	Fotografías u otras fijaciones obtenidas por un procedimiento análogo, que no tenga el carácter de obra de acuerdo con la definición de la Ley sobre el Derecho de Autor.	Derecho exclusivo del fotógrafo de autorizar su reproducción, distribución y comunicación pública, en los mismos términos reconocidos a los autores de obras fotográficas.	70 años contados a partir del primero de enero del año siguiente a la realización de la fotografía.
Obras inéditas en el dominio público	Publicación por primera vez de una obra inédita que esté en el dominio público.	Quien publique la obra inédita que esté en el dominio público obtiene los mismos derechos de explotación que hubieren correspondido a su autor.	10 años, contados a partir del primero de enero del año siguiente a la publicación.

Elaboración propia.

La Oficina de Derechos de Autor¹⁹ del INDECOPI, de acuerdo con lo indicado en la Ley sobre el Derecho de Autor, es la autoridad nacional competente responsable de cautelar y proteger administrativamente el derecho de autor y los derechos conexos.

Por su parte, de acuerdo con la Ley sobre el Derecho de Autor, las Sociedades de Gestión Colectiva son asociaciones civiles sin fin de lucro legalmente constituidas para dedicarse en nombre propio o ajeno a la gestión de derechos de autor o conexos de carácter patrimonial, por cuenta y en interés de varios autores o titulares de esos derechos, y que hayan obtenido de la Oficina de Derechos de Autor del INDECOPI la autorización de funcionamiento que se regula en esta ley. La condición de sociedades de gestión se adquiere en virtud a dicha autorización. Actualmente existen en el Perú las siguientes Sociedades de Gestión Colectiva:

1. Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDAYC)
2. Asociación Peruana de Artistas Visuales (APSAV)
3. Asociación Nacional de Artistas Intérpretes y Ejecutantes (ANAIE)
4. Unión Peruana de Productores Fonográficos (UNIMPRO)
5. Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA)

Por otro lado, cabe señalar que el Decreto Legislativo No. 635, Código Penal, vigente desde abril de 1991, ha sufrido una serie de modificaciones en la parte que concierne a los Delitos contra los Derechos Intelectuales. La tendencia se ha orientado hacia el incremento de las penas, buscando así disminuir cada vez más la violación de los derechos de exclusiva que otorga la propiedad intelectual.

La Ley No. 28289, Ley de Lucha contra la Piratería, publicada en julio de 2004, modificó la Ley No. 27595 de diciembre de 2001, que creaba la Comisión de Lucha contra el Contrabando y la Defraudación de Rentas de Aduanas, disponiendo un cambio en su denominación, pasando a ser la Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería, ampliando además su competencia funcional a los delitos contra la propiedad intelectual. La Comisión está compuesta por un grupo multisectorial de instituciones, tanto del Estado como del sector privado, y es encabezada por el Ministro de la Producción, ejerciendo sus funciones a través de su Secretaría Técnica. La Ley No. 29013 de mayo de 2007 modificó la composición de los miembros de la Comisión de la siguiente forma:

- a) Ministro de la Producción
- b) Un representante del Ministerio de Economía y Finanzas
- c) Un representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- d) Un representante del Ministerio del Interior
- e) Un representante del Ministerio de Defensa
- f) El Jefe de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)
- g) Un representante del Ministerio Público
- h) El Presidente del INDECOPI
- i) El Presidente de la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP)
- j) El Presidente de la Sociedad Nacional de Industrias (SIN)
- k) El Presidente de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)

¹⁹ De conformidad con las modificaciones introducidas por el Decreto Legislativo No. 1033 (publicado el 25 de junio de 2008; vigente luego de 60 días posteriores a su publicación), la Oficina de Derechos de Autor ahora se denomina Dirección de Derecho de Autor.

- l) Un representante de los gremios de la Micro y Pequeña Empresa
- m) Un representante del Gobierno Regional de Tumbes
- n) Un representante del Gobierno Regional de Loreto
- o) Un representante del Gobierno Regional de Puno
- p) Un representante del Gobierno Regional de Tacna

En el año 2003, las principales empresas de exhibición y renta de cine y video del país, en cooperación con el INDECOPI, unieron esfuerzos para implementar la iniciativa denominada “Cruzada Antipiratería” y, de esta manera, alertar a la población y a las autoridades competentes acerca del incremento de la piratería en el Perú, así como para plantear mecanismos de lucha contra este problema. La Asociación para la Protección de los Derechos Intellectuales sobre Fonogramas (APDIF Perú) tiene un rol similar para los fonogramas musicales.

Otra disposición en la lucha contra la piratería es la Ordenanza No. 717, publicada en octubre de 2004 por el Consejo Metropolitano de Lima, la cual establece como política metropolitana contribuir a evitar la comercialización de productos que atentan contra la propiedad intelectual, mediante el cierre de aquellos establecimientos que comercializan o fabriquen este tipo de productos, así como el decomiso de los mismos. Para ello, las municipalidades distritales deberán difundir los alcances de dicha Ordenanza y, siempre que se encuentren dentro de la jurisdicción de la Municipalidad Metropolitana de Lima, deberán adecuar sus normas para el cumplimiento de lo establecido en la referida Ordenanza.

La Resolución Administrativa No. 122-2006-CE-PJ fue publicada en noviembre de 2006, estableciendo que la Sala Penal Nacional y los Juzgados Supraprovinciales 1º, 2º, 3º y 4º, con sede en Lima, tienen también competencia para conocer procesos por delitos Tributarios, Aduaneros y contra la Propiedad Intelectual, ampliando de esta manera sus facultades. Se busca así atacar a las grandes organizaciones criminales dedicadas al contrabando, la evasión tributaria y la piratería. Esta misión debe reforzarse con intensa capacitación a los magistrados.

La Resolución Administrativa No. 223-2007-CE-PJ de setiembre de 2007 especificó el alcance de la Resolución Administrativa No. 122-2006-CE-PJ, indicando que la competencia de la Sala Penal Nacional y los Juzgados Supraprovinciales se reserva para procesos masivos y complejos con repercusión nacional que involucren organizaciones delictivas²⁰.

Mediante Resolución Legislativa No. 28766, publicada el 29 de junio de 2006, se aprobó el Acuerdo de Promoción Comercial entre el Perú y los Estados Unidos de Norteamérica. En el Capítulo XVI de dicho acuerdo se establecieron disposiciones relativas al respeto y salvaguarda de los Derechos de Propiedad Intelectual, las cuales se han venido incorporando en nuestra legislación del siguiente modo, a efectos de la puesta en vigencia del Acuerdo (1 de febrero de 2009):

²⁰ Es importante mencionar que luego de la fecha de publicación de la Resolución Administrativa No. 094-2009-CE-PJ (7 de abril de 2009), las Resoluciones Administrativas No. 122-2006-CE-PJ y No. 223-2007-CE-PJ ya no son aplicables a nuevos procesos.

1. Decreto Legislativo No. 1033, publicado el 25 de junio de 2008
Tiene como objetivo fortalecer institucionalmente al INDECOPI y afianzar su autonomía. Con relación a la Dirección de Derechos de Autor, se ha creado en su interior una Comisión integrada por cuatro miembros, la cual resuelve, en primera instancia administrativa, las nulidades y cancelaciones de partidas registrales y las denuncias por infracción de derechos de autor.
2. Decreto Legislativo No. 1076, publicado el 28 de junio de 2008. Ha modificado la Ley sobre el Derecho de Autor en los términos siguientes:
 - 2.1 Se incorporan dos nuevas definiciones: información sobre gestión de derechos y medida tecnológica efectiva.
 - 2.2 Se establece que los productores de fonogramas tienen el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir: la puesta a disposición del público de los fonogramas de manera tal que los miembros del público puedan acceder a ellos desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija.
 - 2.3 Se establece que los titulares de los derechos reconocidos en la Ley, sus representantes o las sociedades de gestión colectiva, así como sus licenciarios exclusivos u otros licenciarios autorizados, sin perjuicio de otras acciones que les correspondan, podrán solicitar el cese de la actividad ilícita del infractor y exigir la indemnización correspondiente a los daños materiales y morales causados por la violación y a las ganancias obtenidas por el infractor imputables a la infracción y que no fueran tomadas en cuenta al calcular el monto de los daños, o a elección del titular del derecho, la indemnización pre-establecida, así como el pago de costas y costos.
 - 2.4 Se establecen los supuestos de elusión de medidas tecnológicas efectivas, así como un listado de excepciones.
 - 2.5 Se incorporan los supuestos de infracciones vinculadas a la supresión o alteración de información sobre gestión de derechos.
 - 2.6 Se especifica que las autoridades judiciales procederán a destruir los bienes infractores, a solicitud del titular del derecho, salvo circunstancia excepcional. Asimismo, se ha otorgado a dichas autoridades la facultad para ordenar al infractor que proporcione toda información que posea sobre los involucrados en cualquier aspecto de la infracción.
3. Decreto Legislativo No. 1092, publicado el 28 de junio de 2008
Mediante esta norma se establece el marco legal para la aplicación de las medidas en frontera para la protección de los derechos de autor, derechos conexos y derechos de marcas. Establece que el titular del derecho podrá presentar una solicitud ante la Administración Aduanera para la suspensión del levante de la mercancía infractora. De igual modo, la Administración Aduanera podrá iniciar de oficio medidas de frontera para la suspensión del levante de la mercancía destinada a los regímenes de importación, exportación o tránsito, cuando existan sospechas razonables para presumir que se trata de mercancía infractora. Como disposiciones complementarias, se establece que la Administración Aduanera e INDECOPI implementarán un sistema electrónico de intercambio de información de los titulares de derechos, y que la Administración Aduanera podrá implementar un registro voluntario de los titulares de derechos, así como de sus representantes. Finalmente, cabe señalar que el correspondiente Reglamento (Decreto Supremo No. 003-2009-EF) fue publicado el 13 de enero de 2009.

4. Ley No. 29263, publicada el 2 de octubre de 2008 y Ley No. 29316²¹, publicada el 14 de enero de 2009

Ambas normas incorporan importantes cambios al Código Penal de 1991. En consecuencia, tomando en consideración las modificaciones que ya se habían efectuado en el Código Penal con la Ley No. 27729 (2002) y la Ley No. 28289 (2004), actualmente las normas penales cuentan con la siguiente redacción:

4.1 Copia o reproducción no autorizada.- Se reprime con pena privativa de la libertad no menor de dos ni mayor de cuatro años y de diez a sesenta días-multa, a quien estando autorizado para publicar una obra, lo hiciere en una de las formas siguientes:

- a) Sin mencionar en los ejemplares el nombre del autor, traductor, adaptador, compilador o arreglador.
- b) Estampando el nombre con adiciones o supresiones que afecte la reputación del autor como tal, o en su caso, del traductor, adaptador, compilador o arreglador.
- c) Publicando la obra con abreviaturas, adiciones, supresiones, o cualquier otra modificación, sin el consentimiento del titular del derecho.
- d) Publicando separadamente varias obras, cuando la autorización se haya conferido para publicarlas en conjunto; o las publique en conjunto, cuando solamente se le haya autorizado la publicación de ellas en forma separada.

4.2 Reproducción, difusión, distribución y circulación de la obra sin la autorización del autor.- Se reprime con pena privativa de libertad no menor de dos ni mayor de seis años y con treinta a noventa días-multa, al que con respecto a una obra, una interpretación o ejecución artística, un fonograma o una emisión o transmisión de radiodifusión, o una grabación audiovisual o una imagen fotográfica expresada en cualquier forma, realiza alguno de los siguientes actos sin la autorización previa y escrita del autor o titular de los derechos:

- a) La modifique total o parcialmente.
- b) La distribuya mediante venta, alquiler o préstamo público.
- c) La comunique o difunda públicamente, transmita o retransmita por cualquiera de los medios o procedimientos reservados al titular del respectivo derecho.
- d) La reproduzca, distribuya o comunique en mayor número que el autorizado por escrito.

La pena es no menor de cuatro años ni mayor de ocho y con sesenta a ciento veinte días multa, cuando el agente la reproduzca total o parcialmente, por cualquier medio o procedimiento y si la distribución se realiza mediante venta, alquiler o préstamo al público u otra forma de transferencia de la posesión del soporte que contiene la obra o producción que supere las dos (2) Unidades Impositivas Tributarias²², en forma fraccionada, en un solo acto o en diferentes actos de inferior importe cada uno.

²¹ Cabe resaltar que la Ley No. 29316 también modifica la Ley sobre el Derecho de Autor, garantizando que no se establezca jerarquía entre el derecho de autor y los derechos conexos.

²² En el año 2009 la UIT es equivalente a S/. 3,550.00 (aproximadamente US\$ 1,109.00 al tipo de cambio promedio del mes de febrero de 2009).

4.3 Formas agravadas.- La pena es privativa de libertad no menor de cuatro ni mayor de ocho años y con noventa a ciento ochenta días multa cuando:

- a) Se dé a conocer al público una obra inédita o no divulgada, que haya recibido en confianza del titular del derecho de autor o de alguien en su nombre, sin el consentimiento del titular.
- b) La reproducción, distribución o comunicación pública se realiza con fines comerciales u otro tipo de ventaja económica, o alterando o suprimiendo el nombre o seudónimo del autor, productor o titular de los derechos.
- c) Conociendo el origen ilícito de la copia o reproducción, la distribuya al público, por cualquier medio, la almacene, oculte, introduzca en el país o la saque de éste.
- d) Se fabrique, ensamble, importe, exporte, modifique, venda, alquile, ofrezca para la venta o alquiler, o ponga de cualquier otra manera en circulación dispositivos, sistemas tangibles o intangibles, esquemas o equipos capaces de soslayar otro dispositivo destinado a impedir o restringir la realización de copias de obras, o a menoscabar la calidad de las copias realizadas, o capaces de permitir o fomentar la recepción de un programa codificado, radiodifundido o comunicado en otra forma al público, por aquellos que no están autorizados para ello.
- e) Se inscriba en el Registro del Derecho de Autor la obra, interpretación, producción o emisión ajenas, o cualquier otro tipo de bienes intelectuales, como si fueran propios, o como de persona distinta del verdadero titular de los derechos.

4.4 Plagio.- Se reprime con pena privativa de libertad no menor de cuatro ni mayor de ocho años y noventa a ciento ochenta días multa, el que con respecto a una obra, la difunda como propia, en todo o en parte, copiándola o reproduciéndola textualmente, o tratando de disimular la copia mediante ciertas alteraciones, atribuyéndose o atribuyendo a otro, la autoría o titularidad ajena.

4.5 Formas agravadas.- Se reprime con pena privativa de libertad no menor de cuatro ni mayor de ocho años y noventa a trescientos sesenticinco días-multa:

- a) A quien se atribuya falsamente la calidad de titular originario o derivado, de cualquiera de los derechos protegidos en la legislación del derecho de autor y derechos conexos y, con esa indebida atribución, obtenga que la autoridad competente suspenda el acto de comunicación, reproducción o distribución de la obra, interpretación, producción, emisión o de cualquier otro de los bienes intelectuales protegidos.
- b) A quien realice actividades propias de una entidad de gestión colectiva de derecho de autor o derechos conexos, sin contar con la autorización debida de la autoridad administrativa competente.
- c) A quien presente declaraciones falsas en cuanto certificaciones de ingresos; asistencia de público; repertorio utilizado; identificación de los autores; autorización supuestamente obtenida; número de ejemplares producidos, vendidos o distribuidos gratuitamente o toda otra adulteración de datos susceptible de causar perjuicio a cualquiera de los titulares del derecho de autor o conexos.
- d) Si el agente que comete el delito integra una organización destinada a perpetrar los actos ilícitos..
- e) Si el agente que comete cualquiera de los delitos previstos en el presente capítulo, posee la calidad de funcionario o servidor público.

- 4.6 Elusión de medida tecnológica efectiva.- La persona que, con fines de comercialización u otro tipo de ventaja económica, eluda sin autorización cualquier medida tecnológica efectiva que utilicen los productores de fonogramas, artistas, intérpretes o ejecutantes, así como los autores de cualquier obra protegida por derechos de propiedad intelectual, será reprimida con pena privativa de libertad no mayor de dos años y de diez a sesenta días multa.
- 4.7 Productos destinados a la elusión de medidas tecnológicas.- La persona que, con fines de comercialización u otro tipo de ventaja económica, fabrique, importe, distribuya, ofrezca al público, proporcione o de cualquier manera comercialice dispositivos, productos o componentes destinados principalmente a eludir una medida tecnológica que utilicen los productores de fonogramas, artistas intérpretes o ejecutantes, así como los autores de cualquier obra protegida por derechos de propiedad intelectual, será reprimida con pena privativa de libertad no mayor de dos años y de diez a sesenta días-multa.
- 4.8 Servicios destinados a la elusión de medidas tecnológicas.- La persona que, con fines de comercialización u otro tipo de ventaja económica, brinde u ofrezca servicios al público destinados principalmente a eludir una medida tecnológica efectiva que utilicen los productores de fonogramas, artistas intérpretes o ejecutantes, así como los autores de cualquier obra protegida por derechos de propiedad intelectual, será reprimida con pena privativa de libertad no mayor de dos años y de diez a sesenta días-multa.
- 4.9 Delitos contra la información sobre gestión de derechos.- La persona que, sin autorización y con fines de comercialización u otro tipo de ventaja económica, suprima o altere, por sí o por medio de otro, cualquier información sobre gestión de derechos, será reprimida con pena privativa de libertad no mayor de dos años y de diez a sesenta días-multa. La misma pena será impuesta al que distribuya o importe para su distribución información sobre gestión de derechos, a sabiendas que esta ha sido suprimida o alterada sin autorización; o distribuya, importe para su distribución, transmita, comunique o ponga a disposición del público copias de las obras, interpretaciones o ejecuciones o fonogramas, a sabiendas que la información sobre gestión de derechos ha sido suprimida o alterada sin autorización.
- 4.10 Etiquetas, carátulas o empaques.- La persona que fabrique, comercialice, distribuya, almacene, transporte, transfiera o de otra manera disponga con fines comerciales u otro tipo de ventaja económica etiquetas o carátulas no auténticas adheridas o diseñadas para ser adheridas a un fonograma, copia de un programa de ordenador, documentación o empaque de un programa de ordenador o a la copia de una obra cinematográfica o cualquier otra obra audiovisual, será reprimida con pena privativa de libertad no menor de tres años ni mayor de seis años y de y de sesenta a ciento veinte días multa.
- 4.11 Manuales, licencias u otra documentación, o empaques no auténticos relacionados a programas de ordenador.- La persona que elabore, comercialice, distribuya, almacene, transporte, transfiera o de otra manera disponga con fines comerciales u otro tipo de ventaja económica manuales,

licencias u otro tipo de documentación, o empaques no auténticos para un programa de ordenador, será reprimida con pena privativa de libertad no menor de cuatro años ni mayor de seis años y de sesenta a ciento veinte días multa.

- 4.12 Incautación preventiva y comiso definitivo.- En los delitos antes indicados se procederá a la incautación preventiva de los ejemplares y materiales, de los aparatos o medios utilizados para la comisión del ilícito y, de ser el caso, de los activos y cualquier evidencia documental, relacionados al ilícito penal. De ser necesario, el Fiscal pedirá autorización al Juez para leer la documentación que se halle en el lugar de la intervención, en ejecución de cuya autorización se incautará la documentación vinculada con el hecho materia de investigación. Para la incautación no se requerirá identificar individualmente la totalidad de los materiales, siempre que se tomen las medidas necesarias para que durante el proceso judicial se identifiquen la totalidad de los mismos. En este acto participará el representante del Ministerio Público. Asimismo, el Juez, a solicitud del Ministerio Público, ordenará el allanamiento o descerraje del local donde se estuviere cometiendo el ilícito penal. En caso de emitirse sentencia condenatoria, los ejemplares, materiales ilícitos, aparatos y medios utilizados para la comisión del ilícito serán comisados y destruidos, salvo casos excepcionales debidamente calificados por la autoridad judicial. En ningún caso procederá la devolución de los ejemplares ilícitos al encausado.
- 4.13 Dispositivos para asistir a la decodificación de señales de satélite portadoras de programas.- La persona que fabrique, ensamble, modifique, importe, exporte, venda, alquile o distribuya por otro medio un dispositivo o sistema tangible o intangible, cuya función principal sea asistir en la decodificación de una señal de satélite codificada portadora de programas, sin la autorización del distribuidor legal de dicha señal, será reprimida con pena privativa de la libertad no menor de cuatro años ni mayor de ocho años y con noventa a ciento ochenta días multa.
- 4.14 Distribución de señales de satélite portadoras de programas.- La persona que distribuya una señal de satélite portadora de programas, originariamente codificada, a sabiendas que fue decodificada sin la autorización del distribuidor legal de dicha señal, será reprimida con pena privativa de la libertad no menor de dos años ni mayor de seis años y con treinta a noventa días multa.
- 4.15 Protección de señales satelitales encriptadas.- El que reciba una señal de satélite portadora de un programa originariamente codificada, a sabiendas que fue decodificada sin la autorización del distribuidor legal de la señal, será reprimido con cuarenta a ochenta jornadas de prestación de servicios a la comunidad o de diez a sesenta días-multa.

Consideramos que los recientes cambios normativos serán beneficiosos para avanzar en el objetivo de lograr una protección adecuada de los derechos de autor y derechos conexos en Perú, pues no solo se han establecido sanciones a los supuestos de elusión de medidas tecnológicas efectivas y a los supuestos de infracciones vinculadas a la alteración de información sobre gestión de derechos, sino que se han incorporado modificaciones al Código Penal y se han dictado disposiciones para la aplicación de las medidas en frontera. De igual modo, el INDECOPI ha sido fortalecido institucionalmente y se han otorgado facultades adicionales a las autoridades judiciales.

Finalmente, para obtener mejores resultados en la lucha contra la piratería, las autoridades administrativas y judiciales deben contar con mayores recursos y la población debe ser educada sobre el respeto de la propiedad intelectual.

4. La contribución de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú

4.1. Antecedentes y fundamentos del desempeño de las IBDA

En este apartado se presenta el desempeño económico reciente de la economía peruana para contextualizar las cifras estimadas para las industrias basadas en derechos de autor. De particular importancia es el desempeño del año 2005, siendo el año escogido para la estimación de la contribución de las IBDA a la economía nacional. Desde el año 2002, la economía peruana ha estado creciendo a tasas superiores al 4%; de hecho, en el período 2002-2007, el producto interno bruto real (PIB) creció en promedio un 6.5%. Específicamente, en el año 2005 la tasa de crecimiento fue de 6.7%, y el valor agregado alcanzó US\$ 71.5 mil millones.

Según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) del año 2005, aplicada por el INEI, la población total en edad de trabajar era de alrededor de 20 millones de personas. De ellos, 699 mil personas están en la categoría de desempleo abierto, 631 mil están en el desempleo oculto, 5.5 millones son inactivos, dejando a la población ocupada en 13.2 millones.

La balanza de cuenta corriente en el año 2005, según el BCRP, mostró un superávit equivalente al 1.4% del PIB en ese año. En términos nominales, fue de US\$ 1,148 millones, una gran mejora respecto a la media de los US\$ -2,124 millones en el período 1991-2004. Este excedente se explica por la balanza comercial positiva, que fue 6.7% del PIB, es decir, US\$ 5,286 millones. Las exportaciones representaron US\$ 17,368 millones (21.9% del PIB) y las importaciones US\$ 12,082 millones (15.2% del PIB). Los principales productos de exportación son las exportaciones tradicionales (principalmente la extracción de recursos naturales), que representaron US\$ 12,950 millones, con la minería representando el 75% de este total. Las exportaciones no tradicionales representan US\$ 4,277 millones, y consisten principalmente en exportaciones agrícolas y textiles (US\$ 1,008 y US\$ 1,275 millones, respectivamente).

Cuadro 4.1.1. Indicadores macroeconómicos de la economía peruana

Variable	Monto
Valor Agregado (US\$ nominales) ^{1/}	71,501,003,834
Empleo Nacional (unidades) ^{2/}	13,243,977
Exportaciones FOB (US\$) ^{3/}	17,367,684,267
Importaciones CIF (US\$) ^{3/}	12,081,608,791
Balanza Comercial (US\$) ^{3/}	5,286,075,476

^{1/} Instituto Nacional de Estadística e Informática.

^{2/} Instituto Nacional de Estadística e Informática, Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) 2005.

^{3/} Banco Central de Reserva del Perú.

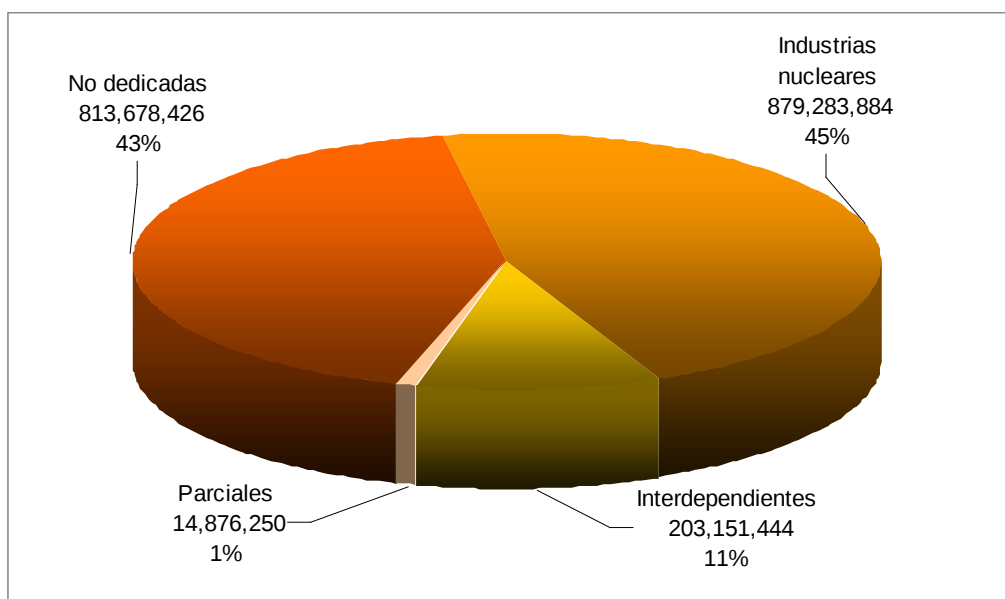
En conjunto, la contribución de las industrias basadas en derechos de autor al valor agregado del Perú representa el 2.7% del total, alcanzando US\$ 1,911 millones en 2005. Su importancia en el empleo es más grande, con 596 mil puestos de trabajo que representan el 4.5% del empleo nacional. En ambos casos (véanse los gráficos 4.1.1 y 4.1.2), los principales contribuyentes son las IBDA principales (45% del valor agregado y 46% del empleo) y No-dedicadas (43% del valor agregado y 50% del empleo).

Cuadro 4.1.2. Contribución a la economía nacional de las Industrias Basadas en Derechos de Autor, 2005

Industrias Basadas en Derechos de Autor	Valor Agregado (US\$)	Como porcentaje del V.A. Nacional	Empleo (número)	Como porcentaje del Empleo Nacional
Industrias principales	879,283,884	1.23%	276,625	2.09%
Interdependientes	203,151,444	0.28%	18,950	0.14%
Parciales	14,876,250	0.02%	8,743	0.07%
No-dedicadas	813,678,426	1.14%	291,632	2.20%
Total	1,910,990,004	2.67%	595,950	4.50%

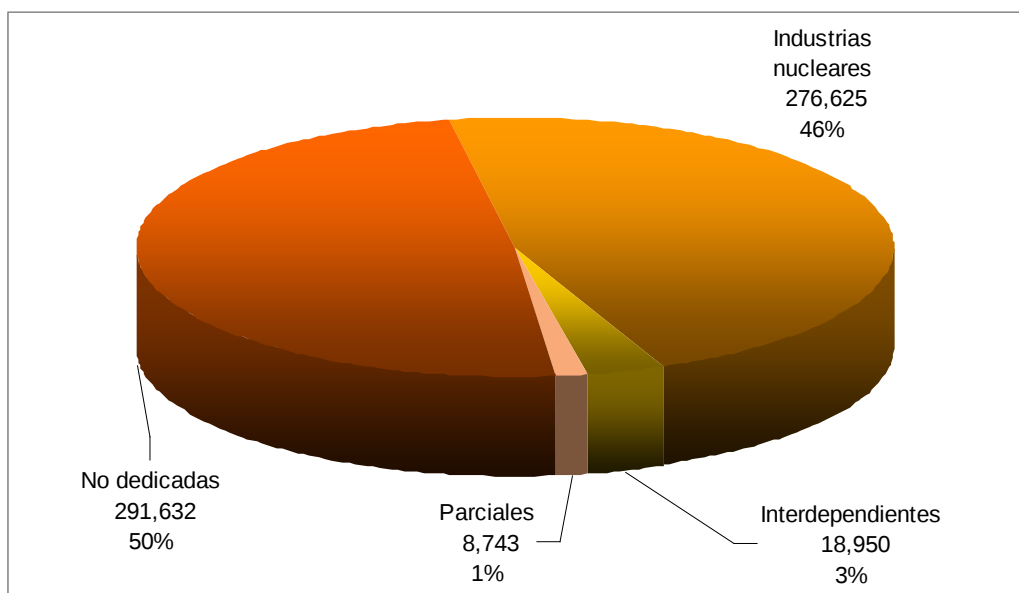
Fuente: Cuadros de los capítulos 4 y 5.
Elaboración propia.

Gráfico 4.1.1. Las Industrias Basadas en Derechos de Autor como porcentaje del valor agregado, 2005



Fuente: Cuadros de los capítulos 4 y 5.
Elaboración propia.

Gráfico 4.1.2. Las Industrias Basadas en Derechos de Autor como porcentaje del empleo, 2005



Fuente: Cuadros de los capítulos 4 y 5.
Elaboración propia.

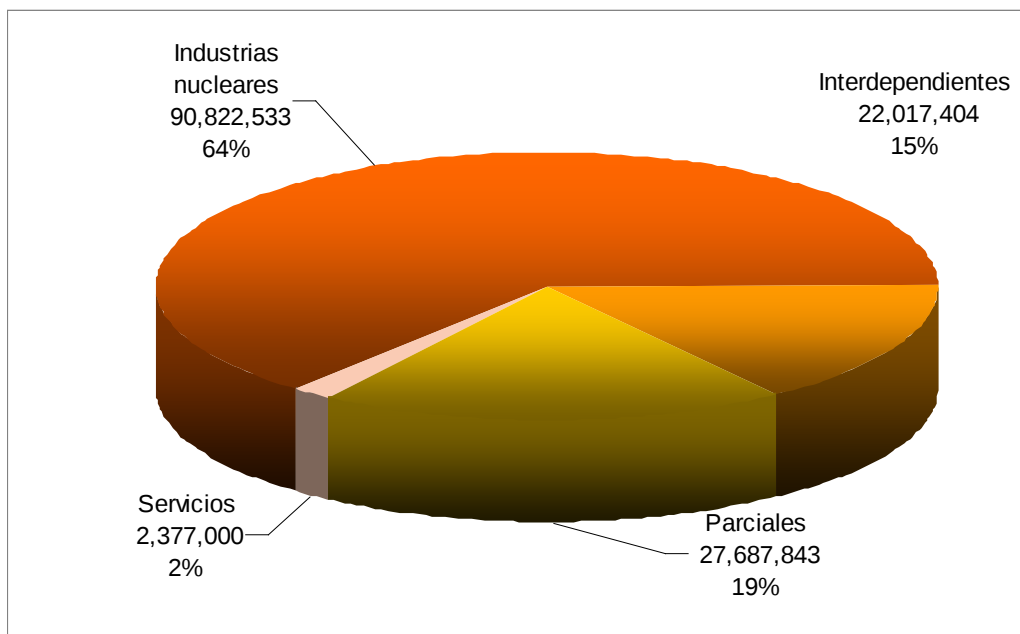
Las IBDA principales tienen un papel importante en las exportaciones totales de las industrias basadas en derechos de autor (como en el caso del valor agregado y el empleo). Sin embargo, en conjunto, las exportaciones de las industrias basadas en derechos de autor (US\$ 143 millones) representan menos del 1% del total de las exportaciones nacionales. Las importaciones constituyen US\$ 652 millones (5.4% de las importaciones nacionales), con las industrias interdependientes como las principales importadoras, seguidas por las de servicios. La balanza comercial de las industrias basadas en derechos de autor en 2005 fue negativa, representando casi el 10% de la balanza comercial nacional.

Cuadro 4.1.3. Estadísticas comerciales de las industrias basadas en derechos de autor, 2005

Industrias basadas en derechos de autor	Exportaciones (US\$)	Como porcentaje de las Exportaciones Nacionales	Importaciones (US\$)	Como porcentaje de las Importaciones Nacionales	Balanza Comercial (US\$)	Como porcentaje de la Balanza Comercial
Industrias principales	90,822,533	0.52%	21,850,948	0.18%	68,971,585	1.30%
Industrias no principales						
Interdependientes	22,017,404	0.13%	520,264,468	4.31%	-498,247,064	-9.43%
Parciales	27,687,843	0.16%	11,732,856	0.10%	15,954,987	0.30%
Servicios	2,377,000	0.01%	97,898,640	0.81%	-95,521,640	-1.81%
Total	142,904,780	0.82%	651,746,912	5.40%	-508,842,132	-9.63%

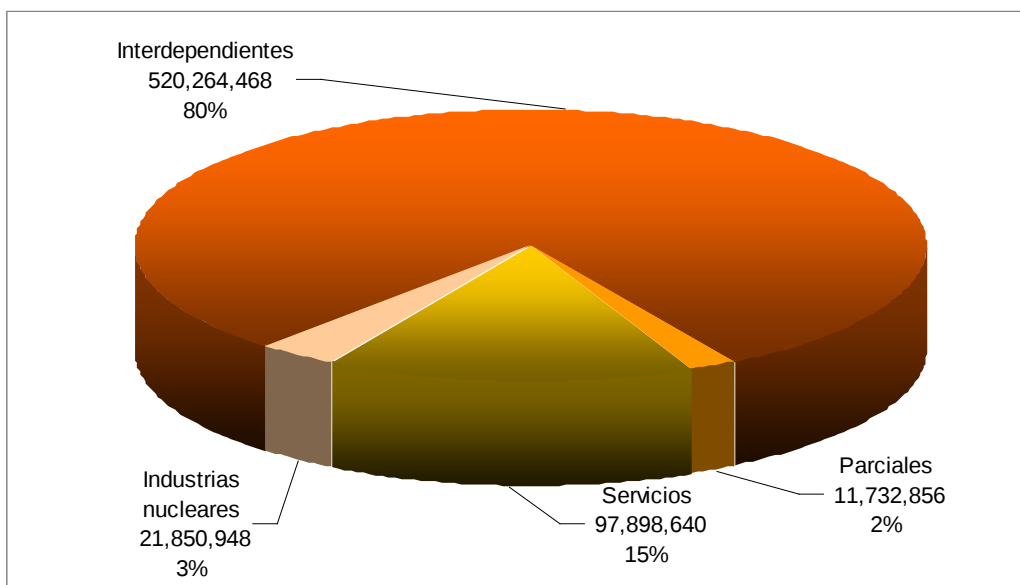
Fuente: Cuadros de los capítulos 4 y 5.
Elaboración propia.

Gráfico 4.1.3. Las Industrias Basadas en Derechos de Autor como porcentaje de las exportaciones, 2005



Fuente: Cuadros de los capítulos 4 y 5.
Elaboración propia.

