



Universidad de Chile
Facultad de Economía y Negocios
Escuela de Economía y Administración

Estructura y Comportamiento de la industria del Libro en Chile

Seminario de título Ingeniero Comercial, mención Economía.

Autor:
David A. Ceballos Correa

Profesor guía:
Jorge Katz Spliniac

Santiago de Chile, Agosto de 2007

Dedicatoria:

A María Margot, madre, por el regalo de la fortaleza.

A José Miguel, hermano, por el presente del arte.

A Camilo, hermano, por la dichosa esperanza.

A todos ellos, gracias.



Universidad de Chile
Facultad de Economía y Negocios
Escuela de Economía y Administración

Estructura y Comportamiento de la industria del Libro en Chile

Seminario de título Ingeniero Comercial, mención Economía.

Autor:

David A. Ceballos Correa
david.uchile@gmail.com

Profesor guía:

Jorge Katz Spliniac

Santiago de Chile, Agosto de 2007

Resumen:

El tamaño del sector editorial gráfico en Chile no supera el 0,6% del PIB en el período 2001-2004. La industria del libro corresponde a una fracción de este sector, cifra que en los diversos estudios toma un valor máximo de 0,3% del PIB. La producción doméstica muestra una mejora progresiva en cuanto a nuevos títulos y ejemplares en circulación, aunque el valor de dicha producción no es claro en su tendencia. Las importaciones oscilarían entre 35 y 39 millones de dólares a precio CIF para el período 2001-2006, que en términos relativos equivale a un descenso como porcentaje del PIB, desde un 0,05 a un 0,03%, con una tendencia de aumento en precios y de una caída en cantidad de libros importados, mientras que para diccionarios y enciclopedias se observa un deterioro tanto en cantidad como en precio. Si bien parece cierto que el tamaño de las importaciones es mayor a la producción doméstica, no es claro que la primera mantenga siempre una proporción desmesuradamente mayor a la segunda, y menos si se considera la producción doméstica de textos escolares, donde las diferencias se acortan en forma significativa.

Por otro lado, en la estructura y comportamiento de la industria del libro existen distintas fallas de mercado que producen resultados que son adversos, en especial a efectos tales como mayores precios, subproducción de obras y subproducción de servicios especializados. Estas fallas son: i) Externalidades en el consumo, como capital humano, diversidad e identidad cultural; ii) Ciertos rasgos de bien público para algunos usos “colectivos” del libro; iii) Competencia imperfecta entre los agentes de la cadena de valor, tales como competencia monopolística tanto a nivel de creadores como en editoriales, y competencia espacial en librerías (donde en las últimas los atributos de competencia son precio y lugar); iv) Economías de escala, en especial en los costos de impresión, de transporte de materiales importados y servicios de comercialización; v) Integración vertical, en especial por la existencia de externalidades verticales (como la doble marginalización) y horizontales (como en la provisión de servicios especializados); y, vi) Integración horizontal, que significa una alta concentración en editoriales y en librerías. Para cada una de estas problemáticas la teoría económica recomienda distintas alternativas de acción para la política cultural.

Introducción

Este trabajo tiene por objetivo comprender las dinámicas de estructura y comportamiento que están presentes en la industria del libro, para lo que se buscan respuestas para determinar el tamaño de la actividad, las relaciones con la industria gráfica, la composición por tipologías según origen (producción doméstica e importada) y contenidos (literatura, textos escolares, técnicos y académicos, diccionarios y enciclopedias, y de interés general), las fallas de mercado y sus soluciones, entre otros tópicos.

¿Por qué los libros son importantes? O más bien ¿por qué deberían ser importantes en una sociedad? La pregunta evoca aspectos económicos, sin duda, pero también tecnológicos, institucionales y de política cultural. Se pueden realizar distintas argumentaciones, algunas apuntando a las implicancias económicas y de organización industrial de los mercados de estos bienes, pero también se puede argumentar un aspecto artístico e, incluso, una historia trascendental sobre el rol del hombre como agente pensante y reflexivo. Lo que es un hecho claro es que al referirse al libro, de inmediato se despierta en el oyente una serie de preguntas que sugieren la necesidad de mayor investigación.

En nuestro mundo actual, la predominancia del lenguaje económico en los distintos ámbitos de la vida cotidiana relega a una segunda posición algunas de las otras visiones anteriormente mencionadas, aunque puede ser una herramienta de análisis potente al combinarla con ellas, al responder preguntas que son de interés práctico sobre los determinantes del comportamiento de estos mercados. Y algunos de estos aspectos son los que se refieren al tamaño de la actividad, los incentivos a los que responden los actores y las relaciones que entre ellos realizan, como también el responder hacia dónde focalizar los esfuerzos de la política cultural que desea un mayor desarrollo del sector y que enfrenta restricciones en los presupuestos asignados para el cumplimiento de sus objetivos. Por esta razón, este estudio pretende realizar un aporte a la comprensión de la industria del libro, que por medio de las herramientas de la organización industrial permita identificar las principales fuerzas y dinámicas que atraviesan su estructura y comportamiento. El locus de referencia es el caso chileno.

La tesis se distribuye en dos grandes capítulos. En el primero se realiza un intenso análisis cuantitativo con el fin, primero, de identificar las tendencias en el tamaño, cantidad y precio del sector libro y, segundo, para comprender las dinámicas organizacionales de papeleras, editoriales e imprentas insertas en el sector gráfico. En el segundo capítulo se exploran las fallas de mercado más relevantes que afectan a estos mercados, prestando especial atención a la existencia de externalidades, bienes públicos, competencia imperfecta, economías de escala e integración vertical y horizontal. Luego de ello se expresan las principales conclusiones de la investigación, recomendaciones de política cultural y líneas de futuras investigaciones.

No es posible, en absoluto, terminar la introducción sin realizar un agradecimiento especial a quienes en el fluir de sus sueños y realidades chocaron con las mías, durante esta aventura de la universidad, experiencias que enriquecieronme en el ámbito más relevante de todos: lo no material. Al grupo de ajedrez de la facultad donde compartimos no sólo maravillosas partidas de juego, sino que también muestras de sincera amistad. Al grupo de la revista *La Mano Invisible*, con quienes compartíamos el sueño de depositar nuestras profesiones al servicio de un mejor país. Al grupo del Taller de Justicia, que no sólo fue un enriquecimiento intelectual por la complejidad de los temas estudiados sino que también por la bondad de desear cortar las injusticias sociales. Al grupo de trabajo en el CIEDESS, quienes me soportaron durante el último año y enseñaronme que es posible construir proyectos concretos a partir de la tolerancia de las diferencias. A los actores de la industria del libro que accedieron a la realización de entrevistas para enriquecer los análisis de este estudio, en especial a Paulo Slachevsky, de editorial LOM; Eduardo Albers, de librería del mismo nombre; Jorge Montealegre, del Consejo del Libro; Juan Carlos Sáez; de editorial del mismo nombre; a Alejandro Urbina y/o Carlos Cúneo, de la Cámara Chilena del Libro y, por supuesto, a Bárbara Negrón, por su colaboración para acceder a un número importante de ellos. Paciencia más que reconocida para mi profesor guía, Jorge Katz, con quien armamos y rearmamos multitud de veces la estructura de la investigación para encontrar el mejor diagnóstico del sector. Para terminar, y a quien está dedicada no sólo la presente tesis sino que todo el esfuerzo de años para continuar con el estudio de la economía: A mi familia: A mi madre María Margot y a mis hermanos José Miguel y Camilo, que en resumidas cuentas hemos aprendido juntos un aspecto esencial: Vivir.

Índice

| | |
|--|-----------|
| Introducción..... | 4 |
| 1. La industria del libro..... | 7 |
| 1.1. Tamaño, cantidad y precio..... | 7 |
| 1.2. Sector papel, editorial e imprentas..... | 19 |
| Conclusiones sobre la industria del libro..... | 28 |
| 2. Fallas de Mercado..... | 30 |
| 2.1. Externalidades y bien público..... | 30 |
| 2.2. Poder monopólico y competencia imperfecta..... | 34 |
| 2.3. Economías de escala..... | 39 |
| 2.4. Integración vertical y horizontal..... | 42 |
| Conclusiones sobre fallas de mercado..... | 46 |
| Conclusiones finales | 49 |
| Bibliografía | 52 |
| Anexo 1: Ensayo sobre libros virtuales | 54 |
| Anexo 2: Ensayo sobre escritores | 57 |
| Anexo 3: Índice de producción sector papel, editorial e imprentas (INE – Banco Central) . | 62 |
| Anexo 4: Papel, editorial e imprentas (encuesta ENIA - INE)..... | 76 |

1. La industria del libro

Para comenzar cualquier análisis del sector relevante es conocer el tamaño de la actividad y comparar tal magnitud con el nivel de actividad de otros sectores relevantes, como también con la situación del sector en otros países. Los estudios nacionales son muy precarios en este sentido y los que se han realizado muestran resultados ambiguos e, incluso, de tendencias y efectos contrapuestos. En la primera parte de este capítulo se realizará una revisión de la bibliografía, complementándola con el uso de nuevas fuentes disponibles referidas a la industria del libro en nuestro país, con especial orientación al tamaño, cantidad y precio del libro. En la segunda parte se abordarán otros aspectos cuantitativos pero para el sector gráfico, con orientación en estructura de renta, ingresos, costos, utilización de mano de obra y remuneraciones, entre otros tópicos.

1.1. Tamaño, cantidad y precio

En primer lugar, algunos estudios han tratado de cuantificar el tamaño de la industria editorial doméstica utilizando datos del Banco Central, el que en su matriz de insumo-producto considera un ítem para las actividades de edición e imprenta. No obstante, el uso de tal indicador significa otorgar una interpretación amplia al trabajo de “elaboración de contenidos” de las editoriales, como también a las labores de imprentas, pues tal clasificación incluiría no sólo la producción de libros, sino que también de otros impresos como diarios y revistas, folletos y catálogos, productos de otras plataformas como CD, Internet o audiovisuales. Este conjunto de actividades se denominarán como “sector gráfico”. Con esta observación en mente, la investigación del CNCA (2003) arroja algunos resultados interesantes de la actividad del sector editorial y de otras industrias culturales¹, donde las últimas al año 2000 tienen una participación equivalente a un 1,8% del PIB (ver Cuadro N° 1). La tendencia temporal revela que este valor en el año 2000 era el doble a la participación en 1990 y, además, se observa una dinámica relativamente procíclica al de la economía y de mayor crecimiento en periodos expansivos. Al desagregar la información, el estudio indica que en la última parte de la década el sector editorial e imprentas tuvo una participación igual o superior al 50% del total de las industrias culturales², es decir con un 0,9% del PIB, y concluyen que el dinamismo del sector cultural se explica más por las actividades de sectores culturales distintos al de editoriales e imprentas. Este análisis sugiere que el sector editorial se ha estancado o que posee poco dinamismo, por lo que urge

¹ En CNCA (2003) definen Actividades Económicas Características de la Cultura (AECC) para comprender el estudio de lo que aquí se entiende como industrias culturales. La definición es amplia y considera actividades tradicionales del sector como editoriales, música, cine, artesanías, etc., e incluye otras como tv, radios, actividades deportivas, juegos de azar, etc.

² Con 45% de participación relativa de las actividades de esparcimiento (CNCA 2003, pág 37-38).

preguntar: ¿Cuánto de este indicador corresponde al sector editorial gráfico, cuánto al sector editorial libro y cuánto corresponde al sector de imprentas³? ¿Tienen procesos de destrucción creativa de baja intensidad y/o efectos que se contraponen?⁴.

