



UNIVERSIDAD DE TALCA
FACULTAD DE INGENIERIA
ESCUELA DE INGENIERIA CIVIL INDUSTRIAL

**ANÁLISIS INDUSTRIAL Y ESTUDIO DE MERCADO
PARA ESTABLECER EL TAMAÑO DEL SEGMENTO
DE MERCADO PARA MÁS Y NUEVOS
PRODUCTOS DE EDICIONES MATAQUITO.**

MEMORIA PARA OPTAR AL TITULO DE
INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL

PROF. GUIA: Álvaro Covarrubias Risopatrón

PABLO IGNACIO LABRA GAJARDO

CURICO - CHILE
2005

Dedicada a mis padres y hermanos, quienes con mucho cariño, esfuerzo y perseverancia han logrado que hoy se termine una importante etapa de mi vida; a mis suegros, que me han entregado su apoyo y cariño; y en forma muy especial, a mi querida y amada esposa, Natacha, que ha sabido estar a mi lado apoyándome y ayudándome en todo.

Se me olvidaba darle las gracias a Lini.

Resumen ejecutivo

La creación de productos culturales acordes con nuestros tiempos, que reporten utilidades para las Editoriales, tales como libros y mejores lectores, exigen una planificación coherente y aterrizada. Además sin duda todos sabemos que en los negocios tenemos que trabajar en lo común con el menor margen de error permisible y, por ende, analizar de manera apropiada, se vuelve esencial, para estar seguros del que, del como, del cuanto, del cuando, etc.

La presente memoria de título muestra el tamaño real de mercado de una organización, Ediciones Mataquito, inserta en la industria editorial chilena, de acuerdo a las características del producto, y un sistema de incentivos que permitirán alcanzar los niveles de ventas establecidos.

El capítulo uno, describe en forma genérica la organización en la que se realiza la memoria, mencionando su historia, la problemática que la aqueja, la misión y visión, objetivos generales y específicos que persigue la memoria, y finalmente la metodología de trabajo utilizada en esta memoria.

El capítulo dos, describe la industria editorial chilena, en la cual esta inserta la organización, permitiendo conocer el negocio del libro. Además contempla un análisis FODA de la editorial, y determina los factores claves del éxito.

El capítulo tres, expone el análisis de mercado, permitiendo determinar el tamaño real del segmento de mercado en el cual la editorial esta participando, y el tamaño del segmento al cual la editorial se propone ingresar. Finalmente, en este capítulo se propone un sistema de incentivos para alcanzar el nivel deseado de ventas.

El capítulo cuatro, muestra el análisis económico y financiero, detallando el estudio de costos, los niveles de inversión y los ingresos anuales, que permiten cumplir con los requerimientos para alcanzar los niveles de venta deseados.

Por último, el capítulo quinto presenta las conclusiones obtenidas en la memoria, que le serán de utilidad a la editorial.

En los anexos, se presenta dos leyes reguladoras de la industria editorial chilena, vigorosamente activas, como la ley de propiedad intelectual y la ley del libro.

Índice General

CAPÍTULO I “Introducción”	1
1.1.- LUGAR DE APLICACIÓN	2
1.1.1.- Ficha de Ediciones Mataquito	2
1.1.2.- Ediciones Mataquito	2
1.1.3.- Misión	3
1.1.4.- Visión	3
1.2.- PROBLEMÁTICA	3
1.3.- OBJETIVOS	4
1.3.1.- Generales	4
1.3.2.- Específicos	5
1.4.- DELIMITACIÓN DE LA MEMORIA	5
1.5.- METODOLOGÍA	5
1.5.1.- Análisis Industrial	5
1.5.2.- Análisis del Mercado	7
1.5.3.- Análisis Económico y Financiero	6
1.6.- FUENTES	7
CAPÍTULO II “Análisis de la Industria Editorial en Chile”	8
2.- ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN CHILE	9
2.1.- DEFINICIONES	9
2.1.1.- Cámara Chilena del Libro	9
2.1.2.- ¿Qué es el I.S.B.N.?	11
2.2.- SITUACIÓN ACTUAL	15
2.2.1.- Tamaño y Situación de la Industria	15
2.2.2.- Importaciones y Exportaciones	20
2.2.3.- Canales de Comercialización	22
2.2.4.- Consumo de Libros	23
2.2.5.- Factores Externos que afectan a la Industria	25
2.2.5.1.- Económicos	25
2.2.5.2.- Legales	28
2.2.5.2.1.- Ley de Propiedad Intelectual	28
2.2.5.2.2.- Ley del Libro	31
2.3.- ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	33
2.3.1.- Rivalidad entre los Competidores	33
2.3.2.- Amenaza de entrada de Nuevos Competidores	34

2.3.3.- El Poder de Negociación de los Proveedores	35
2.3.4.- El Poder de Negociación de los Compradores	35
2.3.5.- Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos	36
2.4.- SITUACIÓN ACTUAL DE EDICIONES MATAQUITO	38
2.4.1.- Libros Editados de Ediciones Mataquito	38
2.4.2.-Análisis FODA de Ediciones Mataquito	39
2.4.2.1.- Fortalezas	39
2.4.2.2.- Debilidades	40
2.4.2.3.- Oportunidades	40
2.4.2.4.- Amenazas	41
2.4.3.- Factores Claves del Éxito	42
CAPITULO III “Análisis de Mercado”	43
3.- ANÁLISIS DE MERCADO	44
3.1.- EMPRESAS EN EL NEGOCIO DEL LIBRO	44
3.1.1.- Competencia Directa	45
3.1.2.- Competencia Indirecta	46
3.2.- MERCADO OBJETIVO ACTUAL	49
3.2.1.- Proyecciones del Mercado Objetivo Actual	52
3.3.- MERCADO OBJETIVO NUEVO (PROPUESTA)	57
3.3.1.- Proyecciones del Mercado Objetivo nuevo	59
3.4.- ESTRATEGIA DE PRECIOS	60
3.5.- ESTRATEGIA PARA AUMENTAR LAS VENTAS	62
3.5.1.- Situación Actual	62
3.5.2.- Justificación	64
3.5.3.- Estrategia de Publicidad y Ventas e Incentivos	66
CAPITULO IV “Análisis Económico Y Financiero”	71
4.- ANÁLISIS ECONOMICO Y FINANCIERO	72
4.1.- ESTUDIO DE COSTOS	72
4.2.- INVERSIONES DEL PROYECTO	76
4.2.1.- Inversiones de Equipamiento de Instalaciones	76
4.2.2.- Inversiones en Servicios Profesionales	77
4.2.3.- Programa de Inversiones	77
4.2.4.- Inversiones Totales	79

4.3.- COSTOS DEL PROYECTO	80
4.3.1.- Detalle de Costos del Proyecto	81
4.4.- CUADRO DE INGRESOS ANUALES	89
4.4.1.- Detalle de Ingresos del Proyecto	89
4.5.- CALCULO DE DEPRECIACIONES	92
4.5.1.- Depreciación del Mobiliario	92
4.5.2.- Depreciación de Bienes Tecnológicos	93
4.6.- FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	94
4.7.- FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	95
4.8.- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	96
5.- CAPITULO V “Conclusiones”	97
6.- CAPÍTULO VI “Anexos”	100
6.1.- Ley del Libro	101
6.2.- Ley de Propiedad Intelectual	106

Índice de Tablas

Tabla 1 Cantidad de títulos editados en una o más ediciones	16
Tabla 2 Cantidad de ejemplares por título	16
Tabla 3 Cantidad de páginas por título	17
Tabla 4 Cantidad de títulos editados por materia	17
Tabla 5 Cantidad de títulos editados en la literatura chilena	18
Tabla 6 Cantidad de títulos editados en educación	18
Tabla 7 Exportaciones hacia América y Europa	20
Tabla 8 Aranceles e IVA para los libros en América	26
Tabla 9 IVA para los libros en Europa	27
Tabla 10 Recursos asignados por categoría	32
Tabla 11 Títulos editados por Ediciones Mataquito	38
Tabla 12 Competencia directa	45
Tabla 13 Competencia indirecta	46
Tabla 14 Número de alumnos en la VII región	50
Tabla 15 Número de alumnos en la VI y VIII regiones	51
Tabla 16 Proyección del número de alumnos y profesores	52
Tabla 17 Cantidad vendida de títulos editados por Mataquito	53
Tabla 18 Proyección de ventas	55
Tabla 19 Matrícula total educación superior	58
Tabla 20 Proyección de matrícula en educación superior	29
Tabla 21 Proyección de ventas para e-books	59
Tabla 22 Metas propuestas para incentivos	67
Tabla 23 Sistema para determinar al mejor placista	68
Tabla 24 Determinación de costos directos e indirectos	72
Tabla 25 Ingresos versus costos totales	73
Tabla 26 Ingresos unitarios versus costos totales unitarios	75
Tabla 27 Inversión en equipamiento	76
Tabla 28 Inversión en servicios profesionales	77
Tabla 29 Programa de inversiones	77
Tabla 30 Inversión total	79
Tabla 31 Costos a través de los años	80
Tabla 32 Detalle de costos año 0	81
Tabla 33 Detalle de costos año 1	82
Tabla 34 Detalle de costos año 2	83
Tabla 35 Detalle de costos año 3	84
Tabla 36 Detalle de costos año 4	85
Tabla 37 Detalle de costos año 5	86
Tabla 38 Detalle de costos año 6	87
Tabla 39 Detalle de costos año 7	88
Tabla 40 Ingresos anuales para libros e e-books	89
Tabla 41 Ingresos proyectados años 0	89
Tabla 42 Ingresos proyectados años 1	89
Tabla 43 Ingresos proyectados años 2	90
Tabla 44 Ingresos proyectados años 3	90
Tabla 45 Ingresos proyectados años 4	90
Tabla 46 Ingresos proyectados años 5	90
Tabla 47 Ingresos proyectados años 6	91
Tabla 48 Ingresos proyectados años 7	91
Tabla 49 Depreciación mobiliario año 0	92
Tabla 50 Depreciación mobiliario año 2	92
Tabla 51 Depreciación bienes tecnológicos año 0	93
Tabla 52 Depreciación bienes tecnológicos año 2	93
Tabla 53 Flujo de caja del proyecto	94
Tabla 54 Flujo de caja del inversionista	95
Tabla 55 Análisis de sensibilidad	96

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Proyección de alumnos de prebásica	54
Gráfico 2 Proyección de profesores de prebásica	54
Gráfico 3 Proyección de alumnos de básica	54
Gráfico 2 Proyección de profesores de básica	54
Gráfico 5 Ventas proyectadas versus tamaño real del mercado	55
Gráfico 6 Ingresos versus costos totales, directos e indirectos	73
Gráfico 7 Línea de tendencia de ingresos y costos totales	74
Gráfico 8 Ingresos unitarios versus costos totales unitarios	75
Gráfico 9 Porcentaje de inversiones por año	78

CAPÍTULO I

“Introducción”

1.1.- LUGAR DE APLICACIÓN

1.1.1.- Ficha Ediciones Mataquito

Nombre	: Ediciones Mataquito.
Razón Social	: Mario E. González Espinosa.
Tipo de Entidad	: Persona Natural.
RUT	: 7.970.939-5
Dirección	: Peña N° 680, Curicó.
Teléfono	: (56 75) 312106
Fax	: (56 75) 320580
Dirección Postal	: Casilla # 625, Correo Curicó, Chile.
E-Mail	: edicionesmataquito@mataquito.cl
Capital Inicial	: \$ 50.000.-
Patrimonio Actual	: \$ 1.800.- Millones
Página Web	: www.mataquito.cl

1.1.2.- Ediciones Mataquito

Ediciones Mataquito, empresa Curicana con más de veinte años dedicada al negocio del libro, goza de una sólida posición en la VII Región, debido a que durante los primeros años en el negocio del libro, logró ser representante en Chile de importantes editoriales, como Bibliográfica, Zigzag y Línea, además durante esos años fue Importador de Editoriales Mexicanas, Argentinas, Paraguayas y Colombianas. Por otro lado, a medida que fueron pasando los años, entabló diálogos con los más diversos autores de la VII Región, que le permitieron comenzar a producir su propio material, surgiendo publicaciones para libros de Poesía, Historia de Chile y Región, Deportes y Técnicos para adultos e infantiles, contando en la actualidad con más de treinta publicaciones propias.

Tomando en cuenta que *Mataquito* participa con gran presencia en el apoyo de la cultura y la educación de la VII, en estos últimos siete años, ha logrado realizar convenios con Instituciones particulares, Municipalidades, Colegios Particulares y

Subvencionados, además de Universidades de la VI y VIII Regiones a través de sus distribuidores y Placistas localizados en la zona centro del país.

1.1.3.- Misión

La Misión de Ediciones Mataquito es estar presentes en el desarrollo y fortalecimiento de la cultura y educación, a través de la creación de vínculos con Instituciones Privadas y Gubernamentales de la VI, VII y VIII regiones, y la generación de material educativo que satisfaga a nuestros clientes, permitiendo obtener su lealtad y preferencia. Además, dar espacios a los que la conforman para que así nuestros clientes tengan la certeza que es una empresa segura y confiable.

1.1.4.- Visión

Ser los mejores contribuyendo a la Educación y la Cultura en la VI, VII y VIII regiones.

1.2.- PROBLEMÁTICA

Ediciones Mataquito, durante los últimos diez años ha editado y publicado Libros de Literatura como Antologías Poéticas, Narraciones, Compilaciones de Cuentos, Enciclopedias, etc., y además, ha incursionando en otras áreas de la edición publicando Libros Técnicos para profesionales de la educación, en diferentes áreas como la Gestión Curricular de la Enseñanza Prebásica y Básica, Deporte y Folklore, además en los últimos cuatro años a editado Textos de Apoyo a la educación Preescolar y Básica NB1 y NB2 (1° a 2° y 3° a 6°). El material educativo que se ha mencionado, está orientado a los niveles escolares indicados, pero de establecimientos subvencionados de dependencia municipal, particular subvencionado y subvencionado de financiamiento compartido

(Municipal y Particular), a diferencia de los productos de las Editoriales más conocidas en Chile, que por sus altos costos, sólo llegan a los Establecimientos Particulares Pagados. Otro caso es el de los Libros Técnicos que hasta ahora sólo se ha editado para Profesionales de la Educación.

Hoy día, la Gerencia de Ediciones Mataquito supone que hay un tamaño importante en el segmento de mercado al cual se dirigen sus Libros Técnicos y Textos de Apoyo para el Escolar, por lo que se vuelve necesario determinar el potencial de clientes en el segmento de mercado establecido, de manera que se pueda establecer los nuevos niveles de venta para los productos re-editables y las ediciones de nuevos productos, identificando cuáles de las condiciones actuales no permiten tener niveles de ventas superiores.

1.3.- OBJETIVOS

1.3.1.- General

Establecer el tamaño de Segmento de Mercado para la re-edición y edición de nuevo material educativo y técnico producido por Ediciones Mataquito, y proponer una estrategia de ventas e incentivos, que permitan incrementar el nivel de ventas; y evaluar económica y financieramente el negocio.

1.3.2.- Específicos

- Describir la Situación actual de la Empresa.
- Analizar la Industria. Editorial en Chile.
- Analizar el Mercado al cual la Editorial de interesa.
- Proponer una Estrategia de Ventas e Incentivos.
- Analizar los Aspectos Económicos y Financieros.

1.4.- DELIMITACIÓN DEL PROYECTO

La memoria considera diferentes tipos de análisis y la propuesta de una Estrategia de ventas e incentivos, además de la determinación de factibilidad económica y financiera, pero en ningún caso, considera la ejecución de las propuestas emitidas.

1.5.- METODOLOGÍA

1.5.1.- Análisis Industrial: Es necesario tener información relevante que permita analizar la industria de la forma más adecuada, por tanto, es necesario ejecutar las siguientes actividades:

1. Diagnosticar la Industria Editorial en la actualidad.
2. Determinar los factores externos que afectan a la industria.
3. Analizar la Amenaza de entrada de nuevos competidores.
4. Determinar la rivalidad existente entre los competidores.
5. Determinar el poder de negociación de los proveedores.
6. Determinar el poder de negociación de los compradores.
7. Determinar la factibilidad de ingreso de productos sustitutos.
8. Realizar Análisis F.O.D.A. para Ediciones Mataquito.
9. Determinar Factores Claves del Éxito.

1.5.2.- Análisis del Mercado: Aquí debemos identificar el Segmento del Mercado adecuado, cantidades a producir, precios, etc. y para ello es necesario delimitar el tamaño del mercado y que posibilidades de crecimiento tiene. En consecuencia debemos ejecutar las siguientes actividades:

1. Identificar el mercado objetivo.
2. Determinar el tamaño del mercado de interés.

3. Determinar productos de interés para el mercado.
4. Determinar Competidores directos y Competidores indirectos.
5. Estimar las proyecciones del mercado objetivo.
6. Definir la estrategia de precios.
7. Determinar una estrategia de ventas e incentivos.

1.5.3.- Análisis Económico y Financiero: Aquí se debe realizar todas las proyecciones económicas y financieras necesarias, para verificar la viabilidad del proyecto, siendo necesario ejecutar las siguientes actividades:

1. Determinar la inversión inicial.
2. Determinar los costos de Operación.
3. Determinar el Nivel de Ingresos proyectados.
4. Realizar flujo de caja del Proyecto.
5. Realizar flujo de caja del inversionista.
6. Determinar las necesidades de recursos externos.

1.6.- FUENTES

- **Expertos:**

- Sr. Mario González Espinosa, editor Ediciones Mataquito.
- Sra. Jimena Pizarro Gutiérrez, Secretaria Cámara Chilena del Libro.
- Conversaciones con Directores de Instituciones Relacionadas.

- **Internet:**

- www.camlibro.cl
- www.ine.cl
- www.camaradellibro.cl/isbn/
- www.prochile.cl

- **Bibliografía:**

- Plan de Negocios “La Estrategia Inteligente”, Richard Stutely, Pearson Educación.
- Preparación y Evaluación de Proyectos, Nassir Sapag y Reinaldo Sapag, Mc Graw Hill.
- Organización Industrial para la Estrategia Empresarial, Varios Autores, Prentice Hall.
- Dirección y Administración Estratégica, Thompson y Arthur, Mc Graw Hill.
- Guía Práctica para Ventas y Marketing, Gene Garafalo, Pearson Educación.
- Dirigir con Éxito su Equipo de Ventas, Grant Stewart, Folio.

CAPÍTULO II

“Análisis de la Industria Editorial en Chile”

2.- ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA EDITORIAL EN CHILE

La Industria Editorial de nuestro país a mediados de la década de los 80 comienza a estandarizar el comercio del libro, publicidad, apoyo a la bibliografía nacional, a las bibliotecas y a la cultura nacional mediante la incorporación de la *Cámara Chilena del Libro* como Agente del I.S.B.N. en Chile. Esta incorporación le permite tener información estadística de la producción nacional, importación, exportación, etc.

Se vuelve necesario comenzar definiendo y/o explicando algunos conceptos e instituciones que participen en la edición de libros a nivel nacional e internacional.

2.1.- DEFINICIONES

2.1.1.- Cámara Chilena del Libro

Fundada en 1950, se define como una Asociación Gremial de personas jurídicas y naturales, que reúne a Editoriales, Distribuidoras de Libros, Librerías y organizaciones de venta directa. Está integrada por cerca de 100 socios y su Directorio, compuesto por trece miembros, es elegido en Asamblea Ordinaria con los socios activos permanentes. El período que permanece el directorio es de dos años, en los cuales se deben preocupar de cumplir los objetivos que la organización ha establecido como fundamentales. Entre los objetivos de la organización se han planteado los siguientes:

- Proteger la libertad de edición, importación, comercialización y circulación de libros.
- Proteger el derecho de propiedad intelectual.
- Fomentar el desarrollo y difusión del libro chileno, en el país y en el mundo.
- Generar y apoyar todas las iniciativas destinadas a capacitar a las personas dedicadas a las publicación, edición, comercialización y distribución de libros.

- Además debe fomentar el hábito de lectura, colaborar en la erradicación de analfabetismo, crear bibliotecas y premios literarios, abrir concursos, organizar exposiciones, ferias y todos aquellos eventos que se consideren necesarios para estimular la creación y producción literaria.
- Y ha medida que han transcurrido los años, la Cámara ha tenido que enfrentar nuevos desafíos como: la lucha contra la piratería y la reprografía ilegal; el fomento y difusión del libro y la lectura a través de diversas iniciativas; la inserción internacional de la producción editorial chilena; y la creación de un marco legal adecuado que proteja *la propiedad intelectual* y el *derecho de autor*.

Respecto del último objetivo que la Cámara a debido incorporar, es necesario hacer una breve explicación para cada tarea:

- **Defensa de la propiedad intelectual**: El establecimiento de vínculos permanentes con organizaciones internacionales, que se dedican a este tema, le ha permitido la Cámara del Libro jugar un rol activo a través de diferentes propuestas, como campañas de sensibilización por el respeto al derecho de autor, jornadas profesionales con la participación de expertos nacionales y extranjeros. En este contexto, la Cámara del Libro tiene la calidad de "miembro asociado" a la Federación Internacional de Entidades de Derechos Reprográficos (IFRRO).
- **Lev Anti-Piratería**: La Cámara del Libro en conjunto con Profesionales del Ministerio de Justicia y Ministerio de Educación, prepararon una propuesta destinada a combatir la piratería, buscando elevar las sanciones que existen actualmente. Una vez entregado al Ejecutivo, fue derivado a la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados.

- **Promoción de la Lectura**: En 1994 la Cámara Chilena del Libro, en conjunto con el Instituto Nacional de Estadísticas, realizó la primera Encuesta sobre Hábitos de Lectura. En 1998 se implementó un estudio para efectuar un catastro de las librerías existentes en el país. En 1999 la Cámara del Libro apoyó la campaña "Viva Leer", impulsada por el Ministerio de Educación. En 2002 apoyó la campaña "El Libro Cambia tu Vida", desarrollada por el Consejo Nacional del Libro y la Lectura. Además durante en los últimos 15 años ha realizado un importante trabajo en la formación de monitores de lectura.
- **Ley del Libro**: La Cámara del Libro tuvo un rol protagónico en la aprobación de esta Ley, después de haber presentado un anteproyecto al ejecutivo, que consagra la preocupación del Estado por el libro y la lectura, y que permitió la creación del Consejo Nacional del Libro y la Lectura, cuyos miembros son representantes de la sociedad civil en sus distintos ámbitos vinculados al libro y la lectura, además de un fondo concursable que tiene por objetivos apoyar la edición de obras nacionales, la implementación de bibliotecas, el fomento del libro y la lectura, la capacitación, la exportación de libros, entre otros aspectos.

2.1.2.- Que es el I.S.B.N.

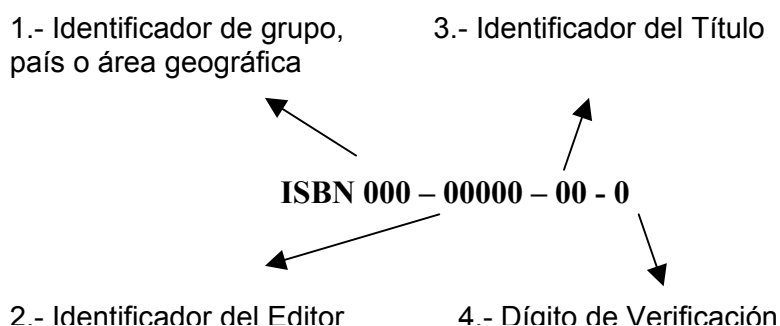
El ISBN - INTERNATIONAL STANDARD BOOK NUMBER - es un sistema internacional de numeración e identificación de títulos de una determinada editorial, que una vez atribuida la identificación, este número sólo será aplicable a esa obra y no podrá ser reutilizado en otra.

El ISBN es el resultado de un sistema numérico para libros utilizado por los editores ingleses, el que en la actualidad ha sido adoptado por los comerciantes del

libro y bibliotecas. A partir de una reunión realizada en Berlín en 1967, el sistema fue oficializado internacionalmente y ratificado posteriormente por la ISO (International Standard Organization) como norma internacional en 1972 - ISO 2108-1972. Es importante destacar, que el ISBN es aplicable independiente del destino que el editor le asigne al libro, ya sea para venta, obsequio o circulación interna.

El I.S.B.N. presenta una serie ventajas Administrativas y Estadísticas que a continuación se mencionan: Identifica un libro de una determinada editorial; Facilita el control de stock; Facilita el control de ventas; Estandariza los pedidos de libros a las editoriales; Facilita la interconexión de archivos, la recuperación y la transmisión de datos en sistemas automatizados; Elimina barreras lingüísticas en la comercialización; Facilita el intercambio bibliográfico nacional e internacional.

El ISBN está constituido por diez dígitos precedidos por la sigla ISBN divididos en cuatro segmentos:



La cantidad de dígitos otorgados al I.S.B.N. es inversamente proporcional a la producción bibliográfica del Editor, asignándose de la siguiente manera:

- A cada volumen con título independiente.
- A cada uno de los volúmenes que integren una obra en más de un volumen y/o tomos, y al conjunto completo de la obra. Así, una obra con más de un volumen y/o tomos,

recibirá tantos ISBN como fueran los volúmenes que la componen, además del ISBN del título colectivo.

Ej.: ISBN 956-7851-20-4 (Obra Completa)

ISBN 956-7851-21-2 (Volumen 1)

- A cada obra completa editada en fascículos con periodicidad definida.

Ej.: ISBN 956-7851-20-4 (Obra Completa)

ISBN 956-7851-21-2 (Fascículo 1)

- A toda reedición que presente cambio de formato, tipo de encuadernación o ilustración aunque el texto siga manteniéndose inalterado¹.
- A diferentes formas de presentación del mismo libro. Así puede aparecer en edición económica, rústica y lujo, en este caso cada uno tendrá ISBN distinto.
- A los libros editados en conjunto por más de un editor (coedición).
- Las separatas², siempre que se presenten con un título y paginación propia.

El ISBN debe imprimirse en el libro en las secciones que a continuación se mencionan: En el reverso de la hoja de presentación, el lomo de la publicación, al pie de la solapa (si la hubiese), en cada fascículo integrante de una obra o en un lugar visible, en caso de que ninguna de las alternativas mencionadas fuese posible. El ISBN debe acompañar a los demás indicadores bibliográficos que normalmente figuran en la propaganda editorial, catálogos y listas de libros, bibliografías comerciales y/o nacionales, fichas catálogo gráficas de bibliotecas y centros de documentación y cualquier

¹La Reedición, es aquella que involucra modificaciones, actualizaciones y cambios a nivel de presentación, tipo de papel, etc. Las reediciones, siempre comprenden cambios, por lo tanto, es necesario asignar un nuevo número ISBN. El trámite se realiza de la misma manera a como se realizó originalmente.

En cambio las reimpressiones, son exactamente igual a la edición original, es decir, no existe modificación y cambio alguno. Por lo tanto, estas mantienen el número ISBN originalmente asignado para la primera edición o para la edición que se está reimprimiendo.

² Impresión por separado de un artículo o capítulo publicado en una revista o libro.

material informativo sobre libros. En los catálogos de editores, además de los índices habituales, podrá figurar también un índice de ISBN. Si aparece el precio del material bibliográfico, este deberá ir impreso después del número ISBN correspondiente a cada libro.

El ISBN tiene un amplio campo de aplicación, como por ejemplo Libros y folletos impresos, Publicaciones por combinación de medios, otros medios similares, incluidas las películas educativas y transparencias, Libros en cassettes, Software para computadores, Publicaciones electrónicas, Cintas en lenguaje de máquina, Publicaciones en Braille, Mapas o colecciones de mapas que se vendan en el mercado del libro. El ISBN se debe solicitar en la Cámara Chilena del Libro A.G., nombrada como la Agencia Oficial Chilena del ISBN, responsable de administrar el sistema en el país desde 1986. El 1° de Julio de 1993, se promulgó la Ley N°19.227, que en su artículo 8°, impone la obligatoriedad del International Standard Book Number.

2.2.- SITUACIÓN ACTUAL

2.2.1.- Tamaño y Situación de la Industria

La Cámara Chilena del Libro ha logrado medir la publicación de los Editores Chilenos a partir de 1992, aún cuando se incorpora como Agencia del International Standar Book Number en 1986. Esta medición se logra gracias a la asignación del I.S.B.N. a los nuevos productos, sin embargo el proceso de asignación no guarda necesariamente relación con el número de Títulos que se agregan al Mercado cada año, ya que naturalmente depende de las políticas de las Editoriales, oportunidades comerciales, capacidad económica de la empresa, etc. A pesar que I.S.B.N. se asigna a Libros y Materiales no librarios, la información que la Cámara nos entrega, se refiere exclusivamente a la producción y publicación de los primeros.

La clasificación que existe para la producción de las Editoriales, y específicamente la producción de Libros, se clasifica de la siguiente manera: por *Rango de Producción*, es decir, la cantidad de ejemplares que se mandan a imprenta, el que varía de cero a cinco mil con rangos de quinientos; por *Rango de Páginas*, éste varía de cero a mil y más con rango de cien páginas por ejemplar; por *Tipo de Presentación*, esto es en presentación de Lujo, Empastado o rústica; por *Tipo de Papel*, para esta categoría se opta por papel Biblia, Bond 24, Couché e Hilado entre los más comunes; por *Materia* que se dividen en quince temas diferentes y los más importantes en orden de producción son Literatura, Educación, Tecnología, Derecho, Religión, etc.; por *Regiones*, esto es, la cantidad de ediciones que cada región tiene anualmente; por la *Naturaleza de las Editoriales*, entre las que se cuentan las Asociaciones, Corporaciones, Sociedades Anónimas, Personas Naturales, Soc. de Responsabilidad Limitada, etc.; por *Número de Edición*, esto es si la producción es la 1°, 2° o 3° Edición.

Considerando las categorías que se manejan en esta Industria, se puede presentar algunos resultados respecto de la producción nacional, pero solo por Número de Edición, Rangos de Producción, Rangos de Página y por Materia, y desde el año 1999 al año 2003. Los resultados para las categorías restantes se presentan en los anexos.

Tabla 1 Cantidad de títulos editados en una o más ediciones

AÑO	1° Edición	%	2° Edición	%	3° Edición	%
1999	2.351	92,01	75	2,94	129	5,04
2000	2.246	92,80	74	3,05	100	4,13
2001	2.403	93,07	82	3,17	97	3,76
2002	2.266	94,04	89	3,14	80	2,82
2003	3.143	91,90	151	4,42	126	3,68

FUENTE: Agencia Chilena I.S.B.N.

Es posible apreciar en los datos tabulados, que la primera edición compone en promedio el 92,77 % de la producción nacional para los cinco años, reduciendo considerablemente la producción para la segunda y tercera ediciones, alcanzando un promedio de 3,34 % para la segunda y 3,88 para la tercera.

Tabla 2 Cantidad de ejemplares editados por título

RANGO	1999		2000		2001		2002		2003	
	Título	%	Título	%	Título	%	Título	%	Título	%
000-500	580	22,7	541	22,4	682	26,4	770	27,2	867	25,4
500-1000	422	16,5	518	21,4	481	18,6	561	19,8	663	19,4
1000-1500	671	26,3	581	24,0	593	23,0	640	22,6	897	26,2
1500-2000	96	3,8	63	2,6	77	3,0	110	3,9	125	3,7
2000-2500	187	7,3	171	7,1	163	6,3	255	9,0	221	6,5
2500-3000	60	2,3	30	1,2	15	0,6	18	0,6	19	0,6
3000-3500	186	7,3	208	8,6	251	9,7	218	7,7	249	7,3
3500-4000	7	0,3	6	0,2	11	0,4	8	0,3	17	0,5
4000-4500	38	1,5	56	2,3	54	2,1	33	1,2	49	1,4
4500-5000	13	0,5	2	0,1	8	0,3	1	0,0	2	0,1
5000-más	295	11,5	244	10,1	247	9,6	221	7,8	311	9,1
Total	2555		2420		2582		2835		3420	

FUENTE: Agencia Chilena I.S.B.N.