Gráfico 4.1.4. Las Industrias Basadas en Derechos de Autor como porcentaje de las importaciones, 2005

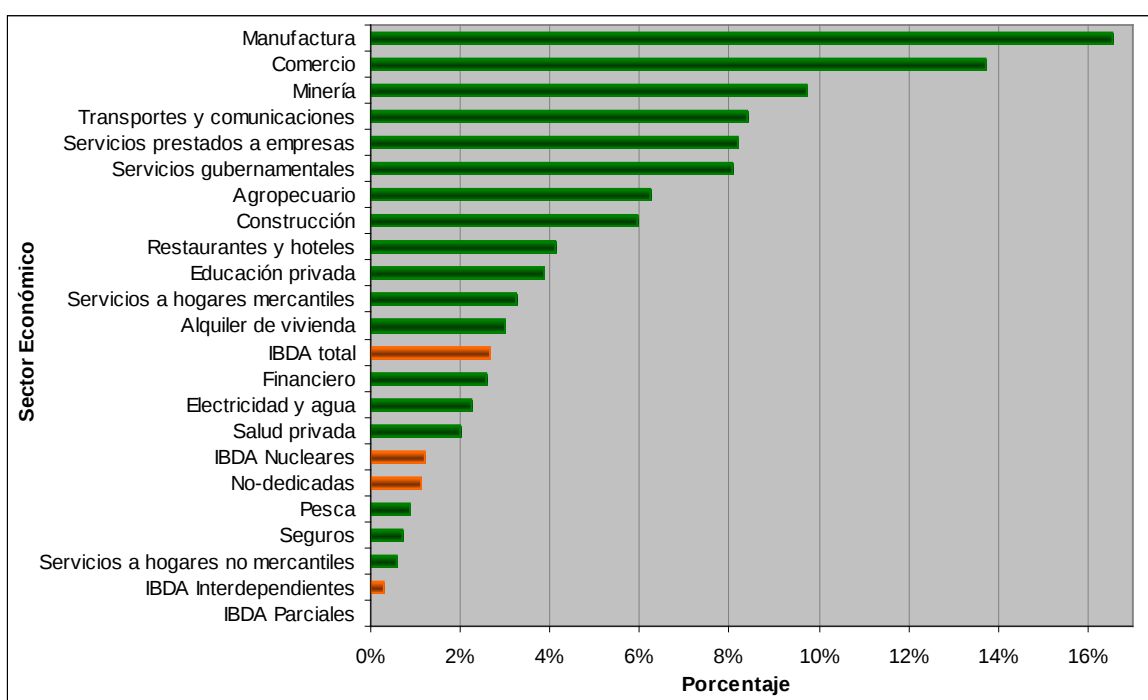


Fuente: Cuadros de los capítulos 4 y 5.
Elaboración propia.

Comparación con otros sectores económicos

La contribución total de las industrias basadas en derechos de autor al valor agregado (2.6%) es similar a la del alquiler inmobiliario (2.98%), finanzas (2.56%), y suministro de agua y electricidad (2.25%). Las industrias principales contribuyen 1.22% al valor agregado total (US\$ 997,045,973), mientras que la contribución de las industrias no principales es ligeramente superior, con 1.59% (US\$ 218,841,372). Los sectores económicos con una importancia similar en el valor agregado son las comunicaciones (2.00%), salud privada (1.98%) y pesca (0.86%).

Gráfico 4.1.5. Porcentaje del valor agregado total por sector económico, 2005



Fuente: BCRP y cuadros de los capítulos 4 y 5.
Elaboración propia.

4.2. Industrias Basadas en Derechos de Autor Principales

Según la Guía de la OMPI (2003: 32): "Las industrias que dependen principalmente del derecho de autor son aquellas que se dedican íntegramente a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, o distribución y venta de obras y otro material protegido". Así, toda la creación de valor agregado, empleo y flujos de comercio son asignados a estas industrias como su contribución a la economía. En el capítulo 5, la metodología e hipótesis específicas para hacer las estimaciones se explican en detalle. Dado que para la fotografía, las artes visuales y gráficas no fue posible obtener datos fiables sobre el valor agregado, su contribución al valor agregado nacional se calculó suponiendo la misma razón entre el valor agregado y el empleo del sector cine, sumándole las regalías distribuidas por APSAV (US\$ 4 mil).

Contribución al Valor Agregado

En el año 2005, la contribución de las Industrias Basadas en Derechos de Autor principales al valor agregado era el más importante entre las industrias basadas en derechos de autor, con el 1.2% del valor agregado total generado en el Perú. La contribución al valor agregado total es US\$ 879 millones. Sin embargo, las industrias principales tienen grandes diferencias respecto a su etapa de desarrollo y nivel de contribución, como muestra el cuadro 4.2.1.

Cuadro 4.2.1. Contribución al Valor Agregado de las Industrias Principales, 2005

Industrias Basadas en Derechos de autor principales	Valor Agregado (US\$)	Como porcentaje del V.A. nacional
Prensa y literatura	629,782,639	0.8808%
Música	12,665,521	0.0177%
Cine	11,042,989	0.0154%
Software	78,798,096	0.1102%
Radio y TV	100,772,357	0.1409%
Publicidad	42,900,000	0.0600%
Fotografía, artes visuales y gráficas ^{1/}	2,381,365	0.0033%
Sociedades de Gestión Colectiva	940,918	0.0013%
Total	879,283,884	1.2298%

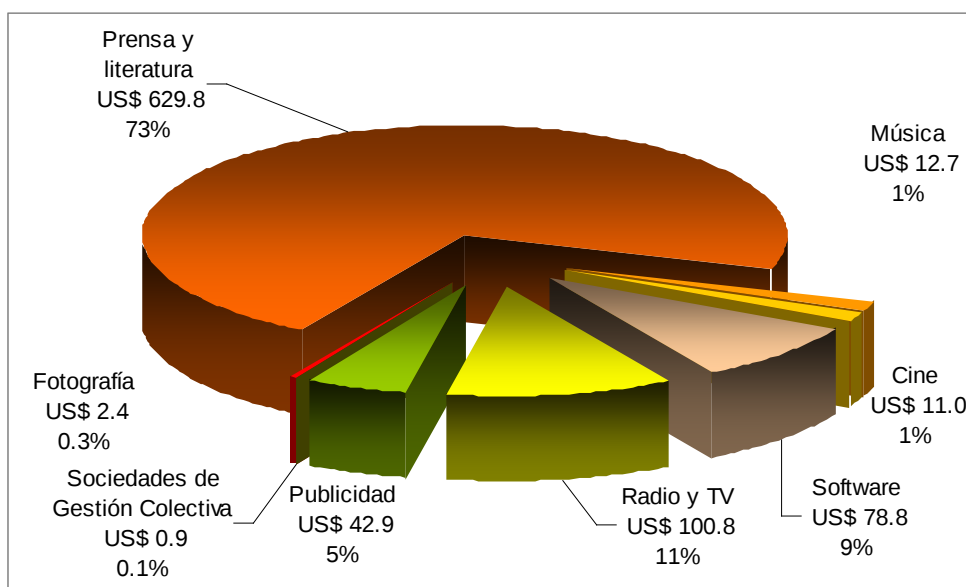
^{1/} Se asume la misma razón entre el valor agregado y el empleo del sector cine y se le añaden las regalías distribuidas por APSAV (US\$ 4 mil).

Fuente: INEI y cuadros del capítulo 5.

Elaboración propia.

Entre las diferentes industrias principales, la mayor contribución al valor agregado le corresponde a prensa y literatura, que representa el 73% de la contribución de las industrias principales. Otros sectores de importancia son la radio y la televisión (11%) y software (9%). La contribución de cada industria de derechos de autor nuclear se puede encontrar en el cuadro 4.2.1, mientras que su importancia relativa se puede observar en el gráfico 4.2.1.

**Gráfico 4.2.1. Contribución al valor agregado de las Industrias Principales, 2005
(millones de US\$)**



Fuente: Cuadros del capítulo 5.
Elaboración propia.

Contribución al Empleo

La contribución de las industrias de derecho de autor principales al empleo total en el Perú es la segunda en importancia para las industrias basadas en derechos de autor, con el 2.09%. Como en el caso del valor agregado, la magnitud de la contribución al empleo varía considerablemente entre las diferentes industrias. Por ejemplo, mientras que 148,578 puestos de trabajo se puede atribuir a prensa y literatura, sólo 149 pueden atribuirse a las sociedades de gestión colectiva. Los datos detallados se pueden encontrar en el cuadro 4.2.2.

Cuadro 4.2.2. Contribución al empleo de las Industrias Principales, 2005

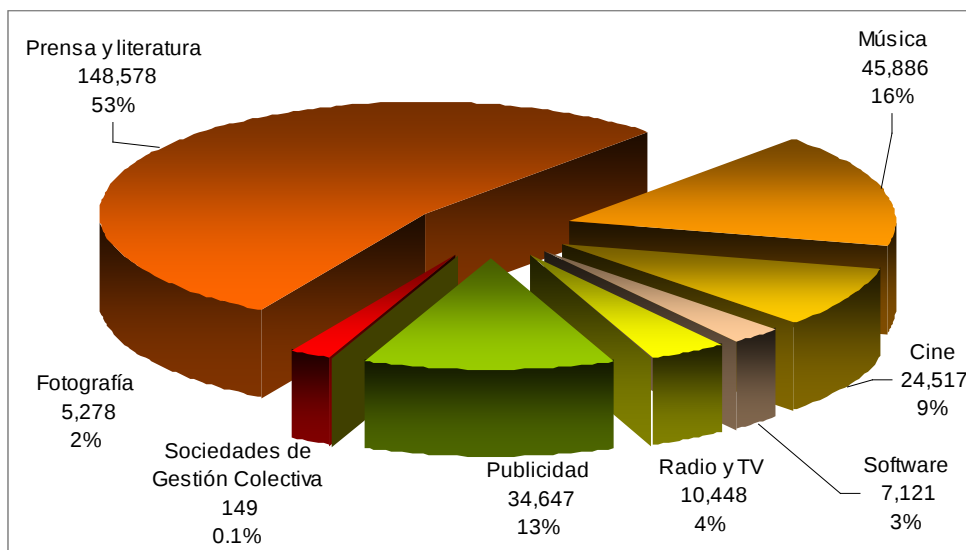
Industrias Basadas en Derechos de Autor Principales	Empleo (número)	Como porcentaje del Empleo Nacional
Prensa y literatura	148,578	1.1219%
Música	45,886	0.3465%
Cine	24,517	0.1851%
Software	7,121	0.0538%
Radio y TV	10,448	0.0789%
Publicidad	34,647	0.2616%
Fotografía, artes visuales y gráficas ^{1/}	5,278	0.0399%
Sociedades de Gestión Colectiva	149	0.0011%
Total	276,625	2.0887%

^{1/} EEA, 2005 (véase el capítulo 2 para la metodología de estimación).

Fuente: Cuadros del capítulo 5. Elaboración propia.

El mayor contribuyente al empleo entre las industrias principales es – como en el caso del valor agregado – prensa y literatura (53% del empleo en las industrias principales), seguido por las industrias de música y publicidad (16% y 13%, respectivamente). La importancia relativa de las industrias principales para el empleo se muestra en el gráfico 4.2.2.

Gráfico 4.2.2. Contribución al empleo de las Industrias Principales, 2005



Fuente: Cuadros del capítulo 5.
Elaboración propia.

Contribución al comercio internacional

Las Industrias Basadas en Derechos de autor principales en el Perú son las más importantes en términos de comercio exterior, en tanto son el único grupo con una balanza comercial positiva, que en el año 2005 alcanzó un monto de US\$ 69 millones y representó el 1.3% de la balanza comercial nacional. Este resultado se explica por el hecho de que las industrias principales son el grupo de Industrias Basadas en Derechos de autor con mayores exportaciones (US\$ 90 millones, que equivalen al 0.5% del total de las exportaciones peruanas). Al mismo tiempo, las importaciones de las industrias principales en 2005 alcanzaron los US\$ 22 millones (0.2% de las importaciones nacionales). Sin embargo, este resultado debe considerar que no existen estadísticas de importación de software disponibles.

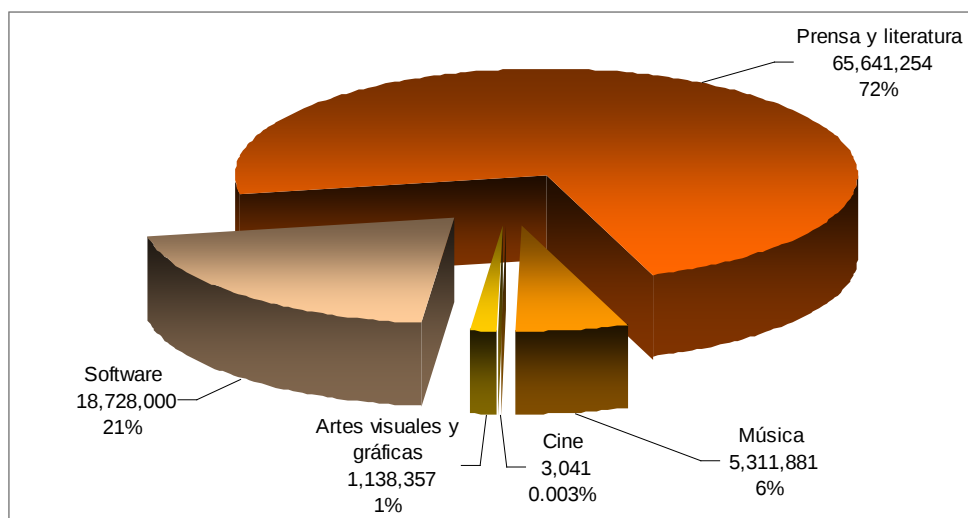
Cuadro 4.2.3. Balanza Comercial de las Industrias Principales, 2005

Industrias Principales	Exportaciones (US\$)	Como porcentaje de las exportaciones nacionales	Importaciones (US\$)	Como porcentaje de las importaciones nacionales	Balanza Comercial (US\$)	Como porcentaje de la balanza comercial nacional
Prensa y literatura	65,641,254	0.378%	3,279,853	0.027%	62,361,401	1.180%
Música	5,311,881	0.031%	18,287,413	0.151%	-12,975,532	-0.245%
Cine	3,041	0.000%	213,372	0.002%	-210,331	-0.004%
Software	18,728,000	0.108%	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Artes visuales y gráficas	1,138,357	0.007%	70,310	0.001%	1,068,047	0.020%
Total	90,822,533	0.523%	21,850,948	0.181%	68,971,585	1.305%

Fuente: Cuadros del capítulo 5.
Elaboración propia.

La actividad económica más importante entre las exportaciones de las industrias principales es prensa y literatura, con US\$ 66 millones, que representan el 72% de las exportaciones. Las exportaciones de software y música se encuentran en segundo y tercer lugar, con 21% y 6%, respectivamente.

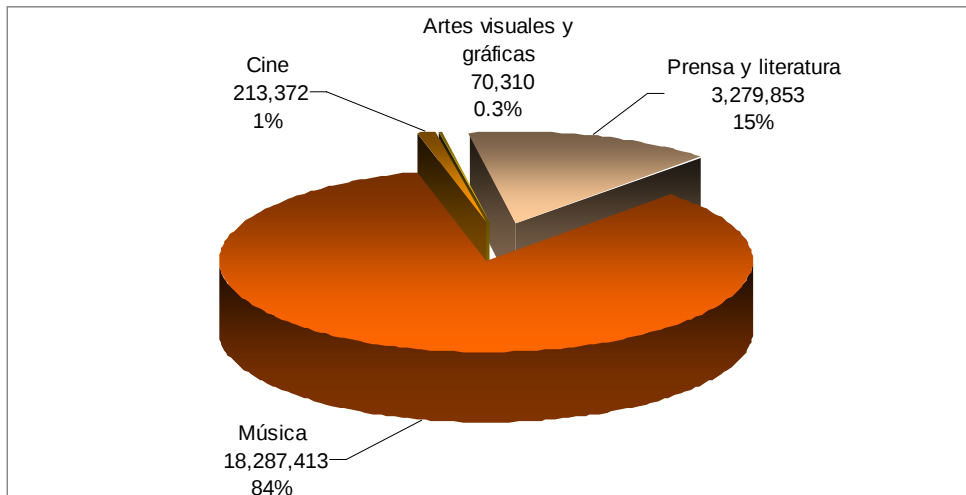
Gráfico 4.2.3. Contribución a las exportaciones, Industrias principales, 2005 (US\$)



Fuente: Cuadros del capítulo 5.
Elaboración propia.

En el caso de las importaciones, música (84%) y prensa y literatura (15%) representan la mayor parte de las importaciones, aunque la falta de información relativa a las importaciones de software debe considerarse en este resultado.

Gráfico 4.2.4. Contribución a las importaciones, Industrias Principales, 2005 (US\$)



Fuente: Cuadros en el capítulo 5.
Elaboración propia.

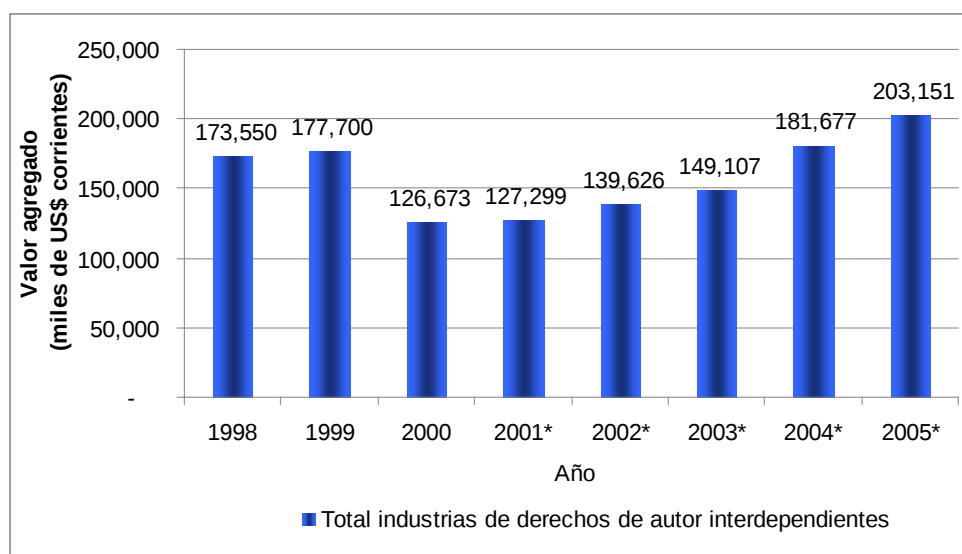
4.3. Industrias Basadas en Derechos de Autor Interdependientes

Según la Guía de la OMPI (2003:35): " Las industrias interdependientes del derecho de autor son industrias que se dedican a la producción y venta de equipos cuya función consiste, total o principalmente, en facilitar la creación, la producción o la utilización de obras y otro material protegido.". Esto significa que estas actividades no se desarrollarán a menos que existan derechos de autor, por lo que son cien por ciento IBDA.

Contribución al valor agregado

La contribución de las industrias interdependientes al total del Perú entre 1998 y 2005 muestra que – después de una reducción drástica en el año 2000 – ha estado incrementándose de manera continua, alcanzando en 2005 más de US\$ 203 millones. El gráfico 4.3.1 muestra la evolución de estas industrias, entre 1998 y 2005 (los años 2001 y 2005 son estimaciones propias, ver en el anexo B la metodología de la estimación).

Gráfico 4.3.1. Contribución al valor agregado de las industrias basadas en derechos de autor interdependientes, 1998-2005 (miles de US\$ corrientes)



*La información para los años 2001-2005 fue estimada por los autores. Véase el anexo B para la metodología.

Fuente: PRODUCE y INEI.

Elaboración propia.

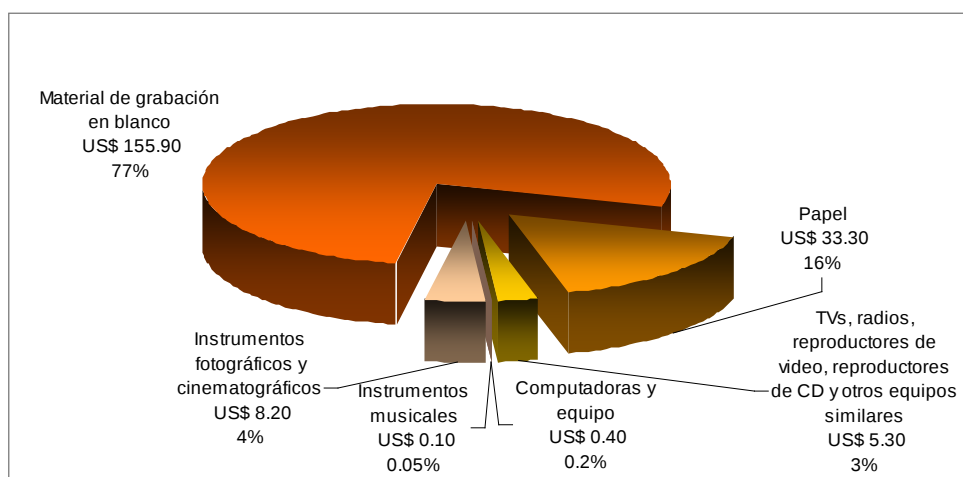
Entre los principales grupos de las industrias basadas en derechos de autor, las industrias interdependientes están ubicadas en el tercer lugar por su contribución al valor agregado nacional, con 0.284%. El material de grabación en blanco es el más importante de las industrias interdependientes, aportando el 77% de este grupo, y contribuyendo en 2005 con US\$ 156 millones al valor agregado del Perú. La industria del papel es la segunda en importancia, aportando el 16% (US\$ 33 millones). Los detalles de la contribución de las industrias interdependientes al valor agregado nacional y su importancia relativa se pueden encontrar en el cuadro 4.3.1 y el gráfico 4.3.2, respectivamente.

Cuadro 4.3.1. Contribución al valor agregado de las Industrias Interdependientes, 2005

Actividad económica	V. A. (US\$)	Como porcentaje del V.A. total
Televisores, radios, reproductores de video, reproductores de CD y otros equipos similares	5,253,082	0.007%
Computadoras y equipo	441,595	0.001%
Instrumentos musicales	88,776	0.000%
Instrumentos fotográficos y cinematográficos	8,150,361	0.011%
Material de grabación en blanco	155,899,222	0.218%
Papel	33,318,408	0.047%
Total	203,151,444	0.284%

Fuente: PRODUCE.
Elaboración propia.

Gráfico 4.3.2. Contribución al valor agregado de las Industrias Interdependientes, 2005 (millones de US\$)



Fuente: PRODUCE.
Elaboración propia.

Contribución al empleo

Las industrias interdependientes contribuyen con 18,950 puestos de trabajo, que representan el 0.143% del empleo nacional total. Esto ubica a este grupo de industrias como terceros en su contribución al empleo nacional. La industria del papel es la más importante con 9,023 puestos de trabajo que representan el 48% del total del grupo, mientras que las industrias de material de grabación en blanco e instrumentos fotográficos y cinematográficos también desempeñan un papel importante (29% y el 20% del empleo grupal, respectivamente). Los detalles se pueden encontrar en el cuadro 4.3.2 y el gráfico 4.3.3.

Cuadro 4.3.2. Contribución al empleo de las Industrias Interdependientes, 2005

Actividad económica	Empleo Total	Como porcentaje de empleo nacional
Televisores, radios, reproductores de video, reproductores de CD y otros equipos similares ^{1/}	369	0.003%
Computadoras y equipo ^{1/}	54	0.0004%
Instrumentos musicales ^{1/}	66	0.0005%
Instrumentos fotográficos y cinematográficos ^{2/}	3,852	0.029%
Material de grabación en blanco ^{1/}	5,586	0.042%
Papel ^{2/}	9,023	0.068%
Total	18,950	0.143%

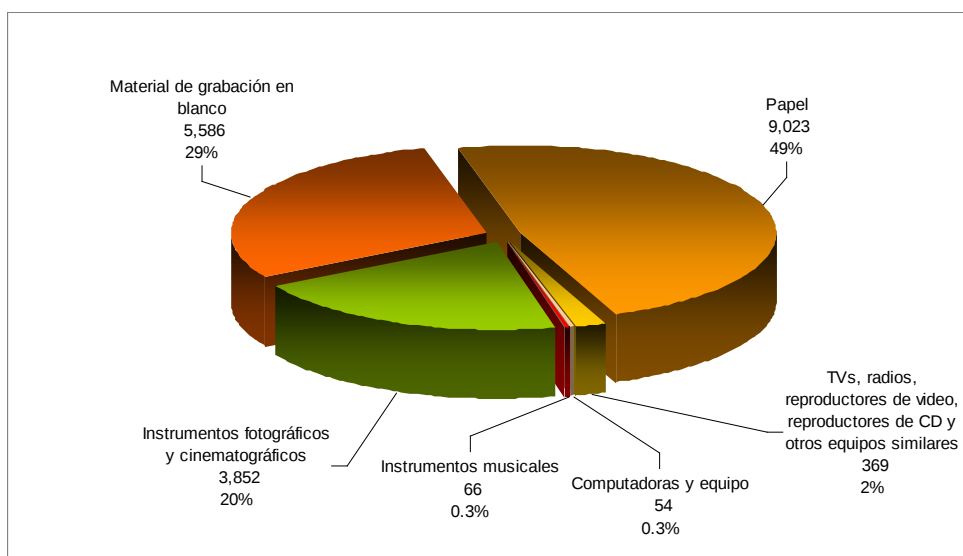
^{1/} ENAHO 2005

^{2/} EEA 2005

Fuente: INEI.

Elaboración propia.

Gráfico 4.3.3. Contribución al empleo de las Industrias Interdependientes, 2005



Fuente: INEI.

Elaboración propia.

Contribución al comercio internacional

La contribución de las industrias interdependientes a las exportaciones peruanas alcanzó US\$ 22 millones en 2005. Representan el tercer grupo más grande de la industria de derechos de autor en términos de exportaciones, y son también los principales importadores, con el 4% de las importaciones CIF del país (US\$ 520 millones dólares). Cada actividad considerada en este grupo tenía una balanza comercial negativa en 2005 (véase el cuadro 4.9. para más detalles), lo cual resultó en una balanza comercial total

negativa de US\$ 498 millones, aproximadamente el 9% de la balanza comercial total del Perú.

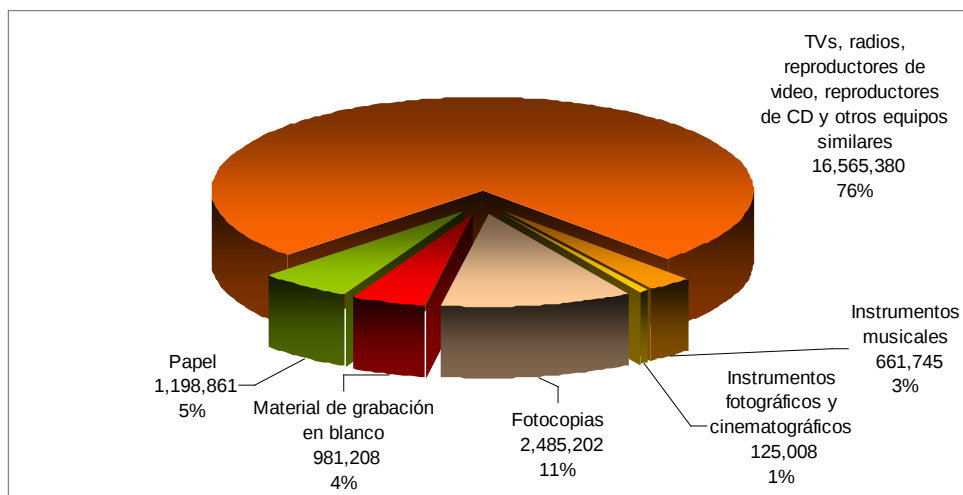
Cuadro 4.3.3. Balanza comercial de las Industrias Interdependientes, 2005

Actividad Económica	Exportaciones FOB (US\$)	Como porcentaje de las exportaciones FOB totales	Importaciones CIF (US\$)	Como porcentaje de las importaciones CIF totales	Balanza Comercial (US\$)
Televisores, radios, reproductores de video, reproductores de CD y otros equipos similares	16,565,380	0.10%	155,064,518	1.28%	-138,499,138
Instrumentos musicales	661,745	0.00%	4,784,648	0.04%	-4,122,903
Instrumentos fotográficos y cinematográficos	125,008	0.00%	17,817,719	0.15%	-17,692,711
Fotocopias	2,485,202	0.01%	163,659,428	1.35%	-161,174,226
Material de grabación en blanco	981,208	0.01%	56,391,344	0.47%	-55,410,136
Papel	1,198,861	0.01%	122,546,811	1.01%	-121,347,950
Total	22,017,404	0.13%	520,264,468	4.31%	-498,247,064

Fuente: SUNAD y PRODUCE.
Elaboración propia.

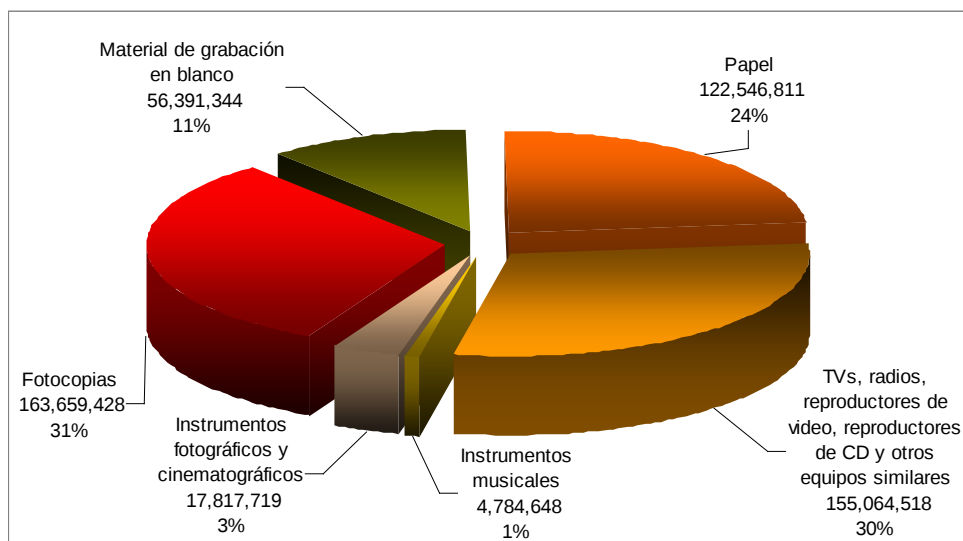
Entre las industrias interdependientes, las exportaciones se explican principalmente por los televisores, radios, reproductores de video, reproductores de CD y otros equipos similares (76%) y fotocopias (11%), como se muestra en el gráfico 4.3.4. En el caso de las importaciones, las principales actividades son fotocopias (31%), televisores, radios, reproductores de video, reproductores de CD y otros equipos similares (30%), papel (24%) y material de grabación en blanco (11%).

Gráfico 4.3.4. Contribución a las exportaciones, Industrias Interdependientes, 2005 (US\$)



Fuente: SUNAD y PRODUCE.
Elaboración propia.

Gráfico 4.3.5. Contribución a las importaciones, Industrias Interdependientes, 2005 (US\$)



Fuente: SUNAD y PRODUCE.
Elaboración propia.

4.4. Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales

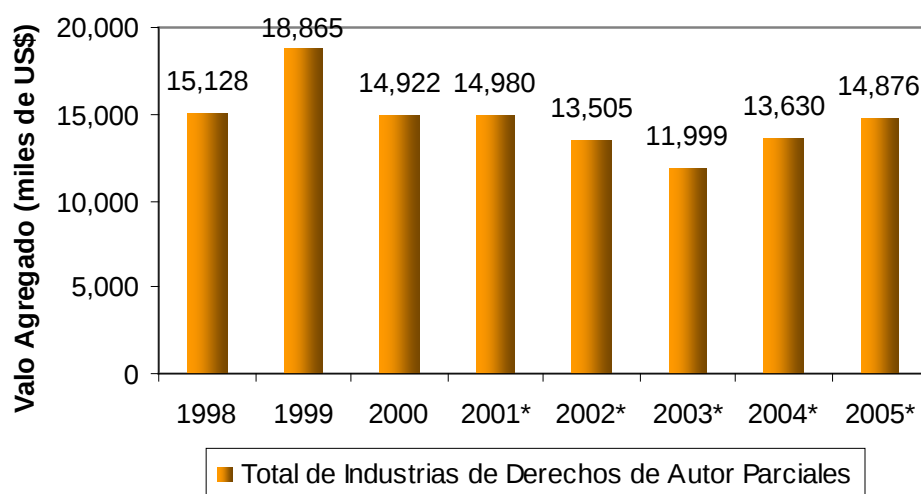
Citando a la Guía de la OMPI (2003:36): " Las industrias que dependen parcialmente del derecho de autor son industrias en las cuales una parte de las actividades está relacionada con las obras y otro material protegido y puede consistir en la creación, producción y fabricación, la interpretación o ejecución, la radiodifusión, la comunicación y la exhibición o la distribución y venta.". Por ello, para medir la contribución económica neta de las Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales es necesario aplicar, sobre la contribución bruta, un conjunto de valores conocidos como los Factores de Derechos de Autor. Estos ponderan la contribución bruta a la economía considerando sólo la proporción de la actividad atribuible a las Industrias Basadas en Derechos de autor.

En este estudio se usan los Factores de Derechos de Autor de México (Márquez-Mees et al., 2006). Si bien el Perú y México no tienen necesariamente el mismo desarrollo ni dinámica económica, los factores de dicho país fueron los más convenientes entre los disponibles, dada la semejanza (ambas presentan características de economía latinoamericana) y dado que el considerar factores de países más desarrollados (como el caso de algunos de Europa) hubieran introducido un sesgo mayor a las estimaciones.

Contribución al valor agregado

El valor agregado total para las Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales para el período 1998-2005 muestra que, aunque existe variabilidad en su contribución, está en el rango entre US\$12 mil y US\$ 19 mil.

Gráfico 4.4.1. Contribución al valor agregado de las Industrias Parciales, 1998-2005 (miles US\$)



Nota: Los datos para los años 2001-2005 fueron calculados por los autores. Véase el anexo B de la metodología.

Fuente: PRODUCE e INEI.

Elaboración propia.

Entre todas las IBDA, la contribución al valor agregado de las parciales es la menor. Para el año 2005, esta era inferior a los US\$ 15 millones, lo que representa el 0,021% del valor agregado nacional.

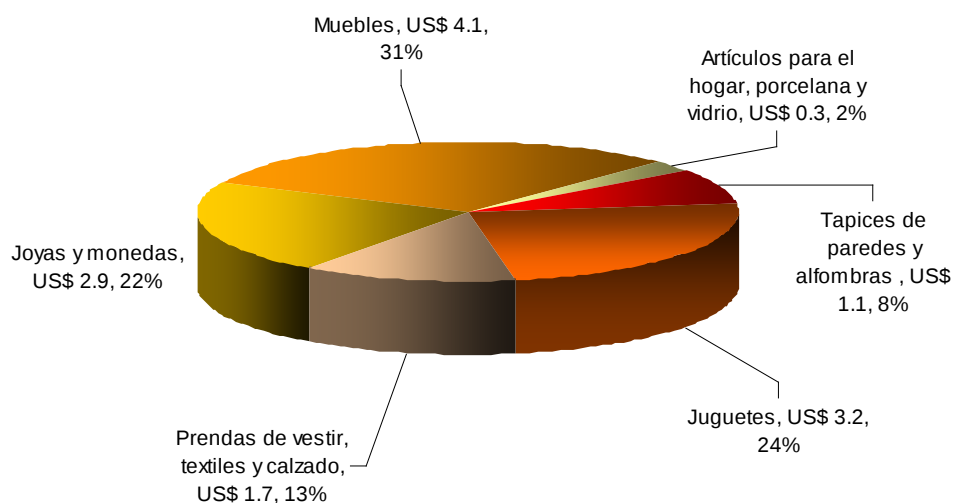
Cuadro 4.4.1. Contribución al valor agregado de las Industrias Parciales, 2005

Actividad Económica	Factor de Derechos de Autor	V.A. (US\$)	Como % del V.A Total
Prendas de vestir, textiles y calzado	0.005	1,729,743	0.002
Joyas y monedas	0.250	2,887,713	0.004
Muebles	0.050	4,091,847	0.006
Artículos para el hogar, porcelana y vidrio	0.005	1,365,210	0.002
Tapices de paredes y alfombras	0.020	3,227,922	0.005
Juguetes	0.500	1,573,815	0.002
Total		14,876,250	0.021

Fuente: PRODUCE e INEI.
Elaboración propia.

La actividad más importante es la industria del mueble, con 31% de la contribución al valor agregado, seguido por la de juguetes (24%) y joyas y monedas (22%).