Cuadro N° 1
Industrias culturales y sector editorial e imprentas en Chile
Evolución 1990-2000

| Año | PIB corriente | PIB real | industrias culturales | | editoriales e imprentas | |
|------|------------------|------------|-----------------------|-----------|-------------------------|-----------|
| | \$MM de cada año | \$MM de 96 | \$MM de 96 | % del PIB | \$MM de 96 | % del PIB |
| 1990 | 9.622.316 | 19.172.873 | 172.556 | 0,9 | n.d. | n.d. |
| 1991 | 12.720.049 | 20.700.658 | 207.007 | 1 | n.d. | n.d. |
| 1992 | 16.123.188 | 23.241.995 | 255.662 | 1,1 | n.d. | n.d. |
| 1993 | 19.276.480 | 24.868.712 | 298.425 | 1,2 | n.d. | n.d. |
| 1994 | 23.174.702 | 26.289.586 | 315.475 | 1,2 | n.d. | n.d. |
| 1995 | 28.309.222 | 29.084.524 | 349.014 | 1,2 | n.d. | n.d. |
| 1996 | 31.237.286 | 31.237.287 | 499.797 | 1,6 | 281.136 | 0,9 |
| 1997 | 34.722.634 | 33.300.694 | 532.811 | 1,6 | 299.706 | 0,9 |
| 1998 | 36.534.875 | 34.376.599 | 584.402 | 1,7 | 309.389 | 0,9 |
| 1999 | 37.138.542 | 34.115.040 | 579.956 | 1,7 | 307.035 | 0,9 |
| 2000 | 40.575.316 | 35.646.492 | 641.637 | 1,8 | 320.818 | 0,9 |

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Central y CNCA (2003)

Con el fin de despejar tales inquietudes, en la presente tesis se recopilan algunas fuentes para construir un indicador de producción del sector en el período 1960-2007. El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) realiza desde 1980 la Encuesta Nacional Industrial Anual (ENIA), basándose en la matriz de insumo producto del Banco Central, y existen dos clasificaciones relacionadas con la industria del libro: i) Producción de papel y ii) Editoriales e imprentas. Antes del ENIA se realizaba una encuesta similar y que va para el período 1960-1980, aunque esta serie no diferencia entre índices de producción física y de ventas como sí lo hace la serie de 1980 a 2007. La metodología para la construcción de este indicador consiste en tomar las variaciones de las cinco series encontradas y descontar tales variaciones del último valor disponible (del año 2007, con base en el año 2002)⁵. Los resultados de este ejercicio se presentan en el Gráfico N° 1.

En primer lugar, dada la característica de los datos encontrados, en el período 1960-1980 los índices de producción de ventas y cantidades presentan similares variaciones (recordar que no se realizaba tal distinción), tanto para el sector papel como para el de edición e imprentas. Aún así, en este período se observan dos características: i) Una tendencia de crecimiento desde 1960 que alcanza sus niveles más altos a comienzos de los 70s; y, ii) Un período de baja que se inicia exactamente después del *peak* máximo y con los más bajos niveles de producción registrados. Este resultado es consistente con las políticas culturales que se realizaron en ambos períodos, en

³ La respuesta está en la sección 1.2, donde se indica que el valor de editoriales es el doble al de imprentas.

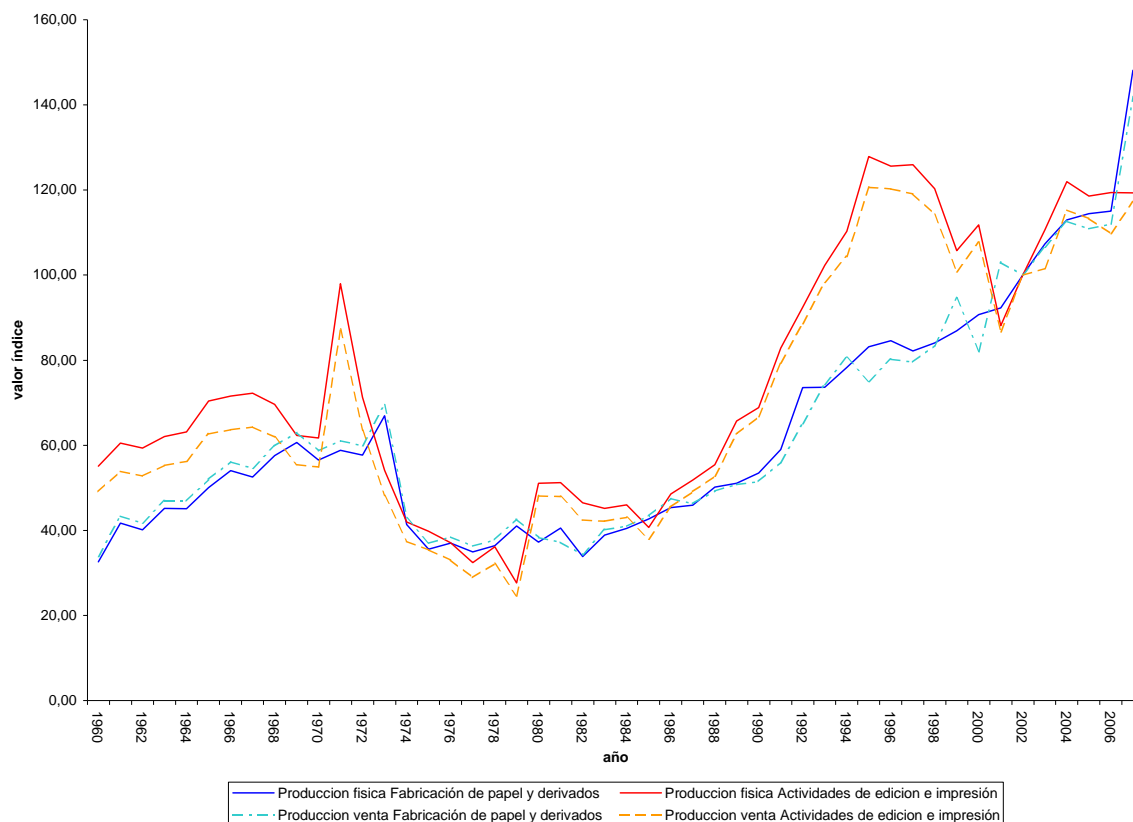
⁴ Precaución con los datos, pues no reflejan necesariamente el comportamiento de la industria del libro, pues el índice contiene a otros mercados que podrían ir en dirección contraria (incluye edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones, edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas, otras actividades de edición como fotografías, grabados, tarjetas, postales, horarios, formularios, carteles, reproducciones de obras de arte, etc. Las actividades de impresión considera a tales como publicaciones periódicas, libros, mapas, partituras, carteles, catálogos, sellos postales, papel moneda. Además, las organizaciones consideradas son editoriales, productores, organismos públicos, etc. Las actividades de servicios relacionados con la impresión son: encuadernación, producción de caracteres de imprenta, planchas de impresión, etc. y edición de grabaciones. CNCA 2003, pág. 34)

⁵ Todas las series originales, como también el indicador final se encuentra en el Anexo 3: Índices de producción.

donde en el primero se ejecutan políticas expansionistas, como con la construcción de nuevas editoriales y fomentando tirajes que no se han repetido en la historia editorial de nuestro país, mientras que el segundo período coincide con el apagón cultural que fue más intenso en los primeros años de la dictadura (Subercaseaux 2000).

En segundo lugar, el período que va desde 1980 al 2007 revela una clara tendencia alcista, la que es particularmente progresiva para el sector productor de papel, el que en la actualidad presenta los niveles más altos de producción. El sector de edición e imprentas presenta una mayor volatilidad y revela algunos subperíodos interesantes: i) El primer quinquenio de los ochenta, que significa un período de paulatina recuperación, pero con niveles estables de producción; ii) Desde 1985 a 1995 revela una tendencia de crecimiento progresivo que se acentúa con mayor fuerza a finales del mismo período, recuperando los niveles de producción previos a la dictadura e, incluso, los más altos niveles de producción registrados durante los gobiernos de la Concertación (en 1995); iii) Un nuevo retroceso que culmina en el año 2001; y iv) Un período de expansión que se mantiene hasta en la actualidad, en el 2007.

Gráfico N° 1
Índice de Producción de papel, editoriales e imprentas
*Evolución 1960 – 2007**



*datos son promedios anuales

Nota: dato de 2007 es promedio simple de los índices de producción de Enero a Mayo.

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Central e INE

Estos resultados contradicen lo expuesto en CNCA (2003), pues indican un alto dinamismo del sector, bastante más cercano a las intuiciones y procesos que se observan en tales períodos. No obstante, nuevamente surge la duda de cuánto de este dinamismo es a cuenta del sector editorial y cuánto se debe al sector de imprentas, pues los datos van en conjunto. INE y Banco Central desagregaron la información a partir del año 2002, por lo que desde esta fecha podemos observar el comportamiento y tendencia de los tres sectores, resultados que se muestran en el siguiente Cuadro N° 2 y en el Gráfico N° 2. Recordando lo expuesto más arriba, estamos observando un período de expansión, que se inició precisamente en el año 2002. En primer lugar, el sector editorial revela el mayor dinamismo con un crecimiento cercano al 25% al final del período (tanto en cantidad como en precio). Por otra parte, el sector de imprentas muestra un comportamiento volátil en el período y el índice de producción ventas es el que ha experimentado el menor crecimiento, lo que significa que en este sector se produce, hoy, alrededor de un 12% más en cantidad, aunque a un precio del producto similar, o incluso menor, que al comienzo del período, comportamiento que es disímil al de los otros dos sectores, donde se produce más cantidad y a mayor valor. Estos resultados son importantes, puesto que se muestra que en efecto existen tendencias contrapuestas entre el sector editorial y de imprentas, que anulan los efectos de tendencia de uno y otro, por lo que observar el indicador global (que incluye edición e imprentas en un índice) sólo entrega una mirada parcial sobre lo que sucede en la industria.

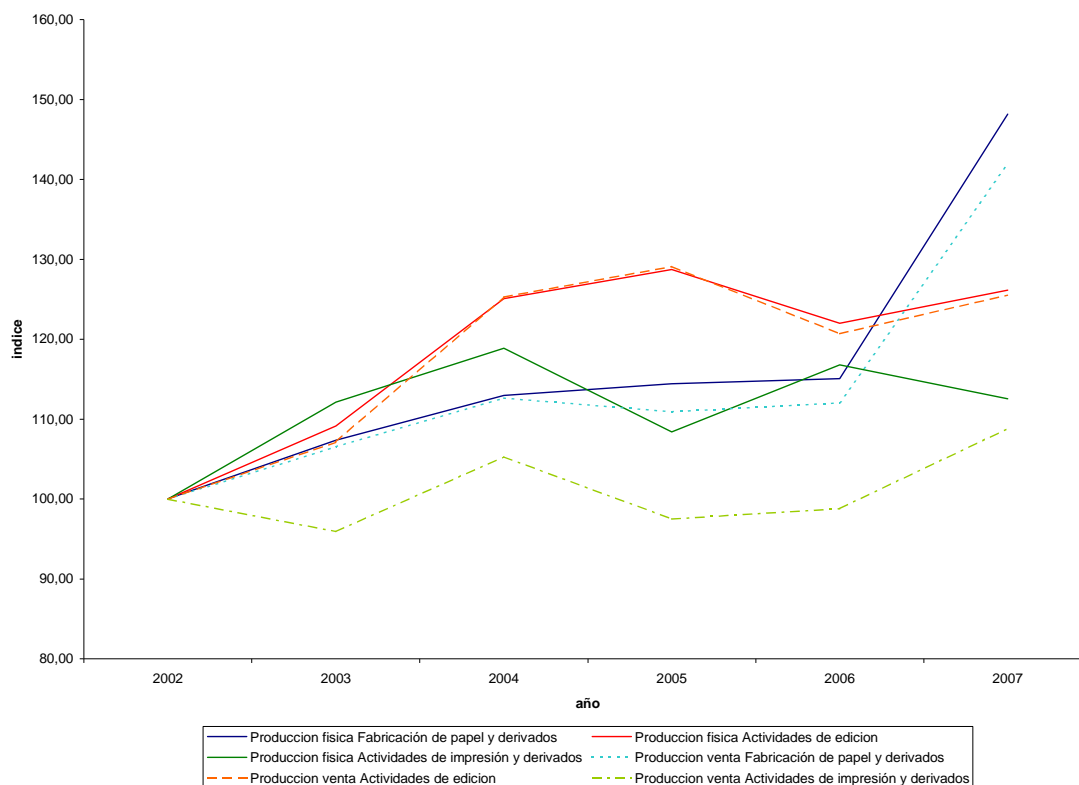
Cuadro N° 2
Índices de producción doméstica
Evolución 2002-2007