El rango de ejemplares con mayor tiraje, durante los cinco años en cuestión, es de 1000-1500 con un promedio de 24,4 % de la producción anual, exceptuando

los años 2001 y 2002, en los que la producción promedio se mantuvo en 0-500. A una distancia considerable los siguen los rangos de 500-1000 y 5000-más, con un 19.1 % y 9.6 % respectivamente. Además es necesario destacar que considerando la naturaleza jurídica de las editoriales, la producción en orden decreciente es de Sociedades con Responsabilidad Limitada, Sociedades Anónimas, Personas Naturales e Instituciones.

Tabla 3 Cantidad de títulos editados por rango de páginas

RANGO	1999		2000		2001		2002		2003	
	Título	%	Título	%	Título	%	Título	%	Título	%
000-500	2466	96,5	2303	95,2	2474	95,8	2712	95,7	3292	96,3
501-700	43	1,7	63	2,6	62	2,4	77	2,7	66	1,9
701-800	12	0,5	15	0,6	16	0,6	15	0,5	25	0,7
801-900	10	0,4	13	0,5	12	0,5	8	0,3	12	0,4
901-más	24	0,9	26	1,1	18	0,7	23	0,8	25	0,7
Total	2555		2420		2582		2835		3420	

FUENTE: Agencia Chilena I.S.B.N.

El Rango de Páginas que mas se utiliza para los ejemplares editados es de 0-500, con un promedio para los cinco años de 95,9 % seguido en forma residual de 501-700 con un 2,3 % promedio para estos años.

Tabla 4 Cantidad de títulos editados por materia

MATERIA	1999	%	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%
Adm. Pública	29	1,1	22	0,9	31	1,2	31	1,1	28	0,8
Artes-Recreación	163	6,4	150	6,2	121	4,7	270	9,5	337	9,9
Cs. Aux.Historia	95	3,7	100	4,1	105	4,1	79	2,8	143	4,2
Cs. Filosóficas	68	2,7	60	2,5	70	2,7	47	1,7	124	3,6
Cs. Médicas	89	3,5	0	0,0	86	3,3	126	4,4	0	0,0
Cs. Puras	54	2,1	87	3,6	62	2,4	66	2,3	83	2,4
Cs. Sociales	119	4,7	120	5,0	145	5,6	147	5,2	208	6,1
Derecho	121	4,7	135	5,6	189	7,3	217	7,7	255	7,5
Economía	76	3,0	68	2,8	89	3,4	67	2,4	64	1,9
Educación	386	15,1	350	14,5	393	15,2	460	16,2	570	16,7
Folclore	16	0,6	8	0,3	14	0,5	18	0,6	16	0,5
Generalidades	164	6,4	147	6,1	137	5,3	138	4,9	146	4,3
Lenguas	32	1,3	21	0,9	31	1,2	25	0,9	33	1,0
Literatura	843	33,0	802	33,1	848	32,8	868	30,6	1040	30,4
Religión	148	5,8	104	4,3	101	3,9	117	4,1	113	3,3
Tecnología	152	5,9	246	10,2	160	6,2	159	5,6	260	7,6
Total	2555		2420		2582		2835		3420	

FUENTE: Agencia Chilena I.S.B.N.

Como se puede apreciar ésta categoría es la que cuenta con un mayor desglose, con dieciséis materias, y a su vez cada materia cuenta con subcategorías. Considerando lo presentado en la Tabla N° 4, podemos notar que la Literatura aporta a la producción anual con 880 títulos, en promedio para los cinco años, la Educación aporta 341 títulos en promedio. Muy por debajo de la producción de la Literatura y la Educación, se encuentran las Artes-Recreación, Tecnología y Derecho, con 7,33 %, 7,1 % y 6,55 % respectivamente en promedio para el rango de años considerado.

Como se mencionó anteriormente, las subcategorías están presentes en éstas materias, por lo que consideraremos solo las dos primeras en términos de aporte a la producción.

Tabla 5 Cantidad de títulos editados en literatura

MATERIA	1999	%	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%
Poesía	211	25,0	209	26,1	236	27,8	231	26,6	227	21,8
Ensayos	172	20,4	162	20,2	171	20,2	178	20,5	211	20,3
Narrativa	141	16,7	143	17,8	120	14,2	131	15,1	151	14,5
Lit. Infantil	95	11,3	63	7,9	42	5,0	113	13,0	93	8,9
Otros	224	26,6	225	28,1	279	32,9	215	24,8	358	34,4
Total	843		802		848		868		1040	

FUENTE: Agencia Chilena I.S.B.N.

Siendo la Literatura la materia de mayor importancia, nos damos cuenta que la Poesía aporta 223 títulos en promedio, para los años en cuestión, y aportando con menor incidencia los Ensayos y la Narrativa con un 20.31 % y 15.66 % respectivamente.

Tabla 6 Cantidad de títulos editados en educación

MATERIA	1999	%	2000	%	2001	%	2002	%	2003	%
Generalidades	162	42,0	110	31,4	145	36,9	166	36,1	125	21,9
Ed. Básica	138	35,8	116	33,1	168	42,7	199	43,3	311	54,6
Ed. Media	52	13,5	93	26,6	60	15,3	73	15,9	100	17,5
Ed. Superior	34	8,8	31	8,9	20	5,1	22	4,8	34	6,0
Total	386		350		393		460		570	

FUENTE: Agencia Chilena I.S.B.N.

La Educación segunda en importancia, en términos de aporte a la edición, los Textos de Estudio para la Educación Básica aportan 186 títulos en promedio, seguido de los Libros de Generalidades para la educación y los Textos de Educación Media con un 33,66 % y 17,74 % respectivamente.

Ahora si consideramos además las traducciones que se realizan y se editan en nuestro país, entre los años en cuestión se produjeron 436 títulos, de los cuales el 44,7 % fueron de traducción del inglés al español. Esto implica una reducción total del 34,6 % y en el caso de las traducciones del Inglés al Español se redujo un 42,5 %, respecto de período 1994-1998.

A partir de 1986, que es cuando la Cámara se acredita como agencia del ISBN, se ha asignado en Número Internacional Estándar de Libros a 888 editoriales, incluyendo entidades Privadas y Públicas, pero en la actualidad sólo 54 de los 81 miembros que se encuentran asociadas a la C.Ch.L. son Editoriales, el resto son parte de los canales de comercialización de los libros y materiales no librarios.

2.2.2.- Importaciones y Exportaciones

La Industria Editorial a contar de la década de los noventa, comienza una política de expansión comercial a través de un catálogo de ofertas exportables, principalmente para los países de habla hispana, pero sin dejar de lado otros países. A continuación se presenta el comportamiento de las exportaciones en el período 1999 al 2003:

Tabla 7 Exportaciones hacia América y Europa

PAÍS	1999	2000	2001	2002	2003
C O N T I N E N T E A M E R I C A N O					
Argentina	11.163.332	11.380.706	4.936.268	1.263.920	1.155.380
Bolivia	1.769.287	1.025.281	29.444	33.384	111.168
Brasil	25.186.725	23.272.052	23.525.750	9.641.107	2.114.225
Canada	65	3.853	0	168.484	1.600
Colombia	251.919	307.017	189.484	211.451	304.099
Costa Rica	33.880	41.452	41.622	12.036	65.742
Cuba	16.259	28.639	20.993	2.012	26
Ecuador	439.931	120.487	175.419	96.219	325.759
EEUU	466.275	394.870	330.257	444.248	1.975.177
El Salvador	40.087	9.886	947	44.250	48.637
Guatemala	50.895	53.825	48.239	42.306	53.643
Hawai	9.954	0	0	0	0
Honduras	29.112	0	30.896	232	7.536
Mexico	888.189	1.101.421	855.092	1.556.206	798.592
Nicaragua	3.293	3.583	0	0	4.497
Panama	18.506	91.890	23.354	41.856	94.771
Paraguay	574.606	415.032	374.526	8.028	183.392
Peru	3.503.194	1.039.588	698.036	1.417.662	1.139.160
Rep. Dominicana	85.915	20.586	8.443	90	21.969
Uruguay	510.175	1.165.982	630.126	246.595	263.187
Venezuela	791.463	197.516	263.999	968.118	61.331
S u b t o t a l	45.833.062	40.673.666	32.182.895	16.198.204	8.729.891
O T R O S C O N T I N E N T E S					
África del Sur	0	0	800	0	0
Alemania	3.892	19.487	16.772	2.172	11.470
Argelia	0	0	0	19.835	0
Australia	0	60	0	0	7.042
Bélgica	971	0	0	0	1.948
Corea del sur	0	1.795	0	894	0
España	190.973	70.188	284.439	161.462	833.541
Finlandia	0	650	0	0	0
Francia	7.304	1.655	103.495	0	7.930
Holanda	0	0	924	0	3.500
Hungría	0	0	5.322	0	0
Inglaterra	48.194	14.937	50.319	36.191	7.614
Israel	0	0	110	0	0
Italia	1.835	1.985	7.224	0	1.000
Japón	82	0	0	945	0
Mozambique	0	10.316	0	0	0
Portugal	7.813	10.040	5.146	0	0
Sn Vicente y Granadinas	0	0	16.624	0	0
Suecia	210	1.014	11.174	9.194	14.579
Suiza	0	0	370	3.095	870
S u b t o t a l	261.274	132.127	502.719	233.788	889.494

FUENTE: ProChile

Como se aprecia se produjo una disminución de las exportaciones totales hacia los países del continente americano, pero por otro lado se incrementaron las exportaciones hacia los países, con los cuales se han celebrado Tratados de Libre Comercio, como son los casos de Canadá (incremento de un 2400 % para el período), Estados Unidos (incremento de un 423 % para el período) y los países pertenecientes a la Comunidad Europea (incremento de un 338 % para el período), situación que se potencio en el 2004.

Las Ferias Internacionales y las Misiones Comerciales, constituyen las instancias más favorables para hacer los negocios de exportación, distribuyéndose como sigue para el período de años comprendido: Libros de hojas suelta, incluido las hojas plegable, US\$ 4.427.000.-; Folletos de hojas sueltas incluso plegables, US\$ 7.728.000.-; Diccionarios y Enciclopedias incluso en fascículos, US\$ 15.259.000.-; Libro Escolares de enseñanza Básica, Media y Media Técnico Profesional, US\$ 6.657.000.-; Libro Académicos, Científicos y Técnicos, US\$ 28.093.000.-; Libros de Literatura en general, US\$ 16.572.000.-Folletos, Manuales Técnicos y otros libros, US\$ 69.304.000.-

Por otro lado el total de importaciones de libros para el año 2003 fue de US\$ 47.734.000.- de los cuales se importaron: Libros empastados y en hojas sueltas incluso plegables, US\$ 8.100.000.-; Enciclopedias y Diccionarios, US\$ 3.208.000.-; Libros de Enseñanza Básica y Media, US\$ 5.118.000.-; Libros de Enseñanza Media Técnico Profesional, US\$ 783.000.-; Libros Académicos, Científicos y Técnicos, US\$ 7.473.000.-; Manuales Técnicos US\$ 2.189.000.-; y por últimos otras publicaciones, US\$ 20.863.000.- (FUENTE: Aduana Chilena).

2.2.3.- Canales de Comercialización

A comienzos de la década de los noventa el mercado del libro experimentó un importante crecimiento, debido a la instalación de nuevas librerías, la inversión de editoriales extranjeras que se instalaron con casas propias en Chile, la promulgación de la Ley del Libro y las políticas de fomento a la lectura creadas por el Concejo Nacional del Libro y la Lectura, a través del Fondo de Recursos Concursables, la creación de nuevos canales de venta, la presencia de Editoriales Chilenas en otros mercados, mediante la participación en ferias internacionales, misiones comerciales, exportaciones directas, la creación de ferias del libro a lo largo de nuestro país, los numerosos autores Chilenos publicados en novelas, cuentos y ensayos. Ese escenario permitió que el mercado del libro creciera, en ésta década con tasas cercanas al 10 %. Pero esto también trajo consigo el aumento de la actividad ilegal.

Si bien aún las librerías son el canal tradicional para la venta de libros, se han incorporado en forma progresiva importantes vías para su comercialización, identificándose las siguientes: nuevas librerías; papelerías, es decir, establecimiento cuyo principal rubro son artículos de escritorio; venta directa a través de organizaciones de venta a crédito o placistas; clubes de lectores; licitaciones públicas; ferias del libro y exposiciones; venta por internet; venta en grandes superficies, esto es, supermercados y grandes tiendas; canales atípicos, como tiendas de otros rubros; venta en kioscos; venta directa de editores y distribuidores a instituciones, como los establecimientos educacionales; venta ilegal por canales informales, es decir, la vía pública.

En Chile existen 99 librerías propiamente tal, es decir, establecimiento cuyo rubro es la venta y comercialización de libros; 58 sucursales, 157 puntos de venta librerías. La distribución a nivel nacional es la siguiente: Región Metropolitana con un 42 %; Región de Valparaíso con 13 %; Región de los Lagos con un 13 %; Región de Tarapacá con un 6,6 %; y por último el restante 25,7 % se distribuye en la

demás regiones. Otra característica a destacar es que las librerías como puntos de ventas se encuentran en un 69 % en las zonas céntricas de la ciudad, el 21 % en centros comerciales y el 10 % en otros lugares. También se clasifican por la superficie y el personal que trabaja en que los puntos de venta cuentan, y las distribución según este ítem es: el 37 % cuenta con menos de 40 m², el 30 % se encuentra en el rango de 40-100 m², el 22 % se encuentra en el rango de 101-300 m², y el 11 % cuenta con más de 300 m². Por otro lado, el 65 % tiene cinco o menos empleados, el 19 % está en el rango de 6-10 empleados, el 7 % tiene entre 11 y 20 empleados, y el 9 % cuenta con más de 20 empleados.

La inversión anual que las librerías destinan para el marketing y publicidad es casi despreciable e irregular, y en general se concentran en las cadenas de librerías. Otro punto de importancia es la tecnología, que en los últimos seis años se ha incorporado de manera progresiva para el manejo de cajas en los locales y para el control de la existencia. Pero esta lentitud en la incorporación de la tecnología es a causa de los exiguos recursos para la inversión. La complejidad del negocio del libro implica la necesidad de contar con programas a medida para cada librería (consignación de libros por parte de las editoriales). Hoy día, el 36 % de las librerías cuentan con una casilla de correo electrónica para las cotizaciones y las ventas por encargo.

2.2.4.- Consumo de Libros

Se han realizado sólo dos encuestas nacionales sobre lectura y el consumo de libros, gestionadas por la Cámara Chilena del Libro y auspiciada por el Consejo Nacional del Libro y la Lectura, realizadas la primera en 1993 y la segunda en 1999. Las encuestas son de tipo descriptivo para una población de 15 años y más que residen en lo principales áreas urbanas de nuestro país.

La respuesta que se obtuvo al aplicar la encuesta, arroja los siguientes resultados: las personas casadas leen más que las solteras; un 70,4 % lee diarios, revistas o libros; las personas que mas len tienen entre 9 y 12 años de estudio; el gusto por la lectura desciende a medida que disminuye el nivel socioeconómico; el segundo canal de

disminución es la calle; un 63,1 % compra libros en las librerías y un 22,6 % lo hace en la calle; entre los 15 y 24 años de edad, se encuentra la mayor cantidad de lectores; un 12,1 % compra libros nuevos, el 7,8 % los compra usados y el 2,5 % accede a ellos en las bibliotecas; las Bibliotecas Públicas se encuentran en las 13 regiones y 341 comuna, de las cuales el 76 % se encuentran adheridas a la red DIBAM (Dirección de Archivos, Bibliotecas y Museos). **Fuente:** Cámara Chilena del Libro y DIBAM.

2.2.5.- Factores Externos que afectan a la Industria

2.2.5.1 Económicos

Si bien existen diferentes factores económicos que pueden afectar a la Industria Editorial, como el tipo de cambio en el caso de los importadores de material editorial y para las Editoriales en el caso de los insumos, materias primas y tecnología para la producción, el valor del IPC y la UF en el caso del alza de los costos de producción y en las tasas crediticias al momento de conseguir el capital para las inversiones, el factor que más influye en esta industria es el I.V.A., Impuesto al Valor Agregado, que incrementa considerablemente el valor del producto al momento de llegar al cliente, situación que no favorece en lo absoluto el incremento del negocio y menos del patrimonio cultural de la Nación.

A nivel internacional se hace un manejo diferente respecto de este factor. En casi todos los países de América y de la Unión Europea han logrado establecer leyes tributarias que favorecen el crecimiento de la industria editorial y el patrimonio cultural, es decir, han llegado a establecer acuerdos en que se reduce al mínimo el I.V.A. para los libros y materiales no librarios, o simplemente se ha eliminado incluyendo los aranceles de importaciones.

A continuación, se detalla la tasa de IVA General y el IVA al Libro que se aplica en los países que conforman el Continente Americano y en los Estados Miembros de la Unión Europea.

Tabla 8 Aranceles e IVA para los libros en América

PAÍS	IVA GRAL. (%)	IVA LIBRO (%) / ARANCEL (%)
A. Holandesas	5	0 / 0
Argentina	21	0 / 0
Aruba	N/A	N/A
Barbados	15	0 / 0
Bermudas	N/A	N/A
Bolivia	13	0 / 0
Brasil	17	0 / 0
Canada	15	7 / 0
Chile (1)	19	19 / 0
Colombia	16	0 / 0
Costa Rica	13	0 / 0
Cuba	0	0 / 0
Ecuador	12	0 / 0
El Salvador	13	0 / 0
EEUU	1 a 7	1 a 7 / 0
Guatemala	12	0 / 0
Haití	10	0 / 0
Honduras	12	0 / 0
Jamaica	15	0 / 0
Mexico	15	0 / 0
Nicaragua	15	0 / 0
Panama	5	0 / 0
Paraguay	10	0 / 0
Peru	17	0 / 12
Rep. Dominicana	12	0 / 0
Trinidad y Tobago	15	0 / 0
Uruguay	23 y 14	0 / 0
Venezuela	16	0 / 0

FUENTE: Centro Interamericano de Administraciones Tributarias
 Centro Regional para el Fomento del Libro En América Latina y el Caribe
 Julio de 2004

Como se puede apreciar Chile después de Uruguay y Argentina es el país con mayor Impuesto al Valor Agregado, pero sin embargo estos dos países cuentan con IVA y Arancel cero para los libros de producción propia e importaciones respectivamente. Por otro lado Perú y Estados Unidos, que junto a Chile se presentan como los únicos países en América que tiene IVA o Arancel, la comparación que se puede hacer nos lleva a una diferencia de 12 puntos porcentuales con el país que mas impuesto aplica, en este caso Estados Unidos, considerando que Perú aplica arancel a las importaciones de Libros.

Tabla 9 IVA para los libro en Europa

PAÍS	IVA GRAL. (%)	IVA LIBRO (%)
Austria	20	10
Belgica	21	6
Chipre	15	5
Rep. Checa	22	5
Alemania	16	7
Dinamarca	25	25
España	16	4
Estonia	18	5
Francia	19,6	5,5
Finlandia	22	8
Reino Unido	17,5	0
Grecia	18	4
Uhungria	25	12 y 0 en Textos
Italia	20	4
Irlanda	21	2
Luxemburgo	15	3
Lituania	18	18 y Textos e Infantiles 0
Letonia	18	0
Malta	15	0
Países Bajos	19	6
Portugal	19	5
Polonia	12	0
Suecia	25	6
Eslovaquia	19	6
Eslovenia	20	8

FUENTE: Diario Oficial de la Unión Europea

Delegación de la Unión Europea en Santiago de Chile
ProChile

Como se puede notar, más del 90 % de los países miembros de la Unión Europea, aplican una reducción a menos del 50 % del IVA general, y el 20 % simplemente lo reduce a cero. En consecuencia, si consideramos que los Estados miembros de la Unión Europea y del continente Americano en su mayoría reducen o eliminan el IVA para los Libros y materiales no Librarios, la Industria Editorial Chilena se encuentra en una evidente desventaja respecto la misma en otros mercados, aún cuando a contar del 1° de Enero de 2007, Chile reduce el IVA a 18 % nuevamente.

2.2.5.2.- Legales

En Chile a mediados de la década de los noventa se promulgaron o se modificaron leyes que funcionan como importantes mecanismos de protección para la Industria Editorial, es el caso de Ley de Propiedad Intelectual o Ley N° 17.336, promulgada en 1970 y modificada por última vez en 1992, y la Ley del Libro o Ley N° 19.227, sobre el Fondo del Fomento del Libro y la Lectura, promulgada en 1993. A través de estas leyes se ha logrado fomentar el incremento del Patrimonio Cultural y la producción de Libros y materiales no librarios, aunque todavía queda mucho por hacer.

2.2.4.2.1.- Ley de Propiedad Intelectual

Los derechos intelectuales, también denominados "derechos de propiedad que recaen sobre bienes inmateriales", son aquellos cuyo objeto consiste en la creaciones del espíritu o de la mente, y que otorgan a su titular la facultad exclusiva y monopólica para explotarlos con fines económicos, según la elaboración de Alessandri, Somarriva y Vodanovic, "Tratado de los Derechos Reales, Bienes" Tomo I, Editorial Jurídica de Chile, Santiago, 1997, página 29. La protección especial que otorga la Constitución Política de la República, a estos derechos intelectuales, se encuentra expresa y particularmente garantizado en artículo 19° numeral 25, donde asegura a todas las personas "el derecho de autor sobre sus creaciones intelectuales y artísticas de cualquier especie, por el tiempo que señale la ley y que no será inferior a la vida del titular". El inciso segundo de este numeral, agrega que, "el derecho de autor comprende la propiedad de la obras y otros derechos, como la paternidad, la edición y la integridad de la obra, todo ello en conformidad a la ley". Por otro lado, el Código Civil Chileno definió el derecho de propiedad en el artículo 582° de la siguiente manera: "El dominio (que también se llama propiedad), es el derecho real en una cosa corporal, para gozar disponer de ella arbitrariamente; no siendo contra la ley o contra derecho ajeno". El artículo 583° del mismo

cuerpo legal, amplió el alcance hacia las cosas incorporales, para referirse concretamente en el artículo 584° a “las producciones del talento o del ingenio”, como un derecho de “propiedad de sus autores”, que será regulado “por leyes especiales”.

Como consagra el artículo 1° de la Ley de propiedad intelectual, los derechos nacen desde el momento mismo de la creación de la obra y este dominio se adquiere en forma automática, de manera que el registro autoral constituye un medio de prueba sobre la paternidad de la obra o de la titularidad de derechos sobre ella, que no excluye a los demás medios probatorios contemplados en el derecho común, en virtud de esto, las formas en que el autor o las persona expresamente autorizadas por él, pueden ceder a terceros o utilizar por si mismos, estas obras intelectuales, son las que señala el artículo 18°, consistentes en el derecho a su publicación, reproducción, adaptación y ejecución pública, que a continuación se detalla:

- a) Publicación de la Obra: es “la reproducción de la obra en forma tangible y su puesta a disposición del público mediante ejemplares que permitan leerla o conocerla visual o auditivamente de manera directa o mediante el uso de un aparato reproductor o de cualquier otra máquina” (artículo 5° letra o).

- b) Reproducción de la Obra: es “la acción material de volver a producir, automática o uniformemente, una obra intelectual igual a otra ya existente y definitivamente fijada” (según define Doña DINA Herrera Sierpe, “Propiedad Intelectual, Derechos de Autor, Ley N° 17.336 y sus modificaciones”, Editorial Jurídica de Chile, segunda edición actualizada, Santiago, 1999, páginas 76 y 77).

- c) Adaptación de la Obra: es la modificación de una obra preexistente, mediante la cual la obra pasa a ser de un género, como en el caso de las adaptaciones cinematográficas de novelas u obras musicales.

- d) Ejecución Pública de la Obra: consiste en hacer perceptible una obra, representación o ejecución, fonograma o emisión de radiodifusión perceptibles, de cualquier manera idónea para las personas en general.

Otra regulación que establece esta Ley, se refiere a los contratos nominados que regulan las características esenciales que permiten el desarrollo de la industria cultural, entre las que se destaca, por cierto, la industria del libro:

- a) Contrato de Edición: el titular del derecho de autor entrega o promete entregar una obra al Editor y éste se obliga a publicarla mediante su impresión gráfica, a distribuirlo y pagar una legítima remuneración al genio creador (artículo 48° y siguientes).

- b) Contrato de Representación: se utiliza principalmente en la industria fonográfica, y el autor de una obra de cualquier género concede a un empresario el derecho de representarla en público, a cambio de la remuneración que ambos pacten (artículo 56° y siguientes).

Aunque la Piratería está tipificada como un delito en el artículo 79° de ley de propiedad intelectual, la industria editorial considera insuficientes las medidas que en ella se exponen para hacer frente a este delito, que trae aparejado consigo a otros ilícitos, entre otros, las asociación ilícita comprendida en el Código Penal, la indicación falsa del lugar de impresión de los textos estipulado en la Ley sobre Abusos de Publicidad, evasión de impuestos comprendido en el Código Tributario etc. Por tal razón, la Cámara Chilena del Libro a través de la Comisión Nacional Antipiratería, CONAPI, formalizó el

patrocinio del Gobierno para enviar al parlamento un proyecto de ley que entre otras cosas contempla lo siguiente: “*Ampliación del Ámbito de aplicación del artículo 80° de la Ley N° 17336*, aumentando específicamente el alcance para las obras literarias especificando que la reproducción o falsificación, distribución al público, importación y la adquisición o tenencia de libros con fines de venta, son un delito penado por la ley. *Aumento de penas y distinción en el grado de participación y daño causado*, esto es, elevar las penas en un grado desde presidio menor en su grado mínimo a medios entre 61 días a 3 años, en consecuencia que era de 61 días a 540 días, pero distinguiendo una graduación superior para quienes mas daño causan a la economía y la cultura (financistas, impresores, distribuidores al por mayor y comerciantes establecidos)”; Tipificar como una falta la compra de especies falsificadas, y castigarlo con una multa que va entre las 5 y 50 UTM; Eliminar el Impuesto al Valor Agregado y asignar mayores fondos al Consejo Nacional del Libro y la Lectura.

2.2.4.2.1.- Ley del Libro

La Ley N° 19.227 o Ley del Libro, crea un Consejo Nacional del Libro y la Lectura, dejando de manifiesto que “El Estado de Chile reconoce en el libro y en la creación literaria instrumentos eficaces e indispensables para el incremento y la transmisión de la cultura, el desarrollo de la identidad nacional y la formación de la juventud.”, además “...conociendo el aporte de los escritores chilenos y promoviendo la participación de todos los agentes culturales y de los medios de comunicación social”.

El Consejo Nacional del Libro y la Lectura, creado a través de una ley, tiene el carácter de organismo público autónomo, al que le corresponde administrar y asignar los recursos del Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura, además asesorar al Ministro de Educación en cuanto a políticas de fomento de la lectura. Desde su creación hasta el 2003, se han destinado más de \$11.268.000.000.- al financiamiento de estos programas que han beneficiado al conjunto del país, a través de concursos públicos, siendo éstos lo que mayor cantidad de recursos distribuyen en el país, como: Fomento

Bibliotecario; Fomento de la Lectura y Escritura; Capacitación; y Fomento del Libro, que comprende apoyo a la Edición, promoción y desarrollo de las exportaciones de Libros Chilenos y Eventos. A continuación se presenta un resumen por áreas, comprendidas entre los años 1993 y 2001, a los cuales se les ha asignado recursos:

Tabla 10 Recursos asignados por categoría

CATEGORÍA	Nº PROYECTOS	MONTO M\$
Fomento Bibliotecario	924	\$ 2.532
Fomento a la Lectura	411	\$ 1.297
Eventos	231	\$ 1.250
Capacitación	109	\$ 320
Investigación	39	\$ 150
Concurso Literario	99	\$ 561
Apoyo a la Edición	79	\$ 436
Promoción y Desarrollo a la Exportación de Libros Chilenos	11	\$ 153
T O T A L		\$ 6.699

FUENTE: Consejo Nacional del Libro y la Lectura

Como se aprecia el Fondo Nacional del Libro y la Lectura, ha creado una serie de categorías para fondos concursables, y sin duda esta política apunta fundamentalmente al fomento de la actividad creadora en el campo de la literatura, por lo que el Consejo creó en 1993, el "PREMIO CONSEJO NACIONAL DEL LIBRO Y LA LECTURA", que se ha constituido en el más importante galardón literario de carácter anual para obras inéditas y editadas en los géneros de novela, cuento, poesía, teatro y ensayo, además para el incentivo de la creación de nuevas obras literarias, y considerando la dedicación que debe tener un escritor para la realización de las tareas propias de su oficio, se otorgaron entre 1993 y el 2001 cerca de 380 becas, también se ha optado por premiar la creación de Literatura Infantil, admitiendo que la mejor forma de incentivar la lectura en los niños y jóvenes de nuestro país. El Concurso de Adquisición de Libros de Autores Nacionales, dirigido a las bibliotecas públicas, apunta a la publicación de nuevas obras y por supuesto al acceso de la población a obras de autores nacionales. Como una manera de reconocer, apoyar y estimular las iniciativas de los profesionales que trabajan con niños y jóvenes a través de la enseñanza o la atención bibliotecaria, crea en 1998 el programa de Becas para Profesores y Bibliotecarios, entregando desde su creación 94 becas.

2.3.- ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

2.3.1.- Rivalidad entre los Competidores

La Industria editorial, debido a las dificultades que presenta el negocio, en la actualidad registra un número reducido de Editoriales, cuarenta y tres editoriales con producción propia y distribución, y doce editoriales que solamente distribuyen. A pesar que hay trece editoriales con mayor presencia en el mercado Chileno y en algunos casos el internacional, como son: Arrayán Editores, Bibliográfica, Editorial don Bosco, Ediciones B, Editorial Jurídica de Chile Andrés Bello, Larousse Ediciones, Le Monde Diplomatique, Mc Graw Hill, Pearson Educación, Editorial Planeta, Random House Mondadori, Editorial SM y Santillana; el resto de las editoriales chilenas se encuentran casi al mismo nivel, y permite decir que la *Rivalidad entre los Competidores es moderada*, debido a la lentitud con que crece la demanda, por otro lado en este tipo de producto, los Libros y Materiales no Librarios, no se mantiene una lealtad hacia tal o cual producto, sino que en general el consumidor se dirige donde es más barato, considerando que lo que vale es la obra intelectual no el físico. Además de debe considerar que en la actualidad muchas compañías que no pertenecen al negocio, optan por atraer a sus cliente mediante un gancho comercial que le permite a los consumidores ir formando sus bibliotecas personales, como por ejemplo las Compañías Distribuidoras de combustible, Cadenas de Tiendas Comerciales, Periódicos, etc., regalan productos de las editoriales a costos muy bajos. También si consideramos que la dificultad para salir del negocio es tal, debido a las grandes inversiones que se realizan, más aún podemos afirmar que la competencia es fuerte. El gran costo de mantención de stock, obliga en ocasiones a mandar los excedentes al mercado a bajos precios, volviéndose más vigorosa la competencia en el negocio.