Gráfico 4.4.2. Contribución al valor agregado de las industrias parciales, 2005 (millones US\$)



Fuente: PRODUCE e INEI.
Elaboración propia.

Contribución al empleo

Como en el caso del valor agregado, la contribución al empleo de este grupo de industrias es la menor de todas las IBDA, con sólo 8,743 puestos de trabajo (0.066% del empleo nacional). Las actividades que concentran la mayor parte del empleo entre las industrias

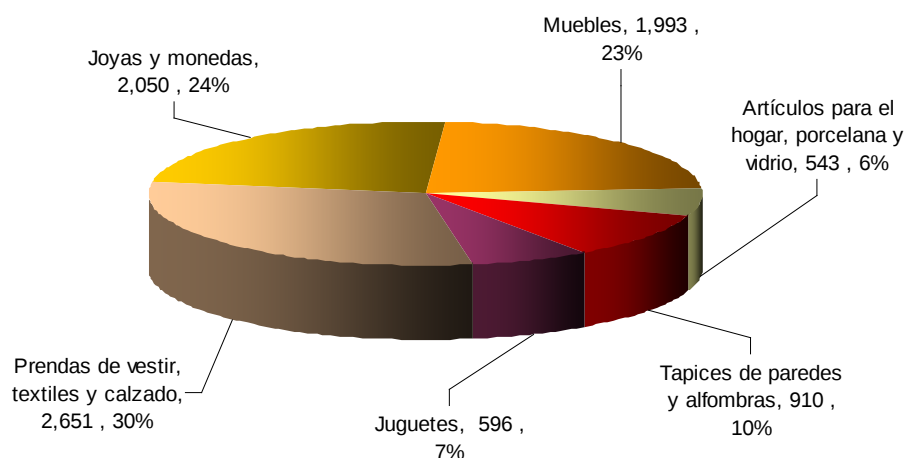
parciales son las de prendas de vestir, textiles y calzado (30%), joyas y monedas (24%) y muebles (23%).

Cuadro 4.4.2. Contribución al empleo de las Industrias Parciales, 2005

Actividad Económica	Factor de Derechos de Autor	Empleo Total	Como % del V.A Total
Prendas de vestir, textiles y calzado	0.005	2,651	0.020%
Joyas y monedas	0.250	2,050	0.015%
Muebles	0.050	1,993	0.015%
Artículos para el hogar, porcelana y vidrio	0.005	543	0.004%
Tapices de paredes y alfombras	0.020	910	0.007%
Juguetes	0.500	596	0.004%
Total		8,743	0.066%

Fuente: PRODUCE e INEI.
Elaboración propia.

Gráfico 4.4.3. Contribución al empleo de las Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales, 2005



Fuente: PRODUCE e INEI.
Elaboración propia.

Contribución al comercio internacional

Con US\$ 28 millones en exportaciones en el 2005, las Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales representaban el 0,2% de las exportaciones totales de bienes, y fueron el segundo grupo de exportación de bienes más grande entre los IBDA. Las exportaciones de esta industria fueron lideradas por la actividad de joyas y monedas (85%) y prendas de

vestir, textiles y calzado (7%). Asimismo, estas son las únicas actividades en el grupo con una balanza comercial positiva.

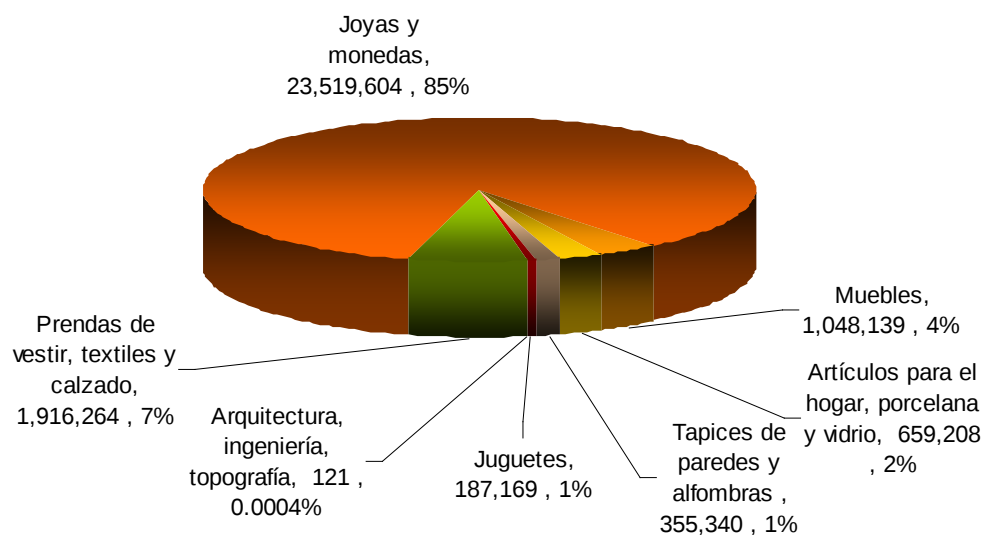
En el caso de las importaciones, la actividad de juguetes y juegos es la principal (57%), aunque el resto de actividades tienen cuotas de las importaciones que van entre un 7% y 12% (excepto las de arquitectura, ingeniería, topografía, que representan sólo el 0,3% de las importaciones de las Industrias Parciales). El total de importaciones asciende a US\$ 12 millones, resultando en una balanza comercial positiva de US\$ 16 millones. Los detalles se muestran en el cuadro 4.4.3, así como en los gráficos 4.4.4 y 4.4.5.

Cuadro 4.4.3. Balanza comercial de las Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales, 2005

Actividad Económica	Factor de Derechos de Autor	Exportac. FOB relacionadas con copyright (US\$)	Como % del total de exportac. FOB	Importac. CIF relacionadas con copyright (US\$)	Como % del total de importac. CIF	Balanza Comercial relacionada con copyright (US\$)
Prendas de vestir, textiles y calzado	0.005	1,918,264	0.01	765,684	0.01	1,152,580
Joyas y monedas	0.250	23,519,604	0.14	795,912	0.01	22,723,692
Muebles	0.050	1,048,139	0.01	1,454,647	0.01	-406,508
Artículos para el hogar, porcelana y vidrio	0.005	659,208	0.00	965,191	0.01	-305,983
Tapices de paredes y alfombras	0.020	355,340	0.00	1,022,669	0.01	-667,329
Juguetes	0.500	187,169	0.00	6,694,641	0.06	-6,507,472
Arquitectura, ingeniería, topografía	0.100	121	0.00	34,114	0.00	-33,994
TOTAL		27,687,843	0.16	11,732,856	0.10	15,954,987

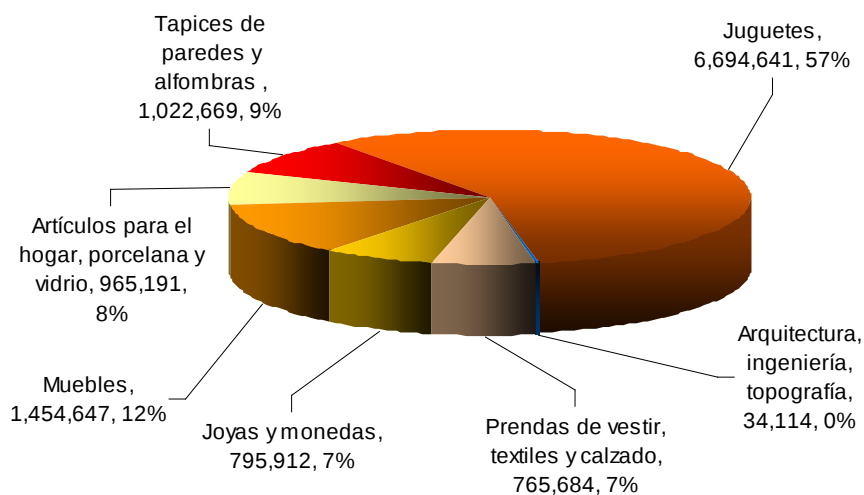
Fuente: SUNAD y PRODUCE.
Elaboración propia.

Gráfico 4.4.4. Cuota de las exportaciones de las actividades económicas de las industrias parciales, 2005 (US\$)



Fuente: SUNAD y PRODUCE.
Elaboración propia.

Gráfico 4.4.5. Cuota de las importaciones de las actividades económicas de las industrias parciales, 2005 (US\$)



Fuente: SUNAD y PRODUCE.
Elaboración propia.

4.5. Industrias de Apoyo No-dedicadas

Según la Guía de la OMPI (2003: 37): " Las industrias de apoyo son industrias en las cuales una parte de las actividades consiste en facilitar la radiodifusión, la comunicación, la distribución o la venta de obras y otro material protegido, y cuyas actividades no han sido incluidas en las industrias que dependen principalmente del derecho de autor.". Como en el caso de las Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales, estas actividades contribuyen en parte al valor agregado, el empleo y los flujos de comercio.

Contribución al valor agregado

La contribución al valor agregado de las Industrias de Apoyo No-dedicadas es la segunda más grande entre aquellas basadas en los derechos de autor. Para el 2005 esta cantidad llegó a US\$814 millones, lo que representa el 1,14% del valor agregado total nacional. Los detalles pueden verse en el cuadro 4.5.1.

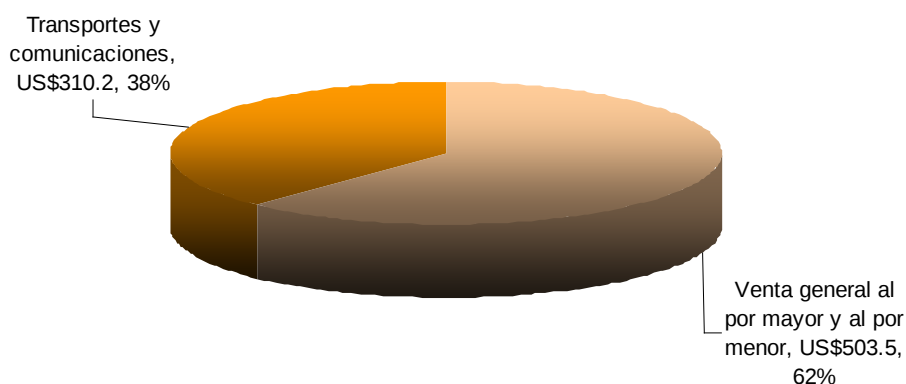
Cuadro 4.5.1. Contribución al valor agregado de las Industrias No-dedicadas, 2005

Actividad	Valor agregado bruto en 2005	Factor de Derechos de Autor	Valor agregado correspondiente a derechos de autor	Como % del V.A total
Venta general al por mayor y al por menor	8,833,200,829	0.057	503,492,447	0.704
Transportes y comunicaciones	5,441,859,280	0.057	310,185,979	0.434
Total	14,275,060,109		813,678,426	1.138

Fuente: INEI.
Elaboración propia.

La principal actividad de este grupo es la actividad de venta general al por mayor y al por menor, contribuyendo con un 62% al valor agregado, mientras que la actividad de transporte y comunicaciones representa el 38% restante, como se muestra en el gráfico 4.5.1.

Gráfico 4.5.1. Contribución al valor agregado de las Industrias No-dedicadas, 2005



Fuente: INEI.
Elaboración propia.

Contribución al empleo

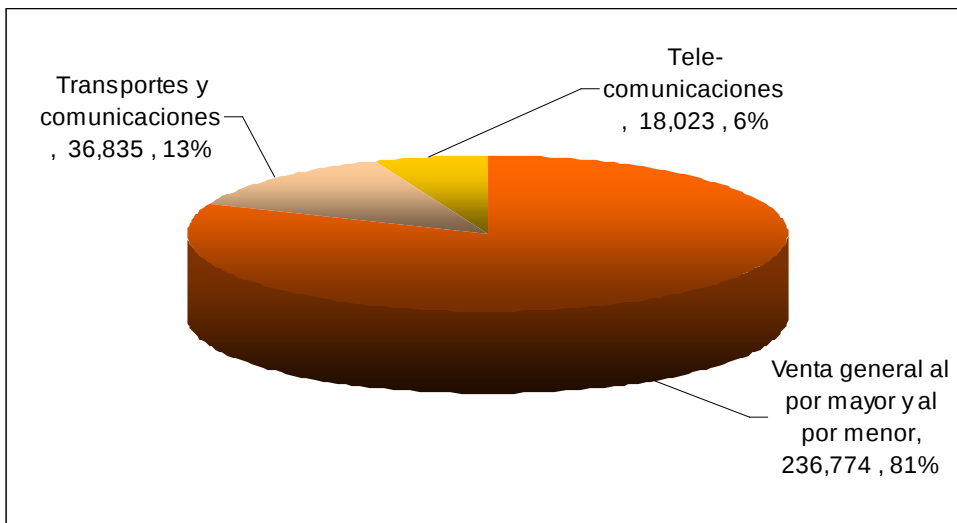
La contribución de estas industrias al empleo correspondiente a los derechos de autor es la más grande, con casi 292 mil puestos de trabajo. Esto representa el 2,20% del empleo total nacional. La principal contribución ocurre en la actividad de venta al por mayor y menor, con un 81% del total (237 mil puestos de trabajo), mientras que la actividad de transporte y comunicaciones representa un 13% del total y la de telecomunicaciones, un 6%. El detalle se encuentra en el cuadro 4.5.2 y en el gráfico 4.5.2.

Cuadro 4.5.2. Contribución al empleo de las Industrias No-dedicadas, 2005

Actividad	Empleo total	Factor de Copyright	Empleo correspondiente al copyright	Como % del empleo nacional
Venta general al por mayor y al por menor	4,153,929	0.057	236,774	1.788
Transportes y comunicaciones	646,225	0.057	36,835	0.278
Telecomunicaciones	316,198	0.057	18,023	0.136
Total	5,116,352		291,632	2.202

Fuente: EEA 2005.
Elaboración propia.

Gráfico 4.5.2. Contribución al empleo de las Industrias No-dedicadas, 2005



Fuente: EEA 2005.
Elaboración propia.

4.6. Balanza comercial de servicios

Los datos de comercio exterior por lo general se basan en información de aduanas que registran sólo el valor de los bienes. Sin embargo en el caso de las industrias de derecho de autor deben ser consideradas además las exportaciones de servicios, tales como personales, regalías y derechos de licencia.

Los datos disponibles indican que los servicios exportados más importantes son los servicios audiovisuales y afines, con más de US\$ 2.2 millones, que representan el 93% del total. Regalías y derechos de licencia representan el 5% de las exportaciones de servicios, y el resto (2%) se atribuyen a otros servicios culturales y recreativos. Las importaciones de servicios están referidas principalmente a regalías y derechos de licencia, con US\$ 98 millones que representan el 91% del total de las importaciones de servicios. En el caso de audiovisuales y servicios relacionados, ascendió a US\$ 8 millones en el 2005, que representa el 5% del total.

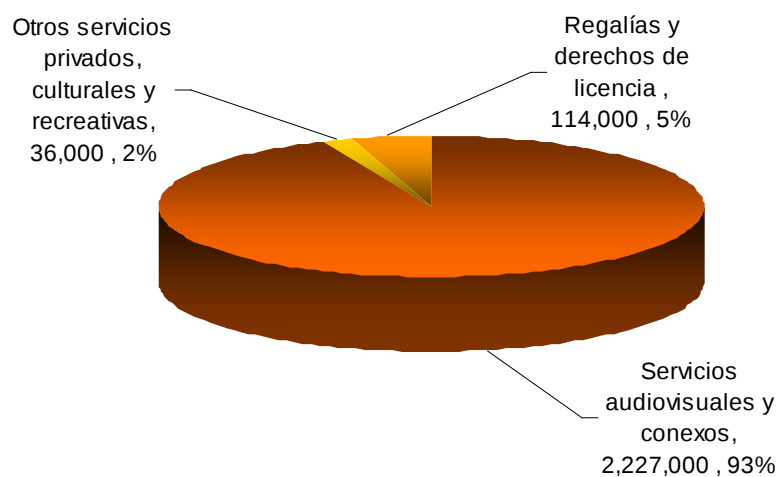
Dado que las importaciones superan a las exportaciones de servicios, la balanza comercial es negativa en US\$ 96 millones. Los datos detallados se muestran en el cuadro 4.6.1, y la distribución de las exportaciones y las importaciones en los gráficos 4.6.1 y 4.6.2.

Cuadro 4.6.1. Balanza Comercial de las actividades económicas de Servicios, 2005

Services	Exportac. FOB (US\$)	Como % de exportac. FOB	Importac. CIF (US\$)	Como % de importac. CIF	Balanza comercial (US\$)
Servicios personales, culturales y recreativos	2,263,000	0.013	8,715,300	0.072%	-6,452,300
Servicios audiovisuales y conexos	2,227,000	0.013	8,094,000	0.067%	-5,867,000
Otros servicios privados, culturales y recreativos	36,000	0.000	621,300	0.005%	-585,300
Regalías y derechos de licencia	114,000	0.001	89,183,340	0.738%	-89,069,340
Total	2,377,000	0.014%	97,898,640	0.810%	-95,521,640

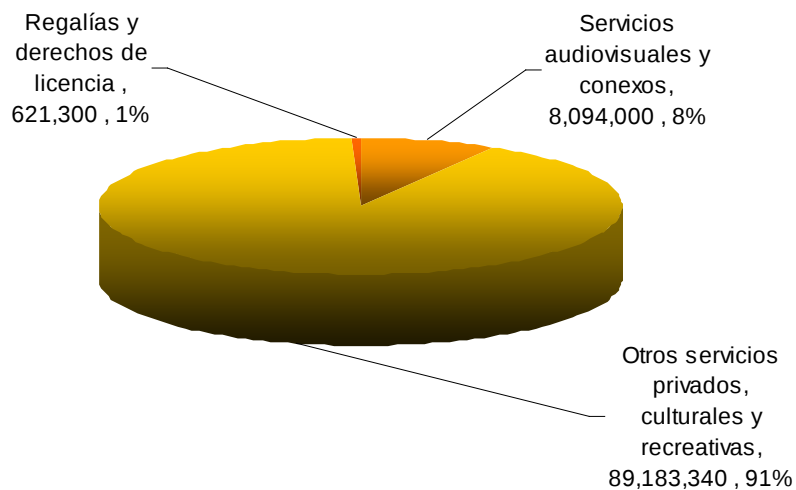
Fuente: BCRP.
Elaboración propia.

Gráfico 4.6.1. Cuota de exportaciones de las actividades económicas de Servicios, 2005



Fuente: BCRP.
Elaboración propia.

Gráfico 4.6.2. Cuota de exportaciones de las actividades económicas de Servicios, 2005



Fuente: BCRP.
Elaboración propia.

4.7. Clasificación de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú

Después de la recolección de datos de muchas fuentes de información, y sobre la base del anexo II de la Guía OMPI, se ha llegado a la identificación de las actividades relacionadas con las industrias del derecho de autor para el Perú. La lista presentada en esta sección muestra todas las actividades para las cuales se ha encontrado información. Sin embargo una tarea a futuro de las agencias públicas, agentes privados y otras organizaciones privadas es profundizar la sistematización y recopilación de datos de las actividades para las cuales, por el momento, la información no es completa o para las que no existe información en absoluto. En el siguiente cuadro se muestra la disponibilidad de información para los tres indicadores: el valor agregado, el empleo y balanza comercial.

Cuadro 4.7.1. Clasificación de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú

Actividades económicas	Código CIIU 3.1	Valor Agregado	Empleo	Balanza Comercial	Descripción
1. Industrias Basadas en Derechos de Autor Principales					
Prensa y literatura					
Autores, escritores, traductores	9214		x		Clase: 9214 - Artes dramáticas, música y otras artes, las actividades
Prensa	2212	x	x	x	Clase: 2212 - Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas
Revistas / periódicos	2212	x	x	x	Clase: 2212 - Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas
Publicación de libros	2211	x	x	x	Clase: 2211 - Edición de libros, folletos y otras publicaciones,
Tarjetas, mapas, guías y otros materiales publicados	2219	x	x	x	Clase: 2219 - Otras actividades de edición
Pre-prensa, impresión y post-prensa de libros, revistas, periódicos, materiales de publicidad	2221	x	x	x	Clase: 2221 - Impresión
	2222	x	x	x	Clase: 2222 - Actividades de servicios relacionados con la impresión
Comercio al por mayor y al por menor de prensa y literatura (librerías, quioscos, etc.)	5239	x	x		Clase: 5239 - Comercio al por menor en establecimientos especializados

Cuadro 4.7.1. Clasificación de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú (cont.)

Actividades económicas	Código CIU 3.1	Valor Agregado	Empleo	Balanza Comercial	Descripción
Música					
Los compositores, letristas, arreglistas, coreógrafos, escritores, directores, intérpretes y demás personal	9214	x	x		Clase: 9214 - Artes dramáticas, música y otras artes, las actividades
	9219		x		Clase: 9219 - Otras actividades de espectáculos
De impresión y publicación de música	2213			x	Clase: 2213 - Publicación de música
De producción / fabricación de la música grabada	2230	x	x		Clase: 2230 - Reproducción de soportes grabados
Venta al por mayor y al por menor de música grabada (venta y alquiler)	7130	x	x		Clase: 7130 - Alquiler de efectos personales y enseres domésticos
Presentaciones y organismos asociados (reservas, agencias turísticas, etc.)	9214	x	x		Clase: 9214 - Artes dramáticas, música y otras artes, las actividades
Películas					
Producción cinematográfica y de vídeo y distribución	9211	x	x	x	Clase: 9211 - Producción cinematográfica y de vídeo y la distribución de
Exhibición de películas de cine	9212	x	x		Clase: 9212 - Proyección de cine
Alquiler de videos y ventas, vídeo bajo demanda	9211	x	x	x	Clase: 9211 - Producción cinematográfica y de vídeo y la distribución de
Radio y Televisión					
Radio Nacional de radiodifusión y televisión	9213	x	x		Clase: 9213 - Actividades de radio y televisión
Otros de radio y televisión	9213	x	x		Clase: 9213 – Actividades de radio y televisión
La televisión por cable (sistemas y canales)	6420	x	x		Clase: 6420 - Telecomunicaciones

Cuadro 4.7.1. Clasificación de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú (cont.)

Actividades económicas	Código CIU 3.1	Valor Agregado	Empleo	Balanza Comercial	Descripción
Software y Bases de Datos					
Programación, desarrollo y diseño, fabricación	7221	x	x		Clase: 7221 - Edición de programas informáticos
Servicios de publicidad					
Agencias, servicios de compra	7430		x		Clase: 7430 - Publicidad
Fotografía, Artes Visuales y Artes Gráficas					
Marcos y otros servicios afines / Estudios y fotografía comercial	7494		x		Clase: 7494 - Actividades de fotografía
Sociedades de Gestión Colectiva					
Sociedades de Gestión Colectiva	9112	x	x		Clase: 9112 - Actividades de organizaciones profesionales
2. Industrias Basadas en Derechos de Autor Interdependientes					
Televisores, radios, reproductores de video, reproductores de CD, DVD, reproductores de cassette, equipos de juegos electrónicos y otros equipos similares	3230	x	x	x	Clase: 3230 - Fabricación de receptores de televisión y de radio, aparatos de reproducción o grabación de video o sonido y los bienes asociados
Computadoras y equipos	3000	x	x	x	Clase: 3000 - Fabricación de productos de oficina, contabilidad e informática
Instrumentos Musicales	3692	x	x	x	Clase: 3692 - Fabricación de instrumentos musicales
Instrumentos fotográficos y cinematográficos	3320	x	x	x	Clase: 3320 - Fabricación de instrumentos ópticos y equipo fotográfico
Fotocopiadoras	3000	x	x	x	Clase: 3000 - Fabricación de productos de oficina, contabilidad y maquinaria de informática
Material de grabación en blanco	2429	x	x	x	Clase: 2429 - Fabricación de otros productos químicos n.c.o.p.
Papel	2101	x	x	x	Clase: 2101 - Fabricación de pasta papelería, papel y cartón

Cuadro 4.7.1. Clasificación de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú (cont.)

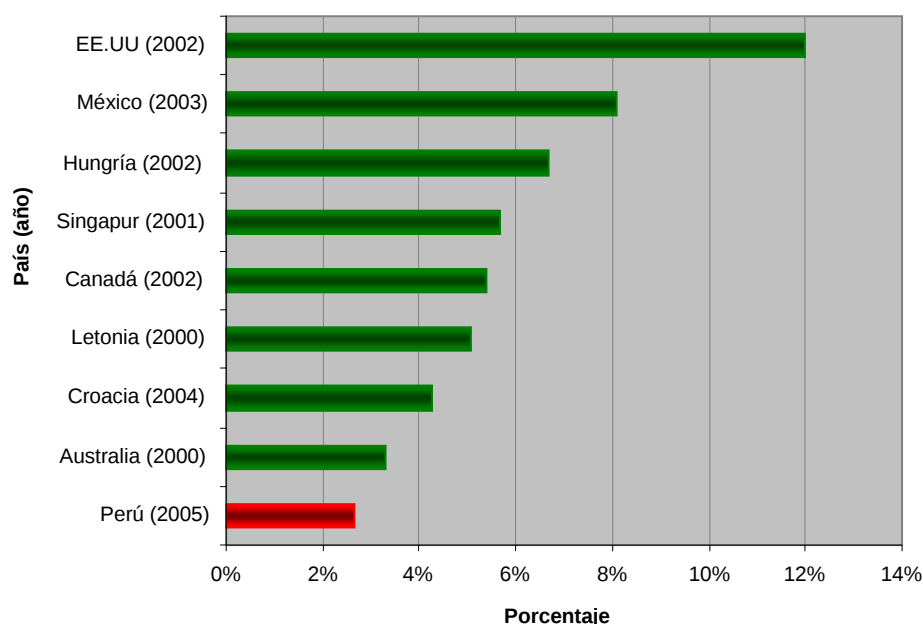
Actividades económicas	Código CIU 3.1	Valor Agregado	Empleo	Balanza Comercial	Descripción
3. Industrias Basadas en Derechos de Autor Parciales					
Prendas de vestir, textiles y calzado	1810	x	x	x	Clase: 1810 - Fabricación de prendas de vestir
	1721			x	Clase: 1721 - Fabricación de artículos confeccionados con textiles
	1920	x	x	x	Clase: 1920 - Fabricación de calzado
Joyas y monedas	3691	x	x	x	Clase: 3691 - Fabricación de joyería y artículos relacionados
Muebles	3610	x	x	x	Clase: 3610 - Fabricación de muebles
Artículos para el hogar, porcelana y cristal	2610	x	x	x	Clase: 2610 - Fabricación de vidrio y productos de vidrio
	173	x	x	x	Clase: 173 - Fabricación de telas y artículos tejidos y de punto
	2029			x	Clase: 2029 - Fabricación de otros productos de madera
	2899			x	Clase: 2899 - Fabricación de otros productos metálicos n.c.o.p.
Tapices de paredes y alfombras	1722			x	Clase: 1722 - Fabricación de alfombras y moquetas
	2109	x	x	x	Clase: 2109 - Fabricación de otros artículos de papel y cartón
Juguetes y juegos	3694	x	x	x	Clase: 3694 - Fabricación de juegos y juguetes
Arquitectura, ingeniería, topografía	7421			x	Clase: 7421 – Actividades de arquitectura e ingeniería y consultoría técnica relacionada
4. Industrias Basadas en Derechos de Autor No-dedicadas					
Venta al por mayor y por menor	51	x	x	n.a.	División: 51 - Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas
	52	x	x	n.a.	División: 52 - Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas, reparación de efectos personales y enseres domésticos
Transportes en general	60	x	x	n.a.	División: 60 - Transporte terrestre, transporte por tuberías
	61	x	x	n.a.	División: 61 - Transporte por agua
	62	x	x	n.a.	División: 62 - Transporte aéreo
	630	x	x	n.a.	Clase 630 - Actividades del transporte de apoyo y auxiliares
Telefonía e Internet	6420		x	n.a.	Clase: 6420 - Telecomunicaciones
	7240		x	n.a.	Clase: 7240 - Base de datos y las actividades de la distribución en línea de contenidos electrónicos

Nota: n.a.: no aplica
Elaboración propia.

4.8. Comparaciones Internacionales

En general, las Industria Basada en Derechos de Autor peruana es menor que la de otros países de la región y del resto del mundo. El valor agregado en el 2005 ascendió a US\$ 1.911 millones, lo que representó 2,6% del valor agregado total de la economía. Este resultado es inferior al de otros países latinoamericanos como México (8,1%) y del resto del mundo, como Singapur (5,7%), Hungría (6,7%) y EE.UU. (12%).

Gráfico 4.8.1. Comparación internacional de las Industrias Basadas en Derecho de Autor según su contribución al valor agregado (%)

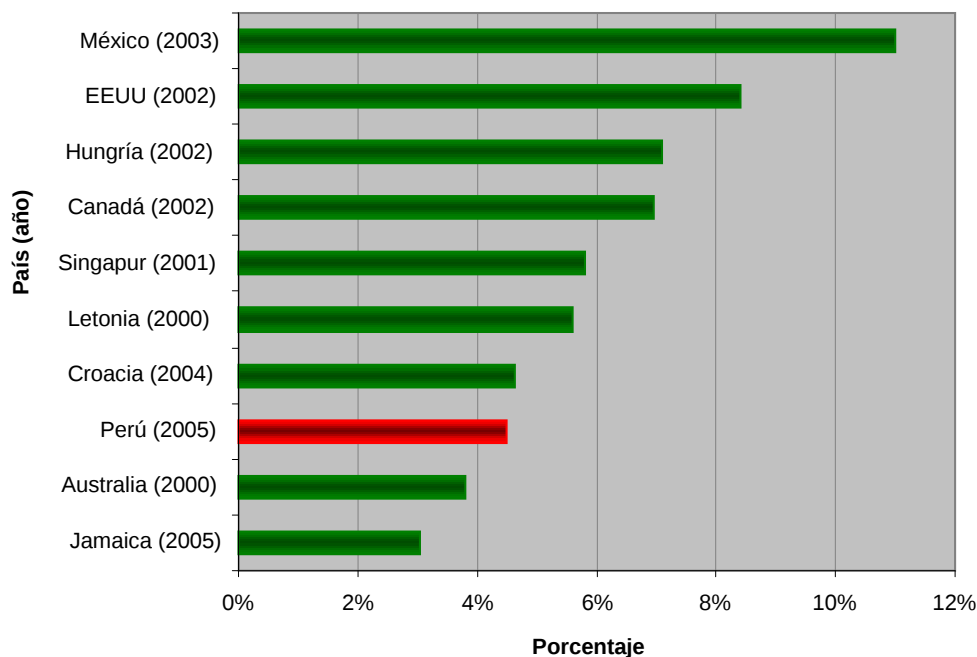


Fuente: OMPI y UNICAMP (sin fecha), Márquez-Mees et al. (2006), OMPI (2006), la OMPI (2007) y los cuadros en el capítulo 4.
Elaboración propia.

En la economía peruana la mayor parte del valor agregado de las Industrias Basadas en Derecho de Autor se explica por las industrias principales, que con US\$879 millones en el 2005 representó el 1,22% del valor agregado nacional (y el 46% del valor agregado de las industrias de derecho de autor). Esta contribución es similar a los resultados observados en el caso de México, Singapur y los EE.UU. (en el que dichas industrias representan aproximadamente el 50% del total de las Industrias Basadas en Derechos De Autor).

La contribución de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el empleo es superior a su contribución a la producción, representando el 4,5% del empleo nacional (595.950 puestos de trabajo). Este resultado es menor que el de México (11%) así como de países de otras regiones, pero por encima de Jamaica (3%). Dado que las industrias principales emplean a 276,625 personas (2.09% del empleo nacional) representando el 46.4% del total de las Industrias de Derecho de Autor, su contribución al empleo total es superior a la observada en otros países, como México (31%), pero inferior a los resultados de otros países como EE.UU. (48%), Hungría (59%), Jamaica (59%), Singapur (63%) y Filipinas (79%).

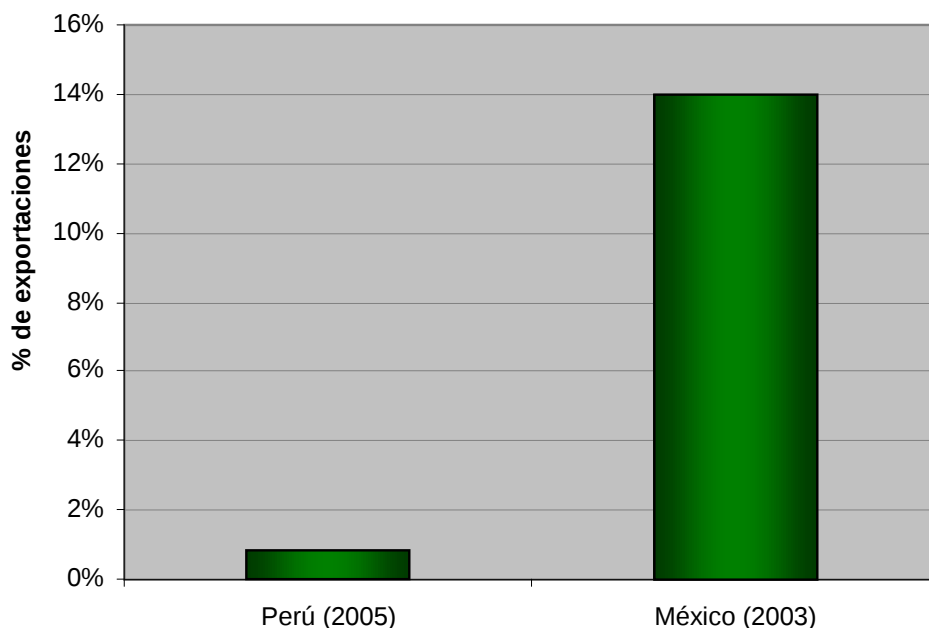
Gráfico 4.8.2. Comparación internacional de las Industrias Basadas en Derecho de Autor según su contribución al empleo (%)



Fuente: OMPI y UNICAMP (sin fecha), Márquez-Mees et al. (2006), OMPI (2006), la OMPI (2007) y los cuadros en el capítulo 4.
Elaboración propia.

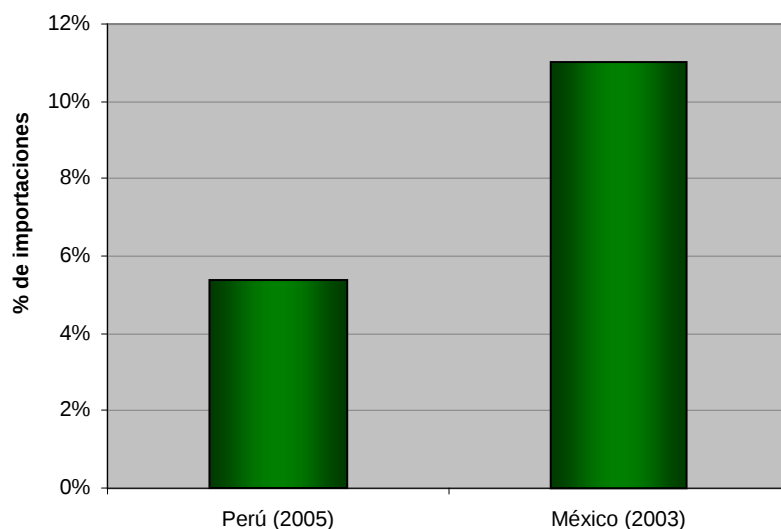
En términos de los flujos comerciales, la contribución de las IBDA peruanas a las exportaciones representa un menor porcentaje que las exportaciones totales de México (gráfico 4.8.3). Por otra parte, sus importaciones, como porcentaje de las nacionales son inferiores a la contribución a las importaciones en México.

Gráfico 4.8.3. Comparación internacional de las industrias Basadas en Derecho de Autor según su contribución a las exportaciones (%)



Fuente: OMPI y UNICAMP (sin fecha), Márquez-Mees et al. (2006), OMPI (2006), la OMPI (2007) y los cuadros en el capítulo 4.
Elaboración propia.

Gráfico 4.8.4. Comparación internacional de las industrias de Derecho de Autor según su contribución a las importaciones (%)



Fuente: OMPI y UNICAMP (sin fecha), Márquez-Mees et al. (2006), OMPI (2006), la OMPI (2007) y los cuadros en el capítulo 4.
Elaboración propia.