| Año | Producción física | | | Producción venta | | |
|------|----------------------------------|------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| | Fabricación de papel y derivados | Actividades de edición | Actividades de impresión y derivados | Fabricación de papel y derivados | Actividades de edición | Actividades de impresión y derivados |
| 2002 | 100,03 | 100,02 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 99,99 |
| 2003 | 107,35 | 109,13 | 112,13 | 106,56 | 107,12 | 95,94 |
| 2004 | 112,97 | 125,08 | 118,88 | 112,63 | 125,30 | 105,30 |
| 2005 | 114,43 | 128,71 | 108,41 | 110,93 | 129,09 | 97,52 |
| 2006 | 115,05 | 121,98 | 116,77 | 112,03 | 120,69 | 98,83 |
| 2007 | 148,16 | 126,12 | 112,54 | 141,84 | 125,52 | 108,84 |

Nota: dato de 2007 es promedio simple de los índices de producción de Enero a Mayo.

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Central e INE

Gráfico N° 2
Índice de Producción de papel, editoriales e imprentas
Evolución 2002-2007



Nota: Dato de 2007 es promedio simple de los índices de producción de Enero a Mayo.

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Central e INE

De momento se dejará a un lado la información disponible de Banco Central e INE, en cuanto a la producción del sector papel, editorial e imprentas, aunque más adelante en la sección 1.2 se volverá a esta fuente para desmenuzar algunas dinámicas de los patrones de estructura y comportamiento, en especial aquellos referidos a la estructura de ingresos y costos, rentas, nivel de empleo y salarios, entre otros tópicos. Siguiendo el análisis con el fin de identificar el tamaño de la industria del libro, existe un estudio de Sáez (2003), usualmente referido en el sector, que indica un valor total de la industria, considerando producción doméstica e importaciones, cercano a 110 millones de dólares al año 2003, equivalente a 0,15% del PIB corriente. ¿Qué tan correctos son estos resultados? ¿Cuál es la composición por producción doméstica e importaciones? ¿Cuál es la composición de producción según contenidos⁶? ¿Se está sub o sobre estimando el tamaño del sector? En el Cuadro N° 3 y 4 se presenta una selección de los resultados de este estudio.

⁶ Es necesario hacer una distinción sobre la tipología de libros. En esta tesis se considerará la siguiente clasificación a la que frecuentemente se volverá: i) Literatura; ii) Didácticos o textos escolares; iii) Científicos y técnicos; iv) Diccionarios y enciclopedias; y v) Interés general. Esta clasificación es similar a la que realiza el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAC) para sus estudios sobre el sector, aunque suprime la clasificación de literatura infantil y juvenil por literatura. Una descripción sobre estos contenidos es la que sigue: i) *Literatura*: los libros de este tipo son los primeros que asoman en mente cuando se menciona la palabra libro, y estos a su vez presentan una amplia diversidad de géneros: novela, cuento, poesía, crónica y ensayo. Los

Cuadro N° 3
Valor de producción doméstica e importaciones (sin textos escolares)*
Evolución 1992-2003

| Año | Nacional | | Importaciones | | Total | |
|------|------------|-------------|---------------|-------------|------------|--------------------------|
| | US\$ miles | % del total | US\$ miles | % del total | US\$ miles | como % del PIB corriente |
| 1992 | 32.178 | 29,40 | 77.255 | 70,60 | 109.433 | 0,25 |
| 1993 | 44.755 | 47,65 | 49.160 | 52,35 | 93.915 | 0,20 |
| 1994 | 54.438 | 46,60 | 62.372 | 53,40 | 116.810 | 0,21 |
| 1995 | 54.970 | 38,06 | 89.457 | 61,94 | 144.427 | 0,20 |
| 1996 | 59.287 | 36,11 | 104.885 | 63,89 | 164.172 | 0,22 |
| 1997 | 36.070 | 27,66 | 94.353 | 72,34 | 130.423 | 0,16 |
| 1998 | 36.997 | 24,56 | 113.622 | 75,44 | 150.618 | 0,19 |
| 1999 | 34.152 | 34,30 | 65.425 | 65,70 | 99.577 | 0,14 |
| 2000 | 28.758 | 26,79 | 78.573 | 73,21 | 107.332 | 0,14 |
| 2001 | 34.360 | 29,85 | 80.752 | 70,15 | 115.112 | 0,17 |
| 2002 | 28.270 | 28,01 | 72.642 | 71,99 | 100.912 | 0,15 |
| 2003 | 24.508 | 34,11 | 47.337 | 65,89 | 71.845 | 0,10 |

* Valores están a precio de venta público

Nota: Cuadro no considera producción doméstica ni importaciones de textos escolares.

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de Sáez (2003)

primeros, en términos simples, construyen historias que presentan mayor número de personajes, ambientes y subhistorias, principalmente escritos en prosa. El segundo, muchas veces considerado el hermano mediano de la novela, narra historias más breves, con menos personajes y menor extensión de los hechos. El tercero se distingue, en la forma, por su composición en versos (aunque por supuesto existe poesía en prosa) donde alguna vez predominó el uso de una métrica lírica (estructura de los versos y estrofas), aunque hoy el recurso del verso libre entre los creadores es de amplio uso (sobretudo desde comienzos del siglo XX) a la vez que el amparo de las metáforas es la principal figura literaria demandada por los creadores de este ámbito. El cuarto, la crónica, se puede considerar un hermano cercano de la novela (incluso algunos tienden a clasificarla como un subgénero de ésta), pues basada en hechos reales construye una historia de fantasía. El cuarto y último, el ensayo, se refiere a escritos de reflexión sobre los más diversos tópicos. Dejando a un lado las clasificaciones según la FORMA que toman los escritos literarios, el FONDO de lo que transmiten puede tomar cualquiera de las clasificaciones presentadas arriba, es decir, es perfectamente plausible escribir sobre el amor, la muerte y la ética (cualquiera de estos, por ejemplo) en forma de novela, cuento, poesía, crónica o ensayo, aunque se distinguirá en ellos la utilización de los recursos literarios mencionados para cada tipología. Sin embargo, usualmente al género de novela es al que más subgéneros se le reconocen: novela policial, social, política, ciencia ficción, y la cada vez más demandada, hoy, novela rosa (sobre el amor). ii) *Didácticos* incluyen los textos escolares y otros que son de apoyo a la educación, los que son elaborados principalmente por contenidos mínimos exigidos por el Estado, para la educación básica y media, aunque existe una tendencia a que los mismos editores compitan entre sí para ofrecer los materiales con algunas de estas exigencias elementales. En muchas naciones este ítem significa el uso de recursos significativos de la industria del libro, y despierta las dinámicas más intensas en su interior, ya sea en ámbito de elaboración y edición de contenidos o de distribución de los materiales. iii) *Científicos y técnicos* son los que difunden el conocimiento de las ciencias especializadas como las sociales con economía, derecho y sociología, y las ciencias exactas como la física, medicina, biología y química. También en este apartado se presentan los libros que son manuales de estudios para universitarios y profesionales. Además, en esta tipología se encuentran los trabajos del ámbito académico donde se suele distinguir entre aquellos estudios que son aportes generales a la ciencia (por ejemplo, promover o renovar la teórica de la relatividad) y entre los que significan un conocimiento aplicado (por ejemplo, cómo generar energía con los recursos naturales de nuestro país). De igual forma, aquí se reúnen las publicaciones auspiciadas y patrocinadas por instituciones públicas y privadas orientadas a la Investigación y Desarrollo, y otras como Centros de Pensamiento. Por último, es frecuente la exposición de que la producción doméstica de este tipo de publicaciones es escasa, en varios de los indicadores que existen sobre la materia. iv) *Diccionarios y enciclopedias* comprenden principalmente libros de referencia y consulta general, relacionados con la lengua como lo son diccionarios en español o español-otro idioma, además de las archiconocidas enciclopedias especializados en ciencias y áreas del conocimiento. Este tipo de libros significó por siglos el instrumento por excelencia en la difusión de conocimiento de todas las áreas del saber. v) *Interés general* abordan diversos temas como los de arte, esoteria, religión, deporte y salud, nutrición, entre otros.

Sáez determina el volumen de las importaciones utilizando como fuente los registros de Aduana, mientras que el tamaño de la producción doméstica lo estima a partir del registro de nuevos títulos en el sistema *International Standard Book Number* (ISBN) incorporando una serie de supuestos como tiraje y precio de algunas tipologías de libros según contenidos. Pese a las reticencias que despierta el uso de tal metodología para cuantificar el tamaño del sector, este estudio es la fuente más utilizada para realizar una aproximación cuantitativa. El Cuadro N° 3 considera tipologías de libros según contenidos como literarios, diccionarios y enciclopedias, técnicos académicos y de interés general, pero no incluye los textos escolares, los que de hacerlo modifican los resultados y se exponen en el Cuadro N° 4. Entonces, sin considerar textos escolares, los resultados de su estudio establecen que el valor del mercado es, para el año 2003, equivalente a 72 millones de dólares a precio público, equivalente a 0,10% del PIB corriente, donde un 34% corresponde a producción doméstica y un 66% a importaciones. La evolución de la serie indica que a comienzos de los noventa se observa un período de expansión que significa tocar los mayores niveles de valor del mercado, alcanzado su *peak* en 1996 con una cifra igual a 165 millones, año desde el que se observa un deterioro progresivo de la industria hasta llegar al 2003 con los niveles de valor más bajos. Al estudiar el comportamiento por tipologías de origen, se observa que tanto la producción nacional como las importaciones muestran un comportamiento similar al del total del mercado. Por último, a comienzos de los noventa la participación relativa de la producción doméstica y de las importaciones por sobre el total del mercado era similar, mientras que al avanzar en ella se muestra un deterioro progresivo de la misma. Ahora, al incorporar a este análisis los textos escolares (ver Cuadro N° 4), observamos que la tendencia global se mantiene, en cuanto a un primer ciclo expansivo, para llegar a un *peak* en 1996 con un valor de la industria de 202 millones de dólares a precio público, año desde el cual se observa un deterioro del mismo hasta obtener la cifra manejada con frecuencia en el sector, esto es, 112 millones de dólares para el año 2003 (0,15% del PIB), el nivel más bajo del período bajo estudio. Una observación a este análisis es que al incorporar los textos escolares a este estudio es presumible que la composición del mercado diferenciando por producción doméstica e importaciones se vea alterado a favor de una mayor participación relativa de la primera, observando que para el año 2003 igual tamaño para ambos subsectores.