2.3.2.- Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores

Los mercados o segmentos atractivos para el ingreso de nuevos participantes, son aquellos en los que las barreras de entradas son fáciles de franquear, inyectando nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado. En virtud de lo anterior, se pueden considerar las siguientes Barreras de Entrada para el Negocio del Libro y Materiales no Librarios: **1)** Como antes se mencionó, los compradores no mantienen una lealtad hacia un producto o una editorial en específico, sino que a ellos les interesa los precios bajos para los productos de su interés, asumiendo que la importancia radica en la obra intelectual. Por lo que se vuelve necesario trabajar los bajos costos con las economías de escala, importando o editando grandes volúmenes de los productos de interés, teniendo canales de distribución adecuados y de grandes volúmenes, buena publicidad y una excelente atención posventa hacia el cliente; **2)** La edición de libros no es una tarea ligera, los editores son expertos conocedores de los libros, conocimiento que se adquiere con años de manejo en el negocio, característica común en los editores. El conocimiento alcanzado en las técnicas de edición, de las tecnologías y de fabricación, les permite mantener fuertes barreras entrada hacia los posibles nuevos competidores, además esa experiencia se traduce en costos de fabricación menores; **3)** Chile no se caracteriza, culturalmente hablando, por ser un comprador leal a marcas o empresas, sino que busca su satisfacción en la compra que haga del producto, por tanto, la lealtad no es una barrera de entrada muy fuerte; **4)** Los requerimientos de capital son una gran barrera de entrada, debido a que como bien sabemos en Chile no se paga el IVA diferenciado para productos culturales, por ende, los requerimientos financieros para mantener grandes inventarios, otorgar créditos, ventas bajas debido a la estacionalidad, adecuados canales de distribución, apropiadas campañas publicitarias, etc.; **5)** Cuando una editorial se ha mantenido por años en el negocio, adquiere conocimientos, habilidades y prestigio que le permiten comprar materias primas e insumos de calidad y a bajos precios, por otro lado, le permite obtener bajas tasas crediticias en los bancos, ya que tienen un conocimiento de años como cliente; **6)** Como se hace mención mas arriba, los canales de distribución adecuados permiten distanciarse de una manera importante hacia un potencial competidor. Es decir, los

mayoristas quizás no se quieren arriesgar a vender un producto que no sea de calidad, además de los canales propios que se logran con años de participación del negocio; 7) en cuanto a las políticas de regulación, no presentan una gran barrera de entrada, debido a que actualmente se está tratando de potenciar la creación de obras intelectuales (Consejo del Libro y la Cultura), y por su puesto su edición.

2.3.3.- El poder de Negociación de los Proveedores

Aquí se conjugan tres situaciones, respecto del poder de negociación de los proveedores; la primera se refiere a los proveedores de materias primas y de las proveedoras de servicios como las imprentas (que prestan el servicio de diseño e impresión de libros, Folletos, manuales, etc), Empresas de Grabación Audiovisual (que prestan el servicio de grabación de Cassettes, VHS, CD, DVD, etc), y por supuesto las empresas que prestan el servicio de manufacturación de Materiales didácticos. Aquí se presenta un *bajo poder de negociación* de los proveedores, debido a existe un gran número de posibles proveedores; la segunda se refiere a los proveedores del material intelectual, es decir, los creadores de libros y materiales no librarios, que presentan una obra intelectual sin mucho atractivo para el público, considerando que muchos libros son editados por mandato de clientes que desean plasmar la vida u obras de seres queridos, como por ejemplo las Biografías y libros de poesía. En este caso el *Poder de Negociación es menor*; y por último se encuentran los proveedores que tienen un *alto Poder de Negociación*, como es el caso de autores obras Intelectuales del área Técnica para profesionales, Textos Escolares, Libros de Aprendizaje, etc.

2.3.4.- El Poder de Negociación de lo Compradores

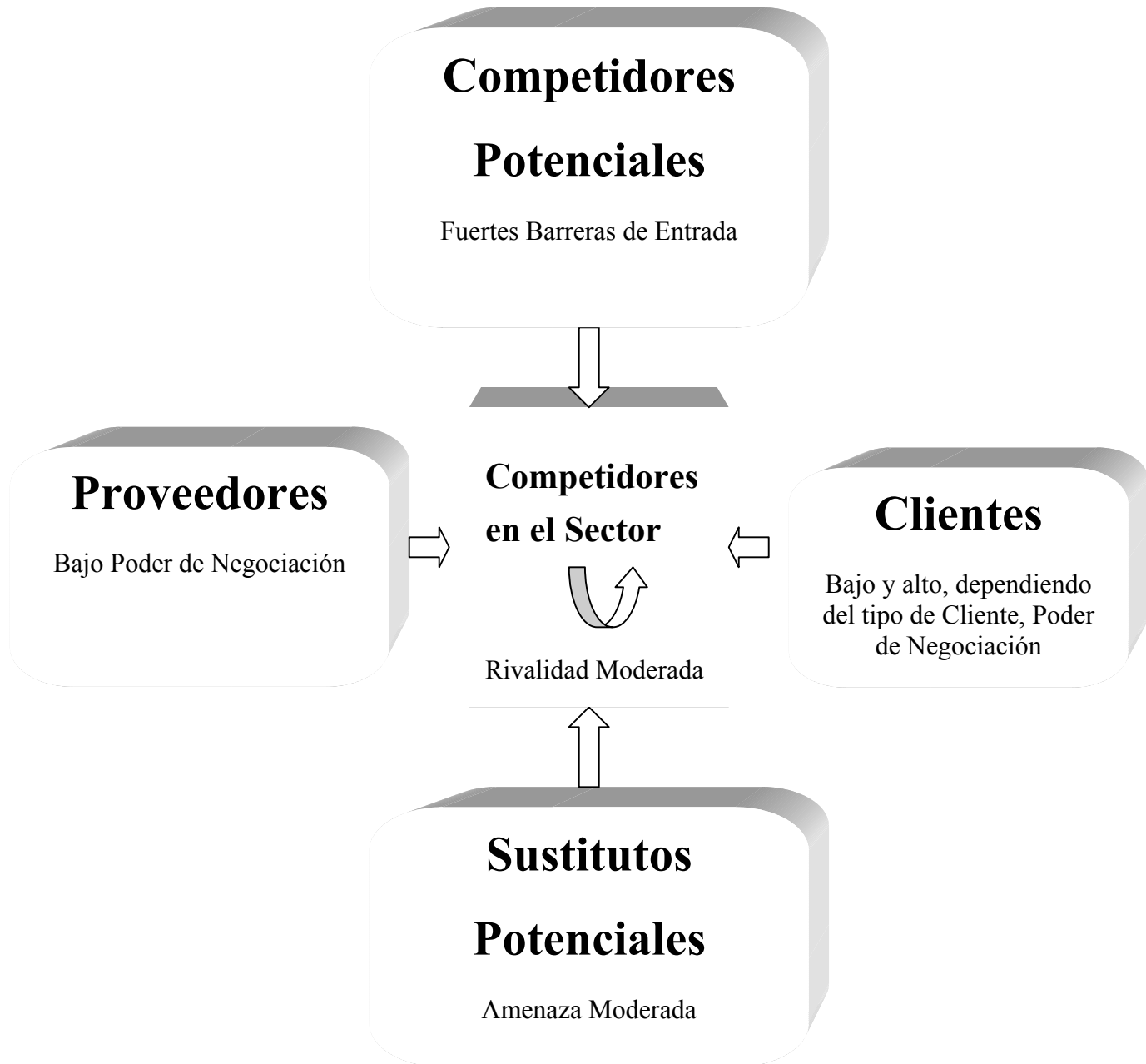
El poder de negociación se hace presente en dos categorías de Clientes; la primera se presenta cuando son clientes circunstanciales, es decir, los compradores de ocasión y que como se dijo antes, por el solo hecho de obtener una obra ahora y no después no presentan mucha resistencia a los precios estipulados, y para este caso los clientes tienen *Bajo Poder de Negociación*; la segunda se refiere a los Clientes con *Alto Poder de Negociación*, estos son clientes que durante años han optado por comprar a

una determinada editorial, grandes montos en compras a través de proyectos, o simplemente son clientes que compran permanentemente como es el caso de los profesores.

2.3.5.- Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos

En el caso de los productos sustitutos, la *Amenaza de Entrada es Moderada*, pero debido a que los productos sustitutos para los libros, se presentan en CD, DVD, VHS, etc, las editoriales como en general subcontratan los servicios de producción de cada uno de los productos de una compañía, es decir, las mismas compañías producen los sustitutos. Por otro lado, las economías de escala le permiten a una compañía en específico, competir con los productos sustitutos de otra. Además cuando se da el salto de un Libro a un material no Librario, le significa al cliente hacer otras inversiones por la utilización del sustituto (Si una institución durante toda su existencia ha comprado libros, para poder hacer uso de CD, VHS, DVD, le significará invertir en los equipos que le permitan utilizar el nuevo producto adquirido).

Diagrama de cinco fuerzas de Porter, para la industria editorial Chilena.



2.4.- SITUACIÓN ACTUAL DE EDICIONES MATAQUITO

2.4.1.- Libros Editados de Ediciones Mataquito

Ediciones Mataquito comienza a editar libros aproximadamente en 1995, en su mayoría dirigidos a la Educación. Y ¿Por qué no desde su nacimiento en el año 1985?, la razón es simple, como se mencionó antes para entrar al negocio de los libros hay una serie de barreras de entrada, y la principal es que se debe ser un conocedor de libros, y a Ediciones Mataquito le tomó diez años de constante aprendizaje del negocio para decidirse a editar sus propios libros además de la representación y distribución de otras editoriales. A continuación se presenta una tabla con los libros de mayor venta de producción propia:

Tabla 11 Títulos editados por ediciones Mataquito

LIBRO	AUTOR	EDICIÓN	ISBN	MATERIA
Algebra y trigonometria con Geometria Analitica	Fleming/ Verger	3º	0-13-023441-9	Maternatica
Antología Poética del Maule, 100 años de Poesía	Rafide/ Villablanca	2º	956-7995-01-X	Poesía
Artes Musicales en la Escuela, 1º Ciclo Básico	Valdés Núñez	3º		Educación
Artes Musicales en la Escuela, NB3 hasta NB6	Valdés Núñez	3º	956-7995-00-1	Educación
Creando para Crecer con Funciones Lúdicas	Flores G	4º		Educación
Curicó de Anteayer	Ramírez Merino	1º		Historia
El Futbol Gandor	Valdés Opazo	2º	956-272-795-5	Educación
Enciclopedia Ilustrada de los Deportes	Valdés Opazo	3º	956-288-311-6	Educación
Geografía Folklorica de Chile, 2 Tomos	Valdés Núñez	4º	956-7995-10-9	Educación
Hidalgos Curicanos	Cervela Toledo	1º		Biografía
La Escuela de Anticipacion Vocacional y Orintacion	Castillo Inzulza	3º		Educación
Repertorio del Teatro Escolar	Díaz	3º	956-284-038-7	Educación
Simce "Colección Nuestras vivencias"	Martínez	2º		Educación
Valores Humanos	Bravo Donoso	2º	956-7159-58-0	Educación
Metodología de trabajo con las Niñas y Niños Preescolares	Cerda Díaz	1º		Educación
Ejercitando para Obtener logros NB3-NB6 SIMCE	Poblete / Retamal / M	1º		Educación
Jaime Soler Millafre	Poblete Vergara	1º		Biografía
Juegos Lúdicos	Anónimo	10		Educación

FUENTE: Ediciones Mataquito y C. CH L.

Como se puede apreciar casi el 50 % de los libros de producción propia llevan más de tres ediciones, cosa que para el negocio de las editoriales es más que bueno, debido a que la mayoría de los libros editados no tiene el nivel de ventas adecuado para seguir editándolos. Esta es una de las razones por que los libros en general tienen precios muy altos, es decir, con los libros que tienen éxito se trata de compensar las pérdidas ocasionadas por la producción de otros.

2.4.2.- Análisis F.O.D.A. para Ediciones Mataquito

2.4.2.1.- Fortalezas

- Existencia de vínculos con diversos establecimientos educacionales de la Comuna, Provincia y Regiones.
- Experiencia de trabajo y conocimiento del negocio del libro, durante veinte años, lo que le ha permitido adecuar con flexibilidad y agilidad procedimientos y procesos del trabajo propiamente tal.
- Prestigio construido en veinte años de existencia.
- Disponibilidad de recursos financieros para realizar negocios fulminantes, gracias a la buena relación que ese mantiene con las entidades financieras, concedoras de la empresa como cliente responsable.
- Existencia de una notable infraestructura propia para la atención de Público y mantención del inventario.
- Ubicación privilegiada para la casa matriz.
- Clima Laboral adecuado.
- Poseer canales de distribución propios y externos adecuados para el negocio.
- Costos de producción bajos, debido a la producción a escala.

- Ser socios, por más de quince años, de la mayor Asociación de Editoriales, librerías y distribuidores que existe en Chile.
- Ser la única empresa que tiene las cuatro categorías de participación en el negocio del libro.

2.4.2.2.- Debilidades

- Falta de una Misión, Visión y Objetivos, consensados por todas las unidades participantes en Ediciones Mataquito.
- Falta de más profesionales con competencias en la edición de libros.
- Situaciones propias de un negocio familiar que está en proceso de transformación a una empresa.
- Falta de un sistema computacional adecuado para el control de ventas y de inventario en las sucursales y bodegas.
- Falta de compromiso de parte de los encargados de la distribución (canal propio) en algunos casos puntuales.

2.4.2.3- Oportunidades

- Reactivación de la economía lo que permitirá mayores gastos de parte del gobierno o instituciones relacionadas.
- Construcción de nuevos establecimientos educacionales, universidades y liceos.
- Existencia de leyes que permiten un mayor crecimiento de la Industria Editorial.
- Existencia de acuerdos y tratados internacionales que permiten ampliar el horizonte, ya sea exportando material de producción propia o importando, permitiendo contar con nuevos productos y a menor precio.
- Políticas nacionales de licitación en los estamentos públicos, para la compra de insumos.

2.4.2.4.- Amenazas

- Cambios adversos en el tipo de cambio y en general de los índices económicos que rigen en nuestra nación, en particular para la importación de libros y materiales no librarios.
- Crecimiento del poder de negociación de los clientes y proveedores.
- Integración vertical hacia delante de proveedores.
- Existencia de licitaciones de parte de los estamentos públicos, para la compra de insumos, a través de todo el país, permitiendo la entrada de otras editoriales al segmento captado.
- Existencias significativas que impliquen disponibilidad de recurso para la mantención de inventario.
- Apertura del mercado Chileno a otras editoriales, debido a los T.L.C.
- Competencia con productos sustitutos derivados de la tecnología.

2.4.3.- Factores Claves del Éxito

- Disposición de Recursos Financieros.
- Incorporar mayor calidad e innovación en la producción de antiguos y nuevos títulos.
- Producción a bajos costos.
- Apropriados Proveedores.
- Canales de Distribución efectivos.
- Adecuadas campañas publicitarias.
- Fuerza de venta competente.
- Respuestas inmediatas y eficaces ante los cambios.
- Imagen y Reputación intachable de la empresa.

CAPITULO III

“Análisis de Mercado”

3.- ANÁLISIS DE MERCADO

3.1.- EMPRESAS EN EL NEGOCIO DEL LIBRO

Hoy día, la Cámara Chilena del Libro agrupa a 81 empresas que compiten en el negocio del libro, entre las que se encuentran Editoriales, Distribuidoras, Librerías y Placistas, todas clasificaciones para las empresas, que se definen de la siguiente manera: la primera, es la empresa que produce sus propios libros y materiales no librarios, para luego venderlo a los distintos canales de comercialización; la segunda, es la que compra a las editoriales nacionales e internacionales y luego entrega los productos como mayorista a las librerías y placistas; la tercera, es la empresa que tiene puntos de venta establecidos y distribuidos a nivel nacional, regional o local, en donde su rubro es la venta de libros y materiales no librarios; y por último, el placista es aquella que cuenta con equipos de venta y canales de distribución propios, entregando los productos con pagos a plazo o no, pero su característica principal es la atención personalizada y en el lugar que el cliente convenga.

Existen otras empresas que caen en una o varias de las categorías mencionadas, que no pertenecen a la Cámara, pero por la cantidad y participación se pueden dejar fuera de éste estudio. Por otro lado, el pertenecer a esta Asociación Gremial, otorga un reconocimiento especial y oportunidades de participar en buenos negocios a través de la concurrencia a eventos nacionales e internacionales, además, para hacerse socio hay realizar una solicitud de incorporación, a la que todos los miembros activos deben estar de acuerdo, o no se autoriza el ingreso.

Dentro del conjunto de empresas socias de la Cámara, se acordó, entre el memorista y la Gerencia de Ediciones Mataquito, una suerte de clasificación que permite determinar a los competidores directos e indirectos. A continuación se detallan los nombres y la clasificación con que participan en este negocio:

3.1.1.- Tabla 12 Competencia Directa

NOMBRE	EDITA	DISTRIBUYE	LIBRERÍA	PLACISTA
Arrayán Editores (*)	X	X		X
Bibliográfica	X	X		X
Editorial Andrés Bello	X	X	X	
Editorial don Bosco	X	X	X	
Editorial Larousse	X	X		X
Editorial Santillana	X	X		
Librería José Miguel Carrera	X	X	X	
Oceano Chile	X	X		X
Pearson Educación	X	X		X
Ediciones Chile America (**)	X	X		X
Línea Editorial		X		X
Rezza Editores	X	X		X
Antigua Distribuidora Banz (***)				X
Ediciones Olmué	X	X		
Edidac Chile		X		X
Feria Chilena del Libro			X	
Galileo Libros		X		X
Herta Berenguer		X		
La Casa del Libro		X		
Librería Especializada Olejnik		X		
Librería Mundilibros		X	X	
Limar Sandel Ediciones		X		
Manatial, Sociedad Editoral		X	X	

FUENTE: Cámara Chilena del Libro
Entrevista Gte. Gral. Ediciones Mataquito

NOTA:

- (*) Comienzo de Compañías de mayor tamaño que Ediciones Mataquito.
 (**) Comienzo de Compañías de igual tamaño que Ediciones Mataquito.
 (***) Comienzo de Compañías de menor tamaño que Ediciones Mataquito.

3.1.2.- Tabla 13 Competencia Indirecta

NOMBRE	EDITA	DISTRIBUYE	LIBRERÍA	PLACISTA
Barsa Planeta de Chile Ediciones (*)	X	X		X
Consortio Periodístico de Chile	X	X		
Cultural Chile	X	X		X
Ediciones B	X	X		
Ediciones Mil Hojas	X	X		X
Ediciones Norma	X	X	X	X
Ediciones San Pablo	X	X	X	
Ediciones Urano	X	X		
Editorial Diana	X	X		
Editorial Mediterraneo	X	X	X	
Editorial Planeta	X	X		X
Editorial Renacimiento	X	X		
Editorial SM	X	X		
Editorial Universitaria	X	X	X	
Editorial Zig-Zag	X	X		X
Fernandez de Castro	X	X		
Fondo de Cultura Económico	X	X	X	
Le Monde Diplomatique	X	X		
Lexis Nexis Editorial	X	X		X
Librería Inglesa	X	X		
Librería Libertad	X	X		
Mc Graw Hill	X	X		X
Pehuén Editores	X	X		
Paulinas Editorial	X	X		
Random House Mondadori	X	X		X
Salo Editores	X	X		
Aleandría Libros (**)				X
Ediciones Cerro Manquehue	X	X		
Editorial Contra Punto	X	X		
Editorial Cuarto Propio	X	X		
Editorial Patris	X	X	X	
La Rambla		X		
Librería Eduardo Albers		X		
Librería Proa		X		
Sociedad Bíblica Chilena		X	X	

NOMBRE	EDITA	DISTRIBUYE	LIBRERÍA	PLACISTA
Book and Bits (***)		X	X	
Carlos Quiroga Editorial	X	X		
Catalonia Libros	X	X		
Condor Blanco Ediciones		X		X
Crazy all Comics		X		
Cruzada de Literatura Cristiana	X			
Chilelee Ediciones		X		
Ediciones Univercitarias de Valparaíso	X			
Editorial U. De Santiago de Chile	X	X	X	
Editorial U.C. de Chile	X	X	X	
Empresa Periodisitica Mundo	X	X		
Liberalia Ediciones		X		
Librería Esotérica		X		
Librería Estudio		X		
Librería Lila		X		
Librería Mundilibros		X	X	
Libros Buenos Aires			X	
Nuevo Extremo Publicaciones	X	X	X	
Palmaria Libros		X		
Prime Editores	X	X		
Ril Editores	X	X		
Sol y Luna Libros	X	X		

FUENTE: Cámara Chilena del Libro
Entrevista Gte. General. Ediciones Mataquito

Si se considera las categorías de participación en el Negocio del libro, se debe afirmar que cada una de la empresa que se encuentra en las tablas son competidores directos de Ediciones Mataquito, ya que ésta es la *única* empresa de este negocio que se encuentra en las cuatro categorías antes descritas. Es decir, produce su propio material y además participa en los tres principales canales de comercialización que se reconocen para las empresas participantes en la Industria Editorial. Pero también debemos considerar que este negocio se puede subdividir por materias, esto es, empresas dedicadas a editar y/o distribuir libros o textos en diferentes materias como la educación, religión, teología, literatura infantil y juvenil, historia, biografía, formación personal, literatura general, gastronomía, ensayos, autoayuda, esoterismo, comics, etc., y según esta clasificación se logró determinar 9 competidores directos de mayor tamaño, 3 competidores

directo de igual tamaño y 11 competidores directos de menor tamaño que Ediciones Mataquito, que participan en el mercado de la *Educación* y *Literatura*. Por otro lado, se determinó 26 competidores indirectos de mayor tamaño, 9 competidores de igual tamaño y 22 competidores indirectos de menor tamaño que Ediciones Mataquito. Si bien estos últimos son competidores directos en muchas materias, en la Edición de libros y materiales no librarios para la Educación y literatura, que es el área de interés, no lo son. Adicionalmente, se estableció que 21 empresas de la Competencia Directa son de Santiago, 1 de Olmué y 1 de Valparaíso, además el 65 % tiene cobertura nacional como mayorista. Para el caso de la Competencia Indirecta se tiene lo siguiente: 54 empresas son de Santiago, 2 de Valparaíso y 1 de Concepción, además el 82 % tiene cobertura nacional como mayorista. Este punto es de interés, ya que a partir de la sexta región hacia el sur sólo existe una Editorial que además tiene los tres principales canales de distribución, Ediciones Mataquito, ya que la Librería Estudio en la Región del Bío Bío y específicamente en la ciudad de Concepción, solo tiene carácter de canal de comercialización.

Si bien se estableció que existen 23 competidores directos y 57 competidores indirectos, como se dijo anteriormente Ediciones Mataquito puede considerarse competidora directa de todas las empresas que participan en el negocio del libro, y además se puede considerar que Mataquito esta participando en el canal de distribución de la mayoría de las editoriales y distribuidoras, por tener también el carácter de Librería y Placista.

3.2.- MERCADO OBJETIVO ACTUAL

El Ministerio de Educación, rigiéndose por la “Estructura del Sistema Educativo”, vigente desde 1997, contempla cuatro niveles durante el periodo de instrucción educacional:

- Educación Parvularia, *mercado de Interés*.
- Educación Básica (ocho años obligatorios), *mercado de Interés*.
- Educación Media (cuatro años obligatorios).
- Educación Superior.

Dentro de la Educación Parvularia, Básica y Media para niños y jóvenes, se identifican cuatro tipos de dependencia financiera:

- ***Municipal DAEM***, en la que la municipalidad es la responsable de que el establecimiento funcione en óptimas condiciones.
- ***Particular Subvencionada***, en la que un particular es reconocido como cooperador del Estado en la función de la educación de los niños y jóvenes, siendo responsabilidad de éste que el establecimiento funcione en óptimas condiciones.
- ***Particular de Financiamiento Compartido***, básicamente lo mismo que el anterior, pero además de la subvención del Estado, por niño matriculado, el sostenedor tiene derecho de cobrar una mensualidad al los padres y apoderados.
- ***Particular No Subvencionada***, el Estado reconoce a un establecimiento de un particular como cooperador en las tareas educativas, pero éste sostenedor cobra mensualidad por un alumno matriculado, sin recibir subvención del estado.

Como se mencionó la VI, VII y VIII regiones son la zona de estudio a considerar, y mas aún, enfocándose en los establecimiento educacionales de las dependencias mencionadas, para determinar la cantidad de establecimiento que cuentan con

los niveles de Prebásica y Básica, determinando el número de alumnos y profesores, que potencialmente pueden comprar los Libros y Materiales no Librarios de Ediciones Mataquito. De acuerdo a lo establecido anteriormente, se presentan las siguientes tablas para las regiones en cuestión:

Tabla 14 Número de alumnos en la VII región

VII Región	(1)	(2)	(3)	Total	Prebásica	Básica
Provincia Curicó	138	21	21	180	4.488	37.242
Provincia Talca	208	24	28	260	7.182	53.857
Provincia Linares	199	22	20	241	4.522	41.066
Provincia Cauquenes	63	1	3	67	984	9.078
T o t a l	608	68	72	748	17.176	141.243

FUENTE: Seceduc Región del Maule

Como se aprecia en cada provincia y comuna -para ver detalles de éste último revisar anexos- se logró determinar la cantidad de establecimientos divididos por el tipo de dependencia económica y administrativa al que pertenecen, siendo esta como sigue: (1) Dependencia Municipal; (2) Dependencia Particular Subvencionada; (3) Dependencia Particular Subvencionada con Financiamiento Compartido. También se determinó que en el 2003 en enseñanza prebásica y básica hubo 17.176 y 141.243 alumnos respectivamente. Esto implica, que si se considera un profesor por cada cuarenta y cinco alumnos -lo común, es que en los establecimientos los cursos tengan mas de treinta y cinco alumnos- que es el máximo permitido, tenemos 381 profesores de párvulos, potenciales compradores del material de prebásica, sólo para la Región del Maule, y en el caso de los profesores de básica tenemos 3.138 potenciales compradores de los productos de básica, es decir, para el material técnico de apoyo para profesionales de la educación, y para el material de apoyo para el alumno, el potencial de compradores el total de alumnos en cada nivel.

Para el caso de la VI y VIII regiones, no existe una información tan detallada, respecto de la cantidad de alumnos en cada nivel, sólo se encuentra información referida a la cantidad de establecimientos para cada tipo de dependencia. Pero para determinar la cantidad de alumnos y profesores de cada nivel, potenciales compradores, utilizaremos la tasa de niños y jóvenes en edad de prebásica y básica de la séptima región, que se aproxima a la tasa nacional de niños de 5 y 6 años, y la tasa nacional de niños entre 7 y 14 años, representantes del nivel prebásico y básico, que es 1,89 % y 15,5 % respectivamente. A continuación se muestra la información de la VI y VIII regiones:

Tabla 15 Número de alumnos en la VI y VIII regiones

VI Región	(1)	(2)	(3)	Total	Preb.	Básica
Provincia Cachapoal	182	85	0	267	10.892	89.324
Prov. Cardenal Caro	80	2	0	82	742	6.082
Provincia Colchagua	124	20	0	144	3.840	31.488
T o t a l	386	107	0	493	15.474	126.894
VIII Región	(1)	(2)	(3)	Total	Preb.	Básica
Provincia Concepción	232	119	0	351	18.683	153.224
Provincia Arauco	132	30	0	162	3.308	27.127
ProvIncia del Bio Bio	221	61	0	282	6.940	56.913
Provincia Ñuble	377	49	0	426	8.786	72.058
T o t a l	962	259	0	1.221	37.717	309.322

FUENTE: Secreduc Región del Libertador B. O'higgins
 Secreduc Región del Bío Bío
 Instituto Nacional de Estadística

Siguiendo el mismo método de la VII región, tenemos que para la sexta región hay 15.474 y 126.894 alumnos de prebásica y básica respectivamente, que son potenciales compradores del material de apoyo para el alumno, por otro lado, tenemos 344 y 2.820 profesionales de la educación para prebásica y básica respectivamente, que constituyen el universo de potenciales compradores de los libros técnicos para profesionales de la Educación y otros materiales no librarios. En el caso de la VIII región se establece que hay 37.717 y 309.322 alumnos de prebásica y básica respectivamente, que potenciales compradores de el material de apoyo para el alumno, por otro lado, tenemos 838 y 6.873 profesionales de la educación para prebásica y básica respectivamente, que

constituyen el universo de potenciales compradores de los Libros Técnicos para profesionales de la Educación y otros materiales no librarios.

3.2.1.- Proyecciones del Mercado Objetivo Actual

Como los registros más actualizados de la información requerida son del año 2003, debemos utilizar información entregada por el Instituto Nacional de Estadística INE, en relación a las tasa de crecimiento natural de las tres regiones en estudio, para poder determinar el potencial universo de compradores. Para el año 2004 tenemos lo siguiente:

Tabla 16 Proyección del número de alumnos y profesores

ZONA	Prebásica	Básica	Prof. Prebasica	Prof. Básica
VI Región	15.663	128.442	348	2.854
VII Región	17.374	142.867	386	3.175
VIII Región	38.185	313.158	849	6.959
T O T A L	71.221	584.467	1.583	12.988

Durante el año 2004 Ediciones Mataquito vendió M\$ 262.000.- de los cuales el 25.3 % representan ventas de la producción propia de Libros, es decir, M\$ 66.286.- son ventas de libros editados por Mataquito entre los que se encuentran: Creando para Crecer, Cuaderno de Apresto para alumnos de Prebásica; Artes Musicales 1° Ciclo, para Profesores de 1° y 2° Básico; Artes Musicales 2° Ciclo, para Profesores de 3° a 8° Básico; Geografía Folklórica, para Profesores de Básica; Ejercitando para Obtener logros NB1-NB2, guía para el profesor de preparación del Simce de 4° Básico; Ejercitando para Obtener logros NB3 a NB6, guía para el profesor de preparación del Simce de 8° Básico; Aprendiendo Matemáticas, para alumnos de Prebásica; Aprendiendo a Leer, para alumnos de Prebásica; Aprendiendo a Escribir, para alumnos de Prebásica; Por otro lado, con menor incidencia se consideran libros de Biografía, Historia y Poesía: Misioneros del Amor de Dios, Hidalgos Curicanos y Nueva Antología Poética del Maule. A continuación se detallan los libros y cantidades vendidas:

Tabla 17 Cantidad vendidad de libros editados por Mataquito

NOMBRE	ORIENTACIÓN	UNIDADES	PRECIO \$	TOTAL M\$
Creando para Crecer	Alumnos Prebásica	3980	\$ 2.500	\$ 9.950
Arte Musical NB1-NB2	Profesor Básica	250	\$ 19.800	\$ 4.950
Arte Musical NB3 a NB6	Profesor Básica	250	\$ 19.800	\$ 4.950
Geografía Folklorica de Chile	Profesor Básica	453	\$ 24.900	\$ 11.280
Ejercitando ... Simce 4° Básico	Profesor Básica	57	\$ 19.800	\$ 1.129
Ejercitando ... Simce 8° Básico	Profesor Básica	185	\$ 24.900	\$ 4.607
Metodología de trabajo....	Profesor Prebásica	198	\$ 26.900	\$ 5.326
Aprendiendo Matemática	Alumnos Prebásica	650	\$ 5.900	\$ 3.835
Aprendiendo a Leer	Alumnos Prebásica	240	\$ 4.900	\$ 1.176
Aprendiendo a Escribir	Alumnos Prebásica	135	\$ 5.900	\$ 797
Misionero del Amor de Dios	Público General	98	\$ 7.900	\$ 774
Hidalgos Curicanos	Público General	142	\$ 25.000	\$ 3.550
Nueva Antología Poética	Público General	56	\$ 16.900	\$ 946
Enciclopedia de los Deportes	Profesor Básica	200	\$ 29.800	\$ 5.960
Maleta de Juegos Ludicos	Eduación Diferencial	130	\$ 39.800	\$ 5.174
Otros (*)				\$ 1.883
T O T A L				\$ 66.286

FUENTE: Ediciones Mataquito

Entre los *Otros* (*) se puede mencionar los siguientes títulos: Valores Humanos, Repertorio de Teatro Escolar, Fútbol Ganador, Curicó de Anteyar, El Origen de las Librerías en Chile, etc.