5. Descripción y estimación de la contribución económica de las Industrias Basadas en Derechos de Autor Principales

5.1. La industria de prensa y literatura

La industria editorial en el Perú comprende las siguientes áreas: periódicos, libros y revistas, entre otros. Como en otros países, estas actividades no sólo se encuentran relacionadas sino que además son realizadas por las mismas empresas. Asimismo, una de las características importantes de esta industria es el importante papel que desempeñan los principales diarios dentro de la misma.

Los editores están agrupados en la Cámara Peruana de Libro (CPL). Para diciembre del 2006 el número de socios ascendía a 110 empresas (CPL, 2006). Algunas de las editoriales más importantes en términos de títulos, de acuerdo con el registro del Número Internacional Normalizado de Libros (ISBN, por sus siglas en inglés) en los últimos cinco años se muestran en el cuadro 5.1.1. La evolución del número de títulos publicados en el Perú ha crecido en los últimos diez años, de 232 títulos en 1995 a más de 3.8 mil en el 2005 (Antonioli, 2006, ver gráfico 5.1.1).

Cuadro 5.1.1. 40 principales editores de acuerdo con ISBN (Títulos), 2000-2005

Editor	Total	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Pontificia Universidad Católica del Perú	668	241	77	70	96	61	123
Editorial San Marcos	637	0	1	12	11	225	388
Santillana	532	63	29	74	131	112	123
Corporación Gráfica Navarrete	323	90	31	63	62	32	45
UNMSM	308	30	17	57	64	57	83
Empresa Editora El Comercio	295	40	54	74	107	11	9
Asociación Editorial Bruño	293	27	24	15	44	77	106
Ediciones COREFO	232	0	0	0	86	104	42
Q W Editores	231	0	0	0	41	41	149
Ediciones PEISA	221	15	57	38	49	40	22
Grupo Editorial Norma (y Carvajal)	212	38	10	21	25	37	81
Orbis Ventures	205	0	0	0	0	54	151
Fondo Editorial del Congreso	188	54	35	25	17	27	30
Briceño Editores	182	0	100	12	31	39	0
Universidad del Pacífico	181	35	26	38	35	24	23
Editorial Hozlo	177	63	29	20	25	20	20

Fuente: Agencia Peruana del ISBN; CERLALC: Repertorio Integrado de Libros en Venta en Iberoamérica (Rilvi), Biblioteca Nacional del Perú- BNP (2005).
Elaborado por Antonioli (2006).

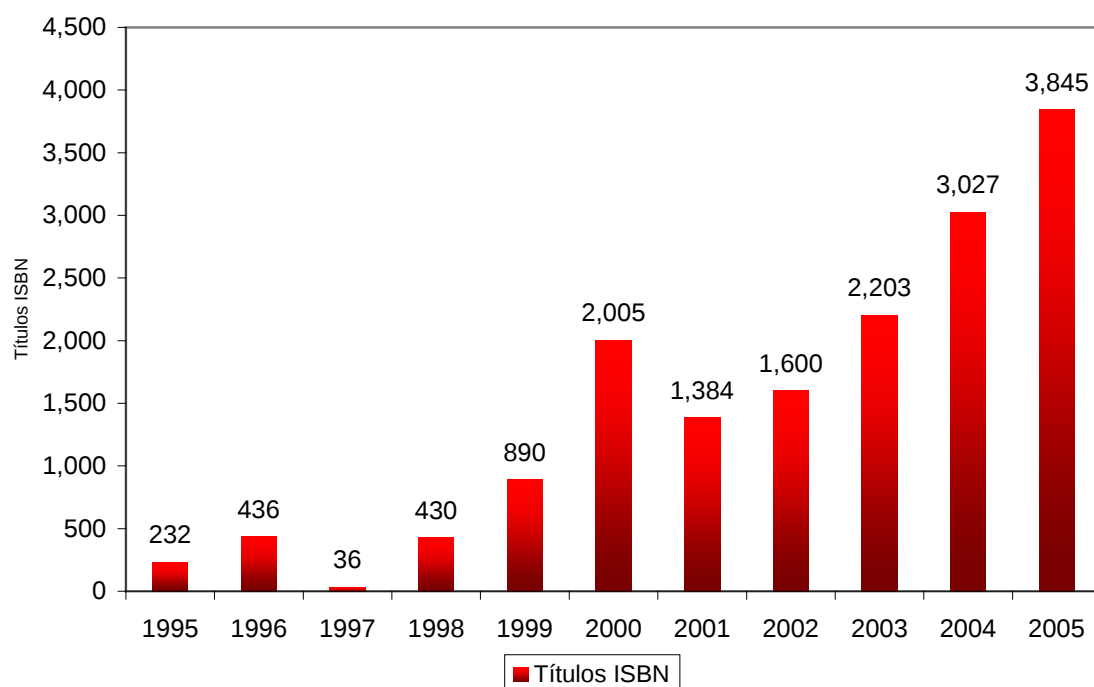
Cuadro 5.1.1. 40 principales editores de acuerdo con ISBN (Títulos), 2000-2005 (cont.)

Editor	Total	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Universidad San Martín de Porres	177	63	21	13	17	26	37
Asociación Editorial Hemisferio	175	0	14	8	0	36	117
Ministerio de Educación	175	19	21	14	11	53	57
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	167	29	13	6	20	18	81
Editora y Distribuidora Palomino	141	0	0	0	17	54	70
Asociación Hijas de San Pablo	135	22	11	23	41	22	16
Empresa Editora Macro	129	0	0	0	38	35	56
Ministerio de Salud	128	26	43	10	6	11	32
Biblioteca Nacional del Perú	119	67	27	3	6	10	6
Instituto de Estudios Peruanos	113	24	14	15	15	22	23
Organización Panamericana de la Salud	106	22	24	25	16	9	7
Universidad de Lima	106	34	18	17	20	10	7
Universidad Ricardo Palma	106	0	14	23	25	25	19

Fuente: Agencia Peruana del ISBN; CERLALC: Repertorio Integrado de Libros en Venta en Iberoamérica (Rilvi), Biblioteca Nacional del Perú- BNP (2005).

Elaborado por Antonioli (2006).

Gráfico 5.1.1: Número de títulos registrados en la ISBN, 1995-2005



Fuente: Antonioli (2006).

En cuanto al volumen de copias vendidas, el documento elaborado por Fernández-Baca et al. (2004a), cuya investigación se extiende hasta el año 2003, da cuenta de un aumento progresivo en el total de los libros vendidos a nivel nacional desde 1997, sólo interrumpida en 1998, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

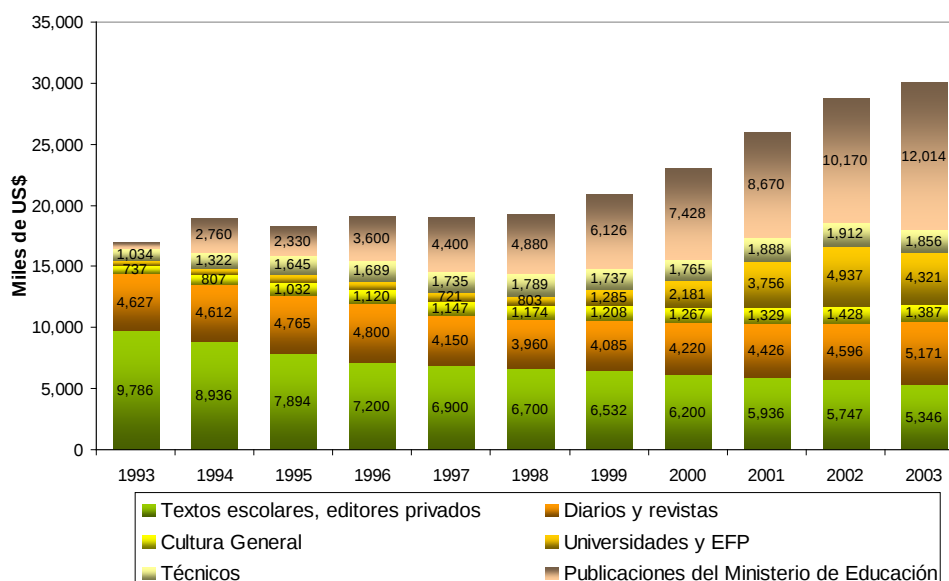
Cuadro 5.1.2. Total de libros vendidos sin incluir libros del Ministerio de educación (según número de copias), 1993-2003

Año	Total libros nacionales	Total libros importados	Total
1993	14,516,981	1'874,019	16'391,000
1994	11'860,193	4'062,807	15'923,000
1995	8'892,714	6'852,286	15'745,000
1996	12'789,050	2'557,950	15'347,000
1997	9'833,163	4'819,837	14'653,000
1998	7'384,747	7'041,253	14'426,000
1999	9'087,571	5'759,429	14'847,000
2000	10'619,027	5'013,973	15'633,000
2001	10'824,859	6'510,141	17'335,000
2002	11'023,925	7'596,075	18'620,000
2003	11'610,117	6'470,994	18'081,111

Fuente: Fernández-Baca et al. (2004a), con datos de la Cámara Peruana del Libro (CPL) y de la Superintendencia Nacional de Administración Aduanera (SUNAD), para las partidas 4901100000 y 4901990000, sin considerar importaciones de manuales y catálogos por compañías ni de biblias y libros de organizaciones religiosas sin fines de lucro.

Según la misma fuente, el monto de libros vendidos para el período 1993 - 2003 presenta una tendencia creciente, alcanzando aproximadamente US\$ 30 millones (véase el gráfico 5.1.2). Si analizamos las ventas por categoría, es posible apreciar cómo los textos educativos publicados por el Ministerio de Educación han sustituido progresivamente las publicaciones de la industria privada.

Gráfico 5.1.2. Ventas de libros por categorías incluyendo los del Ministerio de Educación (miles de US\$), 1993-2003

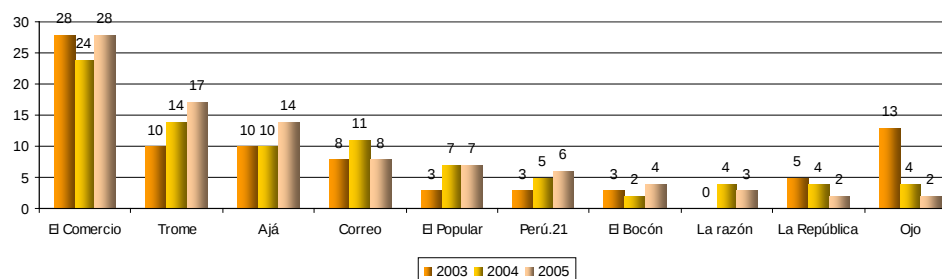


Fuente: Fernández-Baca et al. (2004a).

Por otro lado, la industria del periódico se compone de 88 periódicos que llevaron a cabo tirajes en el 2005, como se muestra en el anexo D. La mayoría de estos se publican en Lima (34) que representan el 38.63% del total, seguido de otras ciudades importantes como Trujillo, Arequipa y Chiclayo, con el 3.5%.

Según Apoyo Opinión y Mercado (2005), El Comercio no sólo es el diario más recordado por el público, sino también el leído con mayor frecuencia (véase el gráfico 5.1.3).

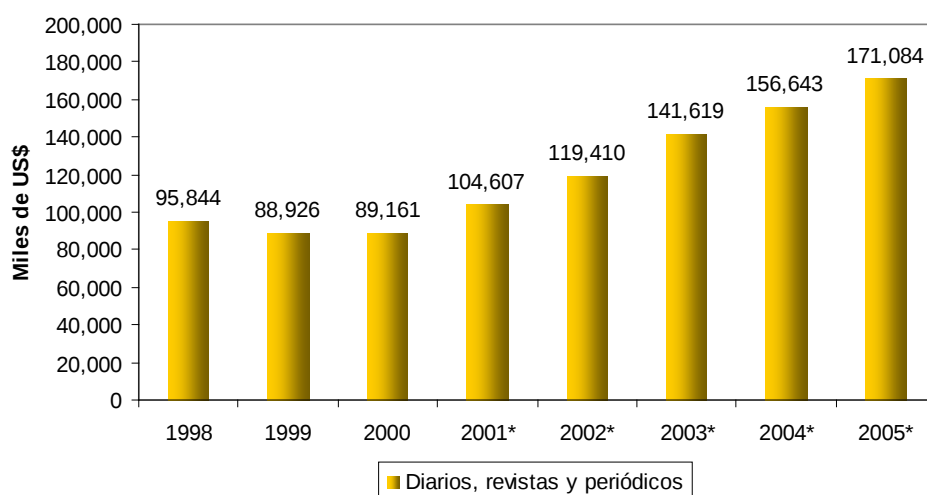
Gráfico 5.1.3. Diarios más frecuentemente leídos (en porcentajes), 2003-2005



Nota: Basado en el número total de entrevistados los lectores de periódicos regulares (600).
Fuente: Apoyo Opinión y Mercado (2001).

Utilizando la información del Ministerio de la Producción (PRODUCE) para el período 1998-2000, se ha estimado la evolución del valor agregado para los periódicos, revistas y publicaciones periódicas (código CIIU 2212, véase el capítulo del anexo B de la metodología de estimación) para los años 2002 -2005. En el gráfico 5.1.4 se observa una tendencia creciente que alcanza un máximo en 2005 con US\$ 171 millones.

Gráfico 5.1.4. Valor agregado de los periódicos, revistas y periódicos (miles de US\$), 1998-2005



Nota: Los datos para los años 2001-2005 fueron calculados por los autores. Véase el anexo B de la metodología.

Fuente: Producción y el INEI.

Elaboración propia.

Es importante señalar que en el Perú, los vendedores de periódicos se agrupan en la Federación de Diarios, Revistas y Vendedores de Loterías del Perú (FENVENDRELPE). Esta federación opera a nivel nacional y agrupa 62 sindicatos en Lima y 48 en el resto del país, afiliando a unos 18,600 miembros a nivel nacional, agrupados en vendedores, repartidores y vendedores de quiosco²³. Estos, de acuerdo con una entrevista²⁴, reciben entre 25% y 30% de comisión (del precio de venta) por cada venta de lunes a sábado, y entre 30% y 35% los domingos. La misma fuente señala que en promedio el ingreso neto diario por la venta de artículos de prensa de cada uno de sus afiliados es de alrededor de US\$ 9.01 en el 2005, generando un total de ingresos netos que bordea los US\$ 61.7 millones.

Cuadro 5.1.3. Evolución del ingreso neto de ventas de periódicos, 1999-2001 y 2004-2005

Año	Ventas (US\$)
1999	51,184,657.14
2000	69,296,151.21
2001	47,247,375.82
2004	61,421,588.57
2005^{1/}	61,718,181.82

1/ Según entrevista con FENVENDRELPE.

Fuente: FENVENDRELPE, IDI-EPH-USMP (2005).

Elaboración propia.

Otras actividades que también están incluidas en este sector son:

- a) Tarjetas, mapas, guías y otros materiales publicados (código CIIU 2219)
- b) Actividades de Pre -prensa e impresión (código CIIU 2221)
- c) Post-impresión de libros, revistas, periódicos, material publicitario (código CIIU 2222)

Basándose en la información de PRODUCE (1998-2000), se ha estimado la evolución de estas actividades para el período 2001-2005, usando la evolución de la tasa de crecimiento del índice de volumen de producción (códigos CIIU 2212 y 2221), siempre que estén disponibles, y la tasa de crecimiento del sector de fabricación (código CIIU 2219 y 2222)²⁵. En los tres casos, la tendencia creciente es clara.

Las tarjetas, mapas, directorios y otras actividades crecieron de US\$ 16 mil a US\$ 642 mil (Gráfico 5.1.5). Las actividades de pre-prensa e impresión presentaron el crecimiento más notorio, pasando de US\$ 117 a US\$ 339 millones²⁶ (gráfico 5.1.6). Por último, la post-prensa de libros, revistas, periódicos y material publicitario alcanzó en 1998 los US\$ 9.7 millones y para el 2005 ascendió a US\$ 17 millones (gráfico 5.1.7).

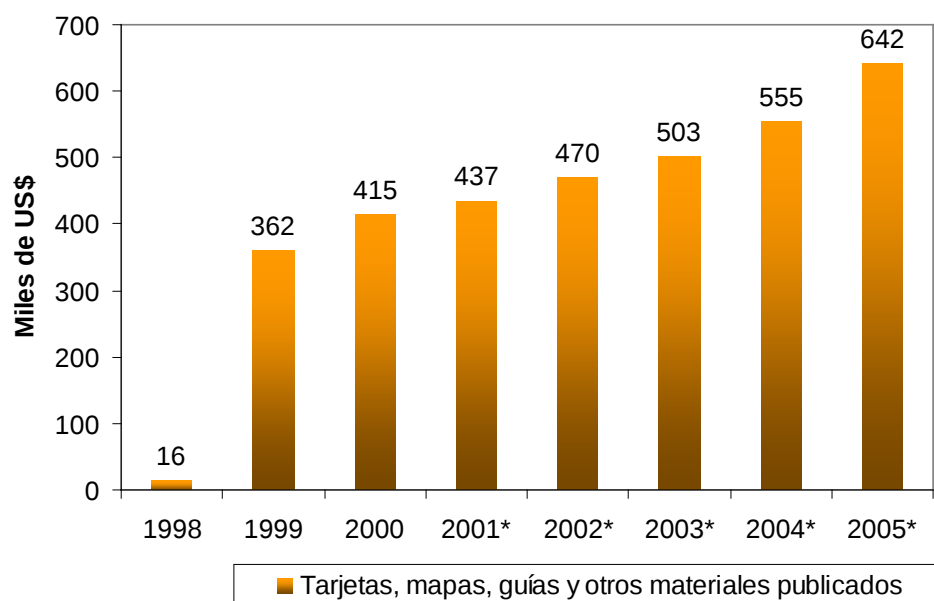
²³ Sus miembros son 8,000 vendedores ambulantes y 2,200 puestos de revistas en Lima y Callao, y 7,500 vendedores ambulantes y 900 puestos de revistas en el resto del país, aproximadamente.

²⁴ Entrevista con el Sub-Secretario General, Rufino Quilca.

²⁵ Para más detalles, véase el anexo B de la metodología.

²⁶ Cabe señalar que la estimación de esta actividad se basa en el crecimiento del índice de volumen de producción de la propia actividad, que es más precisa que la asignación del crecimiento del sector manufacturero, que arroja un estimado menor.

Gráfico 5.1.5. Valor agregado de tarjetas, mapas, guías y otros materiales publicados (miles de US\$), 1998-2005

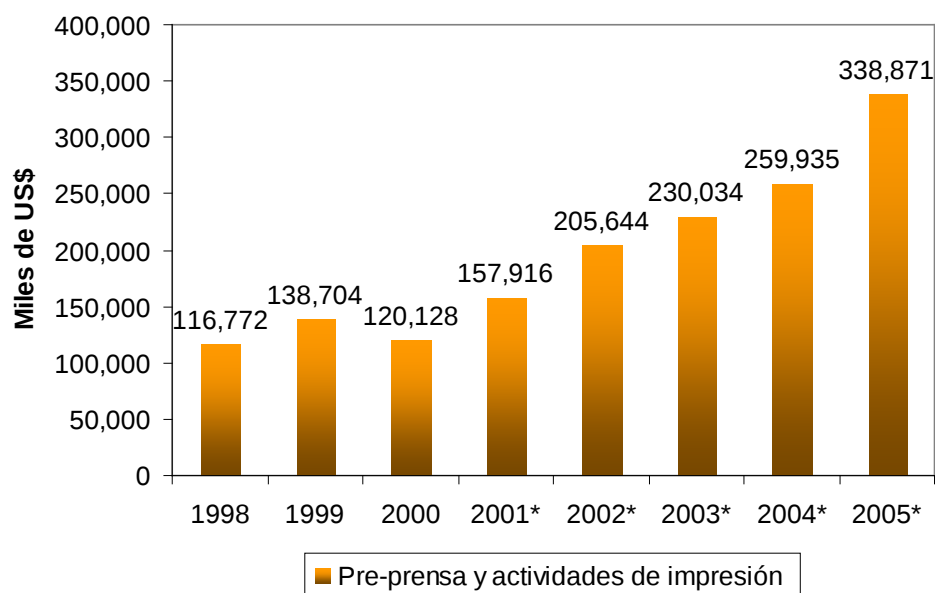


Los datos para los años 2001-2005 fueron calculados por los autores. Véase el anexo B de la metodología.

Fuente: PRODUCE e INEI.

Elaboración propia.

Gráfico 5.1.6. Valor agregado de actividades de pre-prensa e impresión (miles de US\$), 1998-2005

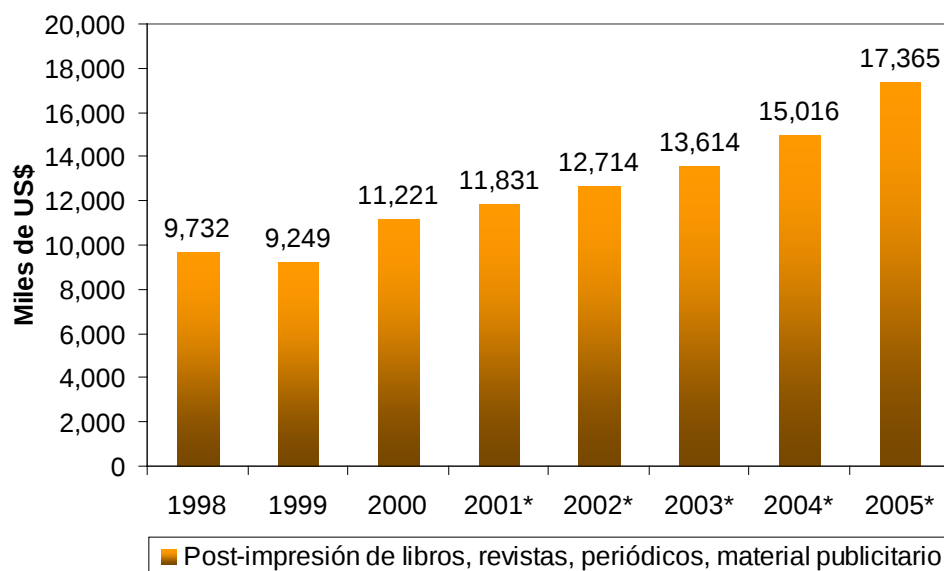


Los datos para los años 2001-2005 fueron calculados por los autores. Véase el anexo B de la metodología.

Fuente: PRODUCE e INEI.

Elaboración propia.

Gráfico 5.1.7. Valor agregado de post-impresión de libros, revistas, periódicos y material publicitario (miles de US\$), 1998-2005



Los datos para los años 2001-2005 fueron calculados por los autores. Véase el anexo B de la metodología.

Fuente: PRODUCE e INEI.

Elaboración propia.

Estimación del valor agregado

El cálculo de valor agregado para las industrias de literatura y prensa se basa en tres fuentes principales:

- Ministerio de la Producción (PRODUCE) para el año 2000
- La publicación de los estados financieros de la Compañía El Comercio para el año 2005
- Federación de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú (FENVENDRELPE) para el año 2005

A partir de la información de PRODUCE fue posible estimar el valor agregado de las cuatro actividades, según el código CIIU revisado 3.1. Estas son (véase el cuadro 5.1.4):

- Periódicos, revistas, publicaciones periódicas (CIIU 2212), edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas
- Tarjetas, mapas, guías y otros materiales publicados (CIIU 2219), otras publicaciones
- Pre-prensa, impresión y post-prensa de libros, revistas, periódicos, materiales de publicidad (CIIU 2221), impresión (CIIU 2222) y las actividades de servicios relacionados con la impresión

Cuadro 5.1.4. Valor agregado para los códigos CIIU disponibles de la Industria de Prensa y Literatura, 2005

Actividad económica	Código CIIU Rev. 3.1.	Descripción	Valor agregado (US\$) ^{1/}
Periódicos, revistas, periódicos	2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	171,083,521.8
Tarjetas, mapas, guías y otros materiales publicados	2219	Otras publicaciones	641,675.5
Pre-prensa, impresión y post-prensa de libros, revistas, periódicos, materiales de publicidad	2221	Impresión	338,870,972.6
	2222	Servicios relacionados con la impresión	17,364,796.6
Total			527,960,966.5

^{1/} Estimación basada en la tasa de crecimiento del sector manufacturero (CIIU 2219 y 2222) y en la tasa de crecimiento del índice de volumen de producción de los CIIU (2212 y 2221). Para más detalles de la metodología, véase el anexo B.
Elaboración propia.

Una empresa importante que opera en la industria tanto de prensa como de literatura es El Comercio. Dado que cotiza en la bolsa de valores, sus estados financieros²⁷ son de dominio público, por lo que es la única compañía para la cual fue posible obtener este tipo de datos²⁸. Se asumirá que esta es la principal empresa del sector de periódicos, suposición basada en algunos hechos empíricos:

- El Comercio representa del 51.1% de la inversión publicitaria en la industria del periódico, lo que significa que recibe cerca de US\$ 34.5 millones en este tipo de inversiones, más que la suma de todas las otras empresas (véase el cuadro 5.1.5).
- Ligado a la producción de periódicos, la compañía también desarrolla el negocio de la edición de libros. Esta produce el 3.89% de títulos de la industria²⁹. Desafortunadamente, la prensa y de publicación no aparecen por separado en el estado financiero de El Comercio, lo que hace imposible llevar los cálculos de forma individual.

²⁷ Estamos particularmente interesados en sus registros de Pérdidas y Ganancias.

²⁸ No fue posible obtener la información para el segundo periódico más importante del Perú, La República (véase en el anexo A la fecha de la entrevista realizada al Jefe Proyectos Comerciales y al Gerente de Servicios Corporativos).

²⁹ Los ejecutivos entrevistados de la República dijeron que esta empresa era más importante que El Comercio en el sector editorial en el año 2005, sin embargo no presentaron datos sobre esto.

Cuadro 5.1.5. Inversión publicitaria en diarios

Periódico	Monto (US\$)	Cuota de mercado (%)
El Comercio	34'500,000	51.1
El Peruano	9'400,000	13.9
Trome	4'700,000	7.0
Expreso	4'500,000	6.7
La República	2'800,000	4.2
Correo	2'400,000	3.6
Perú 21	2'000,000	3.0
Gestión	1'800,000	2.7
Guía de clasificados	900,000	1.3
La Razón	800,000	1.2
Ajá	790,000	1.2
Ojo	700,000	1.0
El Bocón	550,000	0.8
El Popular	370,000	0.5
El Chino	300,000	0.4
Extra	300,000	0.4
Todo Sport	290,000	0.4
Líbero	200,000	0.3
El Men	90,000	0.1
La Primera	70,000	0.1
Total	67,460,000	100

Fuente: 17.65%.

Nota: Cálculos basados en la información transmitida por segundos (en radio y televisión) y en los anuncios publicados en diarios y revistas, monitoreados por Media Check para el 2005. Los montos de inversión se calcularon sobre la base de las tarifas reales o los acordados por negociación entre las partes contratantes. El análisis ha eliminado los anuncios gratis o los que se consideran como las contribuciones de los medios de comunicación a los organismos públicos de los bienes.

Dado el nivel de concentración y bajo el supuesto³⁰ de que el resto de las empresas funcionan bajo la misma estructura de costos y beneficios, es válido considerar a El Comercio como aquella relevante cuando se analiza el valor agregado en la industria de periódicos, ya que representa una proporción considerable de dicha industria.

El total de ventas y los costos se han tomado de los Estados de ganancias y Pérdidas de El Comercio para el año 2005 (véase el cuadro 5.1.6). Los ingresos de explotación son US\$ 47.6 millones y su valor agregado es de alrededor de US\$ 73.9 millones. Se asume que El Comercio representa el 35%³¹ del total de la industria de prensa y literatura (periódicos y

³⁰ Esta hipótesis de trabajo puede cambiar cuando información más precisa esté disponible.

³¹ Entrevista con la Directora General del Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú y ex ejecutivo de Editorial Santillana (primera y tercera empresas editoriales en el Perú respectivamente) en términos de los títulos registrados ISBN.

editorial). Así, el valor agregado de estos dos sectores es US\$ 246.4 millones para todo el mercado.

Cuadro 5.1.6. Estimación del valor agregado de las industrias de periódicos y editorial (prensa y literatura) estimada (miles de US\$), 2005

Encabezado:	El Comercio	Total de la industria
A: Ventas totales ^{1/}	101,282.12	289,377.49
B: Costos totales ^{1/}	53,669.70	153,341.99
C: Ingreso operativo (A+B)	47,612.42	136,035.50
D: Depreciación ^{2/}	7,920.00	22,628.57
E: Amortización ^{2/}	238.48	681.39
F: Planillas ^{2/}	18,144.55	51,841.56
G: EBITDA (C+D+E)	55,770.91	159,345.45
H: Valor agregado (G+F)	73,915.45	211,187.01
Supuestos		
Tipo de cambio 2005 (S/. por US\$) ^{3/}		3.30
Cuota del mercado del grupo editorial El Comercio		35%

1/ Estado de Pérdidas y Ganancias de la Empresa Editora El Comercio, obtenido de la CONASEV (Comisión Nacional para la Supervisión de Empresas y Valores), www.conasev.gob.pe.

2/ Notas a los estados financieros, Empresa Editora El Comercio, 2005. Obtenidos a partir de la CONASEV, www.conasev.gob.pe.

3/ BCRP, www.bcrp.gob.pe.

Elaboración propia.

Así, a partir de los datos de PRODUCE, se tiene que el valor de las industrias de periódicos alcanzaban los US\$ 171 millones, y a partir de los estados financieros de El Comercio se estimó en US\$ 211.2 el valor agregado para ambas industrias. Entonces, la diferencia entre ambas representa sólo la industria del libro. Esta asciende a US\$ 40.1 millones (véase el cuadro 5.1.7).

La estimación de las ventas al por menor de periódicos se basa en la información proporcionada por la Federación de Diarios, Revistas y Vendedores de Loterías del Perú (FENVENDRELPE). Tomando en consideración que, según el Sub-Secretario General de esta federación³² el promedio de ingreso neto diario de cada uno de sus afiliados era de aproximadamente US\$ 9.01 en el 2005 de Lunes a Sábado³³ por venta de periódicos, los ingresos netos que estos generan son de alrededor US\$ 61.7 millones.

³² Entrevista con el Sub-Secretario General, Rufino Quilca.

³³ Los precios son más altos los domingos.

Cuadro 5.1.7. Valor agregado de la industria de prensa y literatura

Actividad económica	Valor agregado ^{1/} (US\$)
Diarios, revistas, periodicos ^{1/}	171,083,521.8
Publicación de libros	40,103,491
Tarjetas, mapas, directorios y otro material publicado ^{1/}	641,675.5
Pre-prensa, impresión, y post-impresión de libros, revistas, periódicos, materiales publicitarios ^{1/}	356,235,769.2
Venta al por menor de diarios ^{2/}	61,718,181.8
Total	674,136,024.7

Fuente: PRODUCE, FENVENDRELP, El Comercio.

1 / Estimación basada en la tasa de crecimiento del sector manufacturero (CIIU 2219 y 2222) y en la tasa de crecimiento del índice de volumen de producción de la CIIU (2212 y 2221).

2 / Basado en la información de FENVENDRELP.

Elaboración propia.

La estimación del empleo

La estimación del empleo para esta industria se basa principalmente en la información de la Encuesta Económica Anual (EEA) 2005 (los pasos metodológicos se detallan en el capítulo 2), y también utiliza la información proporcionada por FENVENDRELP relacionado a la venta al por menor de periódicos.

Cuadro 5.1.8. Empleo en la industria de prensa y literatura, 2005

Actividad Económica	Código CIIU	Empleo	Como % del empleo nacional
	Rev. 3		
Periódicos, revistas, periódicos	2212	38,350	0.290
Publicación de libros	2211	15,642	0.118
Tarjetas, mapas, guías y otros materiales publicados	2219	1,128	0.009
Pre-prensa, impresión y post-prensa de libros, revistas, periódicos, materiales de publicidad	2221	66,048	0.499
	2222	8,130	0.061
Autores, escritores, traductores	9214 ^{1/}	681	0.005
Venta al por menor de periódicos	5239	18,600	0.140
Total		148,578	1.122

1 / Código CIIU 9214, las artes dramáticas, música y otras actividades artísticas, es una actividad presente no sólo en la industria de la prensa y literatura, sino también en la industria musical. Por lo tanto, es necesario establecer un criterio para asignar el nivel de empleo entre ambos sectores. Este consiste en asignar el empleo a la actividad proporcional a la contribución al valor agregado.

Fuente: EEA (2005) y FENVENDRELP.

Elaboración propia.

Estimación de la Balanza Comercial

Usando el correlacionador para el código CIU y la nomenclatura común de los miembros de la Comunidad Andina - NANDINA (Correlacionador Código CIU Rev. 3 - Partida Arancelaria NANDINA), que indica que el código personalizado que corresponde al código CIU, hemos estimado las exportaciones e importaciones del sector de la prensa y la literatura, que se presentan en el cuadro siguiente. Esta información ha sido tomada de la Superintendencia Nacional de Administración de Aduanas - SUNAD (véase el cuadro 5.1.9).

Cuadro 5.1.9. Balanza Comercial de la industria de Prensa y Literatura, 2005

Actividad económica	Código CIU / Código NANDINA	Descripción	Exportac. FOB (US\$)	Importac. CI F (US\$)	Balanza Comercial (US\$)
2212 Edición de Periódicos, Revistas y Publicaciones Periódicas					
Revistas / periódicos// periódicos	4902100000	Diarios y publicaciones periódicas	8,963	21,734	-12,771
	4902900000	Diarios y publicaciones periódicas	1,127,851	3,258,119	-2,130,268
	Subtotal		1,136,814	3,279,853	-2,143,039
2211 Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones					
Edición de libros	4901100000	Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas.	981,845	696,738	285,107
	4901910000	Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos.	5,225,000	3,327,730	1,897,270
	4901990000	Libros, folletos e impresos similares, excepto los diccionarios o enciclopedias.	17,798,578	32,365,062	-14,566,484
	4903000000	Álbumes o libros de estampas para niños y cuadernos infantiles para dibujar o colorear	255,096	233,032	22,064
	4904000000	Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadrada.	5	26,320	-26,315
	4905100000	Esferas terrestres, lunares o celestes, impresos	0	2,619	-2,619
	4905910000	Manufacturas cartográficas, en forma de libros o de folletos.	876,324	20,080	856,244
	4905990000	Las demás manufacturas cartográficas impresas (p.ej.: mapas murales)	20,620	10,690	9,930
	Subtotal		25,157,468	36,682,271	-11,524,803

Cuadro 5.1.9. Balanza Comercial de la industria de Prensa y Literatura, 2005

Actividad económica	Código CIIU / Código NANDINA	Descripción	Exportac. FOB (US\$)	Importac. CI F (US\$)	Balanza Comercial (US\$)
Tarjetas, mapas, guías y otros materiales publicados	2219	Otras actividades de edición			
	4907001000	Sellos de correos, timbres fiscales y análogos; papel timbrado.	0	35,922	-35,922
	4908100000	Calcomanías vitrificables	3,220	64,367	-61,147
	4908900010	Transfers (excepto vidrio)	127,230	354,734	-227,504
	4909000000	Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o común	320,940	372,263	-51,323
	4910000000	Calendarios de cualquier clase impresos, incluidos los tacos de calendario.	98,420	164,639	-66,219
	4911911000	Estampas, grabados y fotografías para la enseñanza.	1,202,158	569,986	632,172
	4911990000	Los demás impresos (p.ej.: boletos para el transporte)	2,766,585	9,388,329	-6,621,744
	Subtotal		4,518,553	10,950,240	-6,431,687
Pre-prensa, impresión y post-prensa de libros, revistas, periódicos, materiales de publicidad	2221	Actividades de impresión			
	4820100000	Libros de registro y contabilidad, talonarios (de notas, pedidos o recibo)	1,005,522	2,133,203	-1,127,681
	4820200000	Cuadernos	7,429,471	4,033,893	3,395,578
	4820300000	Clasificadores, encuadernaciones, carpetas y cubiertas para documentos, de papel o cartón	1,285,980	272,383	1,013,597
	4820400000	Impresos en paquetes o plegados, aunque lleven papel carbón.	25,118	132,349	-107,231
	4820500000	Álbumes para muestras o para colecciones, de papel o cartón.	620	486,048	-485,428
	4820900000	Cubiertas para libros y demás artículos escolares, de oficina o papelería	206,810	12,858	193,952
	4911100000	Impresiones de publicidad, catálogos de merchandising y similares	24,832,477	2,439,889	22,392,588
	Subtotal		34,785,998	9,510,623	25,275,375
	2222	Actividades de servicios relacionadas con la impresión			
	8442501000	Tipos de imprenta.		18,745	-18,745
	8442509000	Clises, planchas, cilindros y demás elementos impresores	42,421	705,063	-662,642
	Subtotal		42,421	705,063	-662,642
Total			65,641,254	61,128,050	4,513,204

Fuente: SUNAD y la información obtenida a través de Código CIIU Rev. 3 - Correlacionador de partidas arancelarias de PRODUCE.