Cuadro N° 4
Valor de producción doméstica e importaciones (con textos escolares)*
Evolución 1992-2003

| Año | Nacional | | Importaciones | | Total | |
|------|------------|-------------|---------------|-------------|------------|--------------------------|
| | US\$ miles | % del total | US\$ miles | % del total | US\$ miles | como % del PIB corriente |
| 1992 | 57.024 | 41,45 | 80.552 | 58,55 | 137.576 | 0,31 |
| 1993 | 71.789 | 57,21 | 53.694 | 42,79 | 125.483 | 0,26 |
| 1994 | 82.848 | 55,78 | 65.673 | 44,22 | 148.521 | 0,27 |
| 1995 | 79.198 | 45,14 | 96.241 | 54,86 | 175.439 | 0,25 |
| 1996 | 89.693 | 44,49 | 111.887 | 55,51 | 201.580 | 0,27 |
| 1997 | 52.836 | 33,99 | 102.612 | 66,01 | 155.447 | 0,19 |
| 1998 | 54.779 | 30,78 | 123.218 | 69,22 | 177.997 | 0,22 |
| 1999 | 51.597 | 40,89 | 74.590 | 59,11 | 126.187 | 0,17 |
| 2000 | 51.105 | 36,81 | 87.734 | 63,19 | 138.838 | 0,18 |
| 2001 | 60.122 | 40,44 | 88.550 | 59,56 | 148.672 | 0,22 |
| 2002 | 54.326 | 39,22 | 84.185 | 60,78 | 138.511 | 0,21 |
| 2003 | 55.399 | 49,67 | 56.137 | 50,33 | 111.535 | 0,15 |

* Valores están a precio de venta público

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de Sáez

Así, el estudio de Sáez es atractivo al abordar aspectos que deberían manejarse con claridad en el sector, aunque la metodología utilizada en sus estimaciones requiere de distintas reservas para futuros perfeccionamientos como, por ejemplo, la tendencia a agrupar el valor acumulado en vez de observar los totales anuales y sus respectivas participaciones relativas, el uso de un precio constante para la estimación de la producción doméstica, como también es sospechoso los bajos y decrecientes niveles en el valor de la producción doméstica (cuando la intuición indicaría que la situación es inversa, de notable mejoramiento respecto de comienzos de los 90s). Del estudio de Sáez se concluye que existe un período de alta expansión que se mantiene hasta 1996, luego del que se observa un período de deterioro con los niveles más bajos de producción para el año 2003. La primera parte de su estimación coincide con lo expuesto antes, con el índice de producción del sector editorial e imprentas, que revela una tendencia al alza desde fines de los 80s y que se mantiene hasta altos niveles de expansión, hasta 1995, luego del que se observa un período de deterioro que finaliza en el año 2001, luego del que comienza un nuevo período de expansión, con un crecimiento del 25% para el sector editorial en todo este período (2002-2007), esto último que es contradictorio a lo que indica Sáez (una caída progresiva en el período 2000-2003).

Ahora se abordarán los órdenes de magnitud de las importaciones de libros según datos del Boletín Indicadores de Comercio Exterior, elaborado por el Banco Central de Chile. En primer lugar (ver Cuadro N° 5), se observa un ciclo en el valor total de las importaciones, partiendo al año 2000 y 2001 con una cifra cercana a 35 millones de dólares (a precio CIF), para luego mostrar una tendencia a la baja que se mantiene en valores cercanos a 27 millones de dólares para el año 2003 y 2004, para luego tomar una tendencia creciente con un valor igual a 39 millones de dólares en el 2006; este ciclo está altamente influenciado por el comportamiento del valor total de las importaciones de libros, mientras que diccionarios y enciclopedias muestran una tendencia persistente a la baja, lo que es consistente con la mayor oferta de contenidos de este tipo en la red Internet, lo que afecta a una caída en la demanda por este material impreso, con el consiguiente impacto en la reestructuración de la oferta⁷. En segundo lugar, se observa una caída en la cantidad de importaciones y un aumento en el precio de las mismas, donde tales variaciones están nuevamente influenciadas por el comportamiento de las importaciones de libros, donde el precio es un 55% superior al comienzo del período y la cantidad es un 25% inferior, mientras que diccionarios y enciclopedias revelan caídas en ambos valores, con una variación de un 17% en precio y de un 12% en cantidad. Estos resultados van en línea con los resultados de Sáez para este período, donde efectivamente se observan bajos niveles de importación en el año 2003 y 2004, aunque después se observa una reactivación, en especial para el valor de las importaciones de libros. Sin embargo, dos indicadores relativos, el valor de la importación de libros respecto de las importaciones nacionales totales y respecto del PIB corriente, revelan un deterioro progresivo en la serie bajo estudio, alcanzando valores en el 2006 que son cerca de 50% inferiores a los del año 2000. Por último un ejercicio con estos datos: si consideramos que cada libro pesa, en promedio, 200 gramos⁸, entonces, excluyendo a diccionarios y enciclopedias, obtenemos que en el año 2005 se incorporaron más de 17 millones de ejemplares, cifra inferior a los 21 millones de ejemplares producidos en forma doméstica en ese mismo año (ver Cuadro N° 9). Además, con esta estimación de ejemplares importados, se observa que el valor del libro a precio CIF se acerca a \$1.000 para el año 2006.

⁷ En el Anexo 1 se presenta un breve ensayo sobre los libros virtuales.

⁸ 200 páginas, por lo que cada título pesa 200 gramos.

Cuadro N° 5
Importaciones de libros y de diccionarios y enciclopedias
Evolución 2000-2006

| Año | Libros | | | Diccionarios y enciclopedias | | | Total | | | | |
|------|-----------|--------------------------|----------------------|------------------------------|--------------------------|----------------------|-----------|--------------------------|----------------------|---|------------------------|
| | Cantidad | Precio | Valor Total | Cantidad | Precio | Valor Total | Cantidad | Precio | Valor Total | | |
| | toneladas | CIF US\$ por tonelada | miles de US\$ CIF | toneladas | CIF US\$ por tonelada | miles de US\$ CIF | toneladas | CIF US\$ por tonelada | miles de US\$ CIF | % de las importaciones domésticas | % del PIB corriente |
| 2000 | 4.427 | 6.888 | 30.493 | 751 | 6.491 | 4.875 | 5.178 | 6.690 | 35.368 | 0,21 | 0,05 |
| 2001 | 3.792 | 7.892 | 29.926 | 991 | 5.742 | 5.690 | 4.783 | 6.817 | 35.617 | 0,22 | 0,05 |
| 2002 | 3.403 | 7.375 | 25.097 | 926 | 5.654 | 5.236 | 4.329 | 6.515 | 30.333 | 0,19 | 0,05 |
| 2003 | 2.756 | 8.440 | 23.261 | 1.090 | 4.207 | 4.586 | 3.846 | 6.324 | 27.846 | 0,16 | 0,04 |
| 2004 | 2.507 | 9.742 | 24.423 | 923 | 3.823 | 3.529 | 3.430 | 6.783 | 27.952 | 0,12 | 0,03 |
| 2005 | 2.956 | 10.338 | 30.559 | 525 | 5.357 | 2.812 | 3.481 | 7.848 | 33.372 | 0,11 | 0,03 |
| 2006 | 3.325 | 10.677 | 35.500 | 665 | 5.414 | 3.600 | 3.990 | 8.045 | 39.100 | 0,11 | 0,03 |

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Central

Una segunda aproximación para la caracterización de la importación de libros se puede realizar con datos del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAC), el que nos permite situarnos además en el contexto Iberoamericano. Según éste (ver Cuadro N° 6), el valor total de las importaciones oscila entre 33 y 40 millones de dólares a precio CIF durante el período (cifra que es siempre superior a la entregada por el Banco Central, aunque éste último oscila entre 27 y 40 millones). Además, el gasto por habitante es de 2,6 dólares para el 2004 (cifra que muestra un comportamiento inestable entre 2 y 2,6 dólares), el que es menor al de un importante productor como España (6,2) y México (3,8) y muy superior al de Perú (1,3), Argentina (1,15) y Colombia (0,8), todos valores para el año 2004. Éste dato es interesante y nos permite nuevamente realizar una comparación con los niveles de producción doméstica: si consideramos el total de producción nacional y la relativizamos por el número de habitantes, obtenemos que se producen 1,3 libros por habitante, en el año 2005; siguiendo esta línea de análisis, y considerando que el valor promedio de un libro nacional es significativamente mayor a 2 dólares (ya sea el precio de distribuidor, y aún más para precio de consumidor), se observa que los niveles de producción domésticos, medidos ahora en términos de valor, son cercanos mayores a los de importación a precio CIF⁹. Por otra parte y siguiendo con CERLAC (ver Cuadro N° 7), las importaciones chilenas de libros equivalen al 5% del valor total de las importaciones que realiza América Latina¹⁰, cifra que muestra una participación creciente en el tiempo. Además, en términos relativos a las importaciones totales, nuestro país presenta bajas cuotas de importación respecto a otros productos (0,18% para el 2004 según CERLAC y 0,12% para el mismo año según los datos de Banco Central). Por último, los principales proveedores de material importado para nuestro país son, en orden decreciente de importancia en su valor y para el año 2004, España, Perú, Colombia, Argentina y México¹¹. Por último, sería de importancia conocer los

⁹ Una autocrítica: si bien éste ejercicio de cálculo de valor de los libros se realiza para el año 2005, realizar lo mismo para el año 2004 arroja un valor, aproximado, de 0,5 libros por habitante, mientras que para el 2003 este valor es igual a 1, y hacia atrás decreciente.

¹⁰ En primer lugar se encuentra México, con el 47%, seguido de Venezuela (8%), Brasil (6,5%), Argentina (5,3%) y Ecuador (5,1%), todos datos del año 2004. Mientras México muestra un comportamiento relativamente estable, la participación de Brasil, Argentina y Colombia muestran una tendencia a la baja, contrario efecto al de Chile junto al de Ecuador y Venezuela.

¹¹ A nivel latino, también para el año 2004, el principal proveedor es España, quien otorga el 29% del total, seguido de USA con 24%, y otras zonas de habla hispana concentra 29% (primero Colombia con el 13%, México con el 5%,

tipos de materiales que son importados y su evolución en el tiempo, para realizar la comparación con la producción doméstica y comprender las dinámicas en donde ambos sectores se complementan y sustituyen; no obstante, la información secundaria recopilada no muestra estos antecedentes.

Cuadro N° 6
Importaciones de libros
Evolución 2000-2004
Valor CIF

| Año | Valor Total | Gasto per cápita | % de las importaciones de América Latina | % de las importaciones domésticas |
|------|---------------|------------------|--|-----------------------------------|
| | <i>M US\$</i> | <i>US\$</i> | | |
| 2000 | 40.150 | 2,64 | 4,0 | 0,19 |
| 2001 | 39.060 | 2,54 | 4,0 | 0,19 |
| 2002 | 33.601 | 2,16 | 3,9 | 0,22 |
| 2003 | 37.057 | 2,10 | 4,5 | 0,21 |
| 2004 | 40.895 | 2,56 | 4,8 | 0,18 |

Fuente: Elaboración propia con resultados de CERLAC (2006)

Cuadro N° 7
Importaciones de libros en América Latina y España
Evolución 2000-2004
Miles de US\$ a precio CIF

| País | Año | | | | |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
| México | 415.335 | 400.639 | 405.386 | 395.425 | 395.042 |
| Venezuela | 70.640 | 88.018 | 66.944 | 77.994 | 67.580 |
| Brasil | 125.218 | 118.625 | 90.138 | 60.254 | 54.829 |
| Argentina | 142.877 | 121.007 | 24.232 | 25.640 | 44.601 |
| Ecuador | 17.274 | 30.912 | 42.883 | 39.210 | 42.927 |
| Chile | 40.150 | 39.060 | 33.601 | 37.057 | 40.895 |
| Colombia | 42.143 | 43.867 | 45.761 | 37.568 | 35.840 |
| Perú | 30.793 | 28.921 | 32.019 | 31.633 | 35.559 |
| Guatemala | 24.136 | 26.532 | 29.332 | 30.384 | 32.934 |
| El Salvador | 20.547 | 18.648 | 23.917 | 23.336 | 24.352 |
| Honduras | 8.359 | 12.445 | 16.372 | 12.604 | 13.425 |
| Nicaragua | 7.564 | 7.741 | 14.973 | 11.927 | 11.320 |
| Bolivia | 6.961 | 7.836 | 6.700 | 6.384 | 8.367 |
| Paraguay | 7.352 | 6.250 | 3.502 | 5.428 | 4.197 |
| Uruguay | 436 | 681 | 295 | 262 | 181 |
| Subtotal | 996.657 | 988.205 | 871.975 | 832.108 | 846.672 |
| España | 151.664 | 159.729 | 192.783 | 223.204 | 248.986 |
| Total América Latina y España | 1.226.077 | 1.237.256 | 1.121.117 | 1.118.785 | 1.180.191 |

Fuente: Elaboración propia con resultados de CERLAC (2006)

Argentina con el 4%, Cuba con el 3%, y Perú con el 2%). Chile, con el 0,9% de las importaciones que absorbe la región, muestra una tendencia a la baja como proveedor.