Por otro lado, para simplificar la cuantificación de las ventas se debe considerar que el potencial de compradores de alumnos de Prebásica para las tres regiones es de 71.221, y sólo compro el 7,03 %, es decir, 5.005 alumnos de prebásica; para el potencial de profesores de Básica para la regiones en estudio es de 12.988, y sólo se le vendió al 10,7 %, esto es, 1.395 profesores; y para el caso de los profesores de Prebásica el potencial es 1.583 y se le vendió al 12,5 % lo que significa 198 profesores. Y por último en el caso de los alumnos de básica las ventas están consideradas en la categoría de otros.

Como se puede apreciar las tasas de ventas que abarcan el mercado objetivo son bajas, por lo que Gerencia demanda para los años siguientes un incremento en las ventas, captando al menos un 15 % más de lo que se capta actualmente del mercado e incrementar en cinco puntos para los años siguientes, teniendo en cuenta que a este segmento del mercado, no llegan otras editoriales con productos similares.

Ahora bien, para los próximos cinco años, a contar del 2005 se puede esperar una proyección en el crecimiento del segmento del mercado de acuerdo al criterio de la tasa natural de crecimiento regional, se presenta a continuación:

Gráfico 1

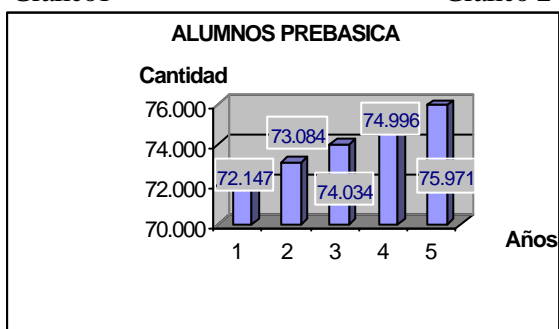


Gráfico 2

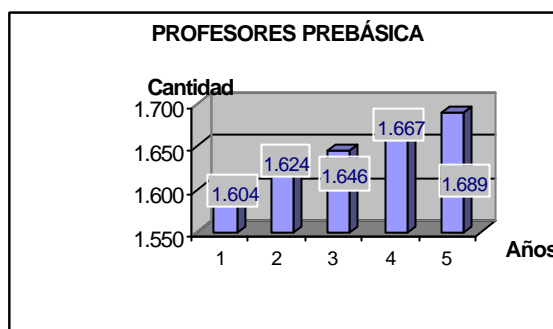


Gráfico 3

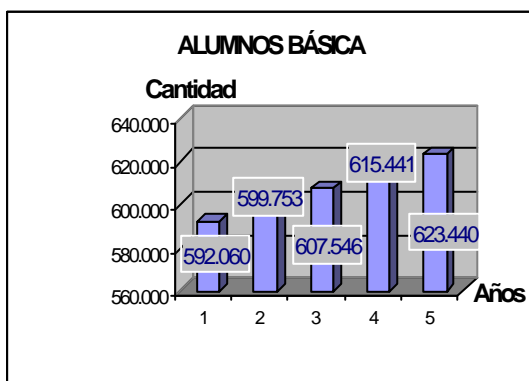
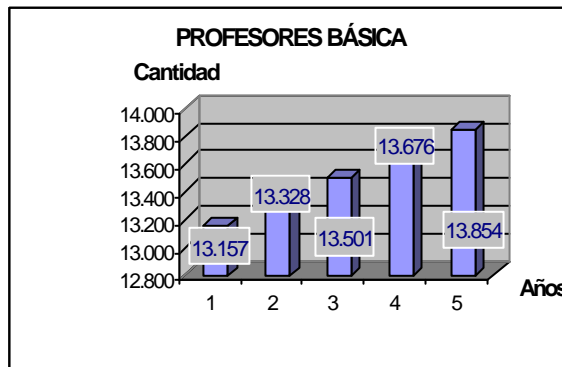


Gráfico 4



Es necesario aclarar que, respecto del número de ventas que anteriormente se mencionó, aproximadamente el 70 % del nivel de ventas que se logró para el año 2004 son de los placistas detallistas y el restante 30 % se refiere a ventas alcanzadas

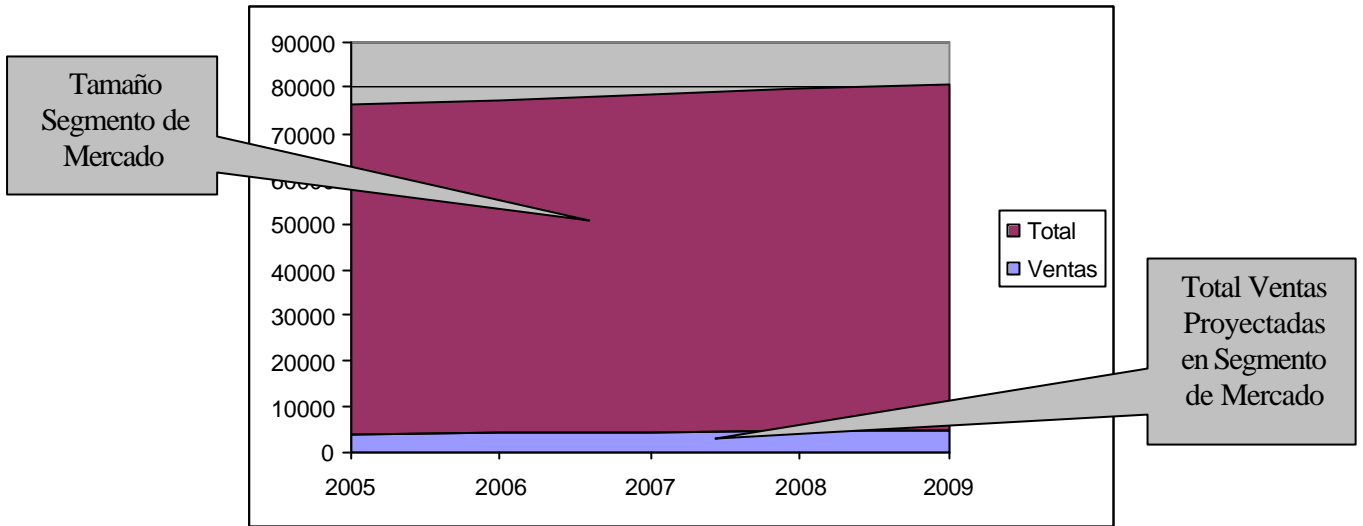
por placistas mayoristas. En consecuencia, para el año 2004 las ventas directas o detallistas a Niños de Prebásica fue de 3.503, las ventas directas a Profesores de educación Parvularia fue de 139 y por último las ventas directas a Profesores de educación Básica fue de 977. Considerando estos antecedentes, se puede determinar la proyección de las ventas para los próximos cinco años, entendiéndose que éste incremento es solicitado por la gerencia de la editorial, además se abordará el total para las tres regiones en estudio con aproximación a la decena o centena mayor, según corresponda:

Tabla 18 Proyección de ventas

VENTA DIRECTA				
AÑO	A / PB	P / PB	A / B	P / B
2004 (*)	3.503	139	-----	977
2005	4.030	160	1.000	1.130
2006	4.230	170	1.050	1.190
2007	4.440	180	1.110	1.250
2008	4.660	190	1.170	1.310
2009	4.900	200	1.230	1.380
VENTA MAYOREO				
AÑO	A / PB	P / PB	A / B	P / B
2004 (*)	1.502	59	-----	419
2005	1.730	70	1.000	490
2006	1.820	75	1.050	520
2007	1.910	80	1.110	550
2008	2.010	85	1.170	580
2009	2.110	90	1.230	610

La nomenclatura que se aprecia en la tabla para los segmentos: **A / PB**, alumnos de enseñanza prebásica; **P / PB**, profesores de educación parvularia o prebásica; **A / B**, alumnos de educación básica; y por últimos **P / B**, profesores de educación básica. Se observa que para los alumnos de básica en (*) no existe cantidad de referencia, debido a que no hay registros claros, por lo que el Editor espera, arbitrariamente, la cantidad indicada.

Grafico 5 Ventas Proyectadas versus tamaño real del mercado



3.3.- MERCADO OBJETIVO NUEVO (PROPUESTA)

Como se mencionó en el capítulo anterior, los productos sustitutos de los libros son las mismas obras intelectuales, pero en diferente formato, es decir, libros editados **cd's, e-books, vhs, etc.**, que también son parte de la oferta de productos de esta editorial, ya sea de elaboración propia o de productos de otras editoriales. La particularidad de los sustitutos en la Industria Editorial, posibilita e invita a llevar al mercado nuevos productos o mejor dicho, nuevos formatos para los productos de edición propia, es decir, Ediciones Mataquito puede comenzar a editar en nuevos formatos los títulos ya editados o producir nuevos títulos en formatos nuevos.

Considerando que la Editorial, desde su nacimiento, ha participado en el segmento de mercado del mundo educativo, con mayor presencia de títulos editados para los dos primeros niveles, la educación parvularia y básica, y el permanente aporte que realizan, inducen al memorista a proponer captar una parte del mercado de la educación superior, con la ediciones de nuevos títulos propios y reediciones de títulos ya editados, y por otro lado, la existencia de página Web propia, favorece la inserción con el formato de e-books, ya que reduce en gran medida los costos de fabricación de una obra, considerando que aquí los mayores costos son del derecho de la obra, preparación y mantención de la página Web, eliminando los costos de distribución, de insumos y materias primas, contratación de servicios de imprenta, de diseño, de comisión, etc., y otra característica de los e-books es que no pagan Impuestos al Valor Agregado, IVA. Además, la editorial ya incursionó en el segmento propuesto con el título *“Metodología de trabajo con las niñas y niños preescolares”* para los Profesionales Educación Parvularia, aflorando la siguiente interrogante, ¿En que materias editar títulos?, la respuesta es casi inmediata, considerando que existen los vínculos con autores de obras evaluadas positivamente en el mundo educativo, se ha considerado razonable editar libros para los Estudiantes de *Educación Parvularia y Educación General Básica*, con libros técnicos, de ejercicios y de talleres prácticos, amparados en la “Ley de Propiedad Intelectual”, que “prohíbe la reproducción total o parcial de las obras concebidas por la mente o el espíritu.....”, sin tener la

autorización del autor o de quien le haya adquirido los derechos de la obra, situación que comúnmente y en forma ilegal se repite en las Instituciones de Educación Superior, cualquiera sea el tipo de enseñanza que imparte (Centros de Formación Técnica, Institutos Profesionales y Universidades).

Para determinar el tamaño potencial del mercado al cual se pretende ingresar, se considero todos los Institutos Profesionales, Universidades Estatales, Universidades Privadas con Aporte Estatal y Universidades Privadas que imparten estas carreras, a los largo de todo el país.

El número de alumnos matriculados en ambas carreras durante el 2004, se presenta a continuación:

Tabla 19 Matrícula educación superior

CARRERA	M. NUEVA	M. TOTAL	M. 2º Año y MÁS
Educación Parvularia	3.780	11.376	7.596
Educación General Básica	4.391	12.241	7.850

3.3.1.- Proyecciones del Mercado Objetivo Nuevo (PROPUESTA)

Tal como se determinó la proyección del segmento de mercado para los próximos cinco años, en el caso de los productos ya editados, haremos una proyección similar, pero de cinco años a contar del año 2007. En consecuencia, para establecer la proyección, se utiliza la tasa de crecimiento natural promedio de Chile, esto es 1.2 % de crecimiento anual proyectada por el Instituto Nacional de Estadística, y el total de alumnos matriculados según los registros del Ministerio de Educación para el 2004, lo que se traduce en:

Tabla 20 Proyección de matrícula en educación superior

NOMBRE CARRERA	2007	2008	2009	2010	2011
Educación Parvularia	11.376	11.513	11.651	11.790	11.932
Educación Gral Básica	12.241	12.388	12.537	12.687	12.839

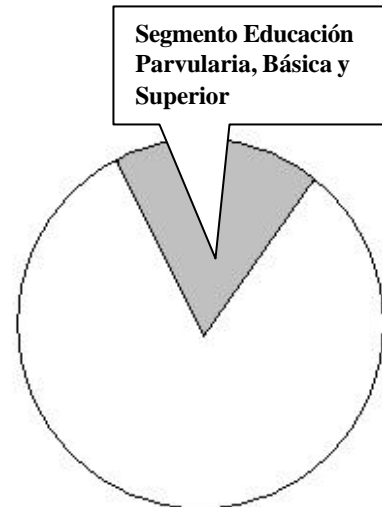
¿Por qué poner disposición del mercado el nuevo formato ese año y no el 2005?, la razón es simple, a pesar de que la editorial cuenta con títulos apropiados para este segmento y este formato, sólo se cuenta con los derechos de la obra y su original, es decir, no han sido editadas aún, lo que implica tiempo para la edición y requerimiento técnicos de la página Web para este tipo de ventas. Las esperanzas de ventas para este nuevo formato son:

Tabla 21 Proyección de ventas para e-books

NOMBRE CARRERA	2007	2008	2009	2010	2011
Educación Parvularia	570	585	595	605	620
Educación Gral Básica	615	630	645	660	675

3.4.- ESTRATEGIA DE PRECIOS

Teniendo en consideración que se determinó la proyección para dos segmentos distintos del mercado de la educación, el primero los alumnos y profesionales de la Educación Parvularia y Básica, para los títulos ya editados con proyecciones de incremento en las ventas, asumiendo que a éste segmento no llegan las editoriales de renombre nacional e internacional, por sus altos precios de venta; y el segundo los alumnos de la educación superior insertos en las carreras de Educación Parvularia y Educación General Básica, para el nuevo formato y títulos no editados que en la actualidad ediciones mataquito posee, y otros títulos por crear; pero es necesario especificar una estrategia de precios, y en ese sentido al Gerente General y dueño de Ediciones Mataquito, le acomoda, y sin intenciones de cambio por su simplicidad, determinar el precio agregando un *Margen* a los *Costos Unitarios*, quedando como sigue:



$$Pv = j Pv + Cu$$

Donde:

Pv : Precio de Venta.

j : Margen variable sobre el precio de venta, de acuerdo al producto y plaza de venta.

Cu : Costo por Unidad editada.

Como el margen y el costo unitario son conocidos, en cambio el precio de venta se desconoce, la ecuación anterior se simplifica como sigue:

$$Pv = \frac{Cu}{(1 - j)} = Cu + Cu h \Rightarrow$$

$$Pv = Cu (1 + h)$$

Donde:

h : Margen sobre los costos unitarios

Esta estrategia de precios se utilizará para los productos de ambos segmentos, inicialmente hasta que conozca bien el comportamiento de los consumidores.

3.5.- ESTRATEGIA PARA AUMENTAR LAS VENTAS (PROPUESTA)

3.5.1.- Situación Actual

Ediciones Mataquito, como ya se dijo, cuenta con los cuatro canales de comercialización que existen para el negocio del libro, editorial, distribuidor, librerías o puntos de ventas y placistas, es en este último canal en el que nos concentramos para este estudio. Los placistas son aquellos vendedores que se desplazan a distintos lugares mostrando la oferta de libros a su cartera de clientes, con la evidente consecuencia de ventas a plazo o con crédito. En la actualidad los placistas de Ediciones Mataquito, no cuentan con una estrategia óptima de ventas, debido a que ellos deben trasladarse grandes distancias en sus vehículos a los distintos puntos con una gama de productos o libros editados y luego hacer una exposición, lo que les implica costos monetarios y de tiempo, este último costo de vital importancia, ya que con él pueden visitar a sus clientes y mantener la lealtad que ellos han mostrado. Si bien no cuenta con una estrategia óptima, ellos cuentan con carteras de clientes en instituciones de diferentes tipos, es decir, ellos en general se trasladan de Establecimiento Educacional en Establecimiento Educacional, cualquiera sea el tipo de estos, como los ya mencionados en apartados anteriores, implicando que los placistas atienden en promedio de veinticinco a treinta clientes por punto de atención. Esta última situación sugiere que quizás ellos no tienen mayores niveles de ventas por la falta de tiempo, provocado por la dificultad en el traslado de la oferta de productos o porque hay factores motivacionales que les impiden tener mejores rendimientos, por lo que más adelante se sugerirán algunas estrategias para aumentar el nivel de ventas. Además, el placista tiene tres alternativas de pago, la venta al contado, la venta a crédito y las cuotas son recaudadas por la editorial, en lugar que el cliente estipule, y la venta a crédito con descuento por planilla, lo que lógicamente implica un convenio con la institución en donde trabaja el cliente.

Por otro lado, el sistema de honorarios funciona de la siguiente manera: a los Placistas no se les paga un monto base en sus honorarios, sino que se les cancela una comisión promedio del 15 % del total neto de las ventas efectuadas durante el

año. Como las ventas, en el común de los casos, son ventas con créditos otorgados por la editorial, a los placistas se les otorga un adelanto del 5 % del total neto de las ventas estimadas, y se les liquida la comisión total a fin de año, dependiendo de si el total de honorarios entregado durante el año les otorga un saldo positivo o no. Esta comisión del 15 %, sobre el total neto, puede transformarse en un 20 %, si se ha logrado llegar o superar al nivel de ventas estipulado al comienzo de año. Ahora, ¿Por qué se habla del saldo positivo o negativo?, debido a que cuando los clientes han dejado de cancelar sus compromisos con la editorial, el monto de las cuotas se le descuenta del monto total de comisiones anuales.

Ahora se debe considerar que el nuevo producto (e-book) no tiene punto de partida o de comparación, lo que obliga a crear una estrategia de publicidad que mas adelante se explicará.

3.5.2.- Justificación

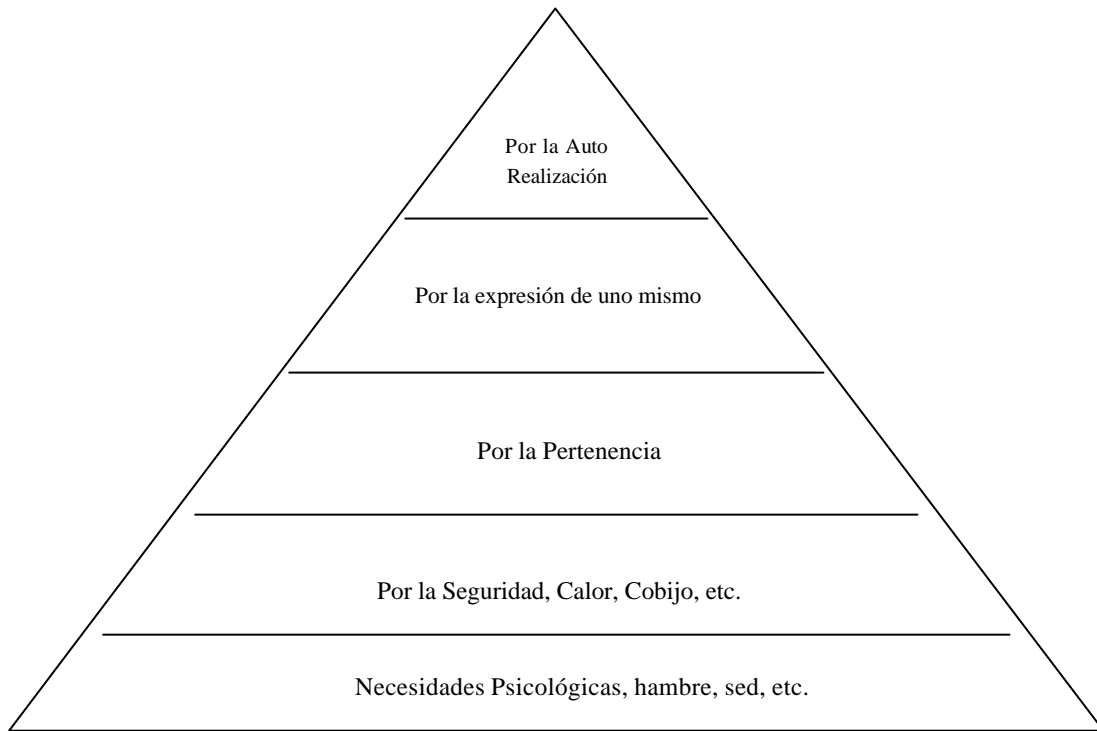
Como ya se habrá dado cuenta, los placistas son un canal de comercialización de gran importancia para esta editorial, lo que supone una consideración y trabajo especial del Gerente hacia y con estos miembros de la empresa, para que la motivación sea el factor clave del éxito en las ventas.

La *Motivación*, “es lo que hace que una persona haga algo, y lo que le hace poner verdadero empeño y energía en lo que hace. Varía en naturaleza e intensidad de un individuo a otro, dependiendo de la combinación particular de influencias en cualquier momento dado. Como una definición más sencilla tenemos que motivar “es conseguir que la gente haga bien y de buena gana aquellas cosas que tiene que ser hechas”, esto sugiere que la motivación es vital para que una persona de lo mejor de si misma, suponiendo que a los empleados se les da una oportunidad para que tenga una buena actuación y tengan las aptitudes necesarias para lograr lo que hay que lograr.

Según *Grant Stewart*, director de Langham Management Consultants Ltd., y experto en la dirección de ventas, sugiere que: la obtención constante de buenos resultados; la energía, el entusiasmo y la determinación de alcanzar el éxito; una cooperación sin medidas para enfrentar a los problemas; la voluntad firme de los individuos de aceptar responsabilidades; y, la disposición de adoptar el cambio necesario, son signos de motivación. Contrariamente, algunos signos de falta de motivación son: la apatía e indiferencia por el trabajo; un pobre registro de horario y alto ausentismo; una exageración de las dificultades encontradas en los problemas, disputas y quejas; falta de cooperación al enfrentarse a los problemas o dificultades; y, la injustificada resistencia al cambio.

El último grupo de ejemplos, falta de motivación, en ocasiones se ha presentado en algunos de los placistas, y quizás es ahí, en donde encontramos las razones por las que aún estos individuos no alcanzan el máximo de ventas, de acuerdo a los potenciales de mercado encontrados. Por otro lado, Abraham Maslow sugiere que las necesidades de las personas pueden ser representadas como una especie de necesidades

jerárquicas, donde en la base de la pirámide, se encuentran las necesidades de la naturaleza humana de auto preservación, y una vez que estas necesidades se han satisfecho, dejan de ser motivadores fuertes para la acción. A continuación se muestra la pirámide jerárquica de Maslow:



Así, mientras el ser humano se comienza a sentir más seguro materialmente, se manifiestan las necesidades clasificadas en los puntos mas altos de la pirámide, por tanto, en las circunstancias adecuadas las mayoría de los individuos pueden ser autodirigidos, si se comprometen con un objetivo que valoren, es más, no sólo aceptarán mas responsabilidades, sino que las buscarán.

3.5.3.- Sistemas de Publicidad y Ventas e Incentivos

En base a la teoría de *Abraham H. Maslow*, a los aumentos en los niveles de ventas, y considerando que los placistas deben otorgarles mas alternativas de pago a sus clientes, se sugiere lo siguiente:

- a. La promoción de los productos de Ediciones Mataquito, apunta a una modernización, ya que se hace insostenible el traslado de un lugar a otro, por parte de los placista, causando perdidas de tiempo, perdidas de dinero, desgaste de los productos, etc., por lo que se sugiere:
 - La confección de un catálogo que evidencie la calidad y establezca las ventajas de los productos, con una impresión a colores y una introducción de los temas tratados en los libros editados o uso de los materiales no librarios de la editorial.
 - Los lanzamientos de los libros, deben ser efectuados como una especie de Taller-Seminario, dictado por el propio Autor de la Obra, en donde se haga una introducción de la obra, tocando un capítulo o tema más a fondo, y finalizada la jornada se le entregue un demo introductorio a cada asistente, y cupones de descuento para la siguiente compra de productos de la editorial.
 - Considerando que la editorial cuenta con una base de datos de sus clientes, se enviará información de los nuevos títulos y de las re-ediciones a través de correos electrónicos, por otro lado, se puede enviar trípticos con información y cupones de descuento, a través correo certificado a los establecimiento educacionales o a través de los Departamentos de Administración de la Educación Municipal, DAEM.

- Así como se pretende promocionar los libros editados a través de correos electrónicos, para el caso de los e-books, también es necesario hacerlo, pero enviando información dirigida a las universidades que imparten las Carreras de Educación Parvularia y Educación General Básica, de manera que promocionen la página Web y los e-books, permitiéndoles descargar gratuitamente un demo introductorio respecto de los e-book editados para los estudiantes y profesionales de esas carreras.
- b. considerando que los aumentos en los niveles de ventas, exigen una atención a un mayor número de clientes o mayores ventas por cliente, se hace necesario un sistema de incentivos monetarios, de acuerdo a las siguientes metas:

Tabla 22 Metas propuestas para insensitivos

AÑO	META 1 (15%)			META 2 (18%)			META 3 (20%) Premio		
	Detallista	Mayorista	Total	Detallista	Mayorista	Total	Detallista	Mayorista	Total
1	38.152	9.538	47.690	59.090	14.763	73.853	73.036	18.259	91.295
2	50.730	12.682	63.412	64.980	16.245	81.225	74.480	18.620	93.100
3	40.470	10.118	50.588	61.788	15.447	77.235	76.000	19.000	95.000
4	49.172	12.293	61.465	66.177	16.549	82.726	77.520	19.380	96.900
5	41.192	10.298	51.490	63.897	15.979	79.876	79.040	19.760	98.800
6	49.856	12.464	62.320	68.324	17.081	85.405	80.636	20.159	100.795
7	41.876	10.469	52.345	66.120	16.530	82.650	82.270	20.568	102.838

Valores M\$

Como se puede apreciar en la tabla anterior, la *Meta 1* establece los montos mínimos de ventas que permiten cubrir los costos totales, con un 15 % de comisión sobre los totales netos de las ventas, para los Placista Detallistas y Placistas Mayoristas. La *Meta 2*, establece los montos de ventas a los cuales los placistas deben acceder para alcanzar una comisión del 18 % sobre los totales netos de las ventas. Ahora bien, la *Meta 3*, establece los montos de ventas a los cuales deben acceder los placistas para alcanzar una comisión del 20 % sobre los totales netos de las ventas. Pero adicionalmente pueden acceder a una recompensa especial o *premio al esfuerzo*, que significa vacaciones totalmente gratis para el placista y su familia (on

tope de cuatro personas) durante una semana en lugar a convenir con la empresa. Este premio al esfuerzo se otorga al Placista que obtiene mayor puntaje durante el año y tomando en consideración que este tipo de trabajo exige estar alejado de la familia durante días incluso semanas. Para obtener el premio se debe considerar lo siguiente:

Tabla 23 Sistema para determinar al mejor placista

(1)	PUNTOS	(2)	PUNTOS	(3)	PUNTOS
		$X > 6$	0	$X > 15$	0
		5	10	$10 < X < 14$	20
		4	20	$6 < X < 9$	35
$Meta\ 2 < X < ((Meta\ 3)/2)$	50	2 ó 3	45	$2 < X < 5$	50
$((Meta\ 3)/2) < X < Meta\ 3$	70	1	60	1	70
$Meta\ 3 < X$	100	0	100	0	100

- (1) Niveles de Ventas alcanzados por los Placistas durante el año.
- (2) Se refiere a la menor cantidad de reclamos de parte de los clientes hacia la Editorial, por no enviar el pedido a tiempo, por reclamo de mala atención, etc.
- (3) Se refiere a la menor cantidad de Cargos o descuentos en los honorarios, por la falta de pago del compromiso adquirido por el cliente.

Como se aprecia, en tabla de puntajes, un placista puede obtener como máximo 300 puntos, lo que sugiere que al Placista con mayor puntaje, se le otorga el premio, y en el caso que se produzca empate entre dos o más placista, se premia a todos los placistas empatados.

La razón por que no se le sigue retribuyendo con incentivos económicos, es simple, cuando un individuo se le premia repetidamente con bonificaciones, tiende a agrandar sus necesidades volviendo a desmotivarse, quedando con la sensación de que se le debe volver a retribuir nuevamente (A. H. Maslow).

- c. como se mencionó anteriormente, los placista hasta el momento cuentan con tres alternativas de pagos para ofrecerles a sus clientes, por lo que se proponen las siguientes:

- la venta a crédito con la tarjeta DIN, en la actualidad funciona en los puntos de ventas establecidos de Ediciones Mataquito, denominados Librería Mataquito, y se propone que los placistas realicen ventas con este sistema. El procedimiento venta es el siguiente: **Paso 1**, se llama a una línea 800 de Tiendas DIN, en donde se solicita la autorización de ventas a un cliente determinado. **Paso 2**, una vez autorizada la venta, se procede a llenar un cupón de pago con el monto total de la venta y el número de cuotas de pago, una vez revisada por el cliente procede a firmar el cupón. **Paso 3**, el Placista la entrega a administración y esta se encarga de enviar los cupones a la Tienda DIN. Esta tienda, realiza un depósito por adelantado, y una vez que la sumatoria de las ventas realizadas con la tarjeta DIN, deja en cero la cuenta, ésta vuelve a depositar un monto igual al anterior por adelantado, lo que implica que el negocio de ésta tienda es el interés del crédito.
- Como una buena parte (casi 60 %) de los clientes de los placistas son profesores de establecimientos educacionales de dependencia municipal, tienen Chequera Electrónica del Banco Estado, debido a que por esa vía le es cancelada su remuneración mensual. Se sugiere entregar la cartera de clientes al Banco Estado de manera que ellos otorguen la autorización del monto de venta, de acuerdo a su situación financiera. El procedimiento sería el siguiente: **Paso 1**, el cliente firma autorización para que el banco realice descuento, en la fecha en que es cancelada la remuneración del cliente. **Paso 2**, el Placista entrega la autorización a la administración, quien se encarga de remitirla al banco para que cancele el monto de la venta a 30 y 60 días. Como se puede percibir, éste tipo de pago es muy beneficioso para el cliente y para la Editorial, debido que el cliente obtiene un crédito para la compra a un bajo interés, y la editorial reduce su riesgo de no pago casi a cero, por otro lado, recibe los pagos de las ventas a mas tardar 60 días.

- d. Como los e-books son un nuevo formato y nuevo tipo de ventas, es necesario tener bajo control los riesgos, además como se comercializa a través de la Página Web, es necesario, que los cliente cuenten con una Tarjeta de Crédito Bancaria, y realice su transacción en la Web. Una vez que el cliente canceló el e-book, se le otorga un código que debe utilizar para la descarga. Sin embargo, si los clientes no cuentan con una tarjeta de crédito, pueden realizar un depósito en la cuenta bancaria, y luego lo debe faxear el depósito especificando cual es el e-book que desea descargar, una vez recibido el fax, se le enviará el código a su e-mail, con el cual podrá descargar el e-book que necesite. Evidentemente, en la página Web, se debe especificar las dos opciones de pago para este tipo de producto.