Elaboración propia.

5.2. La industria de la música

Estimación del valor agregado

La industria de la música genera valor agregado a través de la distribución de los derechos patrimoniales (económicos) y conexos, la producción y fabricación de música, el comercio mayorista y minorista de ésta y los conciertos.

La distribución de los derechos patrimoniales (económicos) y conexos es la siguiente. La industria de la música, los autores y los compositores tienen los derechos morales³⁴ y los derechos económicos o patrimoniales³⁵ sobre sus obras. Los autores y compositores reciben compensaciones por los tres tipos de derechos económicos: la ejecución pública³⁶, derechos de autor³⁷, y la sincronización³⁸. Por lo general, los autores y compositores son miembros de una Sociedad de Gestión Colectiva (SGC) que se encarga de recoger de los derechos económicos por ejecución pública. En el Perú, es la Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDAYC). Los otros dos derechos son recogidos por los editores de música del autor³⁹ (quienes, además, han de garantizar la publicación y difusión de la obra). En el cuadro 5.2.1, podemos ver que la generación de los derechos patrimoniales para el año 2005 fue de alrededor de US\$ 2.6 millones.

Cuadro 5.2.1. Distribución de las Regalías APDAYC, 2005 (US\$)

	Monto (US\$)
Recaudación APDAYC	4,581,818
Gastos administrativos	1,430,159
Margen para distribución de regalías	2,390,341
Regalías distribuidas 2005	2,558,408

Fuente: APDAYC.
Elaboración propia.

Los derechos conexos pertenecen a los productores y artistas. En el Perú, los artistas están agremiados en la Asociación Nacional de Artistas Intérpretes y Ejecutantes (ANAIE), mientras que los productores están asociados a la Unión Peruana de Productores Fonográficos (UNIMPRO). Los artistas (cantantes y artistas intérpretes o ejecutantes), reciben ingresos por la ejecución pública (difusión, por ejemplo), las regalías y la sincronización. Estos derechos están recogidos por su SGC, el ANAIE. Además, los artistas obtienen ingresos adicionales de las entradas de sus actuaciones públicas (por ejemplo, conciertos).

³⁴ Los derechos morales se refieren a la naturaleza individual de la obra, que es inalienable e irrenunciable. Estos derechos reconocen la autoría de los creadores y determinados derechos no monetarios. Véase INDECOPI (2004).

³⁵ Los derechos económicos o patrimoniales permiten a sus titulares obtener un beneficio económico de la obra. Al contrario de los derechos morales, estos derechos (como con cualquier otro derecho de propiedad) pueden ser cedidos a un tercero.

³⁶ Ingresos recibidos por la ejecución pública o la reproducción con fines de lucro (por ejemplo, emisiones de radio o conciertos).

³⁷ Ingresos recibidos por la venta de discos.

³⁸ Ingresos recibidos debido a la utilización de la obra para una finalidad distinta a aquella para la que fue creada (por ejemplo, publicidad).

³⁹ Los editores musicales están agremiados en la Cámara Peruana de Editores de Música (CAPEM).

Los productores de discos o los sellos, que están a cargo de la financiación de la producción del disco, reciben ingresos por la ejecución pública (por ejemplo, emisiones) y la sincronización de los discos. Además, pueden vender copias de la cinta master y recibir ingresos adicionales⁴⁰ (deduciendo las regalías de los autores, compositores y artistas). Sus ingresos por ejecución pública son recogidos por su SGC, la UNIMPRO. Esta institución recoge ambos derechos, es decir, tanto de la ANAIE como de UNIMPRO. El cuadro siguiente se basa en información proporcionada por esta última institución (cuadro 5.2.2), y se puede ver que las regalías a pagar en el año 2005 son de US\$ 274 mil.

Cuadro 5.2.2. Difusión pública, 2005 (US\$)

	TOTAL	UNIMPRO	ANAIE
Regalías por difusión pública 2005	537,364.27	268,682.14	268,682.14
Regalías distribuidas 2005	299,536.43	150,562.09	148,974.34
Total a ser pagado 2005	274,205.75	137,896.75	136,309.00

Fuente: UNIMPRO.
Elaboración propia.

La producción y la fabricación de la música es otra actividad importante, la cual genera valor agregado dentro de la industria de la música grabada. El Ministerio de la Producción (PRODUCE) tiene la información sobre el valor añadido de esta actividad para los años 1998 a 2000. Siguiendo la metodología descrita en el anexo B, se estimó el valor agregado para los años 2001-2005. En el cuadro 5.2.3 y el gráfico 5.2.1 se puede ver que el valor añadido en 2005 fue de casi US\$ 2.5 millones y que la tendencia es creciente.

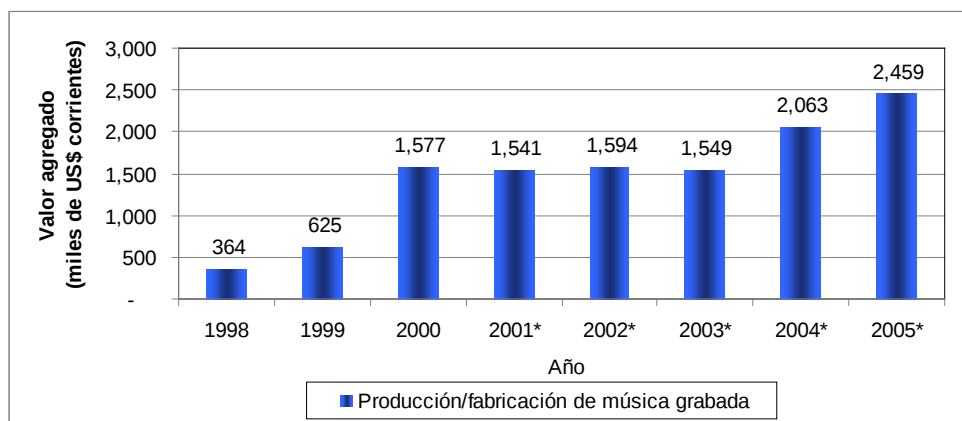
Cuadro 5.2.3. Producción/fabricación de música grabada, 2005

Actividad económica	Código CIIU Rev. 3.1.	Descripción	Valor Agregado (US\$)
Producción/fabricación de música grabada	2230	Reproducción de música grabada	2,458,584.35

Fuente: PRODUCE.
Elaboración propia.

⁴⁰ Una vez que el disco ha sido grabado, el productor tiene derechos exclusivos de copiar, distribuir, alquilar y difundir en formato digital (derechos conexos de los productores). Véase INDECOP (2005).

Gráfico 5.2.1. Producción/fabricación de música grabada, 2005



*La información para los años 2001-2005 fue estimada por los autores. Véase el anexo B para la metodología.

Fuente: PRODUCE y INEI.

Elaboración propia.

El valor agregado generado por la distribución al por mayor de material grabado se ha estimado sobre la base de las ventas de CD y DVD (en unidades) efectuados en el año 2005, según lo informado por UNIMPRO (véase el cuadro 5.2.4), y sobre la estructura de costos de una empresa importante de distribución (véase el cuadro 5.2.5), suponiendo que todas las empresas de distribución tienen la misma estructura de costos.

Cuadro 5.2.4. Ventas de CD, DVD y casete (unidades), 2005

Mes	CD	DVD	Casete	Sencillos/Videos	Total
Enero	16,623	926	572	0	18,121
Febrero	20,021	1,952	225	0	22,198
Marzo	50,144	1,627	628	0	52,399
Abril	19,349	1,284	380	0	21,013
Mayo	19,668	1,915	192	0	21,775
Junio	43,033	1,188	1,000	0	45,221
Julio	31,850	1,337	583	0	33,770
Agosto	24,319	2,149	946	0	27,414
Septiembre	25,220	1,167	2,882	0	29,269
Octubre	25,403	965	407	0	26,775
Noviembre	26,138	1,932	740	0	28,810
Diciembre	50,468	2,343	985	28	53,824
Total 2005	352,236	18,785	9,540	28	380,589

Fuente: UNIMPRO.

En el cuadro siguiente, tenemos las ventas brutas de una empresa de distribución al por mayor y su estructura de costos. Usando esta estructura y la información anterior de las

ventas de CD y DVD, se ha estimado el valor agregado para la actividad de distribución (véase el cuadro 5.2.6)⁴¹.

Cuadro 5.2.5. Estructura de costos de la empresa de distribución al por mayor

Concepto	US\$
Ventas ^{1/}	476,360
Costo del plástico ^{2/}	182,100
Regalías artísticas (20%)	95,272
Regalías de autor (7.5%)	35,727
Costos de nómina ^{3/}	52,500
Otros costos de gestión ^{4/}	6,000
Marketing (10%)	47,636
Beneficios netos	57,125
Valor agregado^{5/}	109,625

1/ Se descontó el IGV.

2/ US\$ 2.5 por unidad.

3/ 5 empleados, 750\$ por mes por 14 meses.

4/ Alquiler de 12 meses US\$ 3,600, y servicios por 12 meses US\$ 2,400.

5/ Beneficios netos más nómina.

Fuente: Ana María Carbonell, Gerente General QC Entertainment SAC (véase anexo I).

Cuadro 5.2.6. Valor Agregado de las empresas de distribución por CD y DVD (unidades), 2005

Mes	Valor Agregado CD (US\$)	Valor Agregado DVD (US\$)	Valor agregado CD y DVD (US\$)
Enero	25,018	1,394	26,411
Febrero	30,132	2,938	33,070
Marzo	75,467	2,449	77,916
Abril	29,120	1,932	31,053
Mayo	29,601	2,882	32,483
Junio	64,765	1,788	66,553
Julio	47,935	2,012	49,947
Agosto	36,600	3,234	39,835
Septiembre	37,956	1,756	39,713
Octubre	38,232	1,452	39,684
Noviembre	39,338	2,908	42,246
Diciembre	75,955	3,526	79,481
Total	530,119	28,272	558,391

Elaboración propia.

⁴¹ Esta es una estimación conservadora por dos razones principales. Primero, se asume el mismo precio para los DVD y CD y, Segundo, no incluye los casetes ni sencillos.

Por otro lado, ha habido un hallazgo recurrente en las entrevistas que indica que las actuaciones en vivo (salas de baile y espectáculos en vivo) representan una fuente importante de ingresos para los autores, compositores, artistas y ejecutores. Según APDAYC, la recaudación de derechos de autor procedentes de salas de baile es de aproximadamente US\$ 402 mil, mientras que la recaudación de regalías, debido a actuaciones en vivo es de alrededor de US\$ 389 mil (cuadro 5.2.7).

Cuadro 5.2.7. Bailes y Espectáculos: Regalías recolectadas por APDAYC, 2005 (US\$)

Categoría	Lima		Resto del país		Total	
	Nº	Recaudación	Nº	Recaudación	Nº Total	Recaudación
Bailes	3,286	266,014	3,174	135,791	6,460	401,805
Espectáculos	1,292	254,114	997	134,442	2,289	388,556
Total	4,578	520,128	4,171	270,233	8,749	790,361

Fuente: APDAYC.
Elaboración propia.

Basándonos en esta información, y sabiendo que los empresarios del espectáculo tienen que pagar 19% de impuesto al valor agregado (IGV), 15% del impuesto municipal a las actuaciones en vivo/espectáculos, y que el pago a APDAYC es del 8% (aunque la tasa de APDAYC es del 10% hay un descuento del 25% cuando el pago se hace por anticipado, con el 80% de los pagos efectuados por adelantado por esta oportunidad de descuento), se estimaron los ingresos brutos de los bailes y espectáculos. En el cuadro 5.2.8, el ingreso bruto total es de alrededor de US\$ 14 millones. Por último, haciendo algunos razonables supuestos (basados en entrevistas) acerca de los porcentajes de la rentabilidad y la nómina sobre los ingresos brutos, los ingresos netos fueron calculados. Sabiendo que el valor agregado puede ser calculado como la suma de los beneficios netos y la nómina⁴², terminamos con un valor agregado total de US\$ 6.8 millones.

Cuadro 5.2.8. Valor Agregado y empleo en la Industria de la Música, 2005 (US\$)

Categoría	Recaudación APDAYC	Ingresos brutos ^{1/}	Ingresos netos ^{2/}	Nómina ^{3/}	Valor agregado (Ingresos netos y Nómina)
Bailes	401,805	7,294,938	2,188,481	1,276,614	3,465,095
Espectáculos	388,556	7,054,392	2,116,318	1,234,519	3,350,836
Total	790,361	14,349,330	4,304,799	2,511,133	6,815,932

^{1/} Calculado teniendo en cuenta que el pago del IGV es del 19%, el impuesto municipal a los espectáculos es de 15% y el pago a APDAYC es del 8% (aunque la tasa APDAYC es del 10% hay un descuento del 25% cuando el pago se realiza por adelantado. El 80% de los pagos se realizan con antelación, debido a esta oportunidad de descuento) (Basado en la entrevista del Presidente de APDAYC, Dr. Massé, ver anexo A).

^{2/} Se asume un 30% de rentabilidad (en base a las entrevistas a funcionarios de las empresas del sector de la música).

^{3/} Se asume un 25% de costos laborales sobre los ingresos brutos (en base a las entrevistas a funcionarios de las empresas del sector de la música).

Elaboración propia.

⁴² Dado que no existe depreciación y amortización. Ver el capítulo 2 para el detalle metodológico para calcular el valor agregado.

Así, el resultado de la estimación de la contribución al valor agregado por la industria de la música es la suma de cuatro componentes, que pueden verse en el cuadro 5.2.9. El primero de ellos representa el pago de regalías a los autores, compositores, productores y artistas. El segundo representa la producción y la fabricación de música grabada. El siguiente es el conjunto de la venta de la música y finalmente tenemos el valor agregado generado por las actuaciones en vivo. Los cuatro componentes de la estimación se han explicado líneas arriba.

Cuadro 5.2.9. Valor Agregado en la Industria de la Música, 2005 (US\$)

Actividad Económica	ISIC	Valor agregado (US\$)	Como porcentaje del V.A. total
Compositores, letristas, arreglistas, coreógrafos, escritores, directores, intérpretes o ejecutantes y demás personal; Creación e interpretación artística y literaria ^{1/}	9214	2,832,614	0.0040%
Producción y fabricación de música grabada ^{2/}	2230	2,458,584	0.0034%
Música grabada al por mayor (venta y alquiler) ^{3/}	7130	558,391	0.0008%
Presentaciones y organismos asociados (reservas, agencias de venta de entradas, etc.)	9214	6,815,932	0.0095%
Total		12,665,521	0.0177%

^{1/} Incluye los derechos patrimoniales (regalías distribuidas por APDAYC, US\$ 2,558,408), derechos conexos (UNIMPRO y ANAIE, US\$ 274,206).

^{2/} CIIU 2230. Fuente: PRODUCE.

^{3/} No incluye la venta al por menor.
Elaboración propia.

Estimación del empleo

La principal fuente para la estimación del empleo es la Encuesta Económica Anual (EEA) 2005 obtenida del INEI (véase el capítulo 2 para los detalles metodológicos). Los códigos CIIU estimados con esta encuesta son:

- ❖ Las artes dramáticas, música y otras actividades artísticas, código CIIU 9214
- ❖ Otras actividades de espectáculos n.c.p., código CIIU 9219
- ❖ Reproducción de soportes grabados, código CIIU 2230
- ❖ Alquiler de efectos personales y enseres domésticos n.c.p., código CIIU 7130

Cuadro 5.2.10. Empleo en la Industria de la Música, 2005 (US\$)

Actividad Económica	CIIU	Valor Agregado (US\$)	Como porcentaje del empleo nacional
Compositores, letristas, arreglistas, coreógrafos, escritores, directores, intérpretes o ejecutantes y demás personal; Creación e interpretación artística y literaria	9214 ^{1/}	200	0.00151%
	9219	40,435	0.305%
Producción y fabricación de música grabada ^{2/}	2230	174	0.001%
Música grabada al por mayor (venta y alquiler)	7130	4,597	0.035%
Presentaciones y organismos asociados (reservas, agencias de venta de entradas, etc.)	9214 ^{1/}	481	0.004%
Total		45,886	0.3465%

^{1/} Código CIIU 9214, Artes escénicas, música y otras actividades artísticas, es una actividad presente no sólo en la industria de la música, sino también en la industria de prensa y literatura. Por lo tanto, es necesario discernir un criterio para asignar el nivel de empleo entre ambos sectores. El criterio es asignar el empleo a la actividad proporcional a la contribución al valor añadido de la actividad.

^{2/} Se asume la misma razón entre el valor agregado y el empleo de Compositores, letristas, arreglistas, coreógrafos, escritores, directores, intérpretes o ejecutantes y demás personal; Creación e interpretación artística y literaria.

Fuente: PRODUCE.

Elaboración propia.

Estimación de la balanza comercial

Las importaciones y exportaciones de discos se detallan en el cuadro siguiente, que se ha obtenido de la información publicada en Internet por la SUNAD, correlacionando el código CIIU y la Nomenclatura Común de los Miembros de la Comunidad Andina - NANDINA (Correlacionador Código CIIU Rev. 3 - Partida Arancelaria NANDINA), que indica a qué código de aduanas corresponde cada código CIIU (véase el cuadro 5.2.11).

Cuadro 5.2.11. Exportaciones e Importaciones de la industria de la música en US\$, 2005

Actividad económica	Código CIIU/ código NANDINA	Descripción	Exportaciones FOB (US\$)	Importaciones CIF (US\$)	Balanza comercial (US\$)
Impresión y edición de música	2213	Edición de música			
	8524101000	Discos para reproductores de discos, para la enseñanza	0	18,689	-18,689
	8524310000	Discos láser de solo lectura, sin sonido ni imágenes	235,948	13,159,746	-12,923,798
	8524320000	Discos laser de solo lectura solo con sonido	67,300	1,525,397	-1,458,097
	8524390000	Otros discos laser de solo lectura	271,159	2,732,117	-2,460,958
	8524400000	Cintas magnéticas sin sonido ni imágenes	1,151	316,268	-315,117
	8524511000	Cintas de grabación de sonido o similares igual o menores que 4 mm de ancho para la enseñanza	15	41,737	-41,722
	8524519000	Otras Cintas de grabación de sonido o similares de 4 mm o menos de ancho	461	34,428	-33,967
	8524521000	Cintas de grabación de sonido o similares más anchas que 4 mm y menos anchas que 6.5 mm para la enseñanza	872	17,433	-16,561
	8524529000	Otras Cintas de grabación de sonido o similares de 6.5 mm o menos de ancho	434	1,662	-1,228
	8524531000	Cintas de grabación de sonido o similares de 4 mm o de menos de 6.5 mm ancho para la enseñanza	16	39,128	-39,112
	8524539000	Otras Cintas magnéticas de 6.5 mm o menos anchas para grabación de sonidos o imágenes	4,601,662	73,912	4,527,750
	8524600000	Tarjetas de banda magnética para sonido o grabaciones análogas	132,478	29,938	102,540
	8524910000	Todos los otros discos o cintas de solo lectura sin sonido ni imágenes	35	90,472	-90,437
	8524991000	Discos ("cera" y "flan"), cintas, películas y otros moldes y matrices	0	3,278	-3,278
	8524999000	Todos los otros discos ("cera" y "flan"), cintas, películas y otros moldes y matrices	350	203,208	-202,858
Total			5,311,881	18,287,413	-12,975,532

Fuente: SUNAD e información obtenida a través de la correlación Código CIIU Rev. 3 – Partida arancelaria de PRODUCE.
Elaboración propia.

5.3. La industria de cine

La industria cinematográfica cuenta con tres agentes principales: los productores, los distribuidores⁴³ y los exhibidores. Por lo tanto, se medirá la contribución económica de esta industria a la economía en su conjunto a partir de estos tres agentes. En la actualidad, la primera de estas actividades es relativamente pequeña. En cuanto a la exhibición, predomina la de películas extranjeras (sobre todo las americanas, que representan el 70% del total), en comparación con las pocas producciones nacionales (alrededor de 3 o 4 al año). Asimismo, en los sectores de distribución y exhibición nos encontramos con un alto nivel de concentración que nos permite hacer algunas suposiciones razonables para la estimación.

Estimación del valor agregado

Desde que se realizara la primera película en el Perú (1913)⁴⁴, la industria cinematográfica se ha caracterizado por su pequeño tamaño y lento crecimiento, debido en parte al bajo presupuesto estatal asignado a la industria. Si bien el Consejo Nacional de Cine (CONACINE)⁴⁵, una agencia gubernamental, debería contar con un presupuesto anual de aproximadamente US\$ 2.2 millones para apoyar la producción de películas nacionales⁴⁶, sólo dispone, en promedio, de cerca del 10% de dicho monto. Así, la financiación de las películas se lleva a cabo conjuntamente con empresarios extranjeros y mediante fondos internacionales.

Según la información proporcionada por el Presidente del CONACINE⁴⁷, hay cerca de 200 empresas productoras registradas, y sólo 10 ó 15 se encuentran en funcionamiento. Hendrickx⁴⁸ indica que la mayoría de empresas productoras diversifican sus actividades durante el período de tiempo comprendido entre la producción de dos películas diferentes, de modo que ninguna es sólo una compañía de producción cinematográfica⁴⁹. Entre las más importantes se encuentran Inka, Aguadulce, Alpamayo, Argos y Lunallena.

⁴³ Otra rama es la presentación de películas en la televisión, en primer lugar en los canales de cable premium, luego en otros canales de cable y finalmente la televisión abierta (Fernández-Baca et al. 2004c). En este estudio dicha rama no se analizará por la falta de información y por su poca importancia relativa.

⁴⁴ Tomado de <http://www.tvnovelasperu.com/cine/historia.htm>

⁴⁵ Agencia que pertenece al Ministerio de Educación. Su principal función es hacer cumplir la Ley de Industria Cinematográfica del Perú (Ley N° 26.370) y representar a la cinematografía del Perú oficialmente, tanto a nivel nacional como internacional.

⁴⁶ La primera ley sobre cine fue la Ley N° 19327, aprobada en 1972 durante el régimen militar de Juan Velasco Alvarado. En 1992, sin embargo, durante el gobierno de Alberto Fujimori, algunos artículos de la ley fueron retirados, lo que llevó a que un grupo de miembros de la Asociación de Cineastas del Perú (ACDP), forme la Sociedad Peruana de Directores y Productores de Cine (SOCINE). La segunda ley (N° 26370), aprobada en octubre de 1994, fue creada como un sustituto de la ley modificada de 1992 y reconoció el carácter cultural de la industria del cine. Se introdujo un sistema competitivo de premios para la financiación de cortometrajes (que se celebra cada 3 meses) y largometrajes (cada 6 meses), que sería organizado por el CONACINE. Sin embargo, ya que esta institución sólo cuenta con alrededor del 10% del presupuesto total, el sistema de premios no podría llevarse a cabo y las ceremonias siempre sufrirían reveses y dificultades. Según la Ley, de aproximadamente 6 películas y 48 cortos deberían ser premiadas anualmente. Sin embargo, entre 1996 y 2000, sólo se han llevado a cabo 7 competencias (3 de cortos y 4 de largometrajes) (Weber, 2000).

⁴⁷ Entrevista con Emilio Moscoso, Jefe de CONACINE (ver anexo A).

⁴⁸ Entrevista con Nathalie Hendrickx, Productora Ejecutiva de Argos Producciones, miembro de la Asociación Peruana de Productores Cinematográficos (APCP) y Miembro del Consejo Ejecutivo de CONACINE y Augusto Tamayo, Gerente de Argos Producciones y Presidente de la Asociación de Cineastas del Perú (APCP).

⁴⁹ Por ejemplo, las empresas de producción también trabajan en la industria de la publicidad y la realización de cortometrajes.

Otras dos importantes características de la actividad de la producción de películas en el Perú son la corta vida de las productoras y la creciente actividad en zonas fuera de Lima. Según el presidente de la Sociedad Peruana de la Industria Audiovisual (SPIA), la producción se realiza por empresas de producción pequeñas, la mayoría de las cuales son creadas para recaudar financiamiento mediante concursos y tienden a desaparecer una vez que estos acaban⁵⁰, creando así un sector casi exclusivo de empresas de carácter temporal. Por otro lado, también se realizan actividades en las provincias de Lima, caracterizada por el uso de equipos de baja calidad. Estas no han sido incluidas en la estimación del valor agregado de la producción debido a la falta de información.

El número total de películas nacionales producidas por año se muestra en el cuadro 5.3.1. Del total de estrenos, las películas peruanas representan el 2.5% de películas en el período 1999-2005. En el año 2003 se alcanzó el número máximo de producciones nacionales, con siete películas. Esto también se refleja en la asistencia a la exhibición de películas peruanas.

Cuadro 5.3.1. Estrenos de producciones nacionales y extranjeras, 1999-2005

Año	Total de estrenos	Películas extranjeras	Películas peruanas	% de películas peruanas
1999	155	152	3	1.9
2000	161	158	3	1.9
2001	170	166	4	2.4
2002	173	170	3	1.7
2003	179	172	7	3.9
2004	177	173	4	2.3
2005	177	174	3	1.7
Total	1,092	1,065	27	2.5

Fuente: 1999 a 2004, IDI-EPTH-USMP, y para el año 2005 Cinedatos.

Del costo total de una película peruana, en la mayoría de los casos el 60% es subsidiado (por medio de los premios que otorga CONACINE) y el otro 40% corre por cuenta del productor, que obtiene dinero sin ayuda del Estado y se asocia muchas veces con productores mexicanos, a fin de realizar una co-producción. Por esta razón, el 98% del total de las películas se realizan en el marco de cualquier tipo de subvención. Existen también dos fondos internacionales destinados a la ayuda económica en la producción de películas (Fondo de Ibermedia y del Fondo Sur del Ministerio de Relaciones Exteriores de Francia)⁵¹.

El cuadro 5.3.2 muestra una estimación de los ingresos netos de exhibición. En el Perú, según Hendrickx, el costo total de la producción cinematográfica en el año 2005 oscila entre US\$ 120 mil (que corresponde a Un Día sin Sexo y Mañana te cuento) y US\$ 250 mil (que corresponde a Piratas en el Callao)⁵². El número total de entradas vendidas a

⁵⁰ Entrevista a Jorge Delgado, Presidente de la Sociedad Peruana de la Industria Audiovisual (SPIA).

⁵¹ Entrevista con Nathalie Hendrickx (ver anexo A).

⁵² Estas son aproximaciones que no toman en cuenta los bienes y servicios que ofrecen muchos colaboradores con el fin de promover sus servicios o bienes.

producciones nacionales fue de alrededor de US\$ 730 mil, valorizadas en aproximadamente US\$ 1.6 millones (véase el cuadro 5.3.3 sobre el precio de las entradas). Descontando todos los impuestos y suponiendo que los distribuidores ganan en promedio 43% de los ingresos netos, los ingresos netos totales para las películas nacionales asciende a US\$ 215 mil. Estos beneficios se complementan con las ventas de los canales de cable, a los canales premium, a otros países de América Latina, etc. De este modo, la suma de todos estos componentes permite recuperar el costo.

Cuadro 5.3.2. Beneficio estimado del sector producción proveniente de la exhibición nacional, 2005

Film	Número de tickets vendidos ^{1/}	Ganancias Brutas (US\$) ^{2/}	Costo de producción (US\$) ^{3/}	Ganancias netas de los productores (US\$) ^{4/}
Piratas en el Callao	282,000	628,860	250,000	23,835
Mañana te cuento	288,000	642,240	120,000	159,661
Un día sin sexo	156,000	347,880	120,000	31,483
Total	730,000	1,618,980	490,000	214,980

^{1/} Fuente: CINEDATOS.

^{2/} Precio promedio del ticket: US\$ 2.23 (ver cuadro 5.3.3).

^{3/} Fuente: Nathalie Hendrickx, Productora Ejecutiva de Argos Producciones, miembro de la Asociación Peruana de Productores Cinematográficos (APCP) y Miembro del Consejo Ejecutivo de CONACINE y Augusto Tamayo, Gerente de Argos Producciones y Presidente de la Asociación Peruana de Productores Cinematográficos (APCP).

^{4/} Descontando todos los impuestos (10% para municipalidades y 19% del Impuesto del IGV) (las ganancias netas son divididas por $1.309=1.1*1.19$), las ganancias de distribuidores es 43% (asumiendo que el resto va a los productores), y substrayendo costos de producción. No incluye las ganancias de ventas a medios de cable, ventas al extranjero, etc.

Elaboración propia.

Cuadro 5.3.3. Precio promedio de Tickets (US\$) 2002-2005

Año	Precio promedio del ticket
2002	2.56
2003	2.42
2004	2.30
2005	2.23

Fuente: Infodatos Perú / Cruzada Antipiratería.

Elaboración propia.

El proceso de producción pasa a través de 5 etapas⁵³: el desarrollo del proyecto, la preproducción, rodaje, postproducción y la campaña de lanzamiento. En promedio los costos de distribución entre estas etapas son las que se presentan en el cuadro 5.3.4. Además del costo total, Hendrickx estima que entre 25% y 30% de los costos totales representan gastos en planilla, cuyas estimaciones se presentan en el cuadro 5.3.5. Como se aprecia en la misma, ascienden a US\$ 122.5 mil. Por lo tanto, los ingresos de los productores, además de la planilla, representan un valor agregado de US\$ 337 mil.

⁵³ Entrevista con Nathalie Hendrickx (ver anexo A).

Cuadro 5.3.4. Estructura de costos del proceso nacional de filmación

Etapas	Porcentaje del costo
Desarrollo del proyecto	8%
Preproducción	27%
Filmación	30%
Postproducción	27%
Campaña de lanzamiento	8%

Fuente: Augusto Tamayo, Gerente de Argos Producciones y Presidente de la Asociación Peruana de Productores Cinematográficos (APCP), y Nathalie Hendrickx, Productora Ejecutiva de Argos Producciones, miembro de la Asociación Peruana de Productores Cinematográficos (APCP) y Miembro del Consejo Ejecutivo de CONACINE.

Elaboración propia.

Cuadro 5.3.5. Estimación del valor agregado de la producción de películas (US\$), 2005

Film	Ganancia neta de los productores	Planilla^{1/}	Valor Agregado
Piratas en el Callao	23,835	62,500	86,335
Mañana te cuento	159,661	30,000	189,661
Un día sin sexo	31,483	30,000	61,483
Total	214,980	122,500	337,480

^{1/} Asumiendo que las planillas representan 25% del costo total.

Fuente: Augusto Tamayo, Gerente de Argos Producciones y Presidente de la Asociación Peruana de Productores Cinematográficos (APCP), y Nathalie Hendrickx, Productora Ejecutiva de Argos Producciones, miembro de la Asociación Peruana de Productores Cinematográficos (APCP) y Miembro del Consejo Ejecutivo de CONACINE.

Elaboración propia.

El valor agregado del distribuidor y de los exhibidores están íntimamente relacionadas y dependen principalmente de la asistencia del público a las salas de cine. En el gráfico 5.3.1 se puede observar una tendencia decreciente en la década de 1980 en cuanto al número de personas que asistían a salas de cine. Esto causó la pérdida de los circuitos de cine alternativo llamados “cineclubs” (IDI-EPTH-USMP, 2005). Esta tendencia comenzó a revertirse a finales de los noventa, alcanzando en el período 1996-2004 una tasa de crecimiento anual promedio de 21%. Las estimaciones de recaudación para el período 2002-2005 muestran la misma tendencia (véase el gráfico 5.3.2).

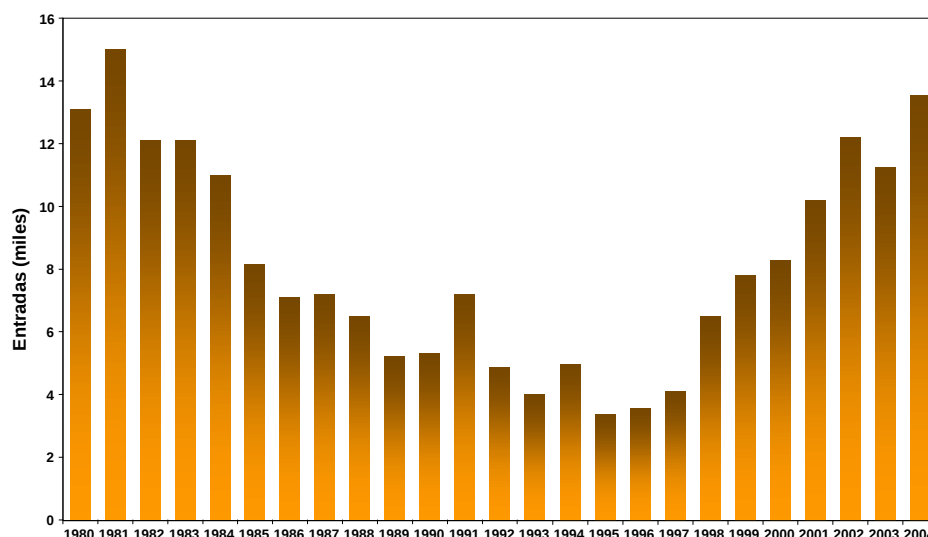
La tecnología, los avances digitales, las estrategias de marketing y la mejora en la infraestructura de las salas cinematográficas han permitido a los exhibidores captar un

mayor número de consumidores. Sin embargo, la mayoría de estas salas se encuentran en la ciudad de Lima⁵⁴.

Hernán Viviano, Gerente General de Warner Bros - Twentieth Century Fox - Perú y Christian Alva, Gerente de Mercadotecnia de CinePlanet, informaron que los exhibidores llevan a cabo estrategias de marketing centradas en la competencia frente a la piratería. Estas incluyen precios bajos, estrenos simultáneos en todo el mundo (para así evitar desincentivar la compra de copias ilegales días antes del estreno local) y campañas publicitarias que buscan explotar la ventaja de asistir al cine antes que ver una película en casa.

A pesar de este esfuerzo, los niveles de asistencia son aún inferiores que a principios de los años 1980 (cuando se vendían cerca de 16 millones de tickets anuales), y en la actualidad, el promedio de asistencia por persona es de alrededor de 5 veces por año, según el Manager de Marketing de CinePlanet⁵⁵. Según los datos de Cinedatos (véase el cuadro 5.3.6), cuatro principales empresas concentran la exhibición: CinePlanet, Cinemark, UVK Multicines, y Cine Star. Estos cuatro representan el 89.9% de la asistencia nacional.