Ahora se realizará una nueva aproximación a través de los niveles de producción nacionales (ver Cuadro N° 8). Según antecedentes de la Cámara Chilena del Libro, con el registro *International Standard Book Number* (ISBN), en Chile se producen, en el año 2005, 3.565 títulos, equivalentes a 21.683.273 ejemplares en circulación, donde un 43% tiene un tiraje igual o inferior a 1000 copias¹², con un número inferior a 500 páginas (95%), en formato rústico (91%), correspondiente a sus primeras ediciones (91%). No existen mayores antecedentes sobre el precio promedio de las obras, aunque un reciente estudio de la asociación de Editores en Chile revela, para el 2007, una cifra de \$6.896 como precio promedio de venta a público (IVA incluido) para un conjunto de publicaciones editadas en el país¹³. De los géneros, literatura y educación son los predominantes en los intereses de producción nacional, con el 31 y 18%, respectivamente. En literatura, el subgénero predominante es narrativa chilena (7,5% del total), seguido de cerca por poesía chilena (7%); mientras, en educación el subgénero predominante es el material dedicado a la enseñanza básica (10% del total), seguido de educación media (4%). Una evolución en el tiempo revela que los actuales niveles de producción doméstica son más de 3 veces a los de 1993 (año de inicio del registro ISBN en Chile), tanto en número de títulos como en número de ejemplares en circulación, y los géneros de literatura y educación presentan siempre los mayores niveles relativos de participación por sobre el resto de las demás materias. Además, respecto del año 2004, el volumen de ejemplares experimentó un crecimiento exponencial de un 150%, cifra que por lo demás significa los más altos niveles de producción doméstica en el período bajo registro. Con esto, entonces, se observa que el mercado de producción doméstica encuentra sus principales dinámicas en respuesta a lo que ocurra en los submercados de literatura y textos escolares, que en conjunto “mueven” la mitad de las nuevas obras, aunque no necesariamente se replique este comportamiento al considera el valor de cada tipología según contenidos.

Cuadro N° 8
Producción doméstica
Evolución 1992-2006
Nuevos títulos y ejemplares

| Año | Nuevos títulos | | Ejemplares impresos | |
|------|-----------------|------|---------------------|-------|
| | Variación anual | | Variación anual | |
| | N° | (%) | N° | (%) |
| 1992 | 1.006 | n.d. | n.d. | n.d. |
| 1993 | 1.305 | 29,7 | n.d. | n.d. |
| 1994 | 1.569 | 20,2 | n.d. | n.d. |
| 1995 | 1.556 | -0,8 | n.d. | n.d. |
| 1996 | 1.966 | 26,3 | n.d. | n.d. |
| 1997 | 2.092 | 6,4 | n.d. | n.d. |
| 1998 | 2.380 | 13,8 | n.d. | n.d. |
| 1999 | 2.555 | 7,4 | n.d. | n.d. |
| 2000 | 2.420 | -5,3 | n.d. | n.d. |
| 2001 | 2.582 | 6,7 | 6.570.825 | n.d. |
| 2002 | 2.835 | 9,8 | 10.715.675 | 63,1 |
| 2003 | 3.420 | 20,6 | 16.420.931 | 53,2 |
| 2004 | 3.151 | -7,9 | 8.721.320 | -46,9 |
| 2005 | 3.565 | 13,1 | 21.683.273 | 148,6 |
| 2006 | 3.614 | 1,4 | n.d. | n.d. |

Fuente: Elaboración propia con datos de Cámara Chilena del Libro

¹² Otro 23% extra se encuentra en el rango 1000 a 1500.

¹³ SECH (2007). El cálculo se realizó sobre un catálogo de 3.554 títulos pertenecientes a 21 casas editoriales asociadas a tal institución. El mismo análisis indica que 14% de los títulos posee un precio inferior a \$3.000, un 55% tiene un precio menor a \$6.000 y, por último, un 83% posee un precio inferior a \$10.000.

En España, la producción promedio de los editores es de 23 libros anuales, mientras que en Chile sólo 36 editores publican 20 o más nuevas obras (en el 2005). Como se vio, el número de nuevos registros de libros, como indicador de la producción doméstica, ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos 10 años. En el Cuadro N° 9, según datos de CERLAC (2006), se presenta un comparativo sobre la producción de nuevos títulos para los países de América Latina (sin Brasil) y España, donde se observa que nuestro nivel de producción se podría catalogar como “medio” respecto a las dinámicas de la región, en el que predomina con creces la actividad editorial española, seguida por la de Argentina y Colombia.

Cuadro N° 9
Producción de nuevos títulos en América Latina y España
Evolución 2001-2005

| País | Año | | | | |
|--------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
| Argentina | 12.368 | 9.534 | 13.022 | 16.040 | 17.231 |
| Bolivia | 384 | 446 | 570 | 646 | 911 |
| Chile | 2.580 | 2.833 | 3.420 | 3.148 | 3.565 |
| Colombia | 7.600 | 8.914 | 9.185 | 9.640 | 10.383 |
| Costa Rica | 998 | 2.023 | 1.316 | 2.474 | 2.390 |
| Cuba | 1.433 | 1.474 | 1.469 | 1.075 | 633 |
| Ecuador | 1.250 | 1.276 | 1.629 | 2.060 | 2.736 |
| El Salvador | 144 | 291 | 250 | 332 | 284 |
| Guatemala | 517 | 585 | 445 | 411 | 522 |
| Honduras | 209 | 418 | 289 | 273 | 321 |
| México | 5.214 | 6.644 | 1.599 | 2.212 | 2.331 |
| Nicaragua | 300 | 212 | 306 | 397 | 398 |
| Panamá | 430 | 443 | 507 | 569 | 697 |
| Paraguay | 353 | 479 | 395 | 438 | 618 |
| Perú | 1.392 | 1.599 | 2.254 | 3.016 | 3.892 |
| República Dominicana | 621 | 623 | 724 | 586 | 883 |
| Uruguay | 500 | 480 | 1.146 | 644 | 1.192 |
| Venezuela | 3.100 | 2.867 | 2.061 | 2.867 | 3.723 |
| Total AL | 39.393 | 41.141 | 40.587 | 46.828 | 52.710 |
| España | 53.528 | 55.797 | 63.530 | 62.715 | 62.820 |
| Total América Latina y España | 92.921 | 96.938 | 104.117 | 109.543 | 115.530 |

Fuente: Modificado de CERLAC 2006

En conclusión de esta parte 1.1, el estudio de la información disponible sobre tamaño, cantidad y precio arroja relevantes conclusiones. Todos los indicadores arrojan que el valor del sector es menor al 1% del PIB nacional, cifra que considera un concepto amplio de las actividades, dando cabida a tareas de edición e impresión de folletos de publicidad, diarios y revistas, además de libros. El estudio de Sáez determina un valor para la industria del libro equivalente a 111 millones de dólares para el año 2003 (a precio público y considerando textos escolares) compuesto en un 50% por producción doméstica y en un 50% por importaciones y equivalente a 0,15% del PIB. Del mismo estudio se concluye que al extraer los textos escolares, el valor de la producción cae a 72 millones de dólares, compuesto en 34% de producción doméstica y en un 66% de importaciones.

Por otra parte, la evolución de las importaciones muestra un deterioro constante en los indicadores relativos al total de las importaciones domésticas y, también, respecto al producto interno bruto. Además, siguiendo datos del Banco Central, se observa un aumento en precios y una caída en cantidad para libros importados, mientras que para diccionarios y enciclopedias se observa un deterioro tanto en cantidad como en precio, ambos resultados para el periodo 2000-2006.

La evolución del sector editorial gráfico doméstico parece estar en los últimos años en un período de expansión (iniciado en el año 2002), según los datos del Banco Central-INE, y también la producción doméstica de libros medida con el indicador de nuevos títulos inscritos y ejemplares producidos, según datos de la Cámara Chilena del Libro a través del registro ISBN.

No obstante, toda la información aquí reunida es muy insuficiente para responder con certeza las dinámicas que están ocurriendo en el sector, sobre todo porque no existe ninguna institución que realice un seguimiento constante y orientado específicamente a la industria del libro, como sí ocurre en otros sectores de la economía. Fundamental es que las futuras investigaciones respondan a las preguntas sobre el tamaño del sector libro considerando (a lo menos) el valor total de las ventas, número de títulos y ejemplares en circulación, todo esto diferenciando por medio de tipologías de libros según origen (si es producción doméstica o importaciones) y según tipologías de contenidos (como literatura, textos escolares, científicos y técnicos, diccionarios y enciclopedias, y de interés general).

1.2. Sector papel, editorial e imprentas

Pues bien. Se acaban de observar algunas cifras macro de este sector que permitieron comprender el contexto industrial en el que está inserto, como también se concentró el análisis en dos atributos relevantes para cualquier bien bajo estudio económico, que son precio y cantidad. En esta sección se continuará identificando algunas tendencias de comportamiento del sector, pero relacionados con su estructura organizacional, es decir, se identificarán aspectos de rentas, ingresos, costos, mano de obra utilizada y salarios, entre otros tópicos, con especial orientación a las actividades de edición del sector gráfico. Se utilizará la base de datos de la Encuesta Nacional Industrial Anual (ENIA) elaborada por INE, la que es un insumo relevante en la determinación de las cuentas nacionales que realiza el Banco Central de Chile. Como se mencionó más arriba, en este documento, la clasificación para estas actividades considera no sólo a aquellas estrictamente vinculadas a la industria del libro, que sería el ideal para esta investigación, puesto que asocia a actividades de edición para el sector publicitario, diarios y revistas, entre otros. No obstante, aun cuando se tenga una definición amplia del sector editorial, esto permitirá comprender tendencias de comportamiento organizacional de los actores, mientras que en el futuro sería interesante realizar un análisis similar realizando una limpieza de datos que permita identificar las tendencias en estructura y comportamiento de los tres sectores.

Para partir, en nuestro país, según datos de la Cámara Chilena del Libro, al año 2005 existían 1.666 editoriales registradas (ver Cuadro N° 10); por otra parte, CERLAC (2006) revela que ese año el número de editores que realizaron inscripciones de nuevos títulos es igual a 463 actores, mientras que la encuesta ENIA realizada por el INE indica que el total de editores es de

154 para el año 2004. Siguiendo la fuente de CERLAC (2006), el total de actores activos en Latinoamérica (incluyendo a España y Brasil), es decir de aquellos que realizaron inscripciones de títulos en el registro ISBN, es igual a 16.752, mientras que los editores industriales son 2.221 en total para la región y 66 en total para el caso chileno, todos antecedentes del año 2005.