CAPITULO IV

“Análisis Económico y Financiero”

4.- ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1.- ESTUDIO DE COSTOS

La variación de los costos, de acuerdo a la cantidad de libros editados, corresponde a la suma de la parte asignada a los costos directos del proceso de edición, es decir, los que crecen marcadamente dependiendo de la cantidad de unidades a producir, como por ejemplo, insumos, materias primas, servicio de imprenta o grabado, etc., y los costos indirectos. Ahora, como se cuenta con una gama de quince o más productos, se debe homogeneizar, de manera que se muestran los costos promedios para libros de 200 páginas, estilo Holmet, hoja dos colores y tapa Termo-laminada, y por otro lado, tenemos los e-book, que inicialmente se editarán cuatro y su año cero es el año dos del negocio de los libros ya editados, por tanto los costos son:

Tabla 24 Determinación de costos directos e indirectos

	Año 0	Año 1	Año 2 *	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Costos Indirectos								
Derecho del Libro	15.000	0	5.500	0	1.900	0	1.900	0
Diseño	2.250	0	2.850	0	2.850	0	2.850	0
Mecanografía	1.500	0	1.900	0	1.900	0	1.900	0
Corrección	3.000	0	3.800	0	3.800	0	3.800	0
Lanzamiento	3.750	0	1.000	0	0	0	0	0
Personal Administrativo	13.200	16.752	17.316	19.020	19.320	19.656	20.016	20.304
Material Oficina	360	450	495	520	545	570	600	630
Material Aseo	120	145	160	170	180	190	200	210
Subtotal	39.180	17.347	33.021	19.710	30.495	20.416	31.266	21.144
Costos Directos								
Servicio Imprenta Hojas	9.450	9.450	9.450	9.450	9.450	9.450	9.450	9.450
Servicio Imprenta Tapa	32	32	32	32	32	32	32	32
Servicio Termolaminado	53	53	53	53	53	53	53	53
Empastado	26	26	26	26	26	26	26	26
Gastos (Serv. Básicos)	1.956	2.142	2.232	2.352	2.484	2.604	2.736	2.868
Flete	750	750	750	750	750	750	750	750
Placista Detallista (20%)	0	14.607	14.896	15.200	15.504	15.808	16.131	16.454
Placista Mayorista (20%)	0	3.652	3.724	3.800	3.876	3.952	4.037	4.114
Comisión Tarjeta (6%)	0	0	0	356	365	372	380	389
Subtotal	12.266	30.711	31.162	32.018	32.539	33.046	33.594	34.135
TOTAL	51.446	48.058	64.183	51.728	63.034	53.462	64.860	55.279

Valores en M\$

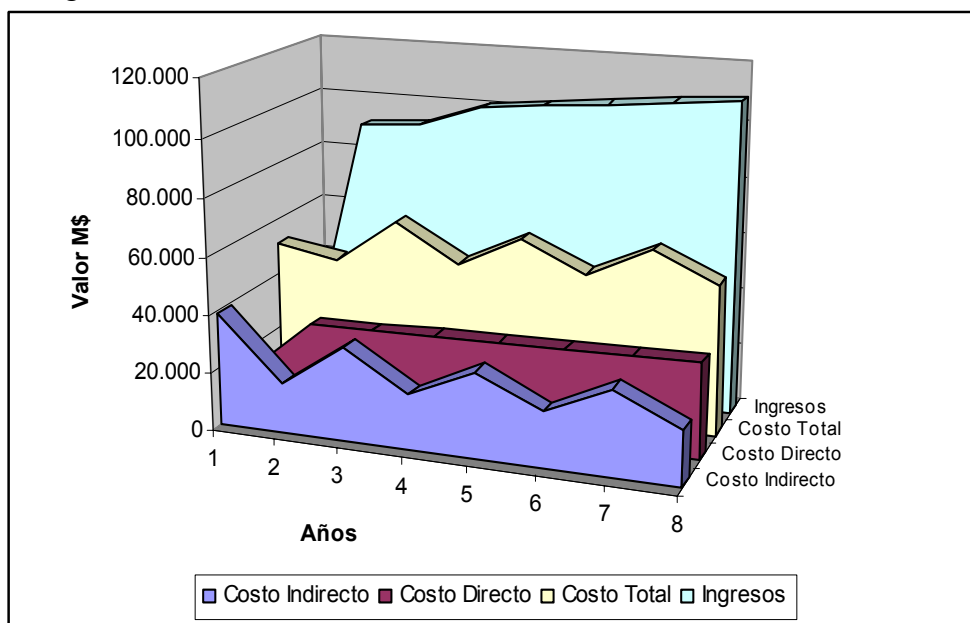
Ahora, hay que considerar que si bien las ventas proyectadas están en el orden de los 9.500 libros, las ediciones están en el orden de los 15.000 libros, debido a que la producción mínima por título es de 1.000 ejemplares, por otro lado, tenemos los e-book que se espera ventas del orden de los 1.250 e-book en promedio. A continuación se muestra los costos totales para los años en cuestión:

Tabla 25 Ingresos versus costos totales

Año	Libros + e-books	Costo Indirecto	Costo Directo	Costo Total	Ingresos
0	15000 + 0	39.180	12.266	51.446	
1	9610 + 0	17.095	30.525	47.620	91.295
2 *	9800 + 0	32.505	30.886	63.391	93.100
3	10000 + 1185	18.930	31.622	50.552	100.925
4	10200 + 1215	29.415	32.011	61.426	102.975
5	10400 + 1240	19.000	32.398	51.398	105.000
6	10610 + 1265	29.490	32.814	62.304	107.168
7	10825 + 1295	19.080	33.223	52.303	109.313

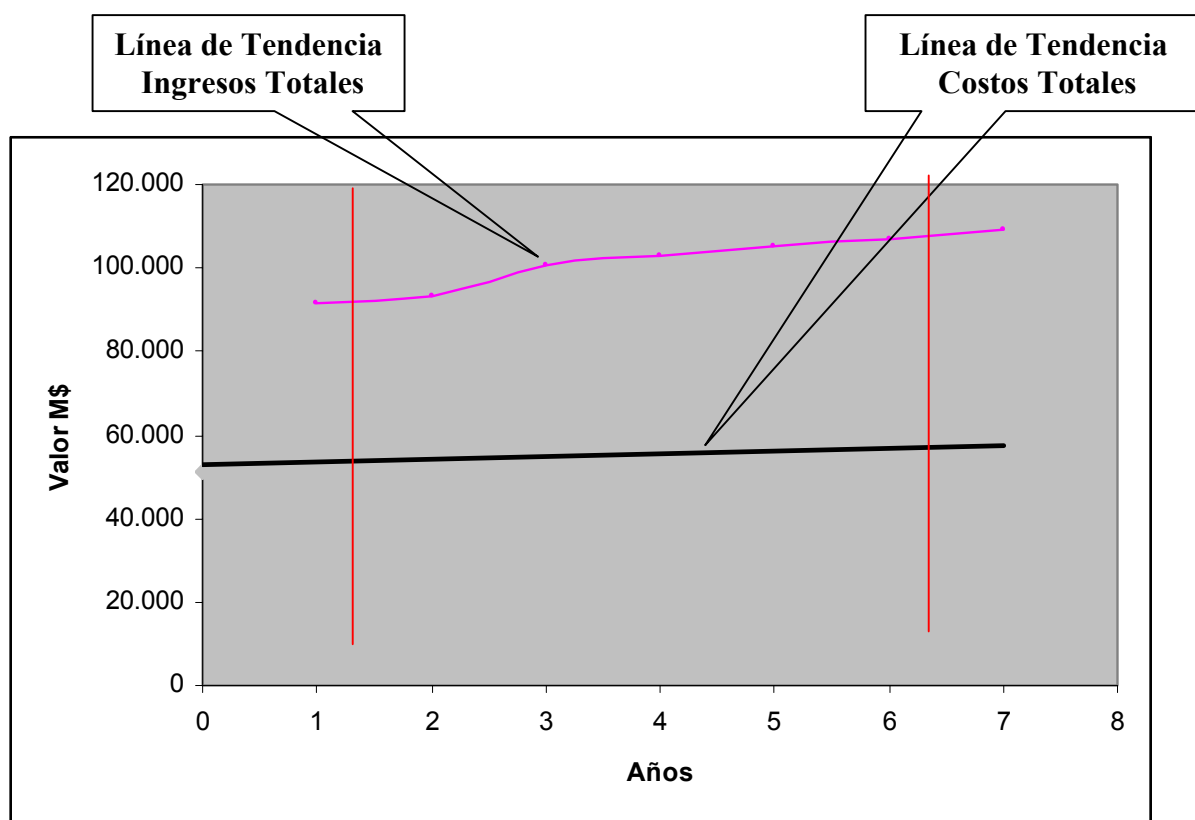
Valores en M \$

Gráfico 6 Ingresos versus costos totales, directos e indirectos



Del gráfico anterior, es posible percibir que los ingresos son siempre crecientes y superiores a los costos totales de la edición de libros e e-books, exceptuando el año cero evidentemente, necesarios para cumplir con las proyecciones de ventas, además los costos directos son prácticamente constantes, entre el año uno y siete. En tanto, los costos indirectos de edición, son notablemente irregulares, con incrementos y disminuciones año a año, dependiendo completamente de la re-edición de libros e e-books.

Gráfico 7 Línea de tendencia de ingresos y costos totales



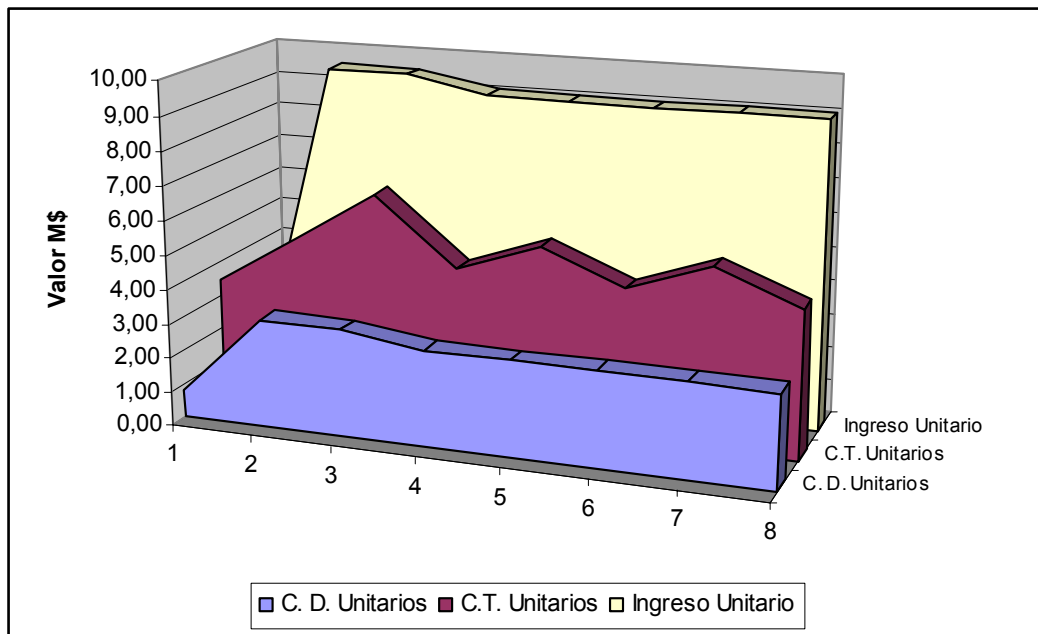
Del gráfico es posible apreciar que ya en el año uno los ingresos superan a los costos totales, aunque la suma de los costos totales del año cero y uno superan en un 8,5 % a los ingresos del año uno, es mas se aprecia que los ingresos son superiores que la suma de los costos totales desde el año uno al año siete. Ahora, por otro lado, tenemos que los costos unitarios se comportan de la siguiente forma:

Tabla 26 Ingresos unitarios versus costos totales unitarios

Años	Libros e e-books	C. D. Unitarios	C.T. Unitarios	% C. Directos	Ingreso Unitario
0	15.000	0,82	3,43	23,84	0,00
1	9.610	3,18	4,96	64,10	9,50
2	9.800	3,15	6,47	48,72	9,50
3	11.185	2,83	4,52	62,55	9,02
4	11.415	2,80	5,38	52,11	9,02
5	11.640	2,78	4,42	63,03	9,02
6	11.875	2,76	5,25	52,67	9,02
7	12.120	2,74	4,32	63,52	9,02

Valores M\$

Gráfico 8 Ingresos unitarios versus costos totales unitarios



De la tabla y gráfico de productos editados, es posible notar que la mayor componente del costo está dada por el costo directo, exceptuando el años cero que alcanza un 24 %, pero en cambio a partir del año uno varía entre 49 % y 64 %, dependiendo de los años en que se re-edita un libro o e-books con actualizaciones, alcanzando los máximos en los años impares. También se puede ver que el costo total promedio de Editar un libro o e-book está entre los \$ 3.430.- y \$ 6.470.-, para el año cero y año dos respectivamente, pasando por otros costos unitarios entre ambos valores para el resto de los años.

4.2.- INVERSIONES DEL PROYECTO

Considerando que la editorial es una organización en marcha, las inversiones que se detallan a continuación, son las necesarias para alcanzar los niveles de ventas proyectados para los placistas. En ningún caso se contemplan inversiones para la impresión de los nuevos libros, es decir, invertir en maquinaria para la impresión de éstos. Actualmente ésta parte del proceso de edición, se considera como servicio externo a contratar.

4.2.1.- Tabla 27 Inversiones en Equipamiento

ITEM	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL NETO	IVA	VALOR TOTAL
a) OFICINA					
Escritorio	4	40,00	160	30	190
Papelero	4	1,26	5	1	6
Perchero	1	11,87	12	2	14
Ordenador	2	80,00	160	30	190
Computador	4	280,00	1.120	213	1.333
Servidor	1	400,00	400	76	476
Impresora Láser	1	300,00	300	57	357
Impresora Matriz Punto	1	120,00	120	23	143
Silla	4	8,40	34	6	40
Página Web	1	1.680,67	1.681	319	2.000
Sistema Computacional Adm	1	2.521,01	2.521	479	3.000
Total			6.512	1.237	7.750
b) PLACISTA					
Catálogo	3	10,00	30	6	36
Agenda Electrónica	3	120,00	360	68	428
Celular	3	50,00	150	29	179
Total			540	103	643
c) BODEGA					
Estanteria	15	70,00	1.050	200	1.250
Escritorio	1	40,00	40	8	48
Papelero	1	1,26	1	0	1
Silla	1	8,40	8	2	10
Perchero	1	11,87	12	2	14
Ordenador	1	80,00	80	15	95
Computador	1	280,00	280	53	333
Sistema Computacional Inv.	1	1.260,53	1.261	240	1.500
Impresora Matriz Punto	1	120,00	120	23	143
Total			2.852	542	3.394
SUB-TOTAL					11.786

Valores M\$

4.2.2.- Tabla 28 Inversión en Servicios Profesionales

Inversión	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
INFRAESTRUCTURA			
Construcción Bodega	0	0	0
Costrucción Oficinas	0	0	0
Subtotal		0	0
SERVICIOS PROFESIONALES			
Servicios Profesionales	1	1.500	1.500
Subtotal		1.500	1.500
Valor Total de Costrucciones			1.500

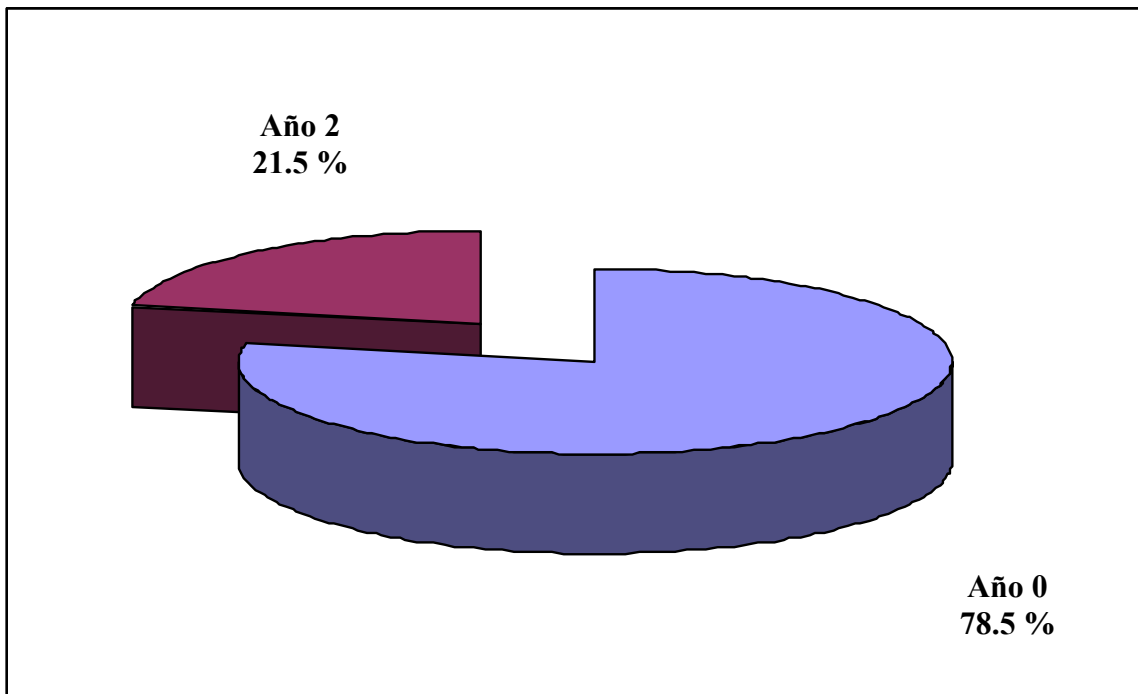
Valores M\$

4.2.3.- Tabla 29 Programa de Inversiones

Inversiones en el Año			
Año	0	1	2
Item			
Bodega	3.393,9	0	0,0
Construcción Bodega	0,0	0	0,0
Costrucción Oficinas	0,0	0	0,0
Oficina	4.881,2	0	2.868,3
Servicios Profesionales	1.500,0	0	0,0
Placista	642,6	0	0,0
Total	10.417,7	0	2.868,3
Valor Total de Costrucciones			13.286

Valores M\$

Gráfico 9 Porcentaje de inversiones por año



4.2.4.- Tabla 30 Inversión total

ITEM	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL NETO	IVA	VALOR TOTAL
Agenda Electrónica	3	120,00	360,00	68,40	428,40
Catálogo	3	10,00	30,00	5,70	35,70
Celular	3	50,00	150,00	28,50	178,50
Computador	5	280,00	1.400,00	266,00	1.666,00
Escritorio	5	40,00	200,00	38,00	238,00
Estanteria	15	70,00	1.050,00	199,50	1.249,50
Impresora Láser	1	300,00	300,00	57,00	357,00
Impresora Matriz Punto	2	120,00	240,00	45,60	285,60
Ordenador	3	80,00	240,00	45,60	285,60
Papelero	5	1,26	6,30	1,20	7,50
Perchero	2	11,87	23,73	4,51	28,24
Servicios Profesionales	1	1.500,00	1.500,00		1.500,00
S. Computacional	2	2.250,00	4.500,00		4.500,00
Página Web	1	1.680,67	1.680,67	319,33	2.000,00
Servidor	1	400,00	400,00	76,00	476,00
Silla	5	8,40	42,02	7,98	50,00
TOTAL					13.286

Valores M\$

4.3.- COSTOS DEL PROYECTO

Como al comienzo de éste capítulo se mencionan detalladamente los costos directos e indirectos (tabla 24), es necesario explicar como se determinan los costos que en la tabla siguiente se detallan:

- Costos de Edición Indirectos: derecho de la obra, diseño, mecanografía, corrección y lanzamiento.
- Costos de Edición Directos: servicio de imprenta hoja, servicio de imprenta tapa, termolaminado tapa y empastado.
- Costos de Operación Indirectos: honorarios contador, secretaria, asistente administración, recaudador, mantenedor Web, encargado bodega, asistente bodega, personal aseo, agua potable, energía eléctrica, Internet, teléfono y seguridad.
- Costos de Operación Directos: Flete, comisión tarjeta crédito, comisión placista detallista y comisión placista mayorista.
- Costos de Administración Directos: materiales de oficina y materiales de aseo.
- Otros Indirectos: aquí en éste ítem se contempla un 2 % del total de los ítems anteriores, para imprevistos.

ITEM								
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Costos de Edición	35.061	9.561	24.611	9.561	20.011	9.561	20.011	9.561
Costos de Operación	15.906	37.903	38.918	41.477	42.299	43.142	44.050	44.878
Costos de Adm	480	645	655	690	725	760	800	840
Otros	1.029	962	1.284	1.035	1.261	1.069	1.297	1.106
TOTAL	52.476	49.071	65.468	52.763	64.296	54.532	66.158	56.385

Valores M\$

4.3.1.- Detalles Costos del Proyecto

Tabla 32 Detalle de costos años0

ITEM	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Costos de Edición				
Derecho de la Obra	Título	15	1.000,000	15.000
Diseño	Título	15	150,000	2.250
Mecanografía	Título	15	100,000	1.500
Corrección	Título	15	200,000	3.000
Lanzamiento	Título	15	250,000	3.750
Servicio Imprenta Hoja	Ejemplar	15000	0,630	9.450
Servicio Imprenta Tapa	Ejemplar	15000	0,002	32
Termolaminado	Ejemplar	15000	0,004	53
Empastado	Ejemplar	15000	0,002	26
Sub Total				35.061
Costos de Operación				
a) Personal				
Contador	Meses	12	350	4.200
Secretaria	Meses	12	220	2.640
Asistente Administración	Meses	12	150	1.800
Recaudador	Meses	0	150	0
Mantenedor Web	Meses	0	120	0
Encargado Bodega	Meses	12	180	2.160
Asistente Bodega	Meses	12	140	1.680
Personal Aseo	Meses	12	60	720
b) Gastos				
Agua Potable	Meses	12	20	240
Energía Eléctrica	Meses	12	40	480
Internet	Meses	12	25	300
Telefono	Meses	12	50	600
Seguridad	Meses	12	28	336
Flete	Unid	1	750	750
Comisión Tarjeta (6 %)	Meses	12	0	0
Placistas (20%)	Meses	12	0	0
Placista Mayorista (20%)	Meses	12	0	0
Sub Total				15.906
Costos de Administración				
Materiales Oficina	Meses	12	30	360
Materiales Aseo	Meses	12	10	120
Sub Total				480
Otros				
2 % Imprevistos	Meses	12	62	1.029
Sub Total				1.029
TOTAL				52.476

Valores M\$

1

1 Costos de Edición

Corresponde a la sumatoria de todos los costos derivados de producir la cantidad de libros e e-books necesarios para alcanzar el nivel de ventas deseadas.

Costos de Operación

a) Personal: Corresponde a las remuneraciones del personal, durante el primer año. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* con el número de personas que trabajan en un cargo determinado.

b) Gastos: Corresponde a los *Gastos Promedios Mensuales*, de los servicios básicos. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* por el número de meses en que se efectúen esos gastos.

Costos de Administración

Corresponde a los gastos promedios durante los 12 meses de operación, en *Materiales de Oficina* y *Materiales de Aseo*.

Otros

Corresponde al 2% de los Costos de Operación más Costos de Administración, considerados para imprevistos de cualquier tipo.

Tabla 33 Detalle de costos año 1

ITEM	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Costos de Edición				
Derecho de la Obra	Título	0	0,000	0
Diseño	Título	0	0,000	0
Mecanografía	Título	0	0,000	0
Corrección	Título	0	0,000	0
Lanzamiento	Título	0	0,000	0
Servicio Imprenta Hoja	Ejemplar	15000	0,630	9.450
Servicio Imprenta Tapa	Ejemplar	15000	0,002	32
Termolaminado	Ejemplar	15000	0,004	53
Empastado	Ejemplar	15000	0,002	26
Sub Total				9.561
Costos de Operación				
a) Personal				
Contador	Meses	12	357	4.284
Secretaria	Meses	12	224	2.688
Asistente Administración	Meses	12	153	1.836
Recaudador	Meses	22	150	3.300
Mantenedor Web	Meses	12	0	0
Encargado Bodega	Meses	12	183	2.196
Asistente Bodega	Meses	12	143	1.716
Personal Aseo	Meses	12	61	732
b) Gastos				
Agua Potable	Meses	12	22	264
Energía Eléctrica	Meses	12	44	528
Internet	Meses	12	28	330
Telefono	Meses	12	55	660
Flete	Unid	1	750	750
Seguridad	Meses	12	30	360
Comisión Tarjeta (6 %)	Meses	12	0	0
Placistas (20%)	Meses	12	1.217	14.607
Placista Mayorista (20%)	Meses	12	304	3.652
Sub Total				37.903
Costos de Administración				
Materiales Oficina	Meses	12	30	450
Materiales Aseo	Meses	12	10	195
Sub Total				645
Otros				
2 % Imprevistos	Meses	12	59	962
Sub Total				962
TOTAL				49.071

Valores M\$

2

² Costos de Edición

Corresponde a la sumatoria de todos los costos derivados de producir la cantidad de libros e e-books necesarios para alcanzar el nivel de ventas deseadas.

Costos de Operación

a) Personal: Corresponde a las remuneraciones del personal, durante el primer año. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* con el número de personas que trabajan en un cargo determinado.

b) Gastos: Corresponde a los *Gastos Promedios Mensuales*, de los servicios básicos. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* por el número de meses en que se efectúan esos gastos.

Costos de Administración

Corresponde a los gastos promedios durante los 12 meses de operación, en *Materiales de Oficina* y *Materiales de Aseo*.

Otros

Corresponde al 2% de los Costos de Operación más Costos de Administración, considerados para imprevistos de cualquier tipo.

Tabla 34 Detalle de costos año 2 *

ITEM	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Costos de Edición				
Derecho de la Obra	Título	19	289,474	5.500
Diseño	Título	19	150,000	2.850
Mecanografía	Título	19	100,000	1.900
Corrección	Título	19	200,000	3.800
Lanzamiento	Título	4	250,000	1.000
Servicio Imprenta Hoja	Ejemplar	15000	0,630	9.450
Servicio Imprenta Tapa	Ejemplar	15000	0,002	32
Termolaminado	Ejemplar	15000	0,004	53
Empastado	Ejemplar	15000	0,002	26
Sub Total				24.611
Costos de Operación				
a) Personal				
Contador	Meses	12	364	4.368
Secretaría	Meses	12	228	2.736
Asistente Administración	Meses	12	156	1.872
Recaudador	Meses	24	150	3.600
Mantenedor Web	Meses	12	0	0
Encargado Bodega	Meses	12	187	2.244
Asistente Bodega	Meses	12	146	1.752
Personal Aseo	Meses	12	62	744
b) Gastos				
Agua Potable	Meses	12	23	276
Energía Eléctrica	Meses	12	46	552
Internet	Meses	12	28	336
Telefono	Meses	12	57	684
Flete	Unid	1	750	750
Seguridad	Meses	12	32	384
Comisión Tarjeta (6 %)	Meses	12	0	0
Placistas (20%)	Meses	12	1.241	14.896
Placista Mayorista (20%)	Meses	12	310	3.724
Sub Total				38.918
Costos de Administración				
Materiales Oficina	Meses	12	30	495
Materiales Aseo	Meses	12	10	160
Sub Total				655
Otros				
2 % Imprevistos	Meses	12	80	1.284
Sub Total				1.284
TOTAL				65.468

Valores M\$

3

³ Aquí se considera el año 2 de las ventas de Libros Editados como año 0 de los e-books

Costos de Edición

Corresponde a la sumatoria de todos los costos derivados de producir la cantidad de libros e e-books necesarios para alcanzar el nivel de ventas deseadas.

Costos de Operación

a) Personal: Corresponde a las remuneraciones del personal, durante el primer año. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* con el número de personas que trabajan en un cargo determinado.

b) Gastos: Corresponde a los *Gastos Promedios Mensuales*, de los servicios básicos. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* por el número de meses en que se efectúan esos gastos.

Costos de Administración

Corresponde a los gastos promedios durante los 12 meses de operación, en *Materiales de Oficina* y *Materiales de Aseo*.

Otros

Corresponde al 2% de los Costos de Operación más Costos de Administración, considerados para imprevistos de cualquier tipo.

Tabla 35 Detalle de costos año 3

ITEM	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Costos de Edición				
Derecho de la Obra	Título	0	0,000	0
Diseño	Título	0	0,000	0
Mecanografía	Título	0	0,000	0
Corrección	Título	0	0,000	0
Lanzamiento	Título	0	0,000	0
Servicio Imprenta Hoja	Ejemplar	15000	0,630	9.450
Servicio Imprenta Tapa	Ejemplar	15000	0,002	32
Termolaminado	Ejemplar	15000	0,004	53
Empastado	Ejemplar	15000	0,002	26
Sub Total				9.561
Costos de Operación				
a) Personal				
Contador	Meses	12	370	4.440
Secretaría	Meses	12	233	2.796
Asistente Administración	Meses	12	159	1.908
Recaudador	Meses	24	150	3.600
Mantenedor Web	Meses	12	120	1.440
Encargado Bodega	Meses	12	191	2.292
Asistente Bodega	Meses	12	148	1.776
Personal Aseo	Meses	12	64	768
b) Gastos				
Agua Potable	Meses	12	24	288
Energía Eléctrica	Meses	12	48	576
Internet	Meses	12	30	360
Telefono	Meses	12	60	720
Flete	Unid	1	750	750
Seguridad	Meses	12	34	408
Comisión Tarjeta (6 %)	Meses	12	30	356
Placistas (20%)	Meses	12	1.267	15.200
Placista Mayorista (20%)	Meses	12	317	3.800
Sub Total				41.477
Costos de Administración				
Materiales Oficina	Meses	12	30	520
Materiales Aseo	Meses	12	10	170
Sub Total				690
Otros				
2 % Imprevistos	Meses	12	62	1.035
Sub Total				1.035
TOTAL				52.763

Valores M\$

4

4

Costos de Edición

Corresponde a la sumatoria de todos los costos derivados de producir la cantidad de libros e e-books necesarios para alcanzar el nivel de ventas deseadas.

Costos de Operación

a) Personal: Corresponde a las remuneraciones del personal, durante el primer año. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* con el número de personas que trabajan en un cargo determinado.

b) Gastos: Corresponde a los *Gastos Promedios Mensuales*, de los servicios básicos. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* por el número de meses en que se efectúen esos gastos.

Costos de Administración

Corresponde a los gastos promedios durante los 12 meses de operación, en *Materiales de Oficina* y *Materiales de Aseo*.

Otros

Corresponde al 2% de los Costos de Operación más Costos de Administración, considerados para imprevistos de cualquier tipo.

Tabla 36 Detalle de costos año 4

ITEM	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Costos de Edición				
Derecho de la Obra	Título	19	100,000	1.900
Diseño	Título	19	150,000	2.850
Mecanografía	Título	19	100,000	1.900
Corrección	Título	19	200,000	3.800
Lanzamiento	Título	0	250,000	0
Servicio Imprenta Hoja	Ejemplar	15000	0,630	9.450
Servicio Imprenta Tapa	Ejemplar	15000	0,002	32
Termolaminado	Ejemplar	15000	0,004	53
Empastado	Ejemplar	15000	0,002	26
Sub Total				20.011
Costos de Operación				
a) Personal				
Contador	Meses	12	378	4.536
Secretaria	Meses	12	238	2.856
Asistente Administración	Meses	12	162	1.944
Recaudador	Meses	24	150	3.600
Mantenedor Web	Meses	12	122	1.464
Encargado Bodega	Meses	12	194	2.328
Asistente Bodega	Meses	12	151	1.812
Personal Aseo	Meses	12	65	780
b) Gastos				
Agua Potable	Meses	12	25	300
Energía Eléctrica	Meses	12	51	612
Internet	Meses	12	32	384
Telefono	Meses	12	63	756
Flete	Unid	1	750	750
Seguridad	Meses	12	36	432
Comisión Tarjeta (6 %)	Meses	12	30	365
Placistas (20%)	Meses	12	1.292	15.504
Placista Mayorista (20%)	Meses	12	323	3.876
Sub Total				42.299
Costos de Administración				
Materiales Oficina	Meses	12	30	545
Materiales Aseo	Meses	12	10	180
Sub Total				725
Otros				
2 % Imprevistos	Meses	12	80	1.261
Sub Total				1.261
TOTAL				64.295

Valores M\$ 5

⁵ **Costos de Edición**

Corresponde a la sumatoria de todos los costos derivados de producir la cantidad de libros e e-books necesarios para alcanzar el nivel de ventas deseadas.