Gráfico 5.3.1. Entradas vendidas de los cines (miles), 1980-2005

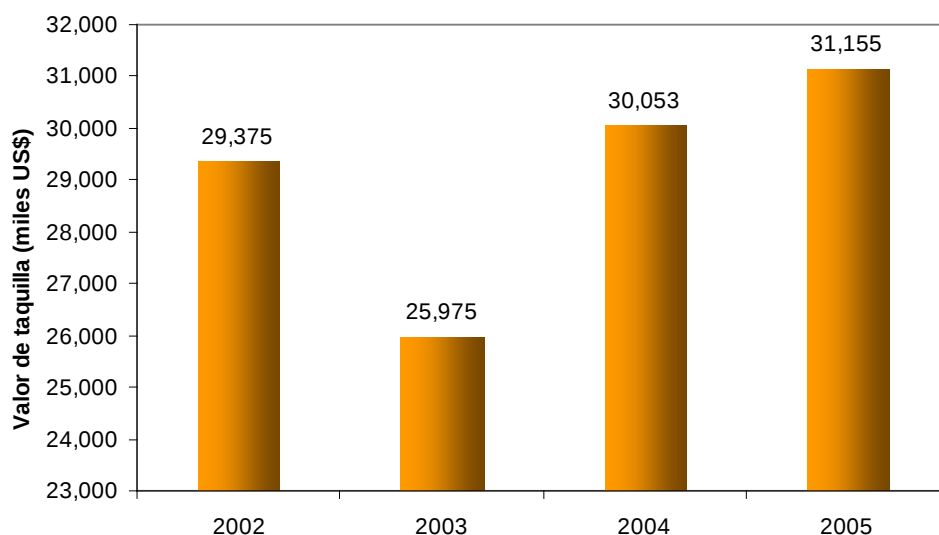


Fuente: CinePlanet, Infodatos Perú, Cruzada Antipiratería.
Elaboración propia.

⁵⁴ En realidad, los exhibidores expanden cada vez más sus operaciones en provincias, principalmente en la costa. Según Fernández Baca et al. (2004c), la taquilla creció casi un 180% en 2004 debido a la apertura de nuevas salas de cine multiplex en otras ciudades.

⁵⁵ Entrevista con Christian Alva (ver anexo A).

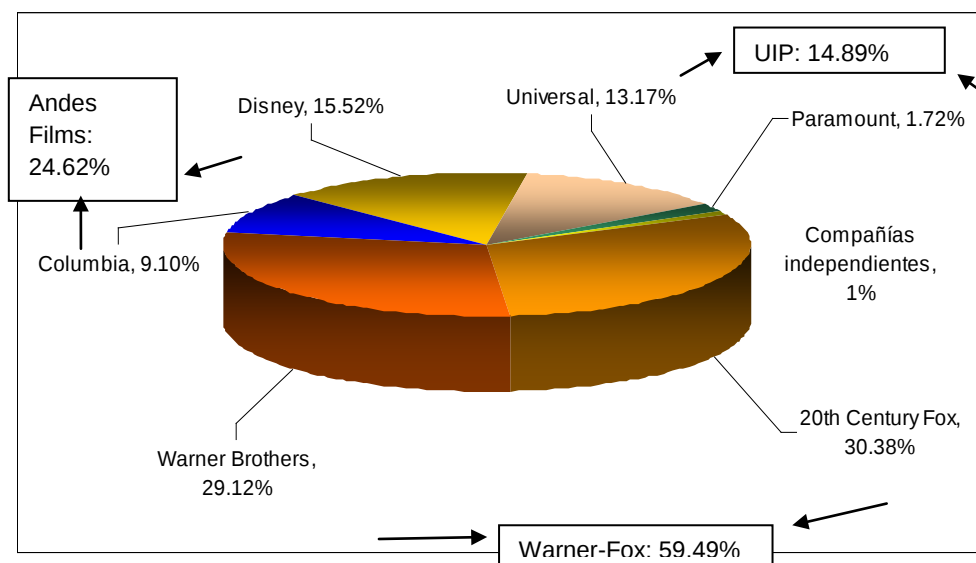
Gráfico 5.3.2. Estimaciones anuales de taquilla (miles US\$), 2002-2005



Fuente: Infodatos Perú / Crusada Antipiratería.
Elaboración propia.

Para el año 2005, casi todos los distribuidores eran empresas multinacionales (gráfico 5.3.3). Entre las más importantes se encuentra Warner Brothers - Twentieth Century Fox-Perú, con casi el 60% del mercado, seguido por Andes Films (24.62% del mercado) que distribuye películas de Disney y Columbia Pictures y, en tercer lugar, United International Pictures (UIP) (casi el 15%) que distribuye películas de Universal y Paramount. Es importante mencionar que la cuota de mercado entre los distribuidores varía considerablemente de un año a otro, puesto que estas empresas están sujetas al éxito comercial de las películas que distribuyen.

Gráfico 5.3.3. Cuota de Mercado por distribuidor, 2005



Fuente: Warner Bros – Twentieth Century Fox – Perú.

El agregado valor estimado para los distribuidores se basa en los ingresos netos por venta de entradas, generados por la proyección de la película (por parte de los exhibidores), una vez descontados el porcentaje correspondiente al cobro que realizan los municipios por cada billete vendido (10%) y el IGV (19%). De lo restante, el distribuidor obtiene un porcentaje. Entonces los ingresos brutos de los exhibidores equivalen a los ingresos netos de estos $\times (1.1) \times (1.19)$, o ingresos netos de los exhibidores = (ingresos brutos de los exhibidores / 1.309). Así, aproximadamente por cada dólar que recibe el exhibidor, este obtiene US\$ 0.76 una vez descontados los impuestos.

Según Luis Dager, Gerente de Ventas para United International Pictures Perú (UIP Perú), las ganancias promedio de los distribuidores ascienden al 43% de las ganancias netas⁵⁶. Así, por cada dólar que recibe el exhibidor, el distribuidor obtiene US\$ 0.33.

Entonces, dado que según las estadísticas de CINEDATOS el ingreso después de impuestos de los exhibidores ascendía en el 2005 a US\$ 17.6 millones, los ingresos brutos para el distribuidor ascienden a US\$ 7.6 millones, según los cálculos mencionados arriba. Asimismo, los ingresos brutos de los exhibidores, una vez descontados impuestos y la ganancia bruta de los distribuidores, ascienden aproximadamente a US\$ 10 millones. El siguiente cuadro muestra los ingresos para cada cadena de cines, así como los resultados para el año 2005.

⁵⁶ En otras palabras, los ingresos de los distribuidores se pueden resumir en la siguiente ecuación: ganancias del distribuidor = $0.43 \times$ ingreso después de impuestos.

Cuadro 5.3.6. Ingresos netos y Brutos de los exhibidores del total de ingresos de los distribuidores (US\$), 2005

Cine	Asistencia	Ingresos brutos de exhibidores (US\$)	Ingreso después de impuestos de exhibidores (US\$)	Ganancias brutas de distribuidores (US\$)	Ganancias de exhibidores después de impuestos y descontando ganancias de distribuidores (US\$)
Cineplanet	5,476,649	9,590,631	7,326,685	3,150,475	4,176,211
Cinemark	2,596,000	5,189,412	3,964,409	1,704,696	2,259,713
UVK	1,909,413	3,640,395	2,781,050	1,195,852	1,585,199
Star	2,600,724	2,773,518	2,118,807	911,087	1,207,720
Plaza Jesús María	561,925	848,236	648,003	278,641	369,362
El Pacífico	209,570	348,383	266,145	114,442	151,702
Primavera	396,557	486,210	371,436	159,718	211,719
Arenales	50,568	49,884	38,108	16,387	21,722
Bahía Chimbote	31,267	43,435	33,182	14,268	18,914
Colon Huacho	13,886	12,266	9,371	4,029	5,341
Junín	103,692	96,901	74,027	31,832	42,195
La Católica	14,551	26,170	19,992	8,597	11,396
Tacna	28,212	30,613	23,387	10,056	13,330
Total	13,993,013	23,136,054	17,674,602	7,600,079	10,074,523

Fuente: Cinedatos.
Elaboración propia.

En cuanto a la estructura de costos del sector de distribución, de acuerdo con Luis Dager, existen 3 gastos principales: el costo de copias de la película, principalmente las importaciones, que representa el 15.35% del total; los gastos de publicidad, 61.11%, y el gasto de operación (que incluye planillas, aproximadamente 50% de este), 23.54%. El siguiente cuadro resume estos gastos asumiendo que cada empresa tiene la misma estructura de costos.

Cuadro 5.3.7. Estructura de costos del distribuidor (US\$), 2005

Gastos	% del gasto	Gasto en US\$
Copias de películas (importaciones)	15.35	521,365.41
Publicidad	61.11	2,075,581.55
Gastos operativos (salarios, gastos fijos, alquileres)	23.54	799,528.30
Total	100.00	3,396,475.27

Fuente: UIP.
Elaboración propia.

Las ganancias por operaciones, entendidas como la diferencia entre los ingresos brutos totales (que, como se mencionó anteriormente, ascienden a US\$ 7.6 millones) y los

costos totales (que ascienden US\$ 3.4 millones), son de US\$ 4.2 millones. Si se supone que la depreciación y amortización es nula y que los gastos en planilla alcanzan el 50% de los gastos operativos (un porcentaje observado en muchas otras industrias y que implicaría que dichos gastos ascienden a US\$ 399 mil), entonces el valor agregado del sector distribución es de US\$ 4.6 millones.

Cuadro 5.3.8. Valor agregado estimado para el sector distribución en la industria de películas (en US\$), 2005

Rubro	US\$
Ventas totales	7,600,079
Costos totales	3,396,475
Ganacias de operación	4,203,604
Depreciación ^{1/}	0.0
Amortización ^{1/}	0.0
Planillas	399,765
Valor Agregado	4,603,369

^{1/} No disponible.
Elaboración propia.

Sería ideal utilizar la estructura de costos para estimar el valor agregado en el caso de los exhibidores, sin embargo esta información no se encuentra disponible⁵⁷. Sin embargo, si se asume que presenta un ratio ganancias brutas/valor agregado igual a la del distribuidor (quien presenta una estructura razonablemente similar), el valor agregado de los exhibidores es US\$ 6.1 millones. En el cuadro 5.3.9, se aprecia que el valor agregado total de la industria cinematográfica es de US\$ 11 millones.

Cuadro 5.3.9. Valor Agregado estimado para la industria de cine (US\$), 2005

Actividad económica	CIIU	Valor agregado (US\$)	Como % del VA total
Producción de películas	9211	337,480	0.0005
Distribución de películas	9211	4,603,369	0.006
Exhibición de películas ^{1/}	9212	6,102,140	0.009
Total		11,042,989	0.015

^{1/} Asumiendo el mismo ratio ganancias brutas/valor agregado que los distribuidores.
Elaboración propia.

La estimación del empleo

La estimación del empleo generado en la industria del cine se basa en la información proporcionada por la EEA (2005), específicamente para los códigos CIIU:

- a) Producción cinematográfica y de vídeo y distribución, Código CIIU 9211
- b) Exhibición cinematográfica, Código CIIU 9212

⁵⁷ No se logró obtener información sobre la estructura de costos de ninguna de las compañías de exhibición contactadas.

La metodología de estimación puede verse en el capítulo 2. El cuadro 5.3.10 indica que el empleo generado por las actividades mencionadas es de 1,532 y 22,984 trabajadores, respectivamente, con un total de 24.5 mil empleos

Cuadro 5.3.10. Empleo estimado para la industria cinematográfica (US\$), 2005

Actividad económica	CIIU	Empleo total (EEA 2005)	Como % del empleo nacional
Producción cinematográfica y distribución	9211	1,532	0.012
Exhibición cinematográfica ^{1/}	9212	22,984	0.174
Total		24,517	0.1851

^{1/} Asumiendo el mismo ratio ganancias brutas/valor agregado que los distribuidores.
Elaboración propia.

Estimación de la balanza comercial

Por medio del correlacionador para el código CIIU y la nomenclatura común de los miembros de la Comunidad Andina - NANDINA (Correlacionador Código CIIU Rev. 3 - Partida Arancelaria NANDINA), y de la información de las exportaciones y las importaciones provenientes de la Superintendencia Nacional de Administración de Aduanas (SUNAD), se llevó a cabo la estimación de la balanza comercial de la industria del cine.

Como mencionara el Secretario Ejecutivo de CONACINE, las exportaciones en este sector son muy bajas, ascendiendo a US\$ 3 mil (cuadro 5.3.11). Por otra parte, las importaciones de EE.UU. son alrededor de US\$ 213 mil, restando un saldo comercial negativo para la industria.

Cuadro 5.3.11. Balanza comercial de la industria de cine, 2005

Actividad económica	Código CIIU / Código NANDINA	Descripción	Exportac. FOB (US\$)	Importac. CIF (US\$)	Balanza comercial (US\$)
	9211	Publicación de música			
Impresión y publicación de música		Las películas cinematográficas			
	3706100000	impresas y revelada, con o sin registro de sonido	2,440	210,530	-208,090
		Las películas cinematográficas			
	3706900000	impresas y revelada, con o sin registro de sonido	601	2,842	-2,241
Total			3,041	213,372	-210,331

Fuente: SUNAD y la información obtenida a través de Código CIIU Rev. 3 - Correlacionador de partidas arancelarias de PRODUCE.
Elaboración propia.

5.4. La industria de Radio y Televisión

Estimación del valor agregado

Con el propósito de medir la contribución económica de esta industria, nos centraremos en los servicios públicos de radiodifusión por cable (TV por cable) y servicios privados de radiodifusión de interés público (radio y TV *free-to-air*)⁵⁸. Los servicios de televisión por cable se definen como "aquellos que distribuyen señales de radiodifusión multicanal y multipunto a través de cables y ondas de radio, de una o más estaciones pertenecientes al mismo sistema de distribución, dentro de un área de concesión" (artículo 90 del Reglamento). En la literatura anglosajona este servicio es conocido por el acrónimo de CATV (*Community Antenna Television*). En estos sistemas, las señales son transportadas mediante cables en lugar de un receptor de antena individual.

Los suscriptores de TV cable pagan una cantidad predeterminada para recibir las señales. Además, las empresas que ofrecen estos servicios están sujetas a regulación y supervisión estatales. Por esta razón, hay más información disponible para esta industria que para la radio y televisión de señal abierta, para la cual hay muy poca información

⁵⁸ En este sector, el Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones establece una clasificación de los servicios de telecomunicaciones sobre la base de dos criterios básicos. El primero es un criterio técnico, mientras que el segundo se refiere a la naturaleza y el uso de estos servicios.

Sobre la base de criterios técnicos, los servicios son clasificados como:

- ❖ Servicios portadores.
- ❖ Teleservicios, también llamados servicios finales.
- ❖ Servicios de difusión.
- ❖ Servicios de valor agregado.

De acuerdo a su naturaleza, los servicios se clasifican en:

- ❖ Servicios Públicos.
- ❖ Servicios Privados.
- ❖ Servicios Privados de Interés Público.

En el Título IV del reglamento se combinan ambos criterios para establecer la siguiente clasificación de los servicios de difusión:

- A. Servicios públicos de difusión
 - a. Distribución de radiodifusión por cable, en las modalidades de:
 - i. Cable alámbrico u óptico
 - ii. Sistema de distribución multicanal multipunto (MMDS)
 - iii. Difusión directa por satélite
 - b. Distribución de música ambiental
 - c. Cualquier otro que el Ministerio clasifique como tal
- B. Servicios privados de difusión (establecidos por una persona natural o jurídica para satisfacer sus propias necesidades de difusión dentro de un área delimitada, por ejemplo un circuito cerrado de TV).
- C. Servicios de radiodifusión privados de interés público: se caracteriza porque sus emisiones están destinadas a ser recibidas directamente por el público en general. El servicio de radiodifusión puede ser sonoro o por televisión. El marco normativo también distingue, de acuerdo a sus fines, la radiodifusión comercial y la radiodifusión educativa, y de acuerdo a su ámbito de operación, la radiodifusión local y la comunal (en zonas rurales).

Esta clasificación responde a criterios distintos, que expresan diversas consideraciones y políticas, y no es consistente con el objetivo de distinguir y medir la contribución de las actividades o industrias de derechos de autor, a la generación de empleo y valor agregado.

disponible. Es importante distinguir entre los diferentes tipos de señales que pueden ser transmitidos y recibidos por la televisión por cable:

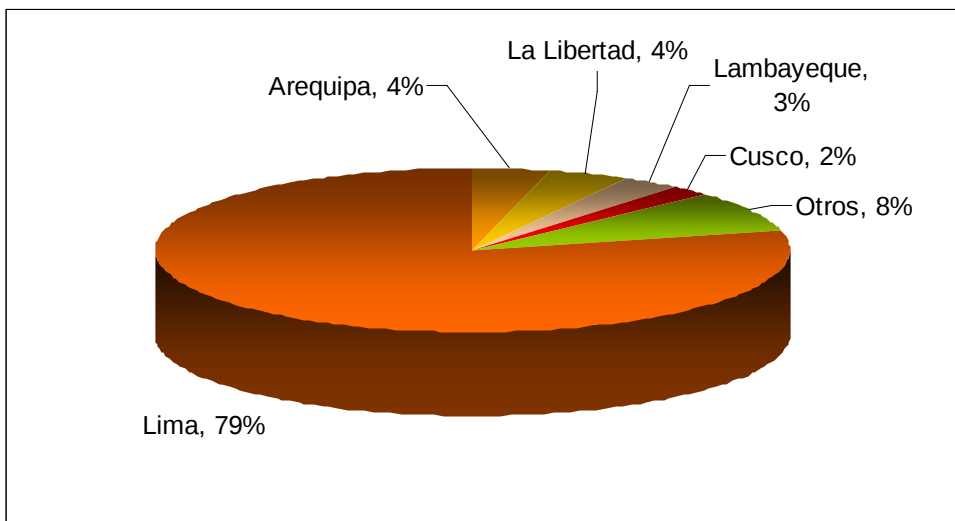
- ❖ Desde canales abiertos: Las señales pueden ser recibidas por cualquier aparato receptor convencional, en las frecuencias UHF y VHF.
- ❖ Vía satélite: transmisiones desde un satélite, utilizando una antena parabólica de recepción⁵⁹.
- ❖ Canales propiedad de una empresa: las señales son transmitidas de forma independiente por cada empresa de televisión por cable.
- ❖ Otros servicios: Internet (OSIPTEL, 2002).

La mayor parte de los suscriptores en “el mercado de televisión de paga” del Perú se concentra en empresas que distribuyen las señales por medios físicos, principalmente vía cable coaxial. La difusión directa por satélite, ofrecida por Direc TV Perú SRL, aún se encuentra en su fase inicial y sus suscriptores sólo representan el 0.8% del número total.

En términos generales, el mercado se encuentra altamente concentrado tanto en términos geográficos como también con respecto a la participación de las empresas operadoras. De los 564 mil suscriptores registrados a junio del 2006, el 79% se localizaban en Lima, seguida por Arequipa, La Libertad y Lambayeque, con 4%, 4% y 3% respectivamente. Si bien el número de hogares con acceso a este servicio se ha elevado de manera progresiva durante los últimos años, el porcentaje con acceso aún se encuentra en el orden del 15%.

⁵⁹ En el caso de la TV satelital, “las señales son recibidas directamente desde un satélite geoestacionario mediante pequeñas antenas parabólicas situadas en el domicilio de los suscriptores” (OSIPTEL 2002: 10). En contraste, en la radio y TV de señal abierta la transmisión tiene lugar desde una estación transmisora en tierra, que los usuarios reciben directamente en sus receptores mediante una antena. Otra diferencia sustantiva en relación a los propósitos del presente estudio, deriva naturalmente del hecho de que los usuarios de la TV por cable y de la TV por satélite deben pagar por acceder a este servicio, generalmente bajo la modalidad de una tarifa plana (por ejemplo un monto mensual fijo, cuya magnitud puede variar dependiendo del número de canales a los cuales se tiene acceso). En contraste en la radio y TV de señal abierta, como su nombre lo indica, las señales son recibidas gratuitamente. En este último caso la fuente de ingresos de las empresas radiodifusoras se limita a la publicidad.

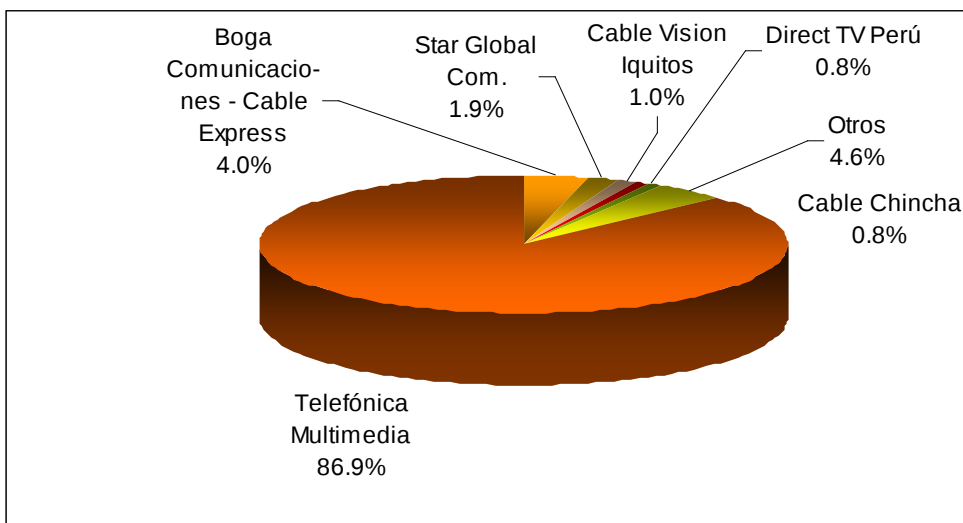
Gráfico 5.4.1. Número de suscriptores de TV por cable, por Departamento (porcentajes)



Fuente: Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL (2002).
Elaboración propia.

La empresa más grande (Telefónica Multimedia) concentra el 86.9% del número total de suscriptores, de los cuales la mayoría (84.3%) se encuentra en Lima. La segunda empresa en importancia (Boga Comunicaciones - Cable Express) opera en Lima y Chiclayo pero tiene una participación mucho menor, que apenas alcanza al 4% del número total de suscriptores, mientras que las demás empresas operan principalmente en ámbitos locales y proveen el servicio a un menor número de hogares.

Gráfico 5.4.2. Empresas proveedoras de TV por cable (porcentajes basados en el número de suscriptores por empresa)



Fuente: Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL (2002).
Elaboración propia.

Fue posible obtener los estados financieros de las tres mayores empresas, Telefónica Multimedia, Boga Comunicaciones y Star Global Com⁶⁰. Como reflejo del alto nivel de concentración que se mencionó anteriormente, estas empresas tienen el 92.8% del número total de suscriptores (86.9%, 4% y el 1.9%, respectivamente). En función de esta información y según la metodología explicada en el capítulo 2, una medida bastante precisa del valor agregado por las empresas es calculada⁶¹.

Dado que Telefónica Multimedia representa casi el 87% del mercado y sabiendo que su EBIDTA es de US\$ 15.6 millones (cuadro 5.4.1), y que sus gastos de nómina ascienden a US\$ 5.5 millones (véase el cuadro 5.4.2)⁶², hemos estimado su valor agregado, obteniendo US\$ 21.1 millones. Suponiendo que el resto del mercado tiene la misma razón entre el EBITDA y la nómina, se ha obtenido que el valor agregado para todo el sector de TV por cable es de US\$ 24.2 millones.

⁶⁰ Esta información está disponible porque estas empresas son reguladas por el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL.

⁶¹ Para esta industria, los datos del EBITDA ya se había calculado y se utilizó para la estimación del valor agregado. También hay que señalar que esta cifra subestima la cantidad total del salario percibido por los trabajadores en esta industria. Sólo representa los sueldos y salarios del personal directamente vinculado a la empresa y no los de los trabajadores de las empresas de servicios. Según los estados financieros de Telefónica Multimedia, los gastos en "servicios diversos" constituyen la segunda categoría más importante de los gastos de funcionamiento (siendo la primera el "alquiler de la señal"). En el año 2005 ascendió a US\$ 27 millones, casi cinco veces más que los gastos de personal, lo que sugiere que el empleo indirecto es mucho mayor que el empleo directo.

⁶² No fue posible obtener información sobre los gastos de nómina de otras empresas de cable.

Cuadro 5.4.1. Indicadores Financieros de las principales operadoras de TV por cable (miles de US\$)

Cuenta	Año 2005			Año 2004	
	Telefónica Multimedia ^{3/}	Star Global ^{4/}	Cable Express ^{4/}	Telefónica Multimedia	Star Global
Total Ingresos	110,315	4,094	4,035	100,877	4,126
Cuota de abono ^{1/}	93,292	2,850	4,035	83,642	2,986
Publicidad	9,188	-	-	6,769	0
Cablenet ^{2/}	5,582	-	-	8,172	0
Transmisión de datos y alquiler de circuitos	-	1,242	-	-	-
Otros servicios	2,254	1	-	2,294	1
Utilidad Operativa	2,037	-313	-290	6,448	-321
Utilidad Neta	1,836	-78	51	13,089	-106
EBITDA	15,561	150	897	13,774	12
Activos Totales	128,741	4,051	6,386	134,403	4,214
Activos Fijos Netos	59,806	1,772	0	63,158	1,963
Pasivos Totales	42,609	1,429	3,790	42,426	1,593
Inversión total efectuada en el año	8,292	183	248	2,878	179
Inversión en infraestructura	8,292	0	172	2,878	n.a.
Total Planilla	332	60	56	n.a.	56
Empleados y funcionarios	284	9	6	n.a.	7
Obreros	0	51	28	n.a.	49
Otros	48	0	22	n.a.	0

^{1/} Pago mensual recibido por el servicio de TV por cable.

^{2/} Pago mensual recibido por el servicio de Internet.

^{3/} Información financiera tomada de los estados financieros auditados al 2005 y 2004, excepto la información del personal laboral.

^{4/} Información tomada de la Resolución 121, publicada en la web del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL. No disponible para el año 2004.

Fuente: OSIPTEL.

Cuadro 5.4.2. Balance General Telefónica Multimedia S.A.C., 2004 y 2005 (miles de US\$)

Cuentas	2004	2005
Activos		
Caja y bancos	12,826	7,429
Cuentas por cobrar comerciales, neto	21,075	28,660
Cuentas por cobrar a la Principal	21,246	22,164
Otras cuentas por cobrar	1,756	1,776
Existencias	1,365	1,836
Impuestos y gastos pagados por anticipado	4,340	1,985
Total Activo Corriente	62,609	63,851
Planta y equipos, neto	63,158	59,806
Intangibles, neto	936	733
Activo diferido por impuesto a la renta y participación de los trabajadores	7,700	3,441
Impuestos y gastos pagados por anticipado	-	911
Total Activo No Corriente	71,794	64,890
Total Activos	134,403	128,741
Pasivo y Patrimonio		
Sobregiro bancario		56
Cuentas por pagar comerciales	11,692	11,409
Cuentas por pagar a la Principal	12,995	8,993
Otras cuentas por pagar	2,885	4,658
Total Pasivo Corriente	27,572	25,117
Ganancias diferidas	1,182	5,823
Pasivo diferido por impuesto a la renta y participación de los trabajadores	13,672	11,670
Total Pasivo No Corriente	14,854	17,493
Total Pasivo	42,426	42,609
Patrimonio Neto		
Capital social	80,063	82,489
Reservas legales	1,312	2,700
Resultados acumulados	10,602	942
Total Patrimonio neto	91,977	86,131
Total Pasivo y Patrimonio	134,403	128,741
Total Ingresos Operativos	100,877	110,315
Cuotas de abono	83,642	93,292
Publicidad en canales	6,769	9,188
Cablenet	8,172	5,582
Otros	2,294	2,254
Costo de Ventas	0	0
Utilidad Bruta	100,877	110,315
Gastos Operativos		
Alquiler de señales	-28,586	-33,175
Servicios diversos	-20,086	-27,056
Transmisión de eventos deportivos	-9,568	-11,380
Personal	-5,005	-5,501
Arrendamiento de red	-16,379	-8,838
Depreciación y amortización	-7,326	-13,524
Comisión de venta	-3,196	-3,693
Provisión para cuentas de cobranza dudosa	-2,891	-2,942
Otros	-1,393	-2,169
Total Gastos Operativos	-94,430	-108,279
Utilidad Operativa	6,448	2,037
Otros Ingresos (Gastos)		
Financieros, neto	-452	2,879
Otros, neto	146	-756
Resultado por exposición a la inflación	-1,436	
Total Otros Ingresos	-1,743	2,123
Utilidad Antes de Impuestos e Intereses	4,705	4,160
Participaciones	2,266	-628
Impuesto a la Renta	6,118	-1,695
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio	13,089	1,836

Fuente: Estados financieros auditados por Ernst & Young.
Elaborado por INDECOPÍ.

La segunda actividad en esta industria es la televisión de señal abierta. Existen siete empresas de señal abierta en el Perú que operan en la banda de VHF, una de las cuales es la empresa de TV estatal (Televisión Nacional del Perú – TNP). Las primeras cuatro empresas representan el 95% de la inversión publicitaria en 2005 (cuadro 5.4.3). Hay otras empresas que transmiten sus señales en frecuencias UHF, pero su importancia económica es mucho menor.

Cuadro 5.4.3. Inversión publicitaria en televisión en el Perú, 2005 (en US\$)

Canal de TV	US\$	%
América TV	36,500,000	32.3%
Andina de Radiodifusión ATV	31,100,000	27.5%
Frecuencia Latina	23,800,000	21.1%
Panamericana Televisión	16,600,000	14.7%
TNP (estatal)	3,500,000	3.1%
OK Televisión	800,000	0.7%
Global Televisión	700,000	0.6%
TOTAL	113'000,000	100.0%

Fuente: Información del tarifario 17.65%.

A diferencia de las estaciones de TV por cable, cuya fuente principal de ingresos proviene de los pagos mensuales realizados por sus abonados, la TV de señal abierta, como su nombre lo indica, no recibe el pago de ninguno de sus espectadores. Al igual que la industria de la radio, la principal fuente de ingresos proviene de inversiones en publicidad de las empresas anunciantes. Por lo tanto, es razonable suponer que el valor agregado de estas empresas es proporcional a la inversión en publicidad que reciben.

De forma confidencial el INDECOPI⁶³ facilitó los estados financieros de dos empresas de TV de señal abierta, que juntas representan un valor agregado de US\$ 36.5 millones. Suponiendo que su importancia en la actividad de señal abierta es proporcional a la inversión en publicidad que reciben, y que todas las empresas tienen la misma estructura de costos, toda la actividad genera un valor agregado de aproximadamente US\$ 61 millones.

Cuadro 5.4.4. Valor Agregado en la Industria de TV de señal abierta, 2005

Cuenta	Compañías 1 y 2 ^{1/}	Toda la actividad de TV
Utilidad operativa	21,215.03	35,463.00
Depreciación	1,845.61	3,085.11
Nómina	13,477.40	22,528.80
Valor agregado^{2/}	36,537.04	61,076.91

^{1/} Información de INDECOPI.

^{2/} De acuerdo a la metodología explicada en el capítulo 2, el valor agregado es la agregación de la Utilidad Operativa, la Depreciación (y Amortización) y la Nómina.

Elaboración propia.

⁶³ Es decir, sin revelar los nombres de cada una de las empresas.

El tercer contribuyente a la economía es la actividad radial. Según la información disponible en la página web del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), hasta el año 2006 se han emitido 2,589 licencias a emisoras de radio en todo el Perú, con dos tercios en el modelo de frecuencia modulada y una cuarta parte en onda media.⁶⁴

Hay dos importantes asociaciones de empresas y organizaciones dedicadas a la radio en el Perú. La primera es la Coordinadora Nacional de Radio (CNR), una organización civil sin fines de lucro que agrupa principalmente estaciones de radio educativas y comunitarias que operan en el Perú.⁶⁵ El segundo es el Comité de Radio, que agrupa a las cadenas comerciales de estaciones de radio. Las principales estaciones de radio nacionales y limeñas están asociadas en grupos de radiodifusión. Estos grupos de radiodifusión peruanos se enumeran a continuación (cuadro 5.4.5), y las radios más importantes en términos de inversión publicitaria pueden verse en el cuadro 5.4.6.

Cuadro 5.4.5. Principales Grupos de radiodifusión en el Perú, 2005

Grupos de Radiodifusión	Radios (estaciones)
RPP	RPP Noticias Studio 92 Corazón Oxígeno Felicidad (antes Ke Buena) La Mega (94.3)
Corporación Radial del Perú	Ritmo Romántica La Inolvidable Moda Ñ (antes Stereo 100) Radiomar Plus Incasat Planeta
Grupo Panamericana	Panamericana Honda Cero
Radiocorp	Okey FM Viva FM Fuego
Radio A/Z	Zeta Rock & Pop Radio A R-700
Cadena Peruana de Noticias Radio^{1/}	CPN Radio

^{1/} No es propiamente un grupo sino una sola radio.

Fuente: Comité de Radio.

⁶⁴ www.mtc.gob.pe

⁶⁵ <http://www.cnr.org.pe/>

Cuadro 5.4.6. Distribución de la Inversión publicitaria en Radio, 2005

Radio	Monto en US\$	% participación
RPP	7,370,000	25.7%
Panamericana	3,030,000	10.6%
Studio 92	2,780,000	9.7%
Mar Plus	2,040,000	7.1%
Zeta Rock & Pop	1,170,000	4.1%
La Mega	1,150,000	4.0%
La Inolvidable	1,140,000	4.0%
Okey	1,140,000	4.0%
Radio A	1,100,000	3.8%
Radio Planeta	1,080,000	3.8%
Ke Buena	1,040,000	3.6%
Ritmo Romántica	1,010,000	3.5%
Oxígeno	800,000	2.8%
Moda	790,000	2.8%
Corazón	730,000	2.5%
CPN	670,000	2.3%
Viva	530,000	1.8%
1160 FM	520,000	1.8%
Radio Inca	450,000	1.6%
Stereo 100	140,000	0.5%
Total	28,680,000	100.0%

Fuente: Tarifario 17.65%.

Lamentablemente, y aunque se hicieron muchos intentos para obtener información del Comité de Radio, no se ha podido obtener información sobre el empleo o el valor agregado generado por esta actividad⁶⁶. Por lo tanto, el supuesto para estimar el valor agregado generado por el sector radial fue asignar la misma razón entre el valor agregado y la inversión publicitaria recibida en la actividad de TV de señal abierta. Aunque la estructura de costos de la radio puede no ser la misma que la de la TV de señal abierta, es la más parecida dentro de las IBDA, y ambas dependen en gran medida de la inversión publicitaria que reciben.

El cuadro 5.4.7 presenta las cifras de estas inversiones en 2005 por tipo de medios publicitarios. La cifra de la cantidad total de la inversión publicitaria de TV es US\$ 133 millones, mientras que la inversión en las radios ascendió a US\$ 28.6. Por lo tanto (dado que el valor agregado de la TV de señal abierta es US\$ 61) el valor agregado generado por la actividad de la radio es US\$ 15.5 millones. En el cuadro 5.4.8 se resume la estimación de valor agregado para la industria de la radio y la televisión. En total, el valor agregado es igual a US\$ 100.7 millones.

⁶⁶ Durante nuestra investigación se pidió al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el cual se encarga de la concesión y renovación de los permisos de radio y televisión, información. Los funcionarios consultados dijeron que el MTC no tiene ninguna información sobre las variables económicas como el empleo, los ingresos o el valor agregado de esta industria.

Cuadro 5.4.7. Inversión publicitaria por tipo de medio en Perú (en US\$), 2005

Medio	US\$	% participación
Televisión	113,000,000	43.5%
Diarios	67,400,000	25.9%
Radio	28,600,000	11.0%
Cable	12,000,000	4.6%
Revistas	12,000,000	4.6%
Vía pública ^{1/}	27,000,000	10.4%
Total	260,000,000	100.0%

^{1/} Estimado por SME Monitor.

Fuente: Tarifario 17.65%. Las cifras se basan en los Segundo emitidos (en radio y TV) y los espacios publicados (diarios y revistas) monitoreados por Media Check en 2005. Las cifras de inversión se calcularon en base a las tarifas reales de Mercado o negociadas. No se han incluido los canjes, los anuncios gratuitos ni aquellos considerados como contribución de los medios a las entidades de Bien Público.

Cuadro 5.4.8. Valor Agregado de Radio y Televisión, 2005

Actividad económica	CIIU	Valor Agregado (US\$)	Como porcentaje de V.A. total
Empresas de radiodifusión nacionales ^{1/}	9213	15,458,402	0.0216%
Empresas de teledifusión nacionales ^{2/}	9213	61,076,901	0.0854%
Televisión por cable ^{3/}	6420	24,237,054	0.0339%
Total		100,772,357	0.1409%

^{1/} Se asume la misma razón entre el valor agregado y la inversión publicitaria del sector de TV de señal abierta.