Cuadro N° 10
Número de editoriales

| Año | Cámara | CERLAC | ENIA-INE |
|------|--------|--------|----------|
| 2001 | 1.282 | n.d. | 126 |
| 2002 | 1.382 | n.d. | 139 |
| 2003 | 1.448 | n.d. | 147 |
| 2004 | 1.538 | n.d. | 154 |
| 2005 | 1.666 | 463 | n.d. |

Fuente: Elaboración propia con datos de Cámara Chilena del Libro, CERLAC y ENIA-INE

Con estos antecedentes surgen dudas de la real capacidad productora del sector editorial en nuestro país, frente a tamaña diversidad de resultados en las fuentes bajo estudio. Como ya se indicó, en esta parte nos concentraremos en el período 2001-2004, con base en ENIA-INE, donde los datos entregados distinguen, además, entre pequeñas empresas (con 10 o más trabajadores y menos de 50) y medianas y grandes empresas (con 50 o más trabajadores), por lo que se realizaron consolidaciones a las tabulaciones entregadas en los documentos disponibles en el sitio web del INE. En primer lugar se estudiarán las características del número de empresas y del factor trabajo utilizado en los tres sectores¹⁴, donde el resumen estadístico de estos tópicos se expresan en el Cuadro N° 11.

Cuadro N° 11
N° de empresas y trabajadores en sector papel, editorial e imprentas
Evolución 2001-2004

| Año | N° de empresas | | | | N° de empleo | | | |
|------|----------------|-------------|-----------|-------|--------------|-------------|-----------|--------|
| | papel | editoriales | impresión | total | papel | editoriales | impresión | total |
| 2001 | 124 | 126 | 46 | 296 | 12.921 | 7.728 | 1.924 | 22.573 |
| 2002 | 136 | 139 | 66 | 341 | 13.090 | 6.724 | 3.178 | 22.992 |
| 2003 | 144 | 147 | 82 | 373 | 12.547 | 7.818 | 2.936 | 23.301 |
| 2004 | 160 | 154 | 78 | 392 | 12.940 | 7.790 | 3.206 | 23.936 |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA

Lo primero que se observa es el número de empresas activas, que en total corresponden a 392 para el año 2004, distribuidas en un 40% al sector productor de papel, en un 39% al sector editorial y el restante 21% a imprentas. El 70% de estas empresas se concentran en las pequeñas empresas, cuya participación se acentúa a medida que avanzamos en la cadena de valor (son pequeñas empresas el 59% de las productoras de papel, el 75% de las editoriales y el 79% de las imprentas). La evolución temporal en el número de empresas muestra un crecimiento total de

¹⁴ Se presentan en este texto los resultados más relevantes de la selección de antecedentes. Para mayores detalles se puede acceder al Anexo 3: Sector papel, editorial e imprenta.

30%, donde los tres 3 sectores mejoran en cantidad de competidores, aunque destaca el crecimiento mayoritario de más de un 60% del sector imprentas.

Luego y en segundo lugar, para el 2004, observamos que el total de trabajadores es algo inferior a 24 mil personas, donde el sector productor de papel es quien más concentra mano de obra, con el 54%, seguido del sector editorial (33%) y del sector imprenta (13%). A diferencia de lo que sucede en otros sectores económicos, al estudiar la distribución de la mano de obra por tamaño de empresa encontramos que las pequeñas concentran un 23%, aunque su participación aumenta cuando se avanza en la cadena de valor (del total de trabajadores en cada sector, las pequeñas empresas concentran el 16% en el sector productor de papel, un 28% en el sector editorial y un 40% en el sector imprenta). Se observa, además, que la evolución temporal del número de trabajadores utilizado por los tres sectores se mantiene relativamente constante en los cuatro años bajo estudio, aunque con diferencias en comportamiento entre sectores, incluso contrapuestas, donde el sector editorial e imprenta parecen ser los más dinámicos en cuanto a rotación de la fuerza de trabajo.

En tercer lugar y estudiando el grado de capital humano utilizado en toda la cadena, se observa que el 56% del factor trabajo es destinado a labores de administración o a trabajos calificados, seguido de 42% de mano de obra no calificada o destinada a servicios, y sólo un 2% del personal corresponde a dueños. Por sector, se observa una diferencia en esta distribución para el sector productor de papel, donde 48% de la mano de obra es calificada, mientras que en el sector editorial lo es un 69% y en imprenta lo es un 58%. Se observa entonces, que el sector que demanda mayor mano de obra especializada es el sector editorial, lo que respaldaría la tesis que se plantea en el capítulo dos sobre la necesidad de especialización en esta área. Ahora, ¿cuáles son las tendencias según el tamaño de la empresa? Como se indicó anteriormente, un 23% de la mano de obra utilizada por todo el sector es contratada por la pequeña empresa, donde se observa una alta demanda por mano de obra calificada, la que ocupa un 53% del total de este recurso utilizado en los tres sectores. Al continuar el estudio de los patrones de contratación del tipo trabajo en las pequeñas empresas, pero ahora distinguiendo por sectores, se observa que del total de dueños de empresas trabajando en ellas, en todos los sectores es mayor o igual a un 74%, cuyo valor es creciente a medida que se avanza en la cadena de valor. En la misma línea, un 25% del personal calificado para el sector editorial es absorbido por las pequeñas empresas y un 38% del personal de este tipo en el área de imprenta. Por último, y en la misma línea también, se observa una alta concentración de personal no calificado en las áreas de impresión donde, del total del personal disponible para la industria, un 40% se encuentra en las pequeñas empresas.

Cuadro N° 12
Gasto en remuneraciones
Evolución 2001-2004 (en Miles de pesos de cada año)

| Año | Total remuneraciones | | | |
|------|----------------------|-------------|------------|-------------|
| | papel | editoriales | imprenta | total |
| 2001 | 55.960.294 | 50.096.967 | 8.376.867 | 114.434.128 |
| 2002 | 61.328.707 | 43.870.648 | 14.541.879 | 119.741.234 |
| 2003 | 62.846.650 | 50.633.909 | 12.613.586 | 126.094.145 |
| 2004 | 65.203.653 | 52.666.864 | 13.583.266 | 131.453.783 |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA

En cuarto lugar, se presentan los niveles de remuneración de todos los sectores. La evolución temporal (ver Cuadro N° 12) revela que en general se observa una tendencia al alza en casi todos los sectores, aunque sus variaciones son de pequeña magnitud. En promedio, el salario que perciben los trabajadores de los tres sectores es superior a \$600.000, bastante mayor al promedio total de la economía, el que es cercano a \$350.000. Al observar los salarios promedios mensuales por sector, se observa que el sector editorial es quien otorga las mayores rentas, con un promedio superior a \$700.000 (ver Cuadro N° 13), seguido de producción de papel (\$665.000) e imprenta (\$484.000). Esto quizás se explique por la necesidad de contar con un mayor número de mano de obra calificada del sector editorial para realizar sus actividades (ver punto 2.3 de esta tesis). Al ver las remuneraciones promedios, pero por tamaño de empresa, se observan altas diferencias entre, por un lado, pequeñas y, por otro lado, medianas y grandes, donde las primeras perciben algo más que la mitad de lo que perciben las segundas. El estudio por grado de calificación de competencias también muestra altas diferencias, donde los más calificados perciben un 77% más que los menos calificados, relación que se mantiene cercana para el sector de papel e imprentas y es algo menor para el sector editorial. Por tamaño de la empresa, no se observan cambios significativos en este patrón de comportamiento.

Cuadro N° 13
Tipo de empleos y gasto en remuneraciones sector editorial
Evolución 2001-2004 (en Miles de pesos de cada año)

| Ítem | Año | | | |
|---|------------|------------|------------|------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
| N° de establecimientos | 126 | 139 | 147 | 154 |
| Empleo | | | | |
| N° propietarios y familiares | 158 | 157 | 169 | 167 |
| N° adm. y personal calificado | 5.465 | 4.836 | 5.246 | 5.373 |
| N° personal no calificado | 2.105 | 1.731 | 2.403 | 2.250 |
| <i>Total empleo</i> | 7.728 | 6.724 | 7.818 | 7.790 |
| Remuneraciones totales (\$M) | | | | |
| Total remuneraciones adm. y trab. Calificados | 50.096.967 | 43.870.648 | 50.633.909 | 52.666.864 |
| Total remuneraciones trab. No Calificados | 9.946.430 | 8.873.272 | 12.646.372 | 13.039.248 |
| <i>Total remuneraciones</i> | 60.043.397 | 52.743.920 | 63.280.281 | 65.706.112 |
| Remuneraciones mensuales (promedio) | | | | |
| Remuneraciones mensuales promedio adm y trab. Calificados | 763.906 | 755.973 | 804.326 | 816.844 |
| Remuneraciones mensuales promedio trab. No calificados | 393.762 | 427.175 | 438.562 | 482.935 |
| <i>Remuneraciones mensuales (promedio total)</i> | 647.466 | 653.677 | 674.515 | 702.890 |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA

En conclusión, se observa que los tres sectores reúnen a algo menos de 400 empresas, concentradas en un 80% entre el sector productor de papel y de editoriales, donde se reparten a partes iguales el número de empresas activas. En conjunto, los tres sectores generaron algo menos de 24.000 puestos de trabajos (0,4% del total de la fuerza de trabajo nacional), donde más de la mitad se concentró en el sector productor de papel, seguido del sector editorial con un 33%. Además, se observa una alta demanda por mano de obra calificada, en especial para el sector editorial, mientras que los trabajadores de mayores competencias reciben rentas superiores a los de menor calificación y mayores, también, a los del promedio de toda la economía. Además, el análisis por tamaño de empresas muestra que las pequeñas constituyen el 75%, participación que es menor en el sector de producción de papel, idéntico en el sector editorial y superior en el sector de imprentas. A diferencia del comportamiento observado en otros sectores de la economía, las pequeñas empresas concentran un bajo número de trabajadores, con el 23% del total de recursos utilizados en los tres sectores, aunque esta cifra muestra un comportamiento creciente a medida que se avanza en la cadena de valor. También se observan altos requerimientos de mano de obra calificada, también concentrados mayoritariamente en las editoriales, donde nuevamente se observan altos niveles de remuneraciones respecto al de toda la economía, aunque significativamente inferiores a las remuneraciones que otorgan las medianas y grandes empresas.

En el siguiente Cuadro N° 14 se presenta la información sobre los márgenes de utilidades, costos e ingresos totales, para todos los sectores, mientras que en el Cuadro N° 15 se presenta información más detallada para editoriales. Ambos Cuadros consideran la evolución en el período 2001-2004.