Costos de Operación

a) Personal: Corresponde a las remuneraciones del personal, durante el primer año. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio*

Unitario Mensual con el número de personas que trabajan en un cargo determinado.

b) Gastos: Corresponde a los *Gastos Promedios Mensuales*, de los servicios básicos. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio*

Unitario Mensual por el número de meses en que se efectúen esos gastos.

Tabla 37 Detalle de costos año 5

ITEM	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Costos de Edición				
Derecho de la Obra	Título	0	100,000	0
Diseño	Título	0	150,000	0
Mecanografía	Título	0	100,000	0
Corrección	Título	0	200,000	0
Lanzamiento	Título	0	250,000	0
Servicio Imprenta Hoja	Ejemplar	15000	0,630	9.450
Servicio Imprenta Tapa	Ejemplar	15000	0,002	32
Termolaminado	Ejemplar	15000	0,004	53
Empastado	Ejemplar	15000	0,002	26
Sub Total				9.561
Costos de Operación				
a) Personal				
Contador	Meses	12	386	4.632
Secretaría	Meses	12	243	2.916
Asistente Administración	Meses	12	166	1.992
Recaudador	Meses	24	150	3.600
Mantenedor Web	Meses	12	124	1.488
Encargado Bodega	Meses	12	198	2.376
Asistente Bodega	Meses	12	155	1.860
Personal Aseo	Meses	12	66	792
b) Gastos				
Agua Potable	Meses	12	27	324
Energía Eléctrica	Meses	12	53	636
Internet	Meses	12	33	396
Telefono	Meses	12	67	804
Flete	Unid	1	750	750
Seguridad	Meses	12	37	444
Comisión Tarjeta (6 %)	Meses	12	31	372
Placistas (20%)	Meses	12	1.317	15.808
Placista Mayorista (20%)	Meses	12	329	3.952
Sub Total				43.142
Costos de Administración				
Materiales Oficina	Meses	12	30	570
Materiales Aseo	Meses	12	10	190
Sub Total				760
Otros				
2 % Imprevistos	Meses	12	81	1.069
Sub Total				1.069
TOTAL				54.533

Valores M\$

6

Costos de AdministraciónCorresponde a los gastos promedios durante los 12 meses de operación, en *Materiales de Oficina* y *Materiales de Aseo*.**Otros**

Corresponde al 2% de los Costos de Operación más Costos de Administración, considerados para imprevistos de cualquier tipo.

⁶ **Costos de Edición**

Corresponde a la sumatoria de todos los costos derivados de producir la cantidad de libros e e-books necesarios para alcanzar el nivel de ventas deseadas.

Costos de Operación**a) Personal:** Corresponde a las remuneraciones del personal, durante el primer año. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* con el número de personas que trabajan en un cargo determinado.**b) Gastos:** Corresponde a los *Gastos Promedios Mensuales*, de los servicios básicos. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* por el número de meses en que se efectúen esos gastos.**Costos de Administración**

Tabla 38 Detalle de costos año 6

ITEM	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Costos de Edición				
Derecho de la Obra	Título	19	100,000	1.900
Diseño	Título	19	150,000	2.850
Mecanografía	Título	19	100,000	1.900
Corrección	Título	19	200,000	3.800
Lanzamiento	Título	0	250,000	0
Servicio Imprenta Hoja	Ejemplar	15000	0,630	9.450
Servicio Imprenta Tapa	Ejemplar	15000	0,002	32
Termolaminado	Ejemplar	15000	0,004	53
Empastado	Ejemplar	15000	0,002	26
Sub Total				20.011
Costos de Operación				
a) Personal				
Contador	Meses	12	398	4.776
Secretaria	Meses	12	247	2.964
Asistente Administración	Meses	12	169	2.028
Recaudador	Meses	24	150	3.600
Mantenedor Web	Meses	12	127	1.524
Encargado Bodega	Meses	12	202	2.424
Asistente Bodega	Meses	12	157	1.884
Personal Aseo	Meses	12	68	816
b) Gastos				
Agua Potable	Meses	12	28	336
Energía Eléctrica	Meses	12	56	672
Internet	Meses	12	35	420
Telefono	Meses	12	70	840
Flete	Unid	1	750	750
Seguridad	Meses	12	39	468
Comisión Tarjeta (6 %)	Meses	12	32	380
Placistas (20%)	Meses	12	1.344	16.131
Placista Mayorista (20%)	Meses	12	336	4.037
Sub Total				44.050
Costos de Administración				
Materiales Oficina	Meses	12	30	600
Materiales Aseo	Meses	12	10	200
Sub Total				800
Otros				
2 % Imprevistos	Meses	12	83	1.297
Sub Total				1.297
TOTAL				66.159

Valores M\$

7

Corresponde a los gastos promedios durante los 12 meses de operación, en *Materiales de Oficina* y *Materiales de Aseo*.

Otros

Corresponde al 2% de los Costos de Operación más Costos de Administración, considerados para imprevistos de cualquier tipo.

7

Costos de Edición

Corresponde a la sumatoria de todos los costos derivados de producir la cantidad de libros e e-books necesarios para alcanzar el nivel de ventas deseadas.

Costos de Operación

a) Personal: Corresponde a las remuneraciones del personal, durante el primer año. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio*

Unitario Mensual con el número de personas que trabajan en un cargo determinado.

Tabla 39 Detalle de costos año 7

ITEM	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Costos de Edición				
Derecho de la Obra	Título	0	100,000	0
Diseño	Título	0	150,000	0
Mecanografía	Título	0	100,000	0
Corrección	Título	0	200,000	0
Lanzamiento	Título	0	250,000	0
Servicio Imprenta Hoja	Ejemplar	15000	0,630	9.450
Servicio Imprenta Tapa	Ejemplar	15000	0,002	32
Termolaminado	Ejemplar	15000	0,004	53
Empastado	Ejemplar	15000	0,002	26
Sub Total				9.561
Costos de Operación				
a) Personal				
Contador	Meses	12	402	4.824
Secretaria	Meses	12	252	3.024
Asistente Administración	Meses	12	172	2.064
Recaudador	Meses	24	150	3.600
Mantenedor Web	Meses	12	130	1.560
Encargado Bodega	Meses	12	207	2.484
Asistente Bodega	Meses	12	160	1.920
Personal Aseo	Meses	12	69	828
b) Gastos				
Agua Potable	Meses	12	29	348
Energía Eléctrica	Meses	12	59	708
Internet	Meses	12	36	432
Telefono	Meses	12	74	888
Flete	Unid	1	750	750
Seguridad	Meses	12	41	492
Comisión Tarjeta (6 %)	Meses	12	32	389
Placistas (20%)	Meses	12	1.371	16.454
Placista Mayorista (20%)	Meses	12	343	4.114
Sub Total				44.878
Costos de Administración				
Materiales Oficina	Meses	12	30	630
Materiales Aseo	Meses	12	10	210
Sub Total				840
Otros				
2 % Imprevistos	Meses	12	84	1.106
Sub Total				1.106
TOTAL				56.385

Valores M\$

8

b) Gastos: Corresponde a los *Gastos Promedios Mensuales*, de los servicios básicos. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio*

Unitario Mensual por el número de meses en que se efectúen esos gastos.

Costos de Administración

Corresponde a los gastos promedios durante los 12 meses de operación, en *Materiales de Oficina* y *Materiales de Aseo*.

Otros

Corresponde al 2% de los Costos de Operación más Costos de Administración, considerados para imprevistos de cualquier tipo.

⁸ **Costos de Edición**

Corresponde a la sumatoria de todos los costos derivados de producir la cantidad de libros e e-books necesarios para alcanzar el nivel de ventas deseadas.

Costos de Operación

a) Personal: Corresponde a las remuneraciones del personal, durante el primer año. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio Unitario Mensual* con el número de personas que trabajan en un cargo determinado.

b) Gastos: Corresponde a los *Gastos Promedios Mensuales*, de los servicios básicos. El *Valor Total* se determina multiplicando el *Precio*

4.4.- CUADRO DE INGRESOS ANUALES

Tabla 40 Ingresos anuales para libros e e.books

ITEM								
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Libros e e-books	0	91.295	93.100	100.925	102.975	105.000	107.120	109.313
TOTAL	0	91.295	93.100	100.925	102.975	105.000	107.120	109.313

Valores M\$

4.4.1.- Detalle Ingresos del Proyecto

Tabla 41 Ingresos proyectados año 0

ITEM	CANTIDAD	VALOR (\$)	TOTAL (\$)
Libros	0	9,5	0
e-books	0	5,0	0
TOTAL			0

Valores M\$

9

Tabla 42 Ingresos proyectados año 1

ITEM	CANTIDAD	VALOR (\$)	TOTAL (\$)
Libros	9.610	9,5	91.295
e-books	0	5,0	0
TOTAL			91.295

Valores M\$

Unitario Mensual por el número de meses en que se efectúen esos gastos.

Costos de Administración

Corresponde a los gastos promedios durante los 12 meses de operación, en *Materiales de Oficina* y *Materiales de Aseo*.

Otros

Corresponde al 2% de los Costos de Operación más Costos de Administración, considerados para imprevistos de cualquier tipo.

⁹ El total de *Ingresos* se obtiene de la sumatoria de los Ingresos por Ventas de Libros e e-books
La Cantidad corresponde al número estimado de unidades vendidas.
El Valor corresponde al monto en \$ de costo por cada producto.

Tabla 43 Ingresos proyectados año 2

ITEM	CANTIDAD	VALOR (\$)	TOTAL (\$)
Libros	9.800	9,5	93.100
e-books	0	5,0	0
TOTAL			93.100

Valores M\$

Tabla 44 Ingresos proyectados año 3

ITEM	CANTIDAD	VALOR (\$)	TOTAL (\$)
Libros	10.000	9,5	95.000
e-books	1.185	5,0	5.925
TOTAL			100.925

Valores M\$

Tabla 45 Ingresos proyectados año 4

ITEM	CANTIDAD	VALOR (\$)	TOTAL (\$)
Libros	10.200	9,5	96.900
e-books	1.215	5,0	6.075
TOTAL			102.975

Valores M\$

Tabla 46 Ingresos proyectados año 5

ITEM	CANTIDAD	VALOR (\$)	TOTAL (\$)
Libros	10.400	9,5	98.800
e-books	1.240	5,0	6.200
TOTAL			105.000

Valores M\$

Tabla 47 Ingresos proyectados año 6

ITEM	CANTIDAD	VALOR (\$)	TOTAL (\$)
Libros	10.610	9,5	100.795
e-books	1.265	5,0	6.325
TOTAL			107.120

Valores M\$

Tabla 48 Ingresos proyectados año 7

ITEM	CANTIDAD	VALOR (\$)	TOTAL (\$)
Libros	10.825	9,5	102.838
e-books	1.295	5,0	6.475
TOTAL			109.313

Valores M\$

4.5.- CÁLCULO DEPRECIACIONES

4.5.1. - Depreciación Mobiliario

Las Inversiones en Mobiliario se efectúan en 2 años, para el año 0 se invierten M\$ 1.799,74.- y año 2 M\$ 59,1.- El Mobiliario se deprecia linealmente, con vida útil de 7 años y valor desecho de M\$ 371,77.-, de acuerdo al siguiente cálculo:

Tabla 49 Depreciación mobiliario año 0

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR FINAL	DEPRECIACION
0			
1	1.800	1.543	257,1
2	1.543	1.286	257,1
3	1.286	1.029	257,1
4	1.029	772	257,1
5	772	514	257,1
6	514	257	257,1
7	257	357	257,1

Valores M\$

Tabla 50 Depreciación año 2

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR FINAL	DEPRECIACION
0			
1			
2			
3	55	49	6,3
4	49	43	6,3
5	43	36	6,3
6	36	30	6,3
7	30	24	6,3

Valores M\$

4.5.2.- Depreciación Bienes Tecnológicos

Las Inversiones en Bienes Tecnológicos se efectúan en el año 0 M\$ 7.118.- y en el año 2 M\$ 2.809,2- Los Bienes Tecnológicos se deprecian linealmente, con vida útil de 5 años y valor desecho de M\$ 0, de acuerdo al siguiente cálculo:

Tabla 51 Depreciación bienes tecnológicos año 0

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR FINAL	DEPRECIACION
0			
1	7.118	5.694	1.423,6
2	5.694	4.271	1.423,6
3	4.271	2.847	1.423,6
4	2.847	1.424	1.423,6
5	1.424	0	1.423,6
6			
7			

Valores M\$

Tabla 52 Depreciación bienes tecnológicos años 2

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR FINAL	DEPRECIACION
0			
1			
2			
3	2.809	2.247	561,8
4	2.247	1.685	561,8
5	1.685	1.124	561,8
6	1.124	562	561,8
7	562	0	561,8

Valores M\$

4.6.- FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Tabla 53 flujo de caja del Proyecto

ITEM	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Ingresos	0	91.295	93.100	100.925	102.975	105.000	107.120	109.313
Valor Desecho Mobiliario	0	0	0	0	0	0	0	381
Valor Libro Mobiliario	0	0	0	0	0	0	0	-381
Valor Desecho Bienes Tecnológicos	0	0	0	0	0	0	0	0
Valor Libro Bienes Tecnológicos	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos Indirectos	-39.180	-17.347	-33.021	-19.710	-30.495	-20.416	-31.266	-21.144
Costos Directos	-12.266	-30.711	-31.162	-32.018	-32.539	-33.046	-33.594	-34.135
Otros	-1.029	-962	-1.284	-1.035	-1.261	-1.069	-1.297	-1.106
Utilidad Neta	-52.475	42.275	27.633	48.162	38.680	50.469	40.963	52.928
(1) Depreciacion Mobiliario	0	-257,1	-257,1	-263,4	-263,4	-263,4	-263,4	-263,4
(2) Depreciacion Bienes Tecnológicos	0	-1.423,6	-1.423,6	-1.985,4	-1.985,4	-1.985,4	-1.985,4	-1.985,4
Utilidad antes de Impuesto	-52.475	40.594	25.952	45.913	36.431	48.220	38.714	50.679
Impuestos (17 %)	0	6.901	4.412	7.805	6.193	8.197	6.581	8.615
Utilidad después de Impuestos	-52.475	33.693	21.540	38.108	30.238	40.023	32.133	42.064
Depreciacion Mobiliario	0	257,1	257,1	263,4	263,4	263,4	263,4	263,4
Depreciacion Tecnologia	0	1.423,6	1.423,6	1.985,4	1.985,4	1.985,4	1.985,4	1.985,4
Inversion Mobiliario	-1.800	0	-59	0	0	0	0	0
Inversion Bienes Tecnológicos	-7.118	0	-2.809	0	0	0	0	0
Inversion Bienes Intangibles	-1.500	0	0	0	0	0	0	0
Inversion Capital de Trabajo	-833	0	0	0	0	0	0	0
Valor Libro Mobiliario	0	0	0	0	0	0	0	381
Valor Libro Bienes Tecnológicos	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujo de Caja	-63.726	35.374	20.353	40.357	32.487	42.272	34.382	44.694

Valores M\$

VAN (12 %) = M\$ 95.076.-**TIR = 48.67 %****Payback Descontado = 3 Años.**

4.7.- FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Tabla 54 Flujo de caja del inversionista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
Ingresos	0	91.295	93.100	100.925	102.975	105.000	107.120	109.313
Valor Desecho Mobiliario	0	0	0	0	0	0	0	381
Valor Libro Mobiliario	0	0	0	0	0	0	0	-381
Valor Desecho Bienes Tecnológicos	0	0	0	0	0	0	0	0
Valor Libro Bienes Tecnológicos	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos Indirectos	-39.180	-17.347	-33.021	-19.710	-30.495	-20.416	-31.266	-21.144
Costos Directos	-12.266	-30.711	-31.162	-32.018	-32.539	-33.046	-33.594	-34.135
Otros	-1.029	-962	-1.284	-1.035	-1.261	-1.069	-1.297	-1.106
Utilidad Neta	-52.475	42.275	27.633	48.162	38.680	50.469	40.963	52.928
(1) Depreciacion Mobiliario	0	-257	-257	-263	-263	-263	-263	-263
(2) Depreciacion Bienes Tecnológicos	0	-1.424	-1.424	-1.985	-1.985	-1.985	-1.985	-1.985
Intereses A	0	-1.694	-1.313	-905	-468	0	0	0
Utilidad antes de Impuesto	-52.475	38.901	24.640	45.009	35.964	48.220	38.714	50.679
Impuestos (17 %)	0	6.613	4.189	7.651	6.114	8.197	6.581	8.615
Utilidad después de Impuestos	-52.475	32.287	20.451	37.357	29.850	40.023	32.133	42.064
Depreciacion Mobiliario	0	257	257	266	263	263	263	263
Depreciacion Tecnologia	0	1.424	1.424	1.985	1.985	1.985	1.985	1.985
Inversion Mobiliario	-1.800	0	-55	0	0	0	0	0
Inversion Bienes Tecnológicos	-7.118	0	-2.809	0	0	0	0	0
Inversion Bienes Intangibles	-1.500	0	0	0	0	0	0	0
Inversion Capital de Trabajo	-833	0	0	0	0	0	0	0
Valor Libro Mobiliario	0	0	0	0	0	0	0	290
Valor Libro Bienes Tecnológicos	0	0	0	0	0	0	0	0
Prestamo	24.000	0	0	0	0	0	0	0
Amortizacion Prestamo	0	-5.401	-5.782	-6.191	-6.627			
Flujo de Caja	-39.726	28.567	13.485	33.418	25.470	42.271	34.381	44.602

Valores M\$

VAN (12 %) = \$ 98.083.-

TIR = 64.86 %

Payback Descontado = 2 Años.

4.8.- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla 55 Análisis de sensibilidad para VAN y TIR

Variación de Ingresos	VAN (12 %)	TIR
0.0. %	\$ 95.076.-	48.67 %
+ 20 %	\$ 170.823.-	74.38 %
+ 15 %	\$ 151.886.-	68.07 %
+10 %	\$ 132.349.-	61.70 %
+ 05 %	\$ 114.013.-	55.24 %
- 05 %	\$ 76.139.-	41.95 %
- 10 %	\$ 57.202.-	35.03 %
- 15 %	\$ 38.265.-	27.85 %
- 20 %	\$ 19.329.-	20.29 %
- 25.1 %	\$ 13.-	12.01 %

CAPITULO V

“Conclusiones”

6.- CONCLUSIONES

Publicar libros de calidad y con el menor riesgo posible, es la máxima preocupación de la gerencia de la editorial en cuestión, y después de haber realizado diversos análisis en la presente memoria, se puede concluir lo siguiente:

1. La industria en la que se encuentra inmersa esta organización, es una industria compleja, pero en condiciones apropiadas, de programas educativos favorecedores de climas sociales y condiciones legales propicios, para el fortalecimiento de la educación, se puede sobrevivir con éxito. En Chile se están dando algunas señales, como la promulgación de la ley de propiedad intelectual y la ley del libro, de querer fortalecer el patrimonio cultural, pero aún quedan tareas importantes por hacer como la incorporación de aranceles e impuestos diferenciados para los bienes y productos que favorecen la cultura.
2. El tamaño del segmento de mercado que se logró establecer en ambos casos, para la educación prebásica y básica, y para la educación superior, es bastante imponente lo que llevó al memorista a investigar cual es el sistema de ventas actual, detectándose algunos problemas que no permite abarcar mayor participación en el segmento, aún cuando ésta organización prácticamente no cuenta con competencia en el segmento establecido. A raíz de estos problemas detectados, se propone un sistema de incentivos para alcanzar niveles de ventas más altos.
3. Como se mencionó, los incrementos en las ventas se aumentarán en un 15 % para el primer año de estudio del proyecto, es decir, durante el año 2005 se debe aumentar las ventas en 15 % respecto del año anterior. Y a contar del año 2006 hasta el año 2009, las ventas deben incrementarse en un 5 % anual.

4. Se propone una incursión hacia otro segmento de mercado, pero siempre relacionado con el mundo de la educación. Dirigido a los estudiantes y profesores de casas de estudios superiores, en las carreras relacionadas con la educación parvularia o prebásica y la educación general básica. Esta incursión presenta un bajo riesgo financiero, ya que se hará a través de e-books para la edición de libros técnicos. Este formato electrónico, permite ocupar las actuales instalaciones con pequeñas inversiones adicionales, como por ejemplo la readecuación de la página Web que tiene un costo de M\$ 2.000.-, pero se espera un ingreso por ventas de aproximadamente M\$ 5.900.- para el primer año del proyecto, e incrementándose en un 5 % anual.
5. Las inversiones totales que se presentan para ambos proyectos, son de bajo monto, es decir, es necesario invertir en el año cero M\$ 10.417 y para el año dos, año cero en los e-books, M\$ 2.868.-. inversiones que permiten modernizar básicamente los procesos administrativos.
6. Todos los procesos de producción física de los libros, es decir, los procesos de impresión de hojas, impresión de tapas, termolaminado de tapas y empastado, se deben externalizar, ya que integrarse verticalmente hacia atrás, requiere de otros niveles de inversión, por lo demás es otro negocio, el que requiere otro estudio para determinar la factibilidad económica y técnica. Por otro lado, ésta organización cuenta con una cartera amplia de proveedores de este tipo de servicios, lo que le ha permitido mantener prácticamente estáticos los costos de los servicios de imprenta.
7. El análisis económico y financiero, permitió confeccionar el flujo de caja para el proyecto y el inversionista, arrojando señales claras de la factibilidad económica de éste proyecto. Esto es, en el caso del flujo de caja del proyectos, se tiene un VAN, al 12 % de tasa de descuento, de M\$ 95.076.- y una TIR de 48.67 %, lo que presenta un proyecto auspicioso.

CAPITULO VI

“ANEXOS”

6.- ANEXOS

6.1.- LEY DEL LIBRO

Identificación Norma: LEY-19227

Fecha Publicación: 10.07.1993

Fecha Promulgación: 01.07.1993

Organismo: MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA

Ultima Modificación: LEY-19981

Fecha Ultima Modificación: 23.08.2003

Estado: ACTUALIZADO

CREA FONDO NACIONAL DE FOMENTO DEL LIBRO Y LA LECTURA, Y MODIFICA CUERPOS LEGALES QUE SEÑALA:

Teniendo presente que el H. Congreso Nacional ha dado su aprobación al siguiente Proyecto de Ley:

"TITULO I {ARTS. 1-6}

Del Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura

Artículo 1°.- El Estado de Chile reconoce en el libro y en la creación literaria instrumentos eficaces e indispensables para el incremento y la transmisión de la cultura, el desarrollo de la identidad nacional y la formación de la juventud.

LEY 19891
Art. 38 N° 1
D.O. 23.08.2003

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes adoptará las medidas necesarias para el cumplimiento de las orientaciones que se señalan en la presente ley, reconociendo el aporte de los escritores chilenos y promoviendo la participación de todos los agentes culturales y de los medios de comunicación social.

Artículo 2°.- Para los efectos de esta ley y demás disposiciones legales vigentes o que se dicten en el futuro en cumplimiento de la política nacional del libro, se entenderá por:

- a) Libro: Toda publicación unitaria impresa, no periódica, que se edite en su totalidad de una sola vez, o a intervalos en uno o varios volúmenes o fascículos, incluidas las publicaciones científicas, académicas o profesionales con periodicidad no inferior a bimestral, que cumplan con alguna de las finalidades establecidas en el inciso primero del artículo anterior. Comprenderá también a los materiales complementarios o accesorios de carácter electrónico, computacional, visual y sonoro, producidos simultáneamente como unidades que no puedan comercializarse separadamente;
- b) Libro chileno: El libro editado e impreso en Chile, de autor nacional o extranjero;
- c) Autor: La persona o personas que crean una obra que se publica como libro;
- d) Autor o escritor chileno: Cualquier autor de nacionalidad chilena o radicado en Chile, y
- e) Editor: La persona natural o jurídica responsable de la publicación y edición de un libro y que realiza, directamente o por encargo de terceros, los procesos necesarios para su producción.

Artículo 3°.- Créase el Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura, administrado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, destinado a financiar proyectos, programas y acciones de fomento del libro y la lectura que emanen de esta ley y cuyo patrimonio estará integrado por:

LEY 19891
Art. 38 N° 1
D.O. 23.08.2003

- a) Los recursos que para este objeto deberán consultarse anualmente en la Ley de Presupuestos de la Nación;
- b) Los recursos que el Gobierno reciba por concepto de asistencia técnica o cooperación internacional, y

c) Las donaciones, herencias y legados que reciba. Estas donaciones estarán exentas del trámite de insinuación, a que se refiere el artículo 1.401 del Código Civil.

La distribución de los recursos del Fondo se hará en forma descentralizada, conforme lo establezca anualmente la Ley de Presupuestos.

Artículo 4°.- Los recursos del Fondo se destinarán al financiamiento, total o parcial, de proyectos, programas y acciones referidos a:

- a) La creación o reforzamiento de los hábitos de lectura;
- b) La difusión, promoción e investigación del libro y la lectura, en actividades que no constituyan publicidad de empresas o libros específicos;
- c) La promoción y desarrollo de las exportaciones de libros chilenos;
- d) La organización de ferias locales, regionales, nacionales e internacionales del libro, estables o itinerantes, en las que participen autores chilenos;
- e) La organización de eventos y cursos de capacitación vinculados al trabajo editorial y bibliotecológico;
- f) El desarrollo de planes de cooperación internacional en el campo del libro y la lectura;
- g) El desarrollo de sistemas integrados de información sobre el libro, la lectura y el derecho de autor;
- h) La adquisición de libros. Sin embargo, los recursos del Estado no podrán utilizarse, en ningún caso, para adquirir más del 20% de los ejemplares de una misma edición;
- i) La promoción, modernización y mejoramiento de centros de lectura y bibliotecas, públicos;
- j) La creación de cualquier género literario, mediante concursos, becas, encuentros, talleres, premios y otras fórmulas de estímulo a los creadores;
- k) La capacitación y motivación de profesionales de la educación y la bibliotecología u otros miembros de la sociedad en el área de la lectura y el libro;
- l) El desarrollo de la crítica literaria y actividades conexas, en los medios de comunicación, y
- ll) La adquisición, para las bibliotecas públicas dependientes de la Biblioteca Nacional, de trescientos ejemplares de libros de autores chilenos, según las normas que al efecto establecerá el Consejo Nacional del Libro y la Lectura.

Artículo 5°.- Créase, en el Ministerio de Educación, el Consejo Nacional del Libro y la Lectura, en adelante el Consejo.

El Consejo estará formado por:

- a) El Presidente del Consejo Nacional de la Cultura las Artes, o su representante, quien lo presidirá;
- b) Un representante del Presidente de la República;
- c) Un representante del Ministerio de Educación
- d) El Director de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, o su representante;
- e) Dos académicos de reconocido prestigio designados por el Consejo de Rectores, uno de los cuales deberá pertenecer a alguna Universidad con sede en las Regiones Primera a Decimosegunda;
- f) Dos escritores designados por la asociación de carácter nacional más representativa que los agrupe. Estos escritores no deberán ser necesariamente socios activos de dicha entidad o de otra de igual naturaleza;
- g) Dos representantes de las asociaciones de carácter nacional más representativas de los editores y de los distribuidores y librerías, debiendo uno estar vinculado a la edición y el otro a la comercialización;
- h) Un profesional de la educación de reconocida experiencia en la promoción de la lectura, designado por la asociación profesional de educadores de carácter nacional más representativa, y
- i) Un profesional de la bibliotecología con reconocida experiencia en bibliotecas públicas o escolares, designado por la asociación profesional de bibliotecólogos de carácter nacional más

LEY 19891
Art. 38 N°3 a)
D.O. 23.08.2003

LEY 19891
Art. 38 N°3 b)
D.O. 23.08.2003

representativa. En el ejercicio de sus funciones y atribuciones, el Consejo gozará de plena autonomía y capacidad de decisión, pudiendo vincularse con otros organismos del área cultural.

Las funciones de secretaria del Consejo serán ejercidas por un representante del Consejo Nacional de la Cultura y las artes, quien

sólo tendrá derecho a voz. Los integrantes señalados en las letras d), e), f), g) y h) durarán dos años en el cargo, pudiendo ser designados para el período siguiente. Si vacare alguno de los cargos señalados en el inciso anterior, el reemplazante será designado por quien corresponda, por el tiempo que faltare para completar el período para el cual fue designado su antecesor. Para sesionar, el Consejo requerirá la mayoría absoluta de sus miembros y sus acuerdos se adoptarán por la mayoría absoluta de los presentes.

LEY 19891
Art. 38 N°3 c)
D.O. 23.08.2003

Artículo 6°.- Serán funciones del Consejo:

a) Convocar anualmente a los concursos públicos por medio de una amplia difusión nacional, sobre bases objetivas, señaladas previamente en conformidad al artículo 4°, para asignar los recursos del Fondo y resolverlos;

b) Seleccionar cada año las mejores obras literarias de autores nacionales, en los géneros de poesía, cuento, novela, ensayo y teatro, previo concurso que se reglamentará al efecto. Igualmente y en los mismos términos, el Consejo realizará concursos a lo largo del país para seleccionar las mejores obras literarias. Se premiará con cargo al Fondo, anualmente, hasta un máximo de diez obras, debiendo ser por lo menos una de cada género de los nombrados, salvo que, fundadamente, se declare vacante dicho rubro. El premio consistirá en una suma de dinero para el autor, cuyo monto fijará anualmente el Consejo, además de la adquisición, que este mismo organismo acuerde, del número de ejemplares de la primera edición de las obras que fueren publicadas, los que se destinarán a los fines culturales y promocionales a que se refiere el artículo 4°;

c) Asesorar al Presidente del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes en la formulación de la política nacional del libro y la lectura;

d) Supervisar en forma periódica el desarrollo de los proyectos y las acciones aprobados;

e) Publicar anualmente una memoria que contenga una relación de las acciones realizadas y de las inversiones y gastos efectuados en los concursos, proyectos y acciones emprendidos. Dicha memoria deberá remitirse a ambas Cámaras del Congreso Nacional;

f) Cautelar y promover el cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley y en el correspondiente reglamento, y

g) Fijar las normas con arreglo a las cuales se determinarán las obras que habrán de adquirirse en conformidad a lo dispuesto en la letra II) del artículo 4°. El reglamento fijará los demás requisitos, formas y procedimientos a que deberán ajustarse los concursos públicos que sean convocados y los proyectos que postulen a la asignación de los recursos del Fondo.

LEY 19891
Art. 38 N°4
D.O. 23.08.2003

TÍTULO II {ARTS. 7-10}

Del fomento del libro y la lectura

Artículo 7°.- En Chile son libres la edición, impresión y circulación de libros. Sólo podrán limitarse o impedirse por resolución judicial.

Artículo 8°.- Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 3° y 4° de la ley N° 16.643 y 55 de la ley N° 17.336, en todo libro impreso en el país se dejará constancia del Número Internacional de Identificación (ISBN), que figurará en un registro público a cargo de la entidad pública o privada que represente al International Standard Book Number. Para la inclusión de una obra en el registro no se hará exigencia alguna de los autores, editores o impresores, relacionada con afiliación a organismos gremiales u otra carga que no sean los derechos que se cobren por una sola vez, los que no serán superiores a 0,2 unidades tributarias mensuales y que sólo podrán ser utilizados para la administración y mantención del propio registro.