^{2/} Véase el cuadro 5.4.3.

^{3/} Se proyecta el valor agregado de Telefónica Multimedia a toda la industria. Elaboración propia.

Estimación del empleo

Para estimar el empleo en la industria de la radio y la televisión, dos fuentes de información fueron utilizadas. En primer lugar, tal como se ha hecho para otras IBDA principales, el EEA de 2005 se ha utilizado (véase el capítulo 2 para la metodología detallada). En esta encuesta hay información para el código CIIU 9213 (actividades de radio y televisión) que indica 9.9 mil trabajadores. Por otra parte, en el cuadro 5.4.9 se muestra la cantidad de empleo en las tres empresas de TV por cable: Telefónica Multimedia (332), Global Star (60), y Cable Express (56). Dado que estas industrias representan casi el 93%, y suponiendo que el resto de las empresas de la industria tienen la misma proporción entre el empleo y la publicidad, el empleo total de la televisión por cable se estima en 483 empleados. Así, el total del empleo en la industria de la radio y la televisión es de alrededor de 10.4 mil empleados.

Cuadro 5.4.9. Empleo de Radio y Televisión, 2005

Actividad económica	CIIU	Empleo total	Como porcentaje del empleo nacional
Empresas de radio y teledifusión nacionales ^{1/}	9213	9,965	0.075%
TV por cable ^{2/}	6420	483	0.004%
Total		10,448	0.079%

^{1/} EEA 2005.

^{2/} Se utiliza la información de las empresas de cable y su participación en el mercado.
Elaboración propia.

5.5. La Industria del Software

La industria del software en el Perú presenta, dentro del sector de producción, dos subsectores. Por un lado, está el sector de software "off the shelf" (de mostrador), definido por Fernández-Baca et al. (2004d) como software diseñado para un amplio grupo de consumidores con necesidades comunes y que se distribuye de una manera estándar. Estos, entonces, vienen a ser productos convencionales que se venden en gran volumen y que incluyen los sistemas operativos y aplicaciones más usadas. Dicho subsector se caracteriza por el hecho de que la mayoría de los productos proceden de empresas extranjeras, así como su alta vulnerabilidad y exposición a la piratería, dada la alta demanda y el efecto conocido como "externalidades de red". Las empresas extranjeras de producción de software están agrupadas en la Business Software Alliance (BSA) y son responsables no sólo de la distribución sino también de la prestación de servicios técnicos para los sistemas de software. Entre las empresas más populares de dicha agrupación destacan la Corporación Microsoft (software para sistemas operativos y aplicaciones), Adobe Systems Inc. (líder en plataformas de tecnología digital), Corporación Symantec (desarrollador de administración de información), Autodesk (líder en diseño de software digital para la construcción e infraestructuras), Apple Computer Inc. (desarrollador de sistemas y aplicaciones para Macintosh), Macromedia Inc. (desarrollador de soluciones para páginas web), Corporación Corel (desarrollador de software de diseño gráfico, texto y composición de imágenes), Novell Inc. (desarrollador de software para servidores de red), Oracle (base de datos mundial que administra software), IBM (productora mundial de hardware y software),⁶⁷ etc.

Por otro lado, está el subsector correspondiente al software de aplicaciones, que a diferencia del anterior, responde a las necesidades específicas de las empresas. Así, se diseñan programas "a la medida" de acuerdo con las necesidades de los clientes eventuales. Una vez que el programa ha sido desarrollado, los derechos de propiedad son transferidos a la empresa que compró el software.

El cuadro 5.5.1 muestra los principales fabricantes de software en el Perú, así como los productos en los que se especializan. Se encuentra una notoria presencia de las empresas nacionales en el subsector de software de aplicación, donde han encontrado un nicho de mercado, siendo capaces de competir con empresas extranjeras (Fernández-Baca et al., 2004d). Asimismo, como se describe en un estudio realizado por la Federación Colombiana de la Industria del Software (FEDESOF) sobre Perú, el desarrollo de software por las empresas peruanas parece ser una actividad relativamente concentrada en pocas empresas. Así, las veinte empresas más grandes mantienen cerca del 90% de la producción nacional. Esta información es coherente con las estimaciones hechas por la Cámara de Comercio de Lima (CCL, 2005)⁶⁸ junto con la Asociación Peruana de Productores de Software (APESOF), que indican que las grandes compañías de software representaban el 53% del mercado en el 2004; las empresas medianas 19%, y las pequeñas y microempresas (PYME) el 27% restante (véase el gráfico 5.5.1).

⁶⁷ Este apartado se basa en la descripción de las empresas internacionales que se encuentran en Fernández-Baca et al. (2004d).

⁶⁸ Estudio realizado por la Cámara de Comercio de Lima en colaboración con la Asociación Peruana de Productores de Software.

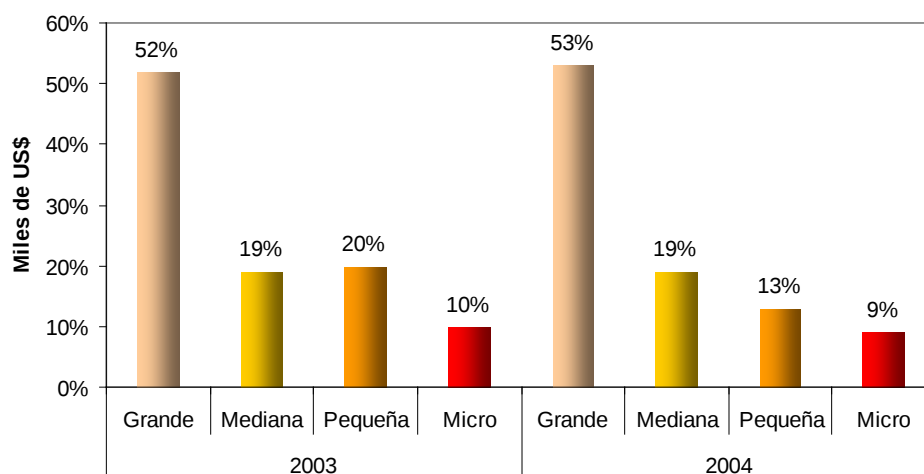
Cuadro 5.5.1. Compradores de software y principales empresas productoras nacionales

Soluciones informáticas para:	Productor
Banca y finanzas	NOVATRONIC, COSAPISOFT, RECURSE, COMSA, O&S Consultores, VENTHORIX, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C
Depósitos y valores	VENTHORIX
Minería	O&S Consultores, ENFOQUEWEB
Cuidado de la salud (farmacias, clínicas, etc.)	LOLIMSA, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C
Visitadores médicos	Corporación Medisys
Gestión empresarial y la administración	Siscont, SISTESA, Royal Systems, Enterprise solutions, Software Business, AM Systems SAC, GMD, Pegaso IT, Net Partners, Exact SIIGO, Business Quality, Applisys, Asix, Sonda del Perú, OSIS, ACON SAC, COMSA, VENTHORIX, SISTEMAS Y GESTION SAC, ETERNET S.A.C.
Control de activos fijos	D.M.S., VENTHORIX, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C.
Gobierno	COSAPISOFT, COMSA, VENTHORIX, SISTEMAS Y GESTION SAC, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C
Procesamiento de documentos	SISTEMAS Y GESTION SAC, COMSA, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C
Sistemas de Información Geográfica	TELEMATICA SA, COMSA
Recursos humanos, el acceso y control de asistencia	COSAPISOFT, DMS, COMSA, SISTEMAS Y GESTION SAC, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C
Telecomunicaciones	DEPESA, VISUAL SOFT, COMSA, VENTHORIX, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C
Protección antivirus y seguridad informática	HACKSOFT, KEEPERTECH S.A.
Internet y e-business	COSAPISOFT, DominioTech, AVATAR, Inexxo, Magia Comunicaciones, Eternet, Asix, Osis, COMSA, VENTHORIX, ENFOQUEWEB, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C.
Estaciones de gasolina, hoteles, restaurantes, puntos de venta	DATA BUSINESS, TELECSA, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C
Escuelas y bibliotecas	ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C
Consultoría y outsourcing	COSAPISOFT, PACNET, AVATAR, BACKGROUND, GMD, Transolutions Systems, COMSA, O&S Consultores, Sonda, Osis, VENTHORIX, SISTEMAS Y GESTION SAC, ENFOQUEWEB, ETERNET S.A.C., ROYAL SYSTEMS S.A.C.

Fuente: APESOFT (www.apesoft.org).

Elaboración propia.

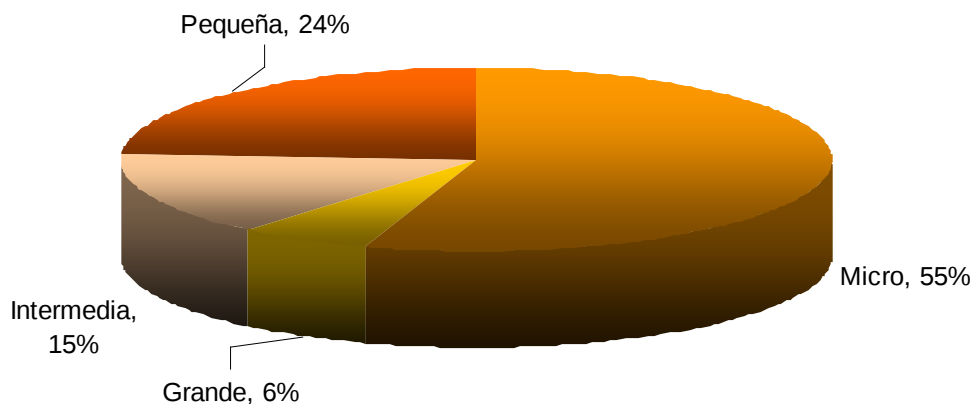
Gráfico 5.5.1. Participación de la compañía en la industria de software por tamaño (miles de US\$), 2003-2004



Fuente: CCL (2005).
Elaborado por CCL (2005).

En términos del número de empresas, la industria está principalmente compuesta de empresas de tamaño micro (55%), pequeñas (24%) e intermedias (15%), siendo las grandes empresas una minoría (6%). La cifra proporcionada por el CCL (2005) muestra los datos de una muestra representativa de 139 empresas en el sector (véase el gráfico 5.5.2).

Gráfico 5.5.2. Distribución de las empresas de software por tamaño



Fuente: CCL (2005).
Elaborado por CCL (2005).

Las empresas nacionales se agrupan en la Asociación Peruana de Productores de Software (APESOF). Es importante señalar que debido a que la mayoría de estas empresas desarrollan diferentes productos, más de la mitad no han registrado los derechos de autor de sus productos en el Instituto Nacional para la Defensa de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOP) y en algunos casos sólo registran algunos de estos.

Estimación de valor agregado

El cálculo del valor agregado de esta industria se basa en la metodología descrita en el capítulo 2 y en las estimaciones de la CCL (2005) sobre el sector del software. Según esta fuente el valor de las ventas totales asciende a US\$ 121.6 millones. Si se supone que el costo total es de 88% de esta cantidad y que la tasa promedio de rendimiento en la industria de software es del 12%,⁶⁹ los costos totales se sobreestimarán. Sin embargo, decidimos mantener una estimación razonablemente conservadora del valor agregado en lugar de utilizar otra fuente sin sustento. Por otra parte, en la mencionada publicación se señala que el costo de la mano de obra fue de aproximadamente el 60% de los costos totales. Con esta información se lleva a cabo la estimación del valor agregado de la industria del software, mostrada en el cuadro 5.5.2, y que asciende a US\$ 78.8 millones).

Cuadro 5.5.2. Valor agregado estimado para la industria del software (miles US\$), 2005

Cuenta	US\$ (miles)
Ingreso bruto ^{1/}	121,602.00
Costo ^{2/}	107,009.76
Ingreso operativo	14,592.24
Planilla ^{3/}	64,205.86
Valor agregado ^{4/}	78,798.10

^{1/} Estimado de la CCL, 2005.

^{2/} Tasa promedio de rentabilidad neta de la industria: 12%, según el presidente de APESOF, Rolando Liendo. El resultado subestima el valor agregado total dado que debe usarse el ratio costo/ ingreso bruto, el cual no se está disponible. Por otra parte, la cifra de la amortización, la cual no están disponibles, contribuye a la subestimación, porque la depreciación es parte del valor agregado, como establece el capítulo 2.

^{3/} Equivalen al 50% de los costos totales.

^{4/} La suma de los ingresos de operación y de planilla.

Elaboración propia.

La estimación de empleo

El empleo se calculó sobre la base de las cifras de CCL (2005). Esto permitió hacer una estimación basada en el supuesto de que el empleo y las ventas en el año 2005 son las mismas que en el anterior. Según dicha fuente, en el 2004 la industria empleaba 5,937 personas, y las ventas totales fueron de US\$ 101.4 millones. De este modo, nuestras estimaciones de empleo para el año 2005 son de 7,121 empleados.

⁶⁹ Entrevista con Rolando Liendo, Presidente de APESOF (ver anexo A para las fechas de entrevistas).

Cuadro 5.5.3. Empleo estimado en la industria del software, 2005

Actividad	Número de empleados
Publicación de software ^{1/}	7,121.31

^{1/} Estimación, basada en el año 2004 (CCL, 2005) cuando las ventas en 2004 ascendieron a US\$ 101.379 y el número de empleados era 5.937. Se asume el mismo ratio empleados / ventas para el 2005.

Elaboración propia.

Estimación de la balanza comercial

La estimación de la balanza comercial se basó en las cifras en el CCL (2005). La estimación incluye no sólo las ventas en el extranjero, sino también las transferencias a las empresas multinacionales con centros de desarrollo en el Perú.

Cuadro 5.5.4. Estimación de la balanza comercial de la industria del software (miles US\$), 2005

Actividad	US\$ (miles)
Exportaciones de software 2005 1/	18,728.00

Fuente: CCL, 2005.

5.6. La Industria Publicitaria

Es posible identificar los diferentes agentes económicos que intervienen en la industria de la publicidad. Entre ellos, los anunciantes⁷⁰ y los receptores de la publicidad⁷¹, participan en la generación de valor agregado y empleo a través de su relación con los agentes que producen los anuncios. Estas son las agencias de publicidad y las centrales de medios. Aunque los medios de comunicación también participan en cierta medida en esta industria, su valor agregado ya ha sido calculado en la Industria de Radio y Televisión y en la de Prensa y Literatura.

Las agencias de publicidad crean y producen contenidos, tienen en cuenta las ideas y mensajes que los anunciantes están tratando de comunicar, generalmente sobre los productos y servicios que ofrecen en el mercado, o sobre las marcas de sus productos, y tratan de conservar estos mensajes frescos en las mentes de los consumidores. Las agencias de publicidad pueden funcionar como intermediarios y subcontratar una parte considerable de los servicios necesarios para la producción de contenidos de la publicidad.

Las centrales de medios son organizaciones que enlazan a las empresas de publicidad con los medios de comunicación, ofreciendo la prestación de servicios especializados de consultoría dirigidos a la optimización de la cartera de inversión en publicidad en los diferentes medios de comunicación. Las centrales de medios operan a nivel mundial, con oficinas en muchos países, frecuentemente asociadas o aliadas con agencias de publicidad. Inicialmente, las agencias de publicidad más grandes tenían su propio equipo de expertos en medios de comunicación (el departamento de medios de comunicación), que estaban a cargo de dar consultorías a los anunciantes sobre la programación de la publicidad en diversos medios de comunicación. Sin embargo, con la aparición de organismos especializados de medios de comunicación, las agencias de publicidad se han centrado en la producción de contenidos de la publicidad. Al mismo tiempo, ha habido un proceso de fusiones y consolidaciones de los proveedores y las agencias de todo el mundo⁷².

La información sobre las inversiones en publicidad está disponible al nivel de las agencias de publicidad y de los proveedores de medios de comunicación. Como se muestra en el cuadro 5.6.1, no hay un nivel de concentración tan elevado aquí como hay en otros sectores. Sin embargo, las primeras cuatro empresas lideran el sector, ya que su cuota conjunta alcanza el 32.4% de la inversión publicitaria total. Entre estas, las dos primeras (Starcom y Mindshare) representan el 21% del mercado, mientras que las dos últimas (Publicidad Causa y Mayo FCB) constituyen el 11.4%. Según la información publicada en la página web de la Asociación Peruana de Agencias de Publicidad (APAP), Starcom y

⁷⁰ Empresas que invierten en publicidad con la intención de introducir un nuevo producto o servicio al mercado, o que están tratando de incrementar sus ventas de un producto existente. También hay entidades que de una forma u otra están conectados a la supervisión y la (auto) regulación de la industria de la publicidad, o que representan a las asociaciones de distintas empresas y agencias que participan en este sector. Algunas de ellas son la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), el Consejo de Usuarios de estudios de Audiometría (CUSEA), el Consejo Nacional de Supervisión de Publicidad (CONAPU) y el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV).

⁷¹ Consumidores o público en general.

⁷² Incluye Omnicom (Optimum Media Direction - OMD, BBDO, DDB, Pragma), Inter Public (Initiative, Universal, Lowell, FCB-Mayo, McCann Erickson), WPP (Mindshare, Mediaedge, J. W. Thompson, Young & Rubicam), y Publicis (Zenith, Optimedia, Starcom, Publicis net, Leo Burnett, Quorum and Nazca), entre otros.

Mindshare son centrales de medios transnacionales, mientras que Publicidad Causa y Mayo FCB son agencias de publicidad⁷³.

Cuadro 5.6.1. Inversión publicitaria en el Perú por Agencias de Publicidad y Centrales de Medios, 2005 (US\$)

Empresa	Televisión	Diarios	Revistas	Radios	Total	Como porcentaje de la inversión publicitaria total ^{1/}	
						%	Acumulado
STARCOM	24,297,861	3,746,463	607,697	2,206,244	30,858,265	11.9%	11.9%
MINDSHARE	16,747,985	3,697,192	763,571	2,327,410	23,536,158	9.1%	20.9%
Publicidad Causa	10,126,145	1,956,093	803,008	2,374,311	15,259,557	5.9%	26.8%
MAYO FCB	9,414,938	2,597,721	468,906	1,710,607	14,192,172	5.5%	32.2%
Central Media	4,192,483	1,756,122	289,826	1,110,553	7,348,984	2.8%	35.1%
Initiative	5,864,996	586,658	227,712	571,942	7,251,308	2.8%	37.9%
Media:Edge	4,147,727	1,264,416	334,626	770,557	6,517,326	2.5%	40.4%
OMD	3,200,385	793,816	266,719	872,245	5,133,165	2.0%	42.3%
OPTIMEDIA	2,984,878	518,972	334,537	660,608	4,498,995	1.7%	44.1%
LATINA	2,773,829	230,499	166,032	943,077	4,113,437	1.6%	45.7%
EURO RSCG PERÚ	2,042,683	626,480	297,760	537,947	3,504,870	1.3%	47.0%
Mc Cann Erickson	1,436,595	802,959	84,349	68,178	2,392,081	0.9%	47.9%
Grey Com. Group	1,297,332	497,045	294,730	291,336	2,380,443	0.9%	48.8%
JWT	704,905	144,217	242,072	225,394	1,316,588	0.5%	49.3%
PROPERÚ	1,011,806	12,793	2,836	254,817	1,282,252	0.5%	49.8%
J & R Publicistas	327,875	464,018	19,434	181,671	992,998	0.4%	50.2%
CUARZO IN	0	700,631	51,839	61,476	813,946	0.3%	50.5%
Young & Rubicam	302,657	131,470	16,349	141,103	591,579	0.2%	50.8%
Publicistas IMAA	218,176	0	0	350,883	569,059	0.2%	51.0%
DIMENSSION	460,107	10,476	1,386	11,814	483,783	0.2%	51.2%
Total	91,553,363	20,538,041	5,273,389	15,672,173	133,036,966	51.2%	
Distrib.por medio	68.8%	15.4%	4.0%	11.8%	100%		

^{1/} Porcentaje del total de US\$ 260,000,000 en publicidad en el año.

Fuente: Mediacheck y SME Monitor. Elaborado por Tarifario 17.65%⁷⁴.

Otro tipo de agentes que también opera en el sector de la publicidad son las empresas de investigación de mercados. Proporcionan algunos insumos para que las agencias de publicidad realicen la campaña publicitaria. Sin embargo, esta no es la única actividad que tienen pues también realizan estudios que permiten analizar las preferencias de los consumidores y las tendencias de gustos y percepciones acerca de los productos que permiten a sus clientes diseñar sus productos; o realizan encuestas de opinión. Así, su contribución no está en un cien por ciento relacionada con los derechos de autor. Algunas de las empresas que operan en Perú son: Compañía Peruana de Investigación de

⁷³ *Publicidad Causa* es una empresa peruana. *Mayo FCB* pertenece al grupo estadounidense DraftFCB.

⁷⁴ Las cifras se basan en los segundos emitidos (en radio y TV) y los espacios publicados (diarios y revistas) monitoreados por Media Check en 2005. Las cifras de inversión se calcularon en base a las tarifas reales de Mercado o negociadas. No se han incluido los canjes, los anuncios gratuitos ni aquellos considerados como bienestar público.

Mercados (CPI), Peruana de Opinión Pública (POP), Apoyo Estudios de Opinión e Investigación de Mercado, y Arellano Investigación de Marketing SA. Las actividades de estas empresas no están en un cien por ciento relacionadas con los derechos de autor. Asimismo, no ha sido medir su contribución parcial debido a la falta de información.

Estimación del valor agregado

En base a la información obtenida en las entrevistas con representantes de la industria de la publicidad sobre la estructura de costos de las agencias de publicidad y las centrales de medios⁷⁵, dado que sabemos que la inversión total en publicidad en el año 2005 fue de US\$ 260 millones, y utilizando la metodología presentada en el capítulo 2, se ha calculado el valor agregado de esta industria.

Como declararon los informantes, de la inversión total de publicidad, las agencias de publicidad obtienen aproximadamente el 18% de los ingresos⁷⁶, mientras que las centrales de medios se quedan con un 3%. Para una agencias de publicidad, los costos totales son la suma de los gastos generales (como una norma internacional, es de aproximadamente el 20% de los ingresos) y la nómina (aproximadamente el 55% de los ingresos). Por lo tanto, los costos totales son alrededor del 75% de los ingresos totales. Para una central de medios, los beneficios netos son aproximadamente el 20% de los ingresos (además, asumimos que utilidad operativa es la misma que la utilidad neta) y la nómina es el 50% de los ingresos. El valor agregado se obtiene añadiendo la utilidad operativa con la nómina. Para las agencias de publicidad, el valor agregado es US\$ 37.4 millones y para las centrales de medios de US\$ 5.5.

⁷⁵ En especial, las entrevistas realizadas al Sr. Bernardo Verjovski, Gerente General de *Analistas & Consultores*, el Sr. Álvaro Flores Estrada, presidente de la APAP, el Sr. Carlos Trujillo, director de Nuevos Negocios de Mayo FCB, y la Sra. Lone Strobach, Presidenta de la Asociación de Centrales de Medios y Gerente General de Mindshare.

⁷⁶ Los Ingresos se definen como la substracción del *cost of billing* (los costos de subcontratar servicios, como agencias de modelos, equipos realizadores, etc.) al *billing* (facturación, pago del contratante).

Cuadro 5.6.2. Valor Agregado en Publicidad, 2005

Cuenta	Agencias de Publicidad (miles de US\$)	Centrales de Medios (miles de US\$)	Total (miles de US\$)
Ingresos	46,800 ^{1/}	7,800 ^{2/}	54,600
Costos totales	35,100 ^{3/}	6,240 ^{4/}	41,340
Utilidad operativa	11,700 ^{5/}	1,560 ^{5/}	13,260
Nómina	25,740 ^{3/}	3,900 ^{6/}	29,640
Valor agregado	37,440^{7/}	5,460^{7/}	42,900
Valor agregado como porcentaje del Valor Agregado Nacional	0.0524%	0.0076%	0.0600%

^{1/} 18% de la inversión publicitaria total. Los ingresos son definidos como la substracción del *cost of billings* (los costos de subcontratar servicios, como agencias de modelos, equipos realizadores, etc.) al *billing* (facturación, pago del contratante).

^{2/} 3% de la inversión publicitaria total.

^{3/} Para una agencia de publicidad, los costos totales son la suma de los gastos generales (como regla internacional, aproximadamente 20% de los ingresos) y la nómina (aproximadamente 55% de los ingresos). Por lo tanto, los costos totales son alrededor del 75% de los ingresos totales.

^{4/} Para una central de medios, los beneficios netos son aproximadamente 20% de los ingresos. Además, se ha asumido que la utilidad operativa es la misma que la utilidad neta.

^{5/} Ingresos menos costos totales.

^{6/} La nómina es el 50% de los ingresos.

^{7/} Agregación de la utilidad operativa y la nómina.

Fuente: Información sobre las agencias de publicidad obtenida de Álvaro Flores Estrada, presidente de la APAP, y Carlos Trujillo, Director de Nuevos Negocios de Mayo FCB, y de las centrales de medios de la Gerente General de Mindshare, Sra. Lone Strobach.

Elaboración propia.

Estimación del empleo

Para la estimación del empleo generado en la industria de la publicidad se utilizó la información de la EEA (2005), en concreto para el código CIIU:

❖ Publicidad, Código CIIU 7430

La metodología de estimación puede ser vista en el capítulo 2. En el cuadro 5.6.3 se puede ver que esta industria contribuye con la generación de 34,647 empleos.

Cuadro 5.6.3. Empleo en Publicidad, 2005

Actividad económica	CIIU	Empleo total	Como porcentaje del empleo nacional
Agencias, servicios de compra	7430	34,647	0.2616%

Fuente: EEA 2005.

Elaboración propia.

5.7. Las Sociedades de gestión colectiva de derechos de autor

Las sociedades de gestión colectiva son una parte esencial de las Industrias Basadas en Derechos de Autor Principales porque contribuyen sustancialmente al proceso que sustenta el funcionamiento del sistema, como es el enlace entre los propietarios de derechos de autor (los creadores) y los usuarios (Tavera y Oré, 2006). Estas son instituciones sin fines de lucro dedicadas a recolectar, administrar y distribuir los fondos a sus asociados.

Las cinco sociedades de gestión que operan en el país son:

- a) ANAIE: Asociación Nacional de Artistas, Intérpretes y Ejecutantes
- b) APDAYC: Asociación Peruana de Autores y Compositores
- c) APSAV: Asociación Peruana de Artistas Visuales
- d) EGEDA: Entidad de Gestión de Derechos de los Productores
- e) UNIMPRO: Unión Peruana de Productores Fonográficos

Asociación Nacional de Artistas intérpretes y ejecutantes (ANAIE)⁷⁷

Esta sociedad de gestión colectiva está relacionada con la industria audiovisual y de grabación. Creada en 1993, administra los derechos patrimoniales y morales de los artistas que pertenecen a la asociación, y recauda los derechos por el uso público de sus obras audiovisuales o registradas en relación con los usos secundarios de las grabaciones (es decir, para los anuncios, ya sea para uso público o privado), tanto dentro del país o en el extranjero. Este alcance internacional se logró a través de contratos de representación con sus asociaciones de contraparte en el extranjero (incluyendo a Colombia, Venezuela, Chile, Bolivia, Ecuador, Brasil, Uruguay, México, Francia e Italia). También autoriza la difusión pública, copia, reproducción directa o indirecta de los productos audiovisuales de sus miembros, así como el cobro de las regalías correspondientes a dichos eventos realizados en los salones de baile y espectáculos, salas de cine, cable o televisión vía satélite, su uso en karaokes y otros clubes, bares, hoteles, hospitales, centros comerciales y otros lugares públicos. Un amplio espectro de artistas se encuentran asociados con ANAIE, entre ellos, músicos, cantantes, actores, bailarines, coreógrafos y directores de orquesta y el teatro, la televisión y directores de cine.

La relación entre ANAIE y la Unión Peruana de Productores Fonográficos (UNIMPRO) establece que los pagos de regalías para los registros secundarios son compartidos por los artistas y productores de discos. La Oficina de Derechos de Autor (ODA) de INDECOPI ha establecido que UNIMPRO deberá asumir sus responsabilidades en la recaudación de regalías y la administración. Para el año 2005 un total de 1,198 artistas cobraron regalías.

⁷⁷ Registrada en la ficha 16260 del Registro de Personas Jurídicas de Lima y Callao de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), y autorizada como sociedad de gestión colectiva por la Resolución N° 0047-2001/ODA-INDECOPI de la Oficina de Derecho de Autor del INDECOPI, e inscrita también en el registro de dicha Oficina.

Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDAYC)

La Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDAYC) es una sociedad de gestión colectiva dedicada a la recaudación de derechos de autor para los autores y compositores de la música en el Perú. La APDAYC cuenta con 16 oficinas en Lima y en 23 oficinas en las provincias, y es la única sociedad autorizada por el Estado peruano para recaudar y distribuir las regalías a los autores y compositores, siempre que sus obras sean utilizadas y divulgadas⁷⁸.

Fundada en 1952, agrupa a más de cuatro mil autores y compositores en el Perú y representa a todos los autores del mundo a través de la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC), que, junto con otras instituciones similares, administra el 98% de los repertorios de todo el mundo a través de 36 acuerdos mutuos internacionales firmados.

Asociación Peruana de Artistas Visuales (APSAV)⁷⁹

La Asociación de Artistas Visuales del Perú (APSAV) es una sociedad de gestión colectiva que desde el 2004, 4 años después de su creación, se encarga de supervisar el uso dado a las obras de sus miembros, así como recaudar y distribuir las regalías. Además, está a cargo de la concesión de licencias para la reproducción, distribución y difusión pública de obras, así como de la recopilación y distribución de regalías por derecho de autor y derechos conexos de sus asociados en la industria audiovisual, tanto a nivel nacional e internacional. Asimismo, supervisa el porcentaje de re-venta de obras originales. El número de sus asociados en el año 2005 ascendió a 127.

Su radio de acción incluye el ámbito de la creación (que va desde dibujos, collages, cómics, y arte electrónico hasta la escultura, la fotografía, el tallado de instalaciones, intervenciones, pintura y videoarte) de obras audiovisuales de artistas, tanto fijas como en movimiento, independiente del material. Administra los derechos de los 40.000 artistas visuales en el mundo a través de acuerdos con España, Francia, Alemania, México, Bélgica, EE.UU., Chile, Venezuela, entre otros.⁸⁰

Entidad de Gestión de Derechos de Productores Audiovisuales (EGEDA)⁸¹

La Entidad de Gestión de Derechos de Productores Audiovisuales a través de su filial en América Latina, EGEDA Perú, es la entidad de gestión colectiva que desde su creación en 2002 ha representado y definido los derechos de propiedad intelectual de los productores audiovisuales y grabadores, así como los titulares de derechos. Estos derechos se describen en la Ley de Derecho de Autor mediante el Decreto Legislativo N° 822. Representa a más de ocho mil productores a nivel mundial.

⁷⁸ <http://www.apdayc.org.pe>.

⁷⁹ Está registrada como una organización civil sin fines de lucro en el Expediente N° 11008511 del Registro Público y está autorizada como una sociedad de gestión colectiva por la Resolución N° 00070-1999-ODA/INDECOPI, emitido por la Oficina de Derecho de Autor del INDECOPI.

⁸⁰ <http://www.apsav.org.pe/principal.htm>.

⁸¹ Autorizada por la Resolución N° 072-2002-ODA-INDECOPI de fecha 11 de junio 2002, publicado en las normas legales del diario oficial El Peruano.

EGEDA Perú tiene objetivo garantizar la protección de esos derechos y luchar contra la piratería y el fraude en el sector audiovisual, así como la promoción del sector audiovisual de Perú. Además, es responsable de los derechos que corresponden a sus administradores como retransmisión de versiones, difusión pública de obras y grabaciones audiovisuales, compensación por copia privada, así como la administración y protección de todos los demás derechos correspondientes a los productores audiovisuales descritos en la ley de Derechos de Autor.

Unión Peruana de Productores Fonográficos (UNIMPRO)⁸²

La Unión de Productores Fonográficos del Perú (UNIMPRO) agrupa a los productores de discos naturales o constituidos en sociedad (los productores de grabaciones musicales) y los artistas ejecutantes y lleva a cabo la administración de sus derechos. Dentro de sus responsabilidades está la administración de los derechos de sus autores y productores⁸³. Entre sus miembros asociados están: Sony Music Entertainment Perú Distribuidora y Ventas S.A., Universal Music Perú S.A., Producciones IEMPSA SA, Wika Discos S.A., Rosita Producciones EIRL, Mega Entretenimiento EIRL, BMG Ariola de Colombia Sucursal Peruana S.A.

Por otro lado, ha sido designada por la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI por sus siglas en inglés)⁸⁴ como el organismo nacional encargado de controlar y verificar que la copia de los registros se ajuste a la Código Estándar Internacional de Grabación (ISRC por sus siglas en inglés) que, mediante los cuatro sub códigos que componen cada código, permite un control sencillo sobre los registros y la información. La información pertinente incluye el país de origen, el titular principal, el año registrado y la secuencia, permitiendo así desarrollar un sistema de identificación.

Valor agregado y la estimación de empleo

Dado que estas SGC son instituciones sin fines de lucro, su valor agregado es el valor del empleo que generan. Usando la información proporcionada por las Sociedades de Gestión Colectiva, se lleva a cabo los cálculos pertinentes en el cuadro 5.7.1.

⁸² Establecido por la Resolución. No. 172-2001/ODA-INDECOPI de fecha 19/06/2001, publicada el 1 de agosto de 2001, en el diario oficial El Peruano.

⁸³ <http://www.unimpro.org/index2.htm>

⁸⁴ La International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) es una organización internacional que representa a la industria fonográfica a nivel mundial, co 1,400 miembros en 73 países, y asociaciones fonográficas asociadas en 48 países. Su misión es promover el valor de las grabaciones musicales, proteger los derechos de los productores fonográficos y expandir los usos comerciales de las grabaciones musicales.

Cuadro 5.7.1. Valor agregado y el empleo de las Sociedades de Gestión Colectiva de Derechos de Autor (miles de US\$), 2005

Sociedades de Gestión Colectiva	Valor Agregado (US\$)	Como porcentaje del V.A total	Empleo^{2/}	Como porcentaje del empleo total
APDAYC	837,716	0.00117	131 ^{3/}	0.00099
UNIMPRO	95,922 ^{1/}	0.000134	15	0.00011
APSAV	7,280	0.000010	3	0.00002
Total	940,918	0.00132	149	0.00113

^{1/} Estimado asumiendo el mismo valor agregado por empleado que APDAYC.

^{2/} Cifras proporcionadas por las Sociedades de Gestión Colectiva de Derecho de Autor en las entrevistas (ver anexo A).

^{3/} Con 108 empleados contratados y 23 bajo la modalidad de servicios no personales.
Elaboración propia.

6. Conclusiones y recomendaciones

Las Industrias Basadas en Derechos de Autor son un componente importante de la economía del Perú. Su contribución al valor agregado se ha calculado en 2.6%, lo que representa un porcentaje superior al aporte del sector financiero peruano y al sector de electricidad y agua. Teniendo en cuenta su condición de país en desarrollo, esta contribución al valor agregado es significativa.

La contribución al empleo es de 4.5% del total nacional. Este monto casi duplica la contribución al valor agregado y tiene un gran componente que depende de las industrias de apoyo. Asimismo, las IBDA en el Perú representan una proporción mayor del empleo que las de Australia o de Jamaica, con cifras similares a las de algunas naciones de Europa, como Letonia y Croacia.

En cuanto al comercio exterior, las Industrias Basadas en Derechos de Autor representan 0.8% de las exportaciones del Perú y el 5.4% de sus importaciones, haciendo de éste un país importador neto de obras de propiedad intelectual, bienes y servicios relacionados. Mientras que las industrias principales son la fuente más importante de exportaciones, con más del 50% del total, el predominio de las importaciones de las industrias interdependientes indica una dependencia de bienes e insumos fabricados en el extranjero.