Cuadro N° 14
Ingresos totales, costos totales y utilidad bruta de sectores
Evolución 2001-2004

| Año | Ingresos (Miles de \$) | | | | Costos (miles de \$) | | | |
|------|------------------------|-------------|-------------|---------------|----------------------|-------------|------------|---------------|
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| 2001 | 1.653.741.440 | 262.066.951 | 142.770.648 | 2.058.579.039 | 867.502.225 | 95.436.040 | 39.149.337 | 1.002.087.602 |
| 2002 | 1.743.983.359 | 255.972.158 | 72.876.483 | 2.072.832.000 | 949.078.317 | 92.454.220 | 80.340.373 | 1.121.872.910 |
| 2003 | 1.756.547.437 | 216.864.332 | 119.291.702 | 2.092.703.471 | 967.501.610 | 126.098.336 | 72.253.779 | 1.165.853.725 |
| 2004 | 1.929.054.446 | 270.114.853 | 137.778.997 | 2.336.948.296 | 1.037.744.076 | 166.094.615 | 76.000.151 | 1.279.838.842 |

| Año | Ingresos (% PIB corriente) | | | | Costos (% del PIB corriente) | | | |
|------|----------------------------|-------------|-----------|-------|------------------------------|-------------|-----------|-------|
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| 2001 | 3,80 | 0,60 | 0,33 | 4,73 | 1,99 | 0,22 | 0,09 | 2,30 |
| 2002 | 3,76 | 0,55 | 0,16 | 4,47 | 2,05 | 0,20 | 0,17 | 2,42 |
| 2003 | 3,45 | 0,43 | 0,23 | 4,11 | 1,90 | 0,25 | 0,14 | 2,29 |
| 2004 | 3,33 | 0,47 | 0,24 | 4,04 | 1,79 | 0,29 | 0,13 | 2,21 |

| Año | Utilidad Bruta | | | | Utilidad Bruta (% ingresos) | | | |
|------|----------------|-------------|-------------|---------------|-----------------------------|-------------|-----------|-------|
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| 2001 | 786,239,215 | 166,630,911 | 103,621,311 | 1,056,491,437 | 48% | 64% | 73% | 51% |
| 2002 | 794,905,042 | 163,517,938 | -7,463,890 | 950,959,090 | 46% | 64% | -10% | 46% |
| 2003 | 789,045,827 | 90,765,996 | 47,037,923 | 926,849,746 | 45% | 42% | 39% | 44% |
| 2004 | 891,310,370 | 104,020,238 | 61,778,846 | 1,057,109,454 | 46% | 39% | 45% | 45% |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA y Banco Central

Cuadro N° 15
Ingresos totales, costos totales y utilidad bruta de sector editorial
Evolución 2001-2004 (en Miles de pesos de cada año)

| Ítem | Año | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
| Ingresos totales por venta de productos y trabajos efectuados (\$M) | 262.066.951 | 255.972.158 | 216.864.332 | 270.114.853 |
| <i>Ingresos como % del PIB</i> | 0,602 | 0,552 | 0,426 | 0,466 |
| Costo total de los bienes recibidos y trabajos efectuados (\$M) | 95.436.040 | 92.454.220 | 126.098.336 | 166.094.615 |
| <i>Costos como % del PIB</i> | 0,219 | 0,200 | 0,247 | 0,287 |
| Utilidad Bruta (\$M) | 166.630.911 | 163.517.938 | 90.765.996 | 104.020.238 |
| Utilidad Bruta (% ingresos) | 63,58% | 63,88% | 41,85% | 38,51% |
| Valor Bruto producción (\$M) | 263.269.430 | 261.551.690 | 225.846.828 | 294.720.643 |
| Valor Agregado (\$M) | 166.523.298 | 168.606.175 | 99.871.952 | 131.071.902 |
| Valor Agregado (% ingresos) | 63,54% | 65,87% | 46,05% | 48,52% |
| Ingresos / costos | 2,75 | 2,77 | 1,72 | 1,63 |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA

Los resultados muestran una tendencia progresiva en el total de ingresos y costos, aunque el crecimiento de estos últimos ha sido de mayor intensidad, efecto que ha resultado en un menor margen de utilidad bruta, que en el año 2001 era un 51%, para terminar el año 2004 con 45% de utilidad sobre los ingresos totales. El sector productor de papel es el que revela un comportamiento más estable, resultado que es inverso en el sector de imprenta, el que revela mayor volatilidad e, incluso, arroja un resultado de utilidad negativa para el año 2002, año en que los ingresos fueron los más bajos del período y año, también, en el que el costo de este sector se duplicó; esto último seguramente se traspasó al sector de editoriales, aunque de forma más lenta, donde en el año 2004 los costos eran mayores a un 80% respecto al 2002, mientras que los ingresos de los editores aumentan en menos de un 10%. Así, todos los sectores muestran una caída en los márgenes de utilidad, aspecto que es de mayor cuantía para el sector de editoriales, quienes en el año 2001 rentaban con un 64% para terminar el período con rentas del 39% por sobre los ingresos.

Otro aspecto de interés resulta el valor de las ventas de cada sector como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) corriente. Como se aprecia en el mismo Cuadro N° 14, esta cifra se empina a un 3,3% para papeleras, un 0,47% para editoriales y un 0,24% para imprentas, para el año 2004. El análisis evolutivo revela una tendencia de caída en estas cifras para el periodo bajo estudio y para todos los sectores. Un primer comentario a esto es destacar la alta participación relativa del sector de papeleras en la economía nacional, donde ese valor relativo es similar, por ejemplo, al gasto anual del sector público en educación. Por otra parte, es interesante observar que editoriales e imprentas suman un total de 0,7 puntos del PIB para el año 2004, mientras que al comienzo, en el año 2001, se acerca a 0,9 puntos. Este resultado es interesante y se asemeja a lo expuesto por CNCA (2003) que, como se vio al comienzo de esta tesis, revelaba un valor estable de 0,9 puntos del PIB para editoriales e imprentas durante fines de la década del 90. Además, se observa que la participación relativa del sector editorial es de 2 veces al del sector de imprentas, por lo que es posible corregir la estimación realizada por dicho estudio. Para finalizar, una conclusión relevante: el tamaño de la industria del libro no puede tomar un valor mayor, esto es porque, como se explicó, estos datos consideran las actividades de edición para publicidad, diarios y revistas, lo que nos lleva a sugerir que el tamaño de la industria es una fracción (tal vez

la mitad o menos) de este resultado (recordar que el estudio de Sáez indica que el valor de la industria, para el año 2003 es igual a 0,15% del PIB).

Hasta aquí se llegará con la distinción entre los tres sectores, en adelante se estudiarán algunos aspectos evolutivos para el sector de editoriales, en tópicos de estructura de ingresos y costos. En el Cuadro N° 16 se presenta esta evolución para la estructura de ingresos. En primer lugar, se observa el predominio creciente en el tiempo de las ventas de productos propios, en desmedro de trabajos solicitados por terceros, pues al comienzo de la serie se observaba una participación relativa similar entre ambos, para terminar el año 2004 con una clara tendencia de mayor ventas de productos propios. Al desmenuzar esta información por tamaño de editoriales, se observa que las pequeñas empresas (durante todo el período) sus ventas principales eran por concepto de productos propios, mientras que las empresas de tamaño mediano y grande son las que durante el primer periodo (2001-2002) manejaban volúmenes significativos de ventas para terceros. Por otro lado, se observa además que mayoritariamente la producción es vendida en el mercado doméstico, mientras que las ventas hacia el extranjero muestran deterioros en términos absolutos y relativos al total de las ventas. A diferencia del sector editorial, las papeleras realizan un porcentaje significativo de sus ventas al exterior, con valores cercanos al 50%, lo que les permite una mayor competitividad en las formas productivas al acceder a mercados más amplios.

Cuadro N° 16
Estructura de ingresos de sector editorial
Evolución 2001-2004 (en Miles de pesos de cada año)

| Tipo de venta | Año | | | |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
| Productos vendidos fabricados por establecimiento | | | | |
| En mercado doméstico | 122.958.207 | 130.648.234 | 179.639.113 | 231.283.788 |
| En mercado extranjero | 10.709.238 | 5.193.983 | 1.034.925 | 4.546.907 |
| Total producción propia | 133.667.445 | 135.842.217 | 180.674.038 | 235.830.695 |
| Total Reventa | 9.492.163 | 12.429.478 | 14.383.266 | 22.245.543 |
| Trabajos para terceros | | | | |
| Encargos y uso de materiales de terceros | 118.850.651 | 107.638.235 | 21.761.760 | 4.815.931 |
| Reparación, conservación e instalación para terceros | 56.692 | 62.228 | 45.268 | 7.222.684 |
| Total terceros | 118.907.343 | 107.700.463 | 21.807.028 | 12.038.615 |
| Total venta | 262.066.951 | 255.972.158 | 216.864.332 | 270.114.853 |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA

Cuadro N° 17
Estructura de costos de editoriales
Evolución 2001-2004 (en Miles de pesos de cada año)

| Ítem | Año | | | |
|---|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
| Materias primas | 87.591.684 | 68.607.209 | 102.918.120 | 123.982.671 |
| Agua consumida | 162.742 | 174.413 | 195.934 | 266.001 |
| Electricidad comprada | 1.398.231 | 1.701.095 | 2.327.223 | 2.851.477 |
| Combustibles y lubricantes | 976.723 | 1.342.480 | 713.062 | 1.004.127 |
| Artículos comprados para reventa | 4.268.711 | 10.563.516 | 11.373.549 | 11.661.587 |
| Costo de los trabajos efectuados por contrato | 1.037.949 | 10.065.507 | 8.570.448 | 26.433.716 |
| Total costos | 95.436.040 | 92.454.220 | 126.098.336 | 166.199.579 |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA

El análisis de la estructura de costos resulta relevante para comprender cuáles son las características de la actividad. Más adelante, en la sección 2.3, sobre economías de escala, se tomarán distintos tópicos de este ámbito, aunque se puede adelantar que para el sector editorial de la industria del libro, son relevantes los costos de impresión de materiales. En el Cuadro N° 17 se exponen los principales componentes de costos de las editoriales, donde el ítem de materias primas absorbe parte mayoritaria en todos los años, aunque con un comportamiento relativo decreciente, pues en el 2001 este ítem significó 92%, mientras que en el año 2004 fue de un 74%. El ítem de costos que reveló una mayor variación fue el de los trabajos efectuados por contrato, que mientras para el año 2001 significan el 1%, en el año 2004 subió a un 16% del total de costos. El otro ítem que muestra una participación importante, aunque con alta desviación, es el que se incurre por la adquisición de artículos para la reventa, aspecto que es de especial interés para el sector editorial de la industria del libro (y no tanto así para el sector de publicidad, revistas y diarios). Por otra parte, la mayor parte de la materia prima, principal ítem de costo, proviene del mercado doméstico, valor que para el año 2004 significó el 82% por este concepto.

Cuadro N° 18
Origen de materia prima en editoriales
Evolución 2001-2004 (en Miles de pesos de cada año)

| Origen materia prima | Año | | | |
|----------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
| Mercado nacional | 66.806.469 | 57.944.121 | 90.572.284 | 101.176.406 |
| Mercado extranjero | 20.785.215 | 10.663.088 | 12.345.836 | 22.806.265 |
| Total costos | 87.591.684 | 68.607.209 | 102.918.120 | 123.982.671 |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA

Cuadro N° 19
Estructura de gastos indirectos de editoriales
Evolución 2001-2004 (en Miles de pesos de cada año)

| Servicio solicitado | Año | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
| Gastos de exportación | 51.475 | 152.192 | 62.551 | 161.110 |
| Fletes | 5.403.186 | 2.865.838 | 3.903.460 | 4.040.717 |
| Primas de seguros | 1.421.565 | 959.708 | 1.634.071 | 1.463.801 |
| Arriendos | 2.881.473 | 2.565.230 | 4.282.434 | 7.712.681 |
| Comunicaciones | 2.517.488 | 2.280.075 | 2.876.324 | 2.725.446 |
| Gastos de representación y publicidad | 11.856.914 | 8.879.527 | 11.215.215 | 10.015.278 |
| Servicios de almacenamiento | 63 | 0 | 6.146 | 38.219 |
| Licencia y asistencia técnica extranjera | 271.523 | 371.257 | 464.254 | 23.199 |
| Asesoría jurídica, técnica y contable | 9.773.403 | 3.030.362 | 10.264.561 | 10.660.878 |
| Otros servicios | 13.807.630 | 3.496.532 | 5.446.932 | 19.397.529 |
| Comisiones a distribuidores y representantes | 964.026 | 478.855 | 1.386.970 | 5.854.421 |
| Mantenimiento y reparación | 1.618.830 | 66.844 | 2.177.923 | 326.597 |
| Total gastos indirectos | 50.567.576 | 25.146.420 | 43.720.841 | 62.419.876 |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA

Estudiando ahora la estructura de gastos indirectos de editoriales, que se expone en el Cuadro N° 19, se observa un comportamiento volátil en cuanto al principal ítem en términos relativos. Por ejemplo, los gastos en representación y publicidad toman un valor más o menos constante en 10 mil millones de pesos, aunque en el año 2001 significó un 24% de los gastos indirectos (segundo en términos relativos), en el 2002 un 35% (primero), en el 2003 un 26% (primero nuevamente), y en el 2004 un 16% (tercero). El ítem otros servicios revela una alta variación en términos absolutos y relativos, siendo la principal partida de gasto para el 2001 y 2004. Un tercer comentario se puede referir a los gastos por transporte, que revelan una partida de gasto cada vez menor respecto del total de los gastos indirectos. Por último, otras partidas que se podrían presumir como relevantes no se observan como tales (con al menos estos antecedentes), como lo es el ítem de gasto por transporte y de exportación que tienen valores ínfimos respecto del total de gastos indirectos.