Artículo 9°.- Tendrán derecho a gozar del sistema simplificado de reintegro establecido por la ley

N°18.480, las mercancías clasificadas en la Partida 4901 del Arancel Aduanero, conforme al desglose practicado por el decreto N° 641, del Ministerio de Hacienda, de 1991, cuando las exportaciones cumplan con los requisitos y modalidades que fija dicha ley.

Artículo 10°.- Los editores, distribuidores, libreros y otros vendedores por cuenta propia, del giro referido podrán rebajar para los efectos del Impuesto de Primera Categoría de la Ley sobre Impuesto a la Renta, en un 25% el valor de los libros en sus inventarios al término del segundo año, contado desde la fecha del primer registro contable de los correspondientes a una misma tirada; en un 50% al término del tercer año y en un 75% al término del cuarto. Al término del quinto año, podrá castigarse completamente su valor. Este castigo se aplicará con sujeción a las normas que sobre inventarios establece la Ley sobre Impuesto a la Renta y a las instrucciones que imparta el Servicio de Impuestos Internos.

TITULO III {ARTS. 11-12}

Infracciones, delitos y sanciones

Artículo 11°.- Las infracciones y delitos que se comentan en relación a la presente ley, como asimismo sus sanciones, se regirán por lo dispuesto en las leyes N°s. 17.336, sobre Propiedad Intelectual, y 16.643, sobre Abusos de Publicidad, en lo que fuere aplicable. Igualmente, se castigará con la pena establecida en el artículo 79 de la ley N° 17.336:

- a) Al que, a sabiendas, comercializare libros de edición o impresión fraudulenta o reproducidos sin autorización del titular de los derechos de autor, y
- b) Al que utilice procedimientos engañosos o fraudulentos para acceder indebidamente a los beneficios que otorga esta ley. En todo caso, se presumirá fraudulento todo libro en el que no figuren o se hayan falseado, los antecedentes a que se refiere el artículo 8°, sin perjuicio de las sanciones que corresponda aplicar en virtud de lo dispuesto en otras leyes.

Artículo 12°.- Los libros materia del delito serán entregados al autor o al titular de los derechos patrimoniales. Si no lo hubiere o fuere imposible determinarlo, los libros serán entregados en dominio a la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, la que dejará constancia de esta sanción en cada ejemplar.

TITULO IV {ARTS. 13-15}

Disposiciones generales

Artículo 13°.- Intercálase, en el artículo 59 de la Ley de la Renta, contenida en el artículo 1° del decreto ley N° 824, de 1974, como inciso tercero, pasando los actuales incisos tercero, cuarto y quinto a ser cuarto, quinto y sexto, respectivamente, el siguiente: "Aquellas cantidades que se paguen por el uso de derechos de edición o de autor, estarán afectas a una tasa de 15%."

Artículo 14°.- Intercálase en el número 1) del artículo 1° de la Ley de Donaciones con Fines Culturales, contenida en el artículo 8° de la ley N° 18.985, entre las expresiones "por el Estado," y "y a las corporaciones", la siguiente frase: "a las bibliotecas abiertas al público en general o a las entidades que las administran,"; y agrégase, en punto (.) seguido, la siguiente oración final: "Serán, asimismo, beneficiarios las bibliotecas de los establecimientos educacionales que permanezcan abiertas al público, de acuerdo con la normativa que exista al respecto y a la aprobación que otorgue el Secretario Regional Ministerial de Educación correspondiente, la cual deberá necesariamente compatibilizar los intereses de la comunidad con los del propio establecimiento.

Artículo 15°.- Introdúcense las siguientes modificaciones al inciso primero del artículo 3° de la ley N°8.737:

- 1.- Sustitúyese el vocablo "siete (7)" por "ocho (8)", y
- 2.- Sustitúyense las expresiones "un (1) representante del Gobierno, designado por decreto del Ministerio de Justicia.", por las siguientes: "dos (2) representantes del Gobierno, designados por decreto de los Ministerios de Justicia y Educación, respectivamente."

Artículos Transitorios {ARTS. 1-2}

Artículo 1°.- El Fondo que se crea en el artículo 3° permanente de esta ley, regirá a contar del año 1993. En la Ley de Presupuestos del Sector Público deberán consultarse los recursos necesarios para afrontar el gasto que represente su aplicación.

Artículo 2°.- Lo dispuesto en el artículo 8°, regirá a contar de un año desde la fecha de publicación de esta ley."

Habiéndose cumplido con lo establecido en el N° 1° del Artículo 82 de la Constitución Política de la República, y por cuanto he tenido a bien aprobarlo y sancionarlo; por tanto promúlguese y llévese a efecto como Ley de la República.

Santiago, 1° de Julio de 1993.- PATRICIO AYLWIN AZOCAR, Presidente de la República.-
Jorge Arrate Mac Niven, Ministro de Educación,
Alejandro Foxley Rioseco, Ministro de Hacienda.

Lo que transcribo a Ud. para su conocimiento.-

Saluda Atte. a Ud.- Julio Valladares Muñoz,

Subsecretario de Educación.

Tribunal Constitucional

Proyecto de ley sobre fomento del libro y la lectura

El Secretario del Tribunal Constitucional, quien suscribe, certifica que la Honorable Cámara de Diputados envió el proyecto de ley enunciado en el rubro, aprobado por el Congreso Nacional, a fin de que este Tribunal ejerciera el control de la constitucionalidad de los artículos 5° y 13, inciso primero, y que por sentencia de 15 de Junio de 1993, declaró:

1. Que las disposiciones contenidas en el artículo 5° del proyecto remitido, son constitucionales.
2. Que el inciso primero del artículo 13 del proyecto remitido, es inconstitucional por no haber sido aprobado por la mayoría que el artículo 63 de la Constitución Política de la República exige para las leyes orgánicas constitucionales.

Santiago, Junio 15 de 1993.-
Rafael Larraín Cruz, Secretario.

6.2.- LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Propiedad Intelectual Ley 17336 De Propiedad Intelectual De Chile

Con las modificaciones introducidas por la ley 19166 - Publicada el 17/09/92

Aprueba la ley de Propiedad Intelectual; crea el Departamento de Derechos Intelectuales y la Corporación Cultural Chilena; deroga el decreto ley de Propiedad Intelectual 345, de 1925, y la Ley 9.549. (Publicada en el Diario Oficial N° 27.761, de 2 de octubre de 1970).

TITULO I

DERECHO DE AUTOR

CAPITULO I

Naturaleza y objeto de la protección. Definiciones.

Art.1º. La presente ley protege los derechos que, por el solo hecho de la creación de la obra, adquieren los autores de obras de la inteligencia en los dominios literarios, artísticos y científicos, cualquiera que sea su forma de expresión, y los derechos conexos que ella determina. El derecho de autor comprende los derechos patrimonial y moral, que protegen el aprovechamiento, la paternidad y la integridad de la obra.

Art. 2º. La presente ley ampara los derechos de todos los autores chilenos y de los extranjeros domiciliados en Chile. Los derechos de los autores extranjeros no domiciliados en el país, gozarán de la protección que les sea reconocida por las convenciones internacionales que Chile suscriba y ratifique.

Para los efectos de esta ley, los autores apátridas o de nacionalidad indeterminada serán considerados como nacionales del país donde tengan establecido su domicilio.

Art. 3º. Quedan especialmente protegidos con arreglo a la presente ley:

- 1) Los libros, folletos, artículos y escritos, cualesquiera que sean su forma y naturaleza, incluidas las enciclopedias, guías, diccionarios, antologías y compilaciones de toda clase;
- 2) Las conferencias, discursos, lecciones, memorias, comentarios y obras de la misma naturaleza, tanto en la forma oral como en sus versiones escritas o grabadas;
- 3) Las obras dramáticas, dramático-musicales y teatrales en general, así como las coreográficas y las pantomímicas, cuyo desarrollo sea fijado por escrito o en otra forma;
- 4) Las composiciones musicales, con o sin texto;
- 5) Las adaptaciones radiales o televisuales de cualquiera producción literaria, las obras originales producidas por la radio o la televisión, así como los libretos y guiones correspondientes;
- 6) Los periódicos, revistas u otras publicaciones de la misma naturaleza;
- 7) Las fotografías, los grabados y las litografías;
- 8) Las obras cinematográficas;
- 9) Los proyectos, bocetos y maquetas arquitectónicas y los sistemas de elaboración de mapas;
- 10) Las esferas geográficas o armilares, así como los trabajos plásticos relativos a la geografía, topografía o a cualquiera otra ciencia, y en general los materiales audiovisuales;
- 11) Las pinturas, dibujos, ilustraciones y otros similares;
- 12) Las esculturas y obras de las artes figurativas análogas, aunque estén aplicadas a la industria, siempre que su valor artístico pueda ser considerado con separación del carácter industrial del objeto al que se encuentren incorporadas;
- 13) Los bocetos escenográficos y las respectivas escenografías cuando su autor sea el bocetista;
- 14) Las adaptaciones, traducciones y otras transformaciones, cuando hayan sido autorizadas por el autor de la obra originaria si ésta no pertenece al patrimonio cultural común;
- 15) Los viodeogramas y diaporamas, y
- 16) Los programas computacionales.

Art. 4º. El título de la obra forma parte de ellas y deberá ser siempre mencionado junto con el nombre del autor, cuando aquélla sea utilizada públicamente.

No podrá utilizarse el título de una obra u otro que queda manifiestamente inducir a engaño o confusión, para individualizar otra del mismo género.

Art. 5º. Para los efectos de la presente ley, se entenderá por:

- a) Obra individual: la que sea producida por una sola persona.
- b) Obra en colaboración: la que sea producida, conjuntamente, por dos o más personas naturales cuyos aportes no pueden ser separados.
- c) Obra colectiva: la que sea producida por un grupo de autores por iniciativa y bajo la orientación de una persona natural o jurídica que la coordine, divulgue y publique bajo su nombre;
- d) Obra anónima: aquélla en que no se menciona el nombre del autor, por voluntad del mismo, o por ser éste ignorado.
- e) Obra seudónima: aquélla en que el autor se oculta bajo un seudónimo que no lo identifica,

- entendiéndose como tal el que no haya sido inscrito conforme a lo dispuesto en el artículo 8°;
- f) Obra inédita: aquélla que no haya sido dada a conocer al público;
- g) Obra póstuma: aquélla que haya sido dada a la publicidad sólo después de la muerte de su autor;
- h) Obra originaria: aquélla que es primigénitamente creada;
- i) Obra derivada: aquélla que resulte de la adaptación, traducción u otra transformación de una obra originaria, siempre que constituya una creación autónoma;
- j) Artista, intérprete o ejecutante: el actor, locutor, narrador, declamador, cantante, bailarín, músico o cualquiera otra persona que interprete o ejecute una obra literaria o artística;
- k) Productor de fonogramas o productor fonográfico: la persona natural o jurídica responsable por la publicación de fonogramas;
- l) Organismo de radiodifusión: la empresa de radio o de televisión que transmite programas al público;
- m) Fonograma: toda fijación exclusivamente sonora de los sonidos de una ejecución o de otros sonidos. Copia de fonograma: el soporte que contiene sonidos tomados directa o indirectamente de un fonograma, y que incorpora la totalidad o una parte substancial de los sonidos fijados en él;
- n) Emisión o transmisión: la difusión, por medio de ondas radioeléctricas, de sonido o de sonidos sincronizados con imágenes;
- ñ) Retransmisión: La emisión de la transmisión de un organismo de radiodifusión por otro, o la que posteriormente hagan uno u otro de la misma transmisión;
- o) Publicación: la reproducción de la obra en forma tangible y su puesta a disposición del público mediante ejemplares que permitan leerla o conocerla visual o auditivamente de manera directa o mediante el uso de un aparato reproductor o de cualquier otra máquina;
- p) Videograma: las fijaciones audiovisuales incorporadas en cassettes, discos u otros soportes materiales. Copia de videograma: el soporte que contiene imágenes y sonidos tomados directa o indirectamente de un videograma y que incorpora la totalidad o una parte substancial de las imágenes y sonidos fijados en él;
- q) Distribución de fonogramas o videogramas al público: cualquier acto cuyo propósito sea ofrecer, directa o indirectamente, copias de un fonograma o videograma al público;
- r) Planilla de ejecución: la lista de las obras musicales ejecutadas mencionado el título de la obra y el nombre o seudónimo de su autor; cuando la ejecución se haga a partir de un fonograma, la mención deberá incluir además el nombre artístico del intérprete y la marca del productor;
- s) Diaporama: sistema mecánico que combina la proyección de una diapositiva con una explicación oral, y
- t) Programa computacional: conjunto de instrucciones para ser usadas directa o indirectamente en un computador a fin de efectuar u obtener un determinado proceso o resultado, contenidas en un cassette, disquete, cinta magnética u otro soporte material. Copia de programa computacional: soporte material que contiene instrucciones tomadas directa o indirectamente de un programa computacional y que incorpora la totalidad o parte sustancial de las instrucciones fijadas en él.

CAPITULO II

Sujetos del Derecho

Art. 6°. Sólo corresponde al titular del derecho de autor decidir sobre la divulgación parcial o total de la obra.

Art. 7°. Es titular original del derecho el autor de la obra. Es titular secundario del derecho el que la adquiera del autor a cualquier título.

Art. 8°. Se presume que es autor de la obra la persona que figure como tal en el ejemplar que se registra, o aquélla a quien, según la respectiva inscripción, pertenezca el seudónimo con que la obra es dada a la publicidad.

Tratándose de programas computacionales, serán titulares del derecho de autor respectivo las personas naturales o jurídicas cuyos dependientes, en el desempeño de sus funciones laborales, los hubiesen producido, salvo estipulación escrita en contrario.

Respecto de los programas computacionales producidos por encargo de un tercero para ser comercializados por su cuenta y riesgo, se reputarán cedidos a éste los derechos de su autor, salvo estipulación escrita en contrario.

Art. 9°. Es sujeto del derecho de autor de la obra derivada, quien hace la adaptación, traducción o transformación de la obra originaria protegida con autorización del titular original. En la publicación de la obra derivada deberá figurar el nombre o seudónimo del autor original. Cuando la obra originaria pertenezca al patrimonio cultural común, el adaptador, traductor o transformador gozará de todos los derechos que esta ley otorga sobre su versión, pero no

podrá oponerse a que otros utilicen la misma obra originaria para producir versiones diferentes.

CAPITULO III

Duración de la Protección

Art. 10. La protección otorgada por la presente ley dura por toda la vida del autor y se extiende hasta por 50 años más, contados desde la fecha de su fallecimiento. En caso que, al vencimiento de este plazo, existiere cónyuge o hijas solteras o viudas o cuyo cónyuge se encuentre afectado por una imposibilidad definitiva para todo género de trabajo, este plazo se extenderá hasta la fecha de fallecimiento del último de los sobrevivientes.

La protección establecida en el inciso anterior, tendrá efecto retroactivo respecto al cónyuge y las referidas hijas del autor.

En el caso previsto en el inciso segundo del artículo 8° y siendo el empleador una persona jurídica, la protección será de 50 años a contar desde la primera publicación.

Art. 11. Pertenecen al patrimonio cultural común: a) Las obras cuyo plazo de protección se haya extinguido;

b) La obra de autor desconocido, incluyéndose las canciones, leyendas, danzas y las expresiones del acervo folklórico;

c) Las obras cuyos titulares renunciaron a la protección que otorga esta ley;

d) Las obras de autores extranjeros, domiciliados en el exterior, que no estén protegidos en la forma establecida en el artículo 2°, y

e) Las obras que fueren expropiadas por el Estado, salvo que la ley especifique un beneficiario. Las obras del patrimonio cultural común podrán ser utilizadas por cualquiera, siempre que se respete la paternidad y la integridad de la obra.

Art. 12. En caso de obras en colaboración el plazo de cincuenta años correrá desde la muerte del último coautor.

Sin perjuicio de los derechos del cónyuge señalados en el artículo 10°, si un colaborador falleciere intestado sin dejar asignatarios forzosos, sus derechos acrecerán los derechos del coautor o coautores.

Art. 13. La protección de la obra anónima o seudónimo dura cincuenta años, a contar desde la primera publicación. Si antes su autor se da a conocer se estará a lo dispuesto en el artículo 10.

CAPITULO IV

Derecho Moral

Art. 14. El autor, como titular exclusivo del derecho moral, tiene de por vida las siguientes facultades:

1) Reivindicar la paternidad de la obra, asociando a la misma su nombre o seudónimo conocido;

2) Oponerse a toda deformación, mutilación, u otra modificación hecha sin su expreso y previo consentimiento. No se considerarán como tales los trabajos de conservación, reconstitución o restauración de las obras que hayan sufrido daños que alteren o menoscaben su valor artístico;

3) Mantener la obra inédita;

4) Autorizar a terceros a terminar la obra inconclusa, previo consentimiento del editor o del cesionario si los hubiere, y

5) Exigir que se respete su voluntad de mantener la obra anónima o seudónima mientras ésta no pertenezca al patrimonio cultural común.

Art. 15. El derecho moral es transmisible por causa de muerte al cónyuge sobreviviente y a los sucesores ab intestato del autor.

Art. 16. Los derechos numerados en los artículos precedentes son inalienables y es nulo cualquier pacto en contrario.

CAPITULO V

Derecho Patrimonial, su Ejercicio y Limitaciones

Párrafo I

Del Derecho Patrimonial en General

Art. 17. El derecho patrimonial confiere al titular del derecho de autor las facultades de utilizar directa y personalmente la obra, de transferir, total o parcialmente, sus derechos sobre ella y de autorizar su utilización por terceros.

Art. 18. Sólo el titular del derecho de autor o quienes estuvieren expresamente autorizados por él, tendrán el derecho de utilizar la obra en alguna de las siguientes formas:

a) Publicarla mediante su edición, grabación, emisión radiofónica o de televisión, representación, ejecución, lectura, recitación, exhibición y, en general, cualquier otro medio de comunicación al público, actualmente conocido o que se conozca en el futuro;

b) Reproducir la por cualquier procedimiento;

c) Adaptarla a otro género, o utilizarla en cualquiera otra forma que extraña una variación,

adaptación o transformación de la obra originaria, incluida la traducción, y
d) Ejecutarla públicamente mediante la emisión por radio o televisión, discos fonográficos, películas cinematográficas, cintas magnetofónicas u otro soporte material apto para ser utilizado en aparatos reproductores de sonido y voces, con o sin imágenes, o por cualquier otro medio.

Art. 19. Nadie podrá utilizar públicamente una obra del dominio privado sin haber obtenido la autorización expresa del titular del derecho de autor.

La infracción de lo dispuesto en este artículo hará incurrir al o los responsables en las sanciones civiles y penales correspondientes.

Art. 20. Se entiende por autorización el permiso otorgado por el titular del derecho de autor, en cualquier forma contractual, para utilizar la obra de alguno de los modos y por alguno de los medios que esta ley establece.

La autorización deberá precisar los derechos concedidos a la persona autorizada, señalando el plazo de duración, la remuneración y su forma de pago, el número mínimo o máximo de espectáculos o ejemplares autorizados o si son ilimitados, el territorio de aplicación y todas las demás cláusulas limitativas que el titular del derecho de autor imponga. La remuneración que se acuerde no podrá ser inferior, en caso alguno, al porcentaje que señale el Reglamento.

A la persona autorizada no le serán reconocidos derechos mayores que aquellos que figuren en la autorización, salvo los inherentes a la misma según su naturaleza.

Art. 21. Todo propietario, concesionario, usuario, empresario, arrendatario o persona que tenga en explotación cualquier sala de espectáculos, local público o estación radiodifusora o de televisión en que se representen o ejecuten obras teatrales, cinematográficas o piezas musicales, o fonogramas o videogramas que contengan tales obras, de autores nacionales o extranjeros, podrá obtener la autorización de que tratan los artículos anteriores a través de la entidad de gestión colectiva correspondiente, mediante una licencia no exclusiva; y estará obligado al pago de la remuneración que en ella se determine, de acuerdo con las normas del título V.

En ningún caso las autorizaciones otorgadas por dichas entidades de gestión colectiva podrán limitar la facultad de los titulares de derechos de administrar sus obras en forma individual respecto de utilidades singulares de ellas, en conformidad con lo dispuesto en el artículo anterior.

Art. 22. Las autorizaciones relativas a obras literarias o musicales no confieren el uso exclusivo de la obra, manteniendo el titular la facultad de concederlo, también sin exclusividad, a terceros, salvo pacto en contrario.

Art. 23. Las facultades inherentes al derecho patrimonial y los beneficios pecuniarios de la obra en colaboración, corresponden al conjunto de sus coautores.

Cualquiera de los colaboradores podrá exigir la publicación de la obra. Aquellos que no estén de acuerdo con que se publique, sólo podrán exigir la exclusión de su nombre, manteniendo sus derechos patrimoniales.

Párrafo II

Normas Especiales

Art. 24. En el caso de las obras que a continuación se señalan regirán las normas siguientes:

a) En antologías, crestomatías y otras compilaciones análogas, el derecho en la compilación corresponde al organizador, quien está obligado a obtener el consentimiento de los titulares del derecho de las obras utilizadas y a pagar la remuneración que por ellos se convenga, salvo que se consigne expresamente que tal autorización se concede a título gratuito;

b) En enciclopedias, diccionarios y otras compilaciones análogas, hechas por encargo del organizador, éste será el titular del derecho, tanto sobre la compilación como sobre los aportes individuales;

c) En diarios, revistas y otras publicaciones periódicas:

1) La empresa periodística adquiere el derecho de publicar en el diario, revista o periódico en que él o los autores presten sus servicios, los artículos, dibujos, fotografías y demás producciones aportadas por el personal sujeto a contrato de trabajo, reteniendo sus autores los demás derechos que esta ley ampara.

La publicación de esas producciones en otros diarios, revistas o periódicos de la misma empresa, distintos de aquél o aquéllos en que se presten los servicios, dará derecho a sus autores al pago adicional del honorario que señale el Arancel del Colegio de Periodistas de Chile. Si la publicación se hace por una empresa periodística distinta de la empleadora, aquélla deberá pagar al autor o autores el honorario que establezca el mencionado Arancel.

El derecho a las remuneraciones establecidas en el inciso anterior prescribe en el plazo de un año contado desde la respectiva publicación de las

producciones; pero se suspende en favor del autor o autores, respecto de la empresa periodística empleadora, mientras esté vigente el contrato de trabajo.

2) Tratándose de producciones encomendadas por un medio de difusión a personas no sujetas a contrato de trabajo, aquél tendrá el derecho exclusivo para su publicación en la primera edición que se efectúe después de la entrega, a menos que hubiere sido encargada expresamente para una edición posterior. Transcurrido el plazo correspondiente, el autor podrá disponer libremente de ellas.

d) A las Agencias Noticiosas e Informativas les será aplicable lo dispuesto en la letra c) respecto de los artículos, dibujos, fotografías y demás producciones protegidas por esta ley, y

e) En estaciones radiodifusoras o de televisión, corresponderán al medio informativo y a los autores de las producciones que aquél difunda los mismos derechos que, según el caso, establecen los Nos 1) y 2) de la letra c).

Art. 25. El derecho de autor de una obra cinematográfica corresponde a su productor.

Art. 26. Es productor de una obra cinematográfica la persona, natural o jurídica, que toma la iniciativa y la responsabilidad de realizarla.

Art. 27. Tendrán legalidad de autores de una obra cinematográfica la o las personas naturales que realicen la creación intelectual de la misma.

Salvo prueba en contrario, se presumen coautores de la obra cinematográfica hecha en colaboración, los autores del argumento, de la escenificación, de la adaptación, del guión y de la música especialmente compuesta para la obra, y el director.

Si la obra cinematográfica ha sido tomada de una obra o escenificación protegida, los autores de ésta lo serán también de aquélla.

Art. 28. Si uno de los autores de la obra cinematográfica deja de participar en su realización, no perderá los derechos que por su contribución le correspondan; pero no podrá oponerse a que se utilice su parte en la terminación de la obra.

Cada uno de los autores de la obra cinematográfica puede explotar libremente, en un género diverso, la parte que constituye su contribución personal.

Art. 29. El contrato entre los autores de la obra cinematográfica y el productor importa la cesión en favor de éste de todos los derechos sobre aquélla, y lo faculta para proyectarla en público, presentarla por televisión, reproducirla en copias, arrendarla y transferirla, sin perjuicio de los derechos que esta ley reconoce a los autores de las obras utilizadas y demás colaboradores.

En los contratos de arrendamiento de películas cinematográficas extranjeras se entenderá siempre que la renta pactada comprende el valor de todos los derechos de autor y conexos a que dé origen la respectiva obra cinematográfica, los que serán de cargo exclusivo del distribuidor.

Art. 30. El productor cinematográfico está obligado a consignar en la película, para que aparezcan proyectados su propio nombre o razón social, y los nombres del director, de los autores de la escenificación, de la obra originaria, de la adaptación, del guión, de la música y de la letra de las canciones, y de los principales intérpretes y ejecutantes.

Art. 31. Los autores del argumento, de la música, de la letra de las canciones, del doblaje y de la obra que, eventualmente, hubiese sido objeto de adaptación cinematográfica, conservan el derecho de utilizar, por separado, sus respectivas contribuciones, siempre que no hayan convenido su uso exclusivo para la producción cinematográfica.

Art. 32. El productor tiene la facultad de modificar las obras que utilice en la producción cinematográfica, en la medida que requiera su adaptación a este arte.

Art. 33. Si el productor no diere término a la obra cinematográfica dentro de los dos años subsiguientes a la recepción del argumento y entrega de las obras literarias o musicales que hayan de ser utilizadas, los correspondientes titulares tienen derecho a dejar sin efecto el contrato. En ese caso, el autor notificará judicialmente al productor y dispondrá de sus contribuciones a la obra, sin que ello implique renuncia al derecho de reclamar la reparación de los daños y perjuicios que le hubiere causado la dilación.

Antes de vencer el plazo señalado en el inciso anterior, el productor podrá recurrir al juez del domicilio del autor para solicitar una prórroga, la que le será concedida si prueba que la dilación se debe a fuerza mayor, caso fortuito o dificultades ocasionadas por la índole de la obra.

Art. 34. Corresponde al fotógrafo el derecho exclusivo de reproducir, exponer, publicar y vender sus fotografías, a excepción de las realizadas en virtud de un contrato, caso en el cual dicho derecho corresponde al que ha encargado la obra, y sin perjuicio de lo que establece el N° 1) de la letra c) del artículo 24.

La cesión del negativo o del medio análogo de reproducción de la fotografía, implica la cesión del derecho exclusivo reconocido en este artículo.

Art. 35. Para gozar de la protección antedicha, los ejemplares de la fotografía deberán llevar las

siguientes indicaciones:

- 1) Nombre del fotógrafo o de quien le haya encargado el trabajo;
- 2) El año de reproducción de la fotografía;
- 3) El nombre del autor de la obra de arte fotografiada, si fuere el caso, y
- 4) La nota "Prohibida la reproducción".

Art. 36. El autor chileno de una pintura, escultura, dibujo o boceto, tendrá, desde la vigencia de esta ley, el derecho inalienable de percibir el 5% del mayor valor real que obtenga el que lo adquirió, al vender la obra en subasta pública, o a través de un comerciante establecido.

El derecho se ejercerá en cada una de las futuras ventas de la obra y corresponderá exclusivamente al autor, y no a sus herederos, legatarios o cesionarios.

Corresponderá al autor la prueba del precio original de la obra o de los pagados en las ventas posteriores de la misma.

Art. 37. La adquisición, a cualquier título, de pinturas, esculturas, dibujos y demás obras de artes plásticas, no faculta al adquiriente para reproducirlas, exhibirlas o publicarlas con fines de lucro.

El autor conserva el derecho de reproducción de la obra, pero no podrá salvo autorización del propietario del original, ceder o comercializar esas reproducciones. Podrá, asimismo, hacer publicar y exhibir sin fines lucrativos las reproducciones de sus obras originales que hubiese transferido, a condición de dejar expresa constancia de que se trata de una copia del original.

Párrafo III

Excepciones a las normas anteriores

Art. 38. Es lícito, sin remunerar u obtener autorización del autor, reproducir en obras de carácter cultural, científico o didáctico, fragmentos de obras ajenas protegidas, siempre que se mencionen su fuente, título y autor.

Art. 39. Derogado.

Art. 40. Las conferencias y discursos podrán ser publicados con fines de información; pero no en colección separada, completa o parcial, sin permiso del autor.

Art. 41. Las lecciones dictadas en universidades, colegios y escuelas, podrán ser anotadas o recogidas en cualquiera forma por aquéllos a quienes van dirigidas; pero no podrán ser publicadas, total o parcialmente, sin autorización de sus autores.

Art. 42. En los establecimientos comerciales en que se expongan y vendan instrumentos musicales, aparatos de radio o televisión, fonógrafos y otros similares, reproductores de sonido o imágenes, o discos o cintas magnetofónicas, podrán utilizarse fonogramas o partituras libremente y sin pago de remuneración, con el exclusivo objeto de efectuar demostraciones a la clientela, siempre que éstas se realicen dentro del propio local o de la sección del establecimiento destinada a este objeto y en condiciones que eviten su difusión al exterior.

Art. 43. La reproducción de obras de arquitectura por medio de la fotografía, el cine, la televisión y cualquier otro procedimiento análogo, así como la publicación de las correspondientes fotografías en diarios, revistas y textos escolares, es libre y no está sujeta a remuneración de derecho de autor.

Art. 44. Todos los monumentos y, en general, las obras artísticas, que adornan plazas, avenidas y lugares públicos, pueden ser libremente reproducidos, mediante la fotografía, el dibujo o cualquier otro procedimiento, siendo lícita la publicación y venta de las reproducciones.

Art. 45. No serán aplicables a las películas y fotografías publicitarias o propagandísticas las reglas que establecen los artículos 30 y 35.

Párrafo IV

Excepciones al derecho de autor

Art. 46. En las obras de arquitectura el autor no podrá impedir la introducción de modificaciones que el propietario decida realizar, pero podrá oponerse a la mención de su nombre como autor del proyecto.

Art. 47. Para los efectos de la presente ley no se considera comunicación ni ejecución pública de la obra, inclusive tratándose de fonogramas, su utilización dentro del núcleo familiar, en establecimientos educacionales, de beneficencia u otras instituciones similares, siempre que esta utilización se efectúe sin ánimo de lucro. En estos casos no se requiere remunerar al autor, ni obtener su autorización.

Asimismo, para los efectos de la presente ley, la adaptación o copia de un programa computacional efectuada por su tenedor o autorizada por su legítimo dueño, no constituye infracción a sus normas, siempre que la adaptación sea esencial para su uso en un computador determinado y no se le destine a un uso diverso, y la copia sea esencial para su uso en un computador determinado o para fines de archivo o respaldo.

Las adaptaciones obtenidas en la forma señalada no podrán ser transferidas bajo ningún título, sin que medie autorización previa del titular del derecho de autor respectivo; igualmente, las

copias obtenidas en la forma indicada no podrán ser transferidas bajo ningún título, salvo que lo sean conjuntamente con el programa computacional que les sirvió de matriz.

CAPÍTULO VI

Contrato de Edición

Art. 48. Por el contrato de edición el titular del derecho de autor entrega o promete entregar una obra al editor y éste se obliga a publicarla, a su costa y en su propio beneficio, mediante su impresión gráfica y distribución, y a pagar una remuneración al autor.