Es importante indicar que consideramos que los resultados de la estimación establecen una cota inferior a la contribución de las IBDA a la economía peruana. En primer lugar, esto se debe a que se subestiman las cifras para algunas actividades y en otros casos no se estiman debido a la falta de información. De hecho, hay algunas actividades específicas para las cuales no hay información disponible, incluyendo datos sobre las microempresas, autoempleo y tercerización del empleo. Desde esta perspectiva, es posible concluir que estas estimaciones subestiman el desempeño de las IBDA con respecto al valor agregado, empleo y comercio exterior. En segundo lugar, si bien en la mayoría de las actividades económicas del Perú hay una fuerte concentración de los agentes económicos en Lima, existen actividades importantes que se realizan fuera de Lima y que, por la escasez y poca fiabilidad de datos, se dejan de lado en el análisis.

Aunque confiamos en la pertinencia y lo adecuado de la metodología utilizada para este informe, no hay información suficiente sobre la estructura de costos e ingresos de las industrias principales, incluidas Prensa y Literatura, Música, y Cine y Televisión. Esta es otra razón por la que consideramos que nuestra estimación debe ser refinada con una mejor recopilación de datos y un ajuste más preciso de los modelos utilizados en el Perú.

Los recientes cambios normativos serán beneficiosos para obtener una protección adecuada de los derechos de autor y derechos conexos en el Perú. No sólo se han establecido sanciones a los supuestos de elusión de medidas tecnológicas efectivas y a los supuestos de infracciones vinculadas a la alteración de información sobre gestión de derechos, sino que se han incorporado modificaciones al Código Penal y se han dictado disposiciones para la aplicación de las medidas en frontera. Del mismo modo, el INDECOPI ha sido fortalecido institucionalmente y se han concedido facultades adicionales a las autoridades judiciales. Sin embargo, para obtener mejores resultados en la lucha contra la piratería, las autoridades administrativas y judiciales deben contar con mayores recursos y la población debe ser educada sobre el respeto de la propiedad intelectual.

Recomendaciones

En este estudio no se ha presentado la evolución ni la tendencia de la contribución de las Industrias Basadas en Derechos de Autor para la economía peruana, sino sólo la imagen de ellas en un momento del tiempo, considerando además cierto nivel de error, dadas las limitaciones mencionadas anteriormente. Para corregir esta situación, se recomienda como primer paso la construcción de tablas insumo-producto en las cuales las IBDA se incluyan expresamente. Para mejorar la recopilación de datos, se recomienda que se lleven a cabo encuestas a micro empresas basadas en derechos de autor, habida cuenta de su importancia para la economía peruana, sobre todo en cuanto a la generación de empleo, dado que una serie de actividades relacionadas a las Industrias Basadas en Derechos de Autor tienden a ser intensivas en mano de obra.

Todos los esfuerzos de recopilación de datos deberían prestar especial atención a las actividades económicas de las IBDA que se realizan fuera de Lima. Es necesario llevar a cabo estudios específicos sobre los nuevos agentes económicos regionales, en particular de las actividades de medios de comunicación y de impresión, para determinar si los modelos basados en empresas de Lima son fiables y pertinentes.

Consideramos que es crucial estimar la contribución económica de dichas industrias en los próximos años, para así tener una idea más clara del desarrollo de estas actividades. De hecho, la evidencia internacional sugiere que hay una tendencia creciente. ¿Cuál es la evolución esperada de la contribución económica de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en los países en desarrollo, concretamente en el Perú, en términos de valor agregado, el empleo, exportaciones e importaciones? Como se ha mencionado, el Perú es una economía emergente que presenta altas tasas de crecimiento, alcanzado el orden del 9% para el 2007. En este contexto, no es difícil pensar que las Industrias Basadas en Derechos de Autor tendrán una importancia creciente en la generación de valor agregado, no sólo dado su papel en la producción de bienes y servicios finales, sino también por la influencia que ejerce en la producción de un factor clave, el conocimiento. Con esta información, estudios posteriores podrán ser capaces de establecer los efectos de las políticas públicas, como la aplicación de la protección intelectual, en la contribución económica de las IBDA.

En este sentido, puede ser necesario estimar los factores de derechos de autor para la economía peruana a fin de obtener una estimación más precisa de la contribución de las IBDA Parciales y de Apoyo. Para lograr estos resultados, la cooperación directa, la coordinación y el aprovechamiento de las sinergias entre los diferentes actores e instituciones oficiales a cargo de la promoción y protección de las Industrias Basadas en Derechos de Autor y de la Propiedad Intelectual son prioridad. Además, el papel de una institución internacional como la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) de las Naciones Unidas, con experiencia en la elaboración de este tipo de procesos, es un pilar fundamental.

A pesar de sus limitaciones, la difusión de este informe, especialmente entre los líderes de opinión de los actores relevantes, funcionarios y legisladores, estimulará el debate y ayudará a fomentar la comprensión del papel que las industrias culturales y las basadas en los derechos de autor están desempeñando en el proceso de crecimiento económico. Sería conveniente diseñar eventos de difusión para industrias específicas, para así discutir conclusiones y recomendaciones de política sectoriales.

Se requiere investigación adicional sobre la contribución de los mercados emergentes, incluida la producción de música independiente, las presentaciones y la grabación de música andina, tropical y sus variantes, así como del nuevo movimiento de rock juvenil que comienza a gestarse. Asimismo, es necesario investigar sobre la producción de editoriales independientes, cortometrajes, documentales y producciones similares en formatos digitales. No debemos olvidar también la importancia que tienen las industrias de vestido, de fotografía e ilustración, las producciones teatrales, los caricaturistas y otras actividades menos conocidas pero relevantes.

Por último, es importante destacar la promoción y protección de los derechos de propiedad intelectual como una vía clave para el desarrollo de cada industria y el estímulo de la inversión de los agentes involucrados en estas actividades.

Referencias

Antonioli, Dante (2006). *"El libro en el Perú: evolución y diagnóstico, 1995-2005"*. PROMOLIBRO. Lima. 135 pp.

Asociación Peruana de Autores y Compositores – APDAYC (2005) Memoria 2005. Lima: APDAYC.

Asociación Peruana de Productores de Software - APESOFT (2006) Industria del Software en el Perú y la Propiedad Intelectual: Situación Actual y Perspectivas. Versión PowerPoint.

Apoyo Opinión y Mercado (2005), IGM Actitudes hacia la prensa escrita, Lima: Apoyo.

Biblioteca Nacional del Perú - BNP (2005), *Bibliografía Peruana*, Lima: BNP.

Cámara de Comercio de Lima – CCL, Programa de Apoyo a la Competitividad de la Industria del Software; APESOFT (2005) *Perfil de la Industria Peruana De Software 2005*. Lima. 45pp.

Cámara Peruana del Libro – CPL (no date) Estadísticas del Libro en el Perú. Available in: www.cpl.org.pe/estadistica/bajar3.php?id_leyestadistica=25D17Z37Z

Cámara Peruana del Libro – CPL (2005a) La piratería editorial y los determinantes de su demanda. Informe. CPL.

Cámara Peruana del Libro – CPL (2005b) Una aproximación al mercado informal de la industria pirata editorial. Informe. CPL.

Cámara Peruana del Libro – CPL (2006) Padrón de Asociados Diciembre 2006.

FEDESOFTE (no date) La Industria del Software en Perú: Análisis de Mercado y Estratégico Sectorial. Available en: <http://www.proexport.com.co/VBeContent/servicios/NewsDetail.asp?ID=1457&IDCompany=12>

Fernández-Baca, Jorge, Gustavo León y León, Janice Seinfeld and Ylva Villavicencio (2004a). *Informe Final Sobre La Piratería en la Industria del Libro en el Perú*. Proyecto Crecer. Lima: Proyecto CRECER.

Fernández-Baca, Jorge, Gustavo León y León, Janice Seinfeld and Ylva Villavicencio (2004b), *Informe final sobre la piratería en la industria de fonogramas en el Perú*, Lima: Proyecto CRECER.

Fernández-Baca, Jorge, Gustavo León y León, Janice Seinfeld and Ylva Villavicencio (2004c), *Informe final sobre la piratería en la industria de películas y videos en el Perú*, Lima: Proyecto CRECER.

Fernández-Baca, Jorge, Gustavo León y León, Janice Seinfeld and Ylva Villavicencio (2004d), *Informe final sobre la piratería en la industria de software en el Perú*, Lima: Proyecto CRECER.

International Intellectual Property Alliance - IIPA (2006) Special 301 Report Peru. Disponible en <http://www.iipa.com/rbc/2006/2006SPEC301PERU.pdf>

International Intellectual Property Alliance - IIPA (2007) Special 301 Report Peru. Disponible en <http://www.iipa.com/rbc/2007/2007SPEC301PERU.pdf>

Instituto Nacional de la Competencia y Propiedad Intelectual - INDECOPI (2004), *La Industria Fonográfica y la Piratería en el Mercado Peruano 1999-2003*, Documento de Discusión No 03-2004/GEE. Lima: Gerencia de Estudios Económicos-INDECOPI.

Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad San Martín de Porres – IDI-EPTH-USMP (2005), *El impacto económico de la cultura en Perú*, Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Márquez-Mees, Victoria, Mariano Ruiz Funes y Berenice Yaber (2006) The economic contribution of copyright-based industries in Mexico. Manuscript. Prepared for WIPO.

Naciones Unidas – NU (2000) Handbook of National Accounting -Links between Business Accounting and National Accounting. Department of Economic and Social Affairs Statistics División Studies in Methods. Series F, No. 76. Nueva York: NU.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI and Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP (no date) Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile. Manuscrito.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI (2003) Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries. Ginebra: WIPO.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI (2006) National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries. Creative Industries Series No. 1. Geneva: WIPO.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI and State Intellectual Property Office of the Republic of Croatia (2007) Economic Contribution of Copyright-Based Industries to the economy of the Republic of Croatia. Manuscript.

Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL (2002). “Situación del Mercado de Televisión por cable”. Lima: OSIPTEL.

Superintendencia Nacional de Aduanas - SUNAD (2005a) Anuario Estadístico, Importaciones. Lima: SUNAD.

Superintendencia Nacional de Aduanas - SUNAD (2005b) Anuario Estadístico, Exportaciones. Lima: SUNAD.

Tavera, Jose and Tilsa Oré (2006). Las Sociedades de Gestión Colectiva de los Derechos de Autor: Una Revisión al Caso Peruano. Documento de Impacto N° 002 – 2006/GEE. Lima: INDECOPI.

Weber, René (2000) Hacia una nueva Ley de Cine en el Perú. En: Butaca Sanmarquina, año 2, No 7, Setiembre.

Lista de acrónimos

ACDP:	Asociación de Cineastas del Perú
ADPIC:	Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)
ANAIE:	Asociación Nacional de Artistas, Intérpretes y Ejecutantes
ANDA:	Asociación Nacional de Anunciantes
ANR:	Comité Nacional de Radio
APAP:	Asociación Peruana de Agencias de Publicidad
APC:	Acuerdo de Promoción Comercial
APCP:	Asociación de Productores Cinematográficos del Perú
APDAYC:	Asociación Peruana de Autores y Compositores
APDIF:	Asociación para la Protección de los Derechos Intelectuales sobre Fonogramas
APSAV:	Asociación Peruana de Artistas Visuales
APESOFT:	Asociación Peruana de Productores de Software
BCRP:	Banco Central de Reserva del Perú
BNP:	Biblioteca Nacional del Perú
BSA:	Business Software Alliance
CAPEM:	Cámara Peruana de Editores de Música
CATV:	Community Antenna Television
CCL:	Cámara de Comercio de Lima
CD:	Compact Disc
CERLALC:	Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe
CIIU:	Clasificación Internacional Industrial Uniforme
CIF:	Cost, insurance and freight
CISAC:	Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores
CN:	Cuentas Nacionales
CNR:	Coordinadora Nacional de Radio
CONACINE:	Consejo Nacional de Cine
CONAPU:	Consejo Nacional de Supervisión de la Publicidad
CONASEV:	Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores
CONCORTV:	Consejo Consultivo de Radio y Televisión
CONFIEP:	Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas
CPI:	Compañía Peruana de Investigación de Mercados
CPL:	Cámara Peruana del Libro
CPN:	Cadena Peruana de Noticias
CUSEA:	Consejo de Usuarios de estudios de Audiometría
DVD:	Digital Versatile Disc or Digital Video Disc
EBITDA:	Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización, Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization
EEA:	Encuesta Económica Anual
EF:	Estados Financieros
EGEDA:	Entidad de Gestión de Derechos de los Productores
ENAHOG:	Encuesta Nacional de Hogares
FEDESOF:	Federación Colombiana de la Industria del Software

FENVENDRELPE:	Federación Nacional de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú
FOB:	Free on Board
IBDA:	Industrias Basadas en Derechos de Autor
IBM:	international Business Machines
IDI-EPH-USMP:	Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres
IGV:	Impuesto General a las Ventas
INEI:	Instituto Nacional de Estadística e Informática
INDECOPI:	Instituto Nacional de la Competencia y Propiedad Intelectual
ISBN:	International Standard Book Number
ISRC:	International Standard Recording Code
IT:	Information Technology
MMDS:	Multichannel Multipoint Distribution System
MS:	Masa Salarial o Gasto en Planillas
MTC:	Ministerio de Transportes y Comunicaciones
NANDINA:	Nomenclatura Común de los Países Miembros del Acuerdo de Cartagena
NU:	Naciones Unidas
OCAM:	Organisation commune africain mauricienne
ODA:	Oficina de Derechos de Autor – INDECOPI
OMD:	Optimum Media Direction
OMPI:	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
OSIPTEL:	Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones
PIB:	Producto Interno Bruto
POP:	Peruana de Opinión Pública
PRODUCE:	Ministerio de Producción
PUCP:	Pontificia Universidad Católica del Perú
PYME:	Pequeña y Micro empresa
RE:	Renta de Explotación
RPP:	Radio Programas del Perú
SGC:	Sociedades de Gestión colectiva
SNI:	Sociedad Nacional de Industrias
SOCINE:	Sociedad Peruana de Directores y Productores Cinematográficos
SPIA:	Sociedad Peruana de la Industria Audiovisual
SUNAD:	Superintendencia Nacional de Aduanas
SUNARP:	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos
SUNAT:	Superintendencia Nacional de Administración Tributaria
TNP:	Televisión Nacional del Perú
TDV:	Tecnología Digital Victoria
TODA:	Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor - WIPO Copyright Treaty (WCT)
TOIEF:	Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas - WIPO Performance and Phonograms Treaty (WPPT)
UIP:	United International Pictures
UIT:	Unidad Impositiva Tributaria
UNICAMP:	Universidade Estadual de Campinas
UNIMPRO:	Unión Peruana de Productores Fonográficos
USMP:	Universidad San Martín de Porres
VA:	Valor Agregado

Anexo A: Entrevistas realizadas

Industria de Prensa y Literatura

- 1) **Fecha:** 13 de diciembre, 2006
Institución: Cámara peruana del libro (CPL)
Nombre: Liliana Minaya Cáceda
Cargo: Gerente
- 2) **Fecha:** 16 de febrero, 2007
Institución: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)
Nombre: Patricia Arévalo
Cargo: Director General
- 3) **Fecha:** 28 de junio, 2007
Institución: Diario La República
Nombre: Daniela Bibolini
Cargo: Jefe de Proyectos Comerciales
- 4) **Fecha:** 28 de junio, 2007
Institución: Diario La República
Nombre: Maria Eugenia Mohme
Cargo: Gerente de Servicios Corporativos
- 5) **Fecha:** 9 de julio, 2007
Institución: Federación Nacional de Vendedores de Diarios, Revistas y Loterías del Perú (FENVENDRELP)
Nombre: Rufino Quilca
Cargo: Subsecretario General

Industria de la Música

- 6) **Fecha:** 16 de febrero, 2007
Institución: Productora Rock en el Parque
Nombre: Julio César Vásquez
Cargo: Productor General
- 7) **Fecha:** 2 de abril, 2007
Institución: Tecnología Digital Victoria (TDV)
Nombre: Francisco Samillán
Cargo: Gerente de Ventas
- 8) **Fecha:** 2 de abril, 2007
Institución: Tecnología Digital Victoria (TDV)
Nombre: Fernando Peña
Cargo: Gerente de Marketing
- 9) **Fecha:** 3 de agosto, 2007
Institución: Phantom Music

- Nombre:** Eduardo Ponce
Cargo: Gerente de Marketing
- 10) **Fecha:** 23 de noviembre, 2007
Institución: QC Entertainment S.A.C.
Nombre: Ana María Carbonell
Cargo: Gerente General

Industria del cine

- 11) **Fecha:** 26 de enero, 2007
Institución: Consejo Nacional de Cine (CONACINE)
Nombre: Emilio Moscoso Manrique
Cargo: Secretario Ejecutivo
- 12) **Fecha:** 23 de marzo, 2007
Institución: Sociedad Peruana de la Industria Audiovisual (SPIA)
Nombre: Jorge Delgado
Cargo: Presidente
- 13) **Fecha:** 26 de marzo, 2007
Institución: Cinedatos del Perú
Nombre: Percy Valladares
Cargo: Dueño
- 14) **Fecha:** 29 de marzo, 2007
Institución: United International Pictures (UIP)
Nombre: Luis Dager Alva
Cargo: Gerente de Ventas
- 15) **Fecha:** 20 de julio, 2007
Institución: Argos Productions, CONACINE, Asociación de Productores Cinematográficos del Perú (APCP)
Nombre: Nathalie Hendrickx
Cargo: Productora Ejecutiva, Miembro del Comité Ejecutivo
- 16) **Fecha:** 7 de agosto, 2007
Institución: Cineplanet
Nombre: Christian Alva
Cargo: Gerente de Marketing
- 17) **Fecha:** 7 de agosto, 2007
Institución: Cineplanet
Nombre: Alicia Cruzate
Cargo: Contador General
- 18) **Fecha:** 28 de agosto, 2007
Institución: Warner Bros - Twentieth Century Fox - Perú
Nombre: Hernán Viviano
Cargo: Gerente General

Industria de Radio y Televisión

- 19) **Fecha:** 17 de enero; 12 de julio, 2007
Institución: Comité Nacional de Radio (ANR)
Nombre: Daniel Chapell
Cargo: Director Ejecutivo
- 20) **Fecha:** 17 de enero, 2007
Institución: Comité Nacional de Radio (ANR)
Nombre: Natalia Calderón
Cargo: Funcionaria
- 21) **Fecha:** 27 de febrero, 2007
Institución: Asociación Protectora de los Derechos Intelectuales Fonográficos (APDIF)
Nombre: José Anderson Tuesta López
Cargo: Asesor Legal
- 22) **Fecha:** 28 de noviembre, 2007
Institución: Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV)
Nombre: Carlos Rivadeneyra
Cargo: Miembros del Directorio

Industria de Software

- 23) **Fecha:** 30 de noviembre, 2006
Institución: Asociación Peruana de Productores de Software (APESOFT)
Nombre: Rafael Romero Mina
Cargo: Gerente General
- 24) **Fecha:** 24 de enero, 2007
Institución: Lolimsa
Nombre: Rolando Liendo Chicata
Cargo: Gerente de Lolimsa, Presidente del Comité Directivo de la Asociación Peruana de Productores de Software (APESOFT)

Industria Publicitaria

- 25) **Fecha:** 30 de noviembre, 2006
Institución: Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA)
Nombre: Martha De Weck
Cargo: Administrador
- 26) **Fecha:** 12 de febrero, 2007
Institución: Dixit
Nombre: Manuel Echegaray
Cargo: Gerente General
- 27) **Fecha:** 27 de marzo, 2007
Institución: Asociación Peruana de Agencias de Publicidad (APAP)
Nombre: Álvaro Florez Estrada

- Cargo:** Presidente de APAP, Presidente de Publicis
- 28) **Fecha:** 2 de abril, 2007
Institución1: Mindshare.
Institución2: Asociación de Centrales de Medios.
Nombre: Lone Strobach
Cargo1: Gerente General
Cargo2: Presidente
- 29) **Fecha:** 27 de junio, 2007
Institución: Mayo FCB
Nombre: Carlos Trujillo
Cargo: Director de Nuevos Negocios

Sociedades de Gestión Colectiva

- 30) **Fecha:** 21 de noviembre, 2006
Institución: Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA)
Nombre: Juan Pablo Grau Quinteros
Cargo: Director General
- 31) **Fecha:** 27 de noviembre, 2006, 14 de noviembre 2007
Institución: Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDAYC)
Nombre: Armando Masse Fernández
Cargo: Presidente del Consejo Ejecutivo
- 32) **Fecha:** 11 de enero, 2007; 2 de abril, 2007
Institución: Unión Peruana de Productores Fonográficos (UNIMPRO)
Nombre: Guillermo Bracamonte Ortiz
Cargo: Director General
- 33) **Fecha:** 18 de febrero, 2007, 5 de diciembre, 2007
Institución: Asociación Peruana de Artistas Visuales (APSAV)
Nombre: Ylva Villavicencio
Cargo: Director General
- 34) **Fecha:** 2 de abril, 2007, 11 de abril, 2007
Institución: Unión Peruana de Productores Fonográficos (UNIMPRO)
Nombre: Miriam Astudillo
Cargo: Contador General
- 35) **Fecha:** 16 de abril, 2007
Institución: Asociación Nacional de Artistas Intérpretes y Ejecutantes (ANAIE)
Cargo: trabajador administrativo
- 36) **Fecha:** 14 de noviembre, 2007
Institución: Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDAYC)
Nombre: Tatiana Quintana
Cargo: Director de difusión y cable

- 37) **Fecha:** 144 de noviembre, 2007
Institución: Asociación Peruana de Autores y Compositores (APDAYC)
Nombre: José Ramírez
Cargo: Gerente de Operaciones

Metodología

- 38) **Fecha:** 9 de febrero, 2007
Institución: Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Grossman Capital Markets
Nombre: Carlos Palomino Selem
Cargo: Profesor de Análisis Financiero PUCP, *Broker* Internacional
- 39) **Fecha:** 15 de enero, 2007
Institución: Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Banco de Crédito del Perú (BCP)
Nombre: Marco Aiquipa
Cargo: Profesor de Análisis Financiero PUCP, Funcionario del BCP

Otras Instituciones

- 40) **Fecha:** 27 de noviembre, 2006; 9 de enero, 2007
Institución: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)
Nombre: Teresa Gaspar
Cargo: Asistente de la Oficina de Difusión Técnica
- 41) **Fecha:** 7 de noviembre, 2006; 9 de enero, 2007; 10 de enero, 2007; 7 de agosto, 2007
Institución: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)
Nombre: Martín Moscoso
Cargo: Jefe de la Oficina de Derechos de Autor (ODA)
- 42) **Fecha:** 9 de enero, 2007
Institución: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)
Nombre: Carlos Baldoceda
Cargo: Asistente del Archivo de la Sala de Propiedad Intelectual
- 43) **Fecha:** 15 de enero, 2007
Institución: Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)
Nombre: Carla Colona
Cargo: Dirección de Comunicación Institucional
- 44) **Fecha:** 28 de febrero, 2007
Institución: Analistas y Consultores
Nombre: Bernardo Verjovski
Cargo: Gerente General
- 45) **Fecha:** 9 de marzo, 2007
Institución: Cruzada Antipiratería – Estudio de abogados Hugo Bravo de Rueda

- Nombre:** Hugo Bravo de Rueda
Cargo: Jefe
- 46) **Fecha:** 15 de marzo, 2007
Institución: Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería
Nombre: Paul Vera Regalado
Cargo: Secretario Técnico
- 47) **Fecha:** 30 de marzo, 2007
Institución: Sociedad Nacional de Industrias (SNI)
Nombre: Raúl Saldías
Cargo: Miembro del SNI con derecho de voto

Anexo B: Metodología de estimación de la contribución al valor agregado de las Industrias Basadas en Derechos de Autor para el año 2005 en base a la información sectorial del año 2000 (Ministerio de la Producción)

Este anexo presenta la metodología utilizada para calcular los datos correspondientes a las diferentes industrias basadas en derechos de autor, principalmente para las interdependientes y las parciales⁸⁵. La información usada proviene de diversas fuentes, tales como la Oficina General de Tecnología de Información y Estadísticas del Ministerio de la Producción (PRODUCE), el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) del Perú y el Banco Central de Reserva (BCRP)⁸⁶. En todos los casos, a fin de obtener las estimaciones más exactas posibles, un número de supuestos fueron hechos, los cuales serán explicados a continuación.

Como se mencionó en el capítulo 2, la información sobre las actividades manufactureras está disponible para el período 1998-2000 en PRODUCE. La base de datos contiene información sobre el valor agregado, sueldos, salarios, remuneraciones pagadas al personal eventual, otros gastos de personal eventual y permanente, el valor de depreciación realizado al final del año, tributos, el monto de impuestos netos sobre bienes y servicios, el monto de impuestos específicos y el excedente de explotación.

La información tomada de esta base de datos, ordenada por el diferente grado de implicación con los derechos de autor y código CIU a cuatro dígitos es:

❖ Industrias Principales:

- o 2212: Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas,
- o 2219: Otras actividades de edición,
- o 2221: Actividades de impresión,
- o 2222: Actividades de servicios relacionados con la impresión,
- o 2230: Reproducción de grabaciones.

❖ Industrias Interdependientes:

- o 2101: Fabricación de pasta de madera, papel y cartón,
- o 2429: Fabricación de otros productos químicos n.c.p.,
- o 3000: Fabricación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática,
- o 3230: Fabricación de equipo y aparatos de radio, televisión y comunicaciones,
- o 3320: Fabricación de instrumentos de óptica y equipo fotográfico,
- o 3692: Fabricación de instrumentos de música.

❖ Industrias Parciales:

- o 1730: Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo,
- o 1810: Fabricación de prendas de vestir; excepto prendas de piel,
- o 1920: Fabricación de calzado,
- o 2109: Fabricación de otros artículos de papel y cartón,
- o 2610: Fabricación de vidrio y productos de vidrio,
- o 3610: Fabricación de muebles,
- o 3691: Fabricación de joyas y artículos conexos,

⁸⁵ La metodología ha sido aplicada para algunas actividades de las industrias de derechos de autor principales.

⁸⁶ Para el tipo de cambio.

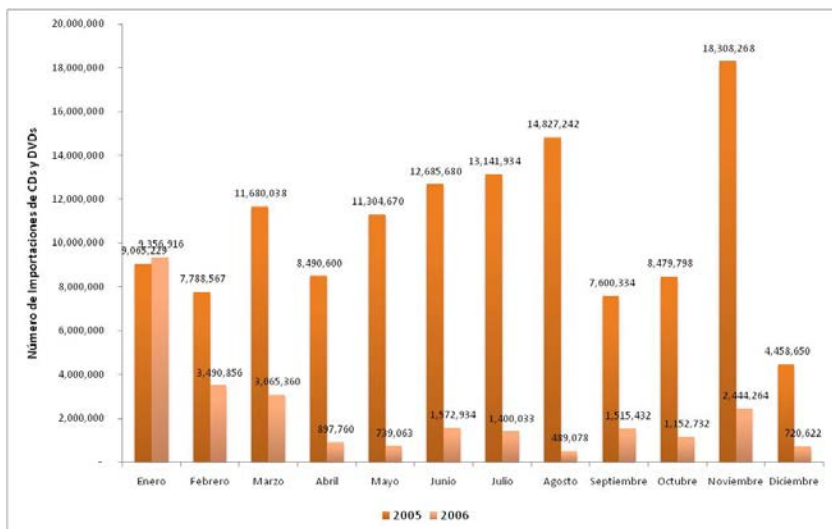
- o 3694: Fabricación de juegos y juguetes.

Con el fin de obtener las estimaciones para el año 2005, algunos supuestos tuvieron que ser realizados, por lo que se tuvo que utilizar información complementaria. En primer lugar, asumimos que en términos reales el valor agregado de estas actividades sigue el ritmo de crecimiento del PIB real de las mismas actividades. Sin embargo, este dato no estaba disponible en este nivel de desagregación. Así fue el necesario utilizar otra variable. La única variable real disponible para el período 2000-2005 en el código de cuatro dígitos de la CIIU fue el índice de volumen de producción, aunque sólo está disponible para algunas actividades⁸⁷. Así pues, el supuesto es que el valor agregado en términos reales para este conjunto de actividades sigue la tasa de crecimiento del índice de volumen de producción. Para el resto de los códigos CIIU el supuesto es que las actividades siguen el ritmo de crecimiento del PIB manufacturero.

⁸⁷ Las actividades, a un nivel de cuatro dígitos, por las cuales este índice está disponible son: 2101, 2212, 2221, 2429, 1730, 1810, 1920, 2109, 2610, 3610, y 3691.

Anexo C: Anexo al Capítulo 3

Gráfico C1 Perú: Importaciones de CDs y DVDs por mes (cantidad y porcentaje), 2005-2006



Fuente: Jefe de la Cruzada Antipiratería del Perú, Hugo Bravo de Rueda.

Cuadro C1 Perú: Importaciones de CDs y DVDs por marca (cantidad y porcentaje), 2005-2007

	2005		2006		2007 ^{1/}	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
PRINCO	110,452,200	86.4%	11,170,800	41.6%	916,800	8.6%
SM	12,116,090	9.5%	1,617,000	6.0%	1,244,002	11.7%
SONY	1,024,734	0.8%	3,420,980	12.7%	2,151,444	20.2%
SMART	977,900	0.8%	57,400	0.2%	16,000	0.2%
IMATION	916,234	0.7%	7,123,022	26.5%	5,601,504	52.6%
ESN	716,400	0.6%	80,000	0.3%	-	-
IESAC	650,000	0.5%	100,200	0.4%	-	-
MAXELL	336,160	0.3%	545,012	2.0%	257,238	2.4%
XEROX	286,320	0.2%	-	-	-	-
SAMSUNG	121,500	0.1%	-	-	-	-
HP	89,420	0.1%	220,044	0.8%	-	-
MASTER G	80,796	0.1%	1,368,240	5.1%	-	-
BENQ	41,550	0.0%	55,010	0.2%	-	-
PANASONIC	854	0.0%	12,822	0.0%	-	-
UNISIA	-	-	750,000	2.8%	457,270	4.3%
SPACE	-	-	90,000	0.3%		
RIDATA	-	-	127,200	0.5%		
CURSOR	-	-	50,000	0.2%		
HYUNDAI	-	-	30,000	0.1%		
OTROS	20,852	0.0%	27,320	0.1%	-	-
Total	127,831,010	100%	26,845,050	100%	10,644,258	100%

^{1/} La información para el año 2007 sólo considera el primer semestre de tal año

Fuente: Jefe de la Cruzada Antipiratería del Perú, Hugo Bravo de Rueda.

Cuadro C2 Perú: Importaciones de CDs y DVDs por país (cantidad y porcentaje), 2005-2007

	2005		2006		2007 ^{1/}	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Taiwán	111,429,137	87.2%	14,751,382	55.0%	2,383,924	22.40%
China	12,908,567	10.1%	2,404,499	9.0%	1,245,586	11.70%
India	1,146,732	0.9%	4,979,643	18.5%	5,428,566	51.00%
Malasia	1,266,274	1.0%	8,500	0.0%	268,660	2.52%
Japón	648,607	0.5%	3,588,274	13.4%	1,314,522	12.35%
Corea	392,403	0.3%	-	-		
Alemania	39,200	0.0%	-	-		
España	90	0.0%	-	-		
Hong Kong	-	-	678,600	2.5%	3,000	0.03%
Austria	-	-	274,150	1.0%		
Filipinas	-	-	122,402	0.5%		
México	-	-	31,000	0.1%		
Chile	-	-	6,600	0.0%		
Total	127,831,010	100%	26,845,050	100%	10,644,258	100%

^{1/} La información para el año 2007 sólo considera el primer semestre de ese año.

Fuente: Jefe de la Cruzada Antipiratería del Perú, Hugo Bravo de Rueda.

Anexo D: Diarios en Perú, 2005

Diario	Ciudad	Página web
El Comercio	Lima	www.elcomerciooperu.com.pe
Expreso	Lima	www.expreso.com.pe
La Republica	Lima	www.larepublica.com.pe
Correo	Lima	www.correoperu.com.pe
El Peruano	Lima	www.elperuano.com.pe
La Razón	Lima	www.larazon.com.pe
Perú 21	Lima	www.peru21.com
Tu Diario	Lima	www.tudiario.com.pe
La Primera	Lima	www.laprimera.com.pe
Liberación	Lima	www.dialiberacion.com
Diario Del País	Lima	www.delpais.com.pe
La Tribuna	Lima	www.la-tribuna.org
La Olla	Lima	www.laolla.org
El Vocero	Lima	www.elvoceroperu.com
Pura Verdad	Lima	-----
El Bocón	Lima	www.elbocon.com.pe
Todo Sport	Lima	www.todosport.com.pe
Libero	Lima	www.libero.com.pe
Aja	Lima	www.aja.com.pe
Ojo	Lima	www.ojo.com.pe
El Chino	Lima	www.elchino.com.pe
Trome	Lima	www.trome.com
El Popular	Lima	www.elpopular.com.pe
El Sol De Oro	Lima	www.noticiaselsol.com
Extra	Lima	-----
El Mañanero	Lima	-----
El Tío	Lima	-----
Hoy	Lima	-----
El Chato	Lima	-----
Diario Mas	Lima	-----
La Yuca	Lima	-----
Men	Lima	-----
Gestión	Lima	www.gestion.com.pe
Síntesis	Lima	www.sintesis.com.pe
La Industria	Trujillo	www.laindustria.com
Satélite	Trujillo	www.laindustria.com/...
Nuevo Norte	Trujillo	-----
Arequipa Al Día	Arequipa	www.arequipaaldia.com
El Pueblo	Arequipa	www.elpueblo.com.pe
Noticias	Arequipa	-----
La Industria	Chiclayo	www.laindustria.com.pe
El Norteño	Chiclayo	-----
El Ciclón	Chiclayo	-----
El Tiempo	Piura	www.eltiempo.com.pe
La Hora	Piura	-----
El Matutino	Iquitos	-----
La Región	Iquitos	www.diariolaregion.com
El Oriente	Iquitos	-----
Diario De Chimbote	Chimbote	www.diariodechimbote.com
La Industria	Chimbote	www.laindustria.com/chimbote

Fuente: <http://www.prensaescrita.com/america/peru.php>

Elaboración propia.

Diarios	Ciudad	Página web
Primicia	Huancayo	-----
La Voz De Huancayo	Huancayo	-----
El Diario De Cusco	Cusco	www.diariodelcusco.com
El Sol	Cusco	www.diarioelsoldelcusco.com
El Comercio	Cusco	www.elcomerciocusco.com
El Compatriota	Cusco	www.elcompatriota.com
Panorama Cajamarquino	Cajamarca	www.panoramacajamarquino.com
El Clarín	Cajamarca	www.elclarincajamarca.com
Prensa Libre	Cajamarca	-----
El Sol	Cajamarca	-----
Diario Regional	Pucallpa	www.diarioregional.com/ucayali
Ahora	Pucallpa	www.diario-ahora.com
Impetu	Pucallpa	www.diario-impetu.com
Diario	Ciudad	Página web
El Callao	Callao	www.diarioelcallao.com
La Voz Del Callao	Callao	www.lavozdelcallao.com
Pro & Contra	Loreto	www.proycontra.com.pe
Caplina	Tacna	-----
Al Día	Tarapoto	www.aldiaperu.net
Ahora	Tarapoto	www.ahora.com.pe
Voces	Tarapoto	www.diariovocesperu.com
El Puerto	Ilo	-----
La Verdad	Ilo	-----
La Voz De Ica	Ica	-----
La Opinión	Ica	-----
Los Andes	Puno	www.losandes.com.pe
Diario De Puno	Puno	-----
Ultimas Noticias	Pacasmayo	www.pacasmayo.net/ultimasnoticias
Diario Regional	Huánuco	www.diarioregional.com
Ahora	Huánuco	www.ahora.com.pe
Prensa Regional	Huaraz	-----
Ya	Huaraz	-----
La Calle	Ayacucho	www.lacalle.com.pe
Jornada	Ayacucho	www.ayacuchodigital.com
Chaski	Abancay	www.diariochaski.com.pe
Opinión	Andahuaylas	www.opinionchanka.com
Ecos	Huacho	www.ecoshuacho.com
Ecos	Moyobamba	-----
Don Jaque	Puerto Maldonado	-----

Fuente: <http://www.prensaescrita.com/america/peru.php>

Elaboración propia.