El contrato de edición se perfecciona por escritura pública o por documento privado firmado ante notario, y debe contener:

- a) La individualización del autor y del editor;
- b) La individualización de la obra;
- c) El número de ediciones que se conviene y la cantidad de ejemplares de cada una;
- d) La circunstancia de concederse o no la exclusividad al editor;
- e) La remuneración pactada con el autor, que no podrá ser inferior a la establecida en el artículo 50°, y su forma de pago, y
- f) Las demás estipulaciones que las partes convengan.

Art. 49. El contrato de edición no confiere al editor otros derechos que el de imprimir, publicar y vender los ejemplares de la obra en las condiciones convenidas. El autor retiene los derechos exclusivos de traducción, presentación en público, adaptación cinematográfica, fonográfica o televisiva y todos los demás de utilización de la obra.

El derecho concedido a un editor para publicar varias obras separadas, no comprende la facultad de publicarlas reunidas en un solo volumen y viceversa.

Art. 50. Cuando la remuneración convenida consista en una participación sobre el producto de la venta, ésta no podrá ser inferior al 10% del precio de venta al público de cada ejemplar.

En tal caso, el editor deberá rendir cuenta al titular del derecho por lo menos una vez al año, mediante una liquidación completa y documentada en que se mencione el número de ejemplares impresos, el de ejemplares vendidos, el saldo existente en bodegas, librerías, depósito o en consignación, el número de ejemplares destruidos por caso fortuito o fuerza mayor y el monto de la participación pagada o debida al autor.

Si el editor no rindiere cuenta en la forma antes especificada, se presumirá vendida la totalidad de la edición y el autor tendrá derecho a exigir el pago del porcentaje correspondiente a dicho total.

Art. 51. El autor tiene el derecho de dejar sin efecto el contrato de edición en los siguientes casos:

- a) Cuando el editor no cumple con la obligación de editar y publicar la obra dentro del plazo estipulado o, si no se fijó éste, dentro de un año a contar de la entrega de los originales, y
- b) Si facultado el editor para publicar más de una edición y, habiéndose agotado los ejemplares para la venta, no procede a publicar una nueva, dentro del plazo de un año, contado desde la notificación judicial que se le haga a requerimiento del autor.

En los casos en que se deje sin efecto el contrato por incumplimiento del editor, el autor podrá conservar los anticipos que hubiere recibido de aquél, sin perjuicio del derecho de entablar en su contra las acciones pertinentes.

El editor, a su vez, podrá pedir se deje sin efecto el contrato si el autor no entrega la obra dentro del plazo convenido y, si no se fijó éste, dentro de un año a contar desde la fecha del convenio, sin perjuicio del derecho de deducir en su contra las acciones judiciales que correspondan.

Sin perjuicio de lo dispuesto en la letra b), el autor de una obra editada dos o más veces, que se encontrare agotada, podrá exigir al editor la publicación de una nueva edición, con igual tirada que la última que se hubiere publicado, dentro del plazo de un año contado desde el requerimiento respectivo.

En caso de negarse el editor a efectuar la nueva edición, el autor podrá recurrir al Departamento de Derechos Intelectuales que establece el artículo 90, el que, previa audiencia del editor, si estimase que su negativa no tiene fundamento, ordenará se proceda a la impresión solicitada y a su venta al público, bajo apercibimiento de disponer se haga ello por un tercero, a costa del infractor, en caso de incumplimiento.

Art. 52. El autor podrá dejar sin efecto el contrato si transcurrido cinco años de estar la edición en venta, el público, no hubiere adquirido más del 20% de los ejemplares. En tal caso, el autor deberá adquirir todos los ejemplares no vendidos al editor, al precio de costo.

Art. 53. Si se editare una obra de autor desconocido y con posterioridad éste apareciere, el editor quedará obligado a abonar al autor el 10% del precio de venta al público de los ejemplares que hubiere vendido, y conservará el derecho de vender el saldo, previo abono del porcentaje indicado u otro que se acuerde con el autor.

El autor tiene el derecho preferente de adquirir los ejemplares que estén en poder del editor, con deducción del descuento concedido por éste a los distribuidores y consignatorios. Si el editor hubiere procedido de mala fe, el autor tendrá derecho, además, a la indemnización que corresponda.

Art. 54. El editor tiene la facultad de exigir judicialmente el retiro de la circulación de las ediciones fraudulentas que pudieren aparecer durante la vigencia del contrato, y aún después de extinguido, mientras no se hubieren agotado los ejemplares de la edición.

El autor tiene derecho a la totalidad del precio respecto del mayor número de ejemplares que se hubieren editado o reproducido con infracción del contrato.

El Reglamento establecerá las medidas conducentes a evitar que se impriman y pongan a la venta mayor número de ejemplares que el convenido entre el autor y el editor.

Art. 55. El que edite una obra protegida dentro del territorio nacional, está obligado a consignar en lugar visible, en todos los ejemplares, las siguientes indicaciones:

- a) Título de la obra;
- b) Nombre o seudónimo del autor o autores, y del traductor o coordinador, salvo que hubieren decidido mantenerse en anonimato;
- c) La mención de reserva, con indicación del nombre o seudónimo del titular del derecho de autor y el número de la inscripción en el registro;
- d) El año y el lugar de la edición y de las anteriores, en su caso;
- e) Nombre y dirección del editor y del impresor, y
- f) Tiraje de la obra.

La omisión de las indicaciones precedentes no priva del ejercicio de los derechos que confiere esta ley, pero da lugar a la imposición de una multa de conformidad con el artículo 81 de esta ley y la obligación de subsanar la omisión.

CAPITULO VII

Contrato de Representación

Art. 56. El contrato de representación es una convención por la cual el autor de una obra de cualquier género concede a un empresario el derecho de representarla en público, a cambio de la remuneración que ambos acuerden. Esta remuneración no podrá ser inferior a los porcentajes señalados en el artículo 61.

El contrato de representación se perfecciona por escritura pública o por instrumento privado firmado ante notario.

Art. 57. El empresario estará obligado a hacer representar en público la obra dentro de los seis meses siguientes a la fecha de la firma del contrato.

Expirado el plazo, legal o convencional, sin que la obra haya sido estrenada, el autor podrá dejar sin efecto el contrato, sin que esté obligado a devolver los anticipos que hubiere recibido.

Art. 58. En ausencia de estipulaciones contractuales, el empresario adquiere la concesión exclusiva para la representación de la obra sólo durante seis meses a partir de su estreno y, sin exclusividad, por otros seis.

Art. 59. El empresario podrá dejar sin efecto el contrato, perdiendo los anticipos hechos al autor, si la obra dejare de representarse durante las siete primeras funciones por cualquier causa o circunstancia ajena a su voluntad, excepto caso fortuito o fuerza mayor.

Si la obra dejare de representarse por causa imputable al empresario, el autor podrá dejar sin efecto el contrato y demandar indemnización de perjuicios, reteniendo los anticipos que se le hubieren hecho.

Art. 60. El empresario estará obligado:

- 1) A representar la obra en las condiciones señaladas en el contrato, sin introducir adiciones, cortes o variaciones no consentidas por el autor y a anunciarla al público con su título, nombre del autor y, en su caso, nombre del traductor o adaptador.
- 2) A permitir que el autor vigile la representación de la obra, y
- 3) A mantener los intérpretes principales o los directores de la orquesta y coro, si fueron elegidos de acuerdo con el autor.

Art. 61. Cuando la remuneración del autor o autores no hubiere sido determinada contractualmente en un porcentaje superior, les corresponderá, en conjunto, el 10% del total del valor de las entradas en cada función, y el día del estreno el 15%, descontados los impuestos que graven las entradas.

Art. 62. Si el espectáculo fuere además radiodifundido o televisado corresponderá al autor percibir, como mínimo, un 5% del precio cobrado por la emisora por la publicidad realizada durante el programa o, si no la hubiere, un 10% de lo que reciba el empresario de la emisora por radiodifundir la representación.

Esta remuneración se percibirá sin perjuicio de la que se pague por quien corresponda, conforme al artículo 61.

Art. 63. La participación del autor en los ingresos de la taquilla tiene la calidad de un depósito en poder del empresario a disposición del autor y no será afectada por ningún embargo dictado en contra de los bienes del empresario.

Si el empresario, al ser requerido por el autor, no le entregare la participación que mantiene en depósito, la autoridad judicial competente, a solicitud del interesado, ordenará la suspensión de las representaciones de la obra o la retención del producto de las entradas, sin perjuicio del derecho del autor para dejar sin efecto el contrato e iniciar las acciones a que hubiere lugar.

Art. 64. La ejecución singularizada de una o varias obras musicales y la recitación o lectura de las obras literarias en público se regirán por las disposiciones anteriores en cuanto les fueren aplicables, en cuyo caso la remuneración del autor o autores no podrá ser inferior a la establecida por las entidades de gestión, conforme con la naturaleza de la utilización. Lo anterior se considerará sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 100.

TITULO II

DERECHOS CONEXOS AL DERECHO DE AUTOR

CAPITULO I

Artistas, intérpretes y ejecutantes

Art. 65. Son derechos conexos al derecho de autor los que esta ley otorga a los artistas, intérpretes y ejecutantes para permitir o prohibir la difusión de sus producciones y percibir una remuneración por el uso público de las mismas, sin perjuicio de las que correspondan al autor de la obra. Ninguna de las disposiciones de esta ley relativa a los derechos conexos podrá interpretarse en menoscabo de la protección que ella otorga al derecho de autor.

Art. 66. Se prohíbe grabar, reproducir, transmitir o retransmitir por los organismos de radiodifusión o televisión, o utilizar por cualquier otro medio, con fines de lucro, las interpretaciones o ejecuciones personales de un artista, sin su autorización, o la de su heredero o cesionario.

Art. 67. El que utilice fonogramas o reproducciones de los mismos para su difusión por radio o televisión o en cualquiera otra forma de comunicación al público, estará obligado a pagar una retribución a los artistas, intérpretes o ejecutantes y a los productores de fonogramas, cuyo monto será establecido de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 100.

El cobro del derecho de ejecución de fonogramas a que se refiere este artículo deberá efectuarse a través de la entidad de gestión colectiva que los represente.

La distribución de las sumas recaudadas por concepto de derecho de ejecución de fonogramas se efectuará en la proporción de un 50% para los artistas, intérpretes o ejecutantes, y un 50% para el productor fonográfico.

El porcentaje que corresponda a los artistas, intérpretes o ejecutantes se repartirá de conformidad con las siguientes normas:

- a) Dos tercios serán pagados al artista intérprete, entendiéndose como tal el cantante, el conjunto vocal o el artista que figure en primer plano en la etiqueta del fonograma o, cuando la grabación sea instrumental, el director de la orquesta.
- b) Un tercio será pagado, en proporción a su participación en el fonograma, a los músicos acompañantes y miembros del coro.
- c) Cuando el artista intérprete sea un conjunto vocal, la parte que corresponda, según lo dispuesto en la letra a), será pagada al director del conjunto, quien la dividirá entre los componentes, por partes iguales.

Art. 68. Los productores de fonogramas gozarán del derecho de autorizar o prohibir la reproducción, el arrendamiento, el préstamo y demás utilidades de sus fonogramas. Esta facultad tendrá una duración de 50 años, contada desde el 31 de diciembre del año de la fijación del respectivo fonograma.

En caso que la facultad del productor de autorizar o prohibir la ejecución pública de fonogramas entrare en conflicto con la facultad del autor de autorizar o prohibir la ejecución pública de sus obras, se estará siempre a la voluntad manifestada por este último titular.

El productor de fonogramas, además del título de la obra grabada y el nombre de su autor, deberá mencionar en la etiqueta del disco fonográfico el nombre del intérprete, la marca que lo identifique y el año de publicación. Cuando sea materialmente imposible consignar todas esas indicaciones directamente sobre la reproducción, ellas deberán figurar en el sobre, cubierta, caja o membrete que la acompañará obligatoriamente.

CAPITULO III

Organismos de radiodifusión

Art. 69. Los organismos de radiodifusión de televisión gozarán del derecho de autorizar o prohibir la fijación de sus emisiones y la reproducción de las mismas.

La retransmisión de las emisiones de dichos organismos o su comunicación al público en locales a los que éste tenga libre acceso, otorgará a la empresa derecho a una retribución,

cuyo monto fijará el Reglamento.

Los organismos de radiodifusión o televisión podrán realizar fijaciones efímeras de interpretaciones o ejecuciones de un artista, con el único fin de utilizarlas en emisión, por el número de veces acordado, quedando obligados a destruirlas inmediatamente después de la última transmisión autorizada.

CAPITULO IV

Duración de la protección de los derechos conexos

Art. 70. La protección concedida por este Título tendrá una duración de cincuenta años, contados desde el 31 de diciembre del año de la fijación de los fonogramas respecto de las interpretaciones o ejecuciones grabadas en ellos; de la transmisión para las emisiones de los organismos de radiodifusión y de la realización del espectáculo para las ejecuciones o interpretaciones.

Art. 71. Los titulares de los derechos conexos podrán enajenarlos, total o parcialmente, a cualquier título. Dichos derechos son transmisibles por causa de muerte.

TITULO III

DISPOSICIONES GENERALES

CAPITULO I

Registro

Art. 72. En el Registro de la Propiedad Intelectual deberán inscribirse los derechos de autor y los derechos conexos que esta ley establece.

El Reglamento determinará en lo demás, los deberes y funciones del Conservador y la forma y solemnidades de las inscripciones.

Art. 73. La transferencia total o parcial de los derechos de autor o de derechos conexos, a cualquier título, deberá inscribirse en el Registro dentro del plazo de 60 días, contado desde la fecha de celebración del respectivo acto o contrato. La transferencia deberá efectuarse por instrumento público o por instrumento privado autorizado ante notario.

También deberá inscribirse, dentro del mismo plazo, la resolución del contrato que originó la transferencia.

Art. 74. El editor gozará de los derechos que le otorga esta ley sólo previa inscripción del contrato respectivo en el Registro que establece el artículo 72; pero el incumplimiento de esta formalidad no privará al autor de los derechos que en conformidad a esta ley o al contrato le correspondan.

Art. 75. En el momento de inscribir una obra en el Registro de Propiedad Intelectual, se depositará un ejemplar completo, manuscrito, impreso o reproducido. Tratándose de obras no literarias, regirán las siguientes normas:

- a) Para las obras de pintura, dibujo, escultura, ingeniería y arquitectura, bastarán los croquis, fotografías o planos del original necesarios para identificarlo con las explicaciones del caso;
- b) Para las obras cinematográficas, será suficiente depositar una copia del argumento, escenificación y leyenda de la obra;
- c) Para las obras fotográficas, será suficiente acompañar una copia de la fotografía;
- d) Para el fonograma, será suficiente depositar la copia del disco o de la cinta magnetofónica que lo contenga;
- e) Para las interpretaciones y ejecuciones, será suficiente depositar una copia de la fijación. Se dispensa la presentación de esta copia cuando la interpretación o ejecución esté incorporada a un fonograma o a una emisión inscritos de acuerdo a la letra d) o f) del presente artículo;
- f) Para las emisiones, se depositará una copia de la transmisión radial o televisual. Se dispensa la presentación de esta copia cuando haya sido enviada a la Oficina de Informaciones y Radiodifusión de la Presidencia de la República de acuerdo a las disposiciones legales vigentes, y
- g) Para las obras musicales será necesaria una partitura escrita; pero en el caso de las obras sinfónicas bastará una reducción para piano. Si se trata de obras con parte de canto, se acompañará la letra.

Art. 76. La inscripción en el Registro de la Propiedad intelectual se hará previo pago de los siguientes derechos calculados en porcentajes sobre una unidad tributaria mensual:

1. Proyectos de ingeniería, de arquitectura y programas computacionales, 35%;
2. Obras cinematográficas, 40%, y
3. Cualquier otra inscripción de las contempladas en esta ley, 10%.

Todo estos derechos serán depositados en la cuenta corriente única de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, bajo la responsabilidad y custodia del funcionario que dicha Dirección designe, quien los destinará a la administración del Departamento de Derechos Intelectuales creado por el artículo 90 de esta ley.

Art. 77. Para los efectos de los derechos que se pagan por la inscripción en el Registro de

Propiedad Intelectual, se consideran como una sola pieza. a) Las obras teatrales, aunque tengan más de un acto, y

b) El disco fonográfico o la cinta magnetofónica grabada, aunque contengan más de una interpretación o ejecución.

CAPITULO II

Contravenciones y sanciones

Art. 78. Las infracciones a esta ley serán sancionadas con multa de 5 a 50 unidades tributarias mensuales.

La misma sanción se aplicará a las contravenciones al Reglamento.

Art. 79. Cometén delito contra la propiedad intelectual y serán sancionados con la pena de presidio menor en su grado mínimo y multa de 5 a 50 unidades tributarias mensuales:

a) Los que, sin estar expresamente facultados para ello, utilicen obras de dominio ajeno protegidas por esta ley, inéditas o publicadas, en cualquiera de las formas o por cualquiera de los medios establecidos en el artículo 18;

b) Los que, sin estar expresamente facultados para ello, utilicen las interpretaciones, producciones y emisiones protegidas de los titulares de los derechos conexos, con cualquiera de los fines o por cualquiera de los medios establecidos en el Título II de esta ley.

c) Los que falsifiquen obras protegidas por esta ley, sean literarias, artísticas o científicas, o las editen, reproduzcan o vendan ostentando falsamente el nombre del editor autorizado, suprimiendo o cambiando el nombre del autor o el título de la obra, o alterando maliciosamente su texto;

d) Los que, obligados al pago de retribución por derecho de autor o conexos derivados de la ejecución de obras musicales, omitieren la confección de las planillas de ejecución correspondiente, y

e) Los que falsificaren o adulteraren una planilla de ejecución.

Art. 80. Cometén, asimismo, delito contra la propiedad intelectual y serán sancionados con las penas que se indican en cada caso:

a) Los que falsearen el número de ejemplares vendidos efectivamente, en las rendiciones de cuentas a que se refiere el artículo 50, serán sancionados con las penas establecidas en el artículo 467 del Código Penal, y

b) Los que, en contravención a las disposiciones de esta ley o a los derechos que ella protege, intervengan, con ánimo de lucro, en la reproducción, distribución al público o introducción al país, y los que adquieran o tengan con fines de venta: fonogramas, videogramas, discos fonográficos, cassettes, videocassetes, filmes o películas cinematográficas o programas computacionales.

Los autores serán sancionados con la pena de presidio o reclusión en su grado mínimo, aumentándose en un grado en caso de reincidencia.

Art. 81. El que a sabiendas publicare o exhibiere una obra perteneciente al patrimonio cultural común bajo un nombre que no sea el del verdadero autor, será penado con una multa de dos a cuatro sueldos vitales anuales, escala A), del departamento de Santiago.

El recurrente puede pedir, además, la prohibición de la venta, circulación o exhibición de los ejemplares.

Art. 82. El Tribunal, al hacer efectiva la indemnización de perjuicios, puede ordenar, a petición del perjudicado:

1) La entrega de éste, la venta o destrucción:

a) De los ejemplares de la obra fabricados o puestos en circulación en contravención a sus derechos, y

b) Del material que sirva exclusivamente para la fabricación ilícita de ejemplares de la obra.

2) La incautación del producto de la recitación, representación, reproducción o ejecución. Durante la secuela del juicio podrá el Tribunal ordenar, a petición de parte, la suspensión inmediata de la venta, circulación, exhibición, ejecución o representación.

Art. 83. El Tribunal puede ordenar, a petición del perjudicado la publicación de la sentencia, con o sin fundamento, en un diario que éste designe, y a costa del infractor.

Art. 84. Existirá acción popular para denunciar los delitos sancionados en esta ley. El denunciante tendrá derecho a recibir la mitad de la multa respectiva.

Art. 85. En los casos de contravenciones del derecho de autor o conexos, el Juez de Mayor Cuantía en lo Civil que corresponda, en conformidad a las reglas generales, procederá breve y sumariamente.

CAPITULO III

Disposiciones generales

Art. 86. Son irrenunciabiles los derechos patrimoniales que esta ley otorga a los titulares de los

derechos de autor y conexos, especialmente los porcentajes a que se refieren los artículos 50, 61, 62 y 67.

Art. 87. Derogado.

Art. 88. El Estado, los Municipios, las Corporaciones oficiales, las Instituciones semifiscales o autónomas y las demás personas jurídicas estatales serán titulares del derecho de autor respecto de las obras producidas por sus funcionarios en el desempeño de sus cargos.

Art. 89. Los derechos otorgados por esta ley a los titulares de derechos de autor y conexos, no afectan la protección que les sea reconocida por la Ley de Propiedad Industrial y otras disposiciones legales vigentes que no se deroguen expresamente.

TÍTULO IV

DEPARTAMENTO DE DERECHOS INTELECTUALES

Art. 90. Créase el Departamento de Derechos Intelectuales, que tendrá a su cargo el Registro de Propiedad Intelectual y las demás funciones que le encomiende el Reglamento. Este organismo dependerá de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos y tendrá la siguiente planta:

Planta Directiva, Profesional y Técnica

1 Conservador de Derechos Intelectuales, Abogado, 3|. Categoría.

1 Jefe de Sección, Abogado, 58|. Categoría.

Planta Administrativa

1 Oficial, 5|. Categoría.

1 Oficial, 6|. Categoría.

1 Oficial, 7|. Categoría.

2 Oficiales, Grado 1.-.

Planta Auxiliar

1 Mayordomo, Grado 6.-.

1 Auxiliar, Grado 8.-.

Los gastos que demande esta planta por el presente año se imputarán al Presupuesto de Gastos Corrientes de la Secretaría y Administración General del Ministerio de Educación Pública.

TÍTULO V

DE LA GESTIÓN COLECTIVA DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y CONEXOS

Art. 91. La gestión colectiva de los derechos de autor y conexos sólo podrá realizarse por las entidades autorizadas de conformidad con las disposiciones de este Título, sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 21.

Art. 92. Las entidades de gestión colectiva de derechos intelectuales deberán constituirse como corporaciones chilenas de derecho privado, en conformidad con lo previsto en el Título XXXIII del Libro Primero del Código Civil y su objetivo social sólo podrá consistir en la realización de las actividades de administración, protección y cobro de los derechos intelectuales a que se refiere este Título. Ello no obstante, la respectiva asamblea general de socios podrá acordar, por mayoría absoluta de los afiliados, que los remanentes de fondos sociales que se generen con motivo de su actividad, sean destinados a la promoción de actividades o servicios de carácter asistencial en beneficio de sus miembros y representados, y de estímulo a la creación nacional, junto a otros recursos que les sean aportados para tales fines.

Art. 93. Sin perjuicio de las disposiciones generales aplicables a las corporaciones, contenidas en el Título XXXIII del Libro Primero del Código Civil, los estatutos de las entidades de gestión colectiva deberán contener las siguientes estipulaciones:

a) La especificación de los derechos intelectuales que la entidad se propone administrar.

b) El régimen de votación, que podrá establecerse teniendo en cuenta criterios de ponderación en función de los derechos generados, que limiten en forma razonable el voto plural, salvo en materias relativas a sanciones de exclusión de socios, en que el régimen de votos será igualitario.

c) Las reglas a que han de someterse los sistemas de reparto de la recaudación, incluido el porcentaje destinado a gastos de administración, que en ningún caso podrá exceder del 30 por ciento de lo recaudado.

d) El destino del patrimonio, en el supuesto de liquidación de la entidad, y demás normas que regulen los derechos de los socios y administrados en tal evento.

Art. 94. Las entidades de gestión colectiva, para dar inicio a cualquiera de las actividades señaladas en el artículo 92 requerirán de una autorización previa del Ministro de Educación, la que se otorgará mediante resolución publicada en el Diario Oficial.

Art. 95. El Ministro de Educación otorgará la autorización prevista en el artículo anterior dentro

de los 180 días siguientes a la presentación de la solicitud, si concurren las siguientes condiciones:

- a) Que los estatutos de la entidad solicitante cumplan los requisitos establecidos en este Título.
 - b) Que la entidad solicitante represente, a lo menos, un 20 por ciento de titulares originarios chilenos o extranjeros domiciliados en Chile que, en el país, causen derechos en un mismo género de obras o producciones.
 - c) Que de los datos aportados y de la información practicada, se desprende que la entidad solicitante reúne las condiciones de idoneidad necesarias para asegurar la correcta y eficaz administración de los derechos en todo el territorio nacional.
- Si el Ministro no se pronunciare dentro del plazo señalado en el inciso anterior, se entenderá concedida la autorización.

Art. 96. La autorización podrá ser revocada por el Ministro de Educación si sobreviniere o se pusiere de manifiesto algún hecho que pudiera haber originado la denegación de la autorización, o si la entidad de gestión dejase de cumplir gravemente las obligaciones establecidas en este Título. En estos casos, el Ministerio de Educación, en forma previa a la revocación, apercibirá a la entidad de gestión respectiva para que en el plazo que determine, que no podrá ser inferior a 90 días, subsane o corrija los hechos observados.

La revocación producirá sus efectos a los 90 días de la publicación de la resolución respectiva en el Diario Oficial, salvo que el Ministro de Educación fijare un plazo inferior en casos graves y calificados.

Art. 97. Las entidades de gestión colectiva estarán siempre obligadas a aceptar la administración de los derechos de autor y otros derechos de propiedad intelectual que les sean encomendados de acuerdo con sus objetivos o fines.

Dicho encargo lo desempeñarán con sujeción a las disposiciones de esta ley y a sus estatutos. En los casos de titulares de derechos que no se encuentren afiliados a alguna entidad de gestión colectiva autorizada, podrán ser representados ante éstas por personas, naturales o jurídicas, que hubieren recibido el encargo de cautelar o cobrar sus derechos de autor o conexos.

Art. 98. El reparto de los derechos recaudados en cada entidad de gestión colectiva se efectuará entre los titulares de las obras o producciones utilizadas, con arreglo al sistema determinado en los estatutos y reglamentos de la entidad respectiva.

Los sistemas de reparto contemplarán una participación de los titulares de obras y producciones en los derechos recaudados, proporcional a la utilización de éstas.

Art. 99. Las entidades de gestión colectiva confeccionarán, anualmente, un balance general al 31 de diciembre de cada año, y una memoria de las actividades realizadas en el último ejercicio social. Sin perjuicio de las normas de fiscalización que se establezcan en los estatutos, el balance y la documentación contable deberán ser sometidos a la aprobación de auditores externos, designados por la Asamblea General de socios.

El balance, con el informe de los auditores externos, se pondrá a disposición de los socios con una antelación mínima de 30 días al de la celebración de la Asamblea General en la que haya de ser aprobado.

Art. 100. Las entidades de gestión estarán obligadas a contratar, con quien lo solicite, la concesión de autorizaciones no exclusivas de los derechos de autor y conexos que administren, de acuerdo con tarifas generales que determinen la remuneración exigida por la utilización de su repertorio.

Las entidades de gestión sólo podrán negarse a conceder las autorizaciones necesarias para el uso de su repertorio, en el caso que el solicitante no ofreciere suficiente garantía para responder del pago de la tarifa correspondiente.

Las tarifas serán fijadas por las entidades de gestión, a través del órgano de administración previsto en sus Estatutos, y regirán a contar de su publicación en el Diario Oficial.

Sin perjuicio de lo anterior, las entidades de gestión podrán celebrar con asociaciones de usuarios, contratos que contemplen tarifas especiales, los cuales serán aplicables a los afiliados de dichas organizaciones, pudiendo acogerse a estas tarifas especiales cualquier usuario que así lo solicite.

Los usuarios que hubieren obtenido una autorización en conformidad con este artículo, entregarán a la entidad de gestión la lista de obras utilizadas, junto al pago de la respectiva tarifa.

Lo dispuesto en este artículo no regirá respecto de la gestión de las obras literarias, dramáticas, dramático-musicales, coreográficas o pantomímicas, como asimismo, respecto de aquellas utilidades a que se refiere el inciso segundo del artículo 21.

Art. 101. Los juicios a que dé lugar la aplicación de las normas de este título, se tramitarán en conformidad con las reglas del Título XI del Libro III del Código de Procedimiento Civil.

Art. 102. Las entidades de gestión autorizadas representarán legalmente a sus socios y representados nacionales y extranjeros en toda clase de procedimientos administrativos o judiciales, sin otro requisito que la presentación de copias autorizadas de la escritura pública que contenga su estatuto y de la resolución que apruebe su funcionamiento.

Para los efectos de este artículo, cada entidad de gestión llevará un registro público de sus asociados y representados extranjeros, el que podrá ser computarizado, con indicación de la entidad a que pertenecen y de la categoría de derecho que administra, de acuerdo al género de obras respectivo.

Cada entidad de gestión enviará al Ministerio de Educación, copia de los contratos de representación, legalizados y protocolizados, celebrados con las entidades de gestión extranjeras del mismo género o géneros de obras, los cuales también deberán mantenerse en el domicilio de la entidad de gestión a disposición de cualquier interesado.

TÍTULO VI

DE LA CORPORACIÓN CULTURAL CHILENA

Arts.103/4/5. Derogados

TÍTULO VII

DISPOSICIONES FINALES Y ARTÍCULOS TRANSITORIOS

Art. 106. Derógase el Decreto Ley de Propiedad Intelectual No. 345, de 17 de marzo de 1925, y la Ley No. 9.549, de 21 de enero de 1950.

Art. 107. Dentro del plazo de 180 días el Presidente de la República deberá dictar el Reglamento de esta ley.

Art. 108. La presente ley regirá 180 días después de su publicación en el Diario Oficial.

Art. 109. Los titulares de derechos conexos, cuyas interpretaciones o ejecuciones, emisiones y grabaciones hayan sido publicadas en el territorio nacional con anterioridad a la presente ley, para gozar de la protección otorgada por ésta, deberán proceder a su inscripción en el Registro de Propiedad Intelectual dentro del plazo de 180 días, contados desde su publicación. La inscripción a que se refiere este artículo requerirá solamente la presentación de una declaración jurada, sin perjuicio de prueba en contrario.

Art. 110. El Departamento del Pequeño Derecho de Autor refundirá en un solo texto todas las disposiciones relativas a la fijación y cobro del pequeño derecho de autor contenidas en la Ley No. 5.563, de 10 de

enero de 1935, en el DFL No. 35/6.331, de 19 de noviembre de 1942, y en el Decreto Universitario No. 1.070, de 16 de mayo de 1951, y sus modificaciones. Mientras se dicta el referido texto, la Comisión

Permanente del Pequeño Derecho de Autor tendrá todas las facultades, funciones y atribuciones que correspondían al Departamento del Pequeño Derecho de Autor de la Universidad de Chile.

Art. 111. Dentro del plazo de 90 días de constituida la Corporación Cultural Chilena creada en el Título VI de esta ley, el Comité Ejecutivo de la misma presentará a la consideración de su Consejo un proyecto de reglamento interno de actividades, que se elaborará, dentro de lo posible, en consulta con las Corporaciones representadas en el Consejo.

Art. 112. Las personas indicadas en el artículo 1 de la Ley No. 15.478 que al 27 de octubre de 1966 tenían 65 años de edad y que acrediten haber desarrollado a lo menos durante 30 años algunas de las actividades allí señaladas, tendrán un nuevo plazo de 180 días para acogerse a los beneficios que otorga el artículo 1 transitorio de la Ley No. 16.571.

La Caja de Previsión de Empleados Particulares publicará los avisos de prensa que sean necesarios para dar amplia difusión al precepto contenido en el inciso anterior.

Y por cuanto he tenido a bien aprobarlo y sancionarlo, por tanto promúlguese y llévese a efecto como ley de la República. Santiago, a veintiocho de agosto de mil novecientos setenta.-

EDUARDO FREI MONTALVA.- Máximo Pacheco Gómez, Ministro de Educación.