Para terminar este estudio, el análisis de los gastos por concepto de pago de impuestos (ver Cuadro N° 20) indica que el concepto por IVA es el principal causal de gasto por obligaciones tributarias, valor que es de 12 mil millones de pesos para el año 2004, equivalente al 68% de los gastos por pago de impuestos. En el año 2001 se observa un fuerte desembolso de pago por otros tipos de impuestos, como patentes o derechos municipales, que está influenciado por el comportamiento de alguna editorial de gran tamaño que tuvo obligaciones financieras. El pago del impuesto por la renta es casi siempre la segunda justificación de gasto.

Cuadro N° 20
Estructura de gasto en impuestos de editoriales
Evolución 2001-2004 (en Miles de pesos de cada año)

| Tipo de impuesto | Año | | | |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
| Contribución de bienes raíces | 283.774 | 268.551 | 367.701 | 343.350 |
| A la renta | 2.946.991 | 2.008.607 | 3.895.286 | 4.225.290 |
| Ley de timbres y estampillas | 133.317 | 170.754 | 177.224 | 200.867 |
| Al Valor agregado | 15.423.736 | 19.647.798 | 19.434.209 | 12.408.169 |
| Otros (patentes, derechos municipales y producción) | 177.585.121 | 3.262.827 | 890.508 | 1.034.571 |
| Total de impuestos | 196.372.939 | 25.358.537 | 24.764.928 | 18.212.247 |

Fuente: Elaboración propia con datos de INE-ENIA

En conclusión, en esta sección 1.2 se contemplan distintos resultados novedosos y relevantes para comprender la estructura y comportamiento del sector gráfico en Chile.

En primer lugar, respecto a oferentes y capital humano utilizado, el total de empresas muestra un crecimiento sostenido para el período, finalizando el año 2004 con un total de 392 empresas, distribuidas en un 40% en papeleras, un 39% en editoriales, y el 21% restante en imprentas. Por otro lado, el total de mano de obra utilizada es de 23.936 puestos de trabajo en el 2004, un 50% ocupada en papeleras, un 33% en editoriales, y menos de un 20% en imprentas; el análisis evolutivo indica un crecimiento a nivel agregado, aunque por sectores se muestran distintas variaciones. Además, existe una alta demanda por mano de obra calificada, en especial para editoriales, quienes perciben remuneraciones mayores al promedio nacional.

En segundo lugar, los márgenes de renta revelan distintos comportamientos por sectores: en papeleras existe una tendencia relativamente constante donde las utilidades oscilan entre un 45 y 48% de los ingresos totales; en editoriales se observa una tendencia decreciente que parte desde un 64% inicial, en el 2001, para terminar con un 37%, en el 2004; en imprentas, la variación es más intensa, obteniendo incluso valores negativos en el ejercicio del año 2002. Además, los ingresos de papeleras equivalen a un 3,3% del PIB, en editoriales un 0,47% y en imprentas un 0,24%, todos valores para el año 2004, aunque el análisis evolutivo revela una tendencia de caída en la participación relativa a la economía, medida a través de este indicador.

En tercer lugar, la principal fuente de ingresos para el sector editorial son las ventas de productos elaborados por ellas mismas y ofrecidas al mercado doméstico, aunque al comienzo de la serie la venta de servicios de edición por encargos de terceros tenía una participación significativa sobre el nivel total de ventas, explicado por el comportamiento de las medianas y grandes compañías.

En cuarto y último lugar, el principal ítem de costo de editoriales corresponde a la adquisición de materias primas, equivalente al 74% de los costos totales en el año 2004, valor que viene en descenso desde el comienzo de la serie. Además, mayoritariamente la adquisición de las materias primas se realiza en el mercado doméstico. Finalmente, el IVA es el principal pago de las editoriales por concepto de impuestos, cifra que en el año 2004 alcanza a 12 mil millones de pesos.

Conclusiones sobre la industria del libro

El tamaño del sector editorial en Chile no supera el 0,6% del PIB. Esta es una aproximación optimista pues considera una definición amplia de las actividades de edición, al incluir aquellas relacionadas con el sector publicitario, revistas y diarios. Así, la industria del libro significaría un porcentaje de este valor, que según algunos estudios lo sitúan entre un 0,32% del PIB (su nivel más alto según este indicador para el año 1992) y un 0,15% del PIB (su nivel más bajo para el año 2003).

El estudio de Sáez determina un valor para la industria del libro equivalente a 111 millones de dólares para el año 2003 (a precio público y considerando textos escolares) compuesto en un 50% por producción doméstica y en un 50% por importaciones. Del mismo estudio se concluye que al extraer los textos escolares el valor de la producción cae a 72 millones de dólares, compuesto en 34% de producción doméstica y en un 66% de importaciones.

Según datos del Banco Central, las importaciones oscilarían entre 35 millones para el año 2000 y 39 millones de dólares para el año 2006, que en términos relativos significa un descenso como porcentaje del PIB, desde un 0,05 a un 0,03%. Además, la misma fuente indica una tendencia de aumento en precios y de una caída en cantidad de libros importados, mientras que para diccionarios y enciclopedias se observa un deterioro tanto en cantidad como en precio.

La evolución del sector editorial doméstico parece estar en los últimos años en un período de expansión (iniciado en el año 2002), según los datos del Banco Central-INE y el indicador de nuevos títulos inscritos y de ejemplares producidos entregado por la Cámara Chilena del Libro.

El análisis del sector editorial en un sentido amplio (que podemos denominar como sector gráfico) con base en la Encuesta Nacional Industrial Anual para el período 2001-2004 indica (ver Cuadro Resumen N° 1) un ascenso en el número de empresas, como también en el uso del factor trabajo, donde estos últimos tienen remuneraciones mayores a los del promedio de la economía. Por otro lado, los márgenes de renta se han deteriorado progresivamente, partiendo desde un 64% inicial, en el 2001, para terminar con un 37%, en el 2004. Los ingresos revelan una caída en el período, aunque los costos experimentan un crecimiento cuya variación es mayor a la variación en ingresos, lo que ha repercutido en la caída de los márgenes de renta. La principal fuente de ingresos son las ventas de productos elaborados por ellas mismas y ofrecidas al mercado doméstico, mientras que el principal ítem de costo corresponde a la adquisición de materias primas, mayoritariamente adquiridos en el mercado doméstico. Finalmente, el IVA es el principal pago de las editoriales por concepto de impuestos, cifra que en el año 2004 alcanza a 12 mil millones de pesos.

Cuadro Resumen N° 1
Indicadores del sector editorial gráfico
Evolución 2001-2004

| Ítem | Año | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
| N° de establecimientos | 126 | 139 | 147 | 154 |
| Empleo total (N° de trabajadores) | 7.728 | 6.724 | 7.818 | 7.790 |
| Gasto total en remuneraciones (\$M) | 60.043.397 | 52.743.920 | 63.280.281 | 65.706.112 |
| Remuneraciones mensuales (promedio en \$) | 647.466 | 653.677 | 674.515 | 702.890 |
| Utilidad Bruta (\$M) | 166.630.911 | 163.517.938 | 90.765.996 | 104.020.238 |
| Utilidad Bruta (% ingresos) | 63,58% | 63,88% | 41,85% | 38,51% |
| Ingresos totales (\$M) | 262.066.951 | 255.972.158 | 216.864.332 | 270.114.853 |
| Ingresos totales (como % del PIB corriente) | 0,60% | 0,55% | 0,43% | 0,47% |
| Venta de producción propia (\$M) | 133.667.445 | 135.842.217 | 180.674.038 | 235.830.695 |
| Venta de productos de terceros (\$M) | 118.907.343 | 107.700.463 | 21.807.028 | 12.038.615 |
| Costos totales (\$M) | 95.436.040 | 92.454.220 | 126.098.336 | 166.094.615 |
| Costos totales (como % del PIB corriente) | 0,22% | 0,20% | 0,25% | 0,29% |
| Gasto en materias primas | 87.591.684 | 68.607.209 | 102.918.120 | 123.982.671 |
| Gasto en impuesto a la renta | 2.946.991 | 2.008.607 | 3.895.286 | 4.225.290 |
| Gasto en impuesto al valor agregado (IVA) | 15.423.736 | 19.647.798 | 19.434.209 | 12.408.169 |

Fuente: Elaboración propia con datos de ENIA - INE

Pues bien hasta aquí se han capturado algunos órdenes de magnitud que nos permiten comprender y situar las actividades que se realizan en el sector de la industria del libro. Ahora, la tarea será comprender las dinámicas de estructura y comportamiento de este sector relacionadas con las fallas de mercado: identificar cuáles son, los resultados que inducen y las soluciones recomendadas por la teoría económica. Todos estos tópicos se estudian en el capítulo 2 y siguiente.

2. Fallas de Mercado

El estudio de la estructura de los mercados considera identificar la existencia de un modelo de competencia o de un número importante de imperfecciones que inciden en resultados subóptimos. En particular, en este capítulo se continuará el análisis para extraer las principales fuerzas que empujan los desempeños del sector, con especial orientación a fallas de mercado tales como externalidades en el consumo y bienes públicos, competencia imperfecta entre productores de la cadena de valor, economías de escala en los procesos productivos y diversos tipos de integración vertical y horizontal entre los actores.

2.1. Externalidades y bien público

Condición necesaria para el funcionamiento eficiente de un mercado es que los beneficios privados sean iguales a los costos privados. El beneficio privado de los lectores será el placer o utilidad individual que cada lector del libro extraiga por su consumo, lo que dependerá de sus preferencias. Por ejemplo, dos personas pueden diferir en el placer que les reporta el leer poemas de Vicente Huidobro: quizás una crea que es muy superficial y sin sentido, lo que hace que no sea de su preferencia, mientras otra podrá decir que es el mejor vanguardista latinoamericano, lo que también es de su particular preferencia. Uno podría ir hacia la crítica especializada, en esta área que es la literatura, y podrá estar de acuerdo o no con que se le reconozca efectivamente como uno de los iniciales y fundamentales artistas vanguardistas de esta región del mundo¹⁵, pero en términos económicos nos preocuparemos de las preferencias particulares de las personas, quienes si encuentran placer por el ejercicio lector, en este ejemplo por las obras de Vicente, entonces este placer les significa un beneficio privado; así, la suma de todos los beneficios individuales, por este concepto, serán considerados los beneficios privados totales¹⁶. Ahora, los costos privados en este mercado serán aquellos en que los productores del libro deben incurrir como, por ejemplo, los costos de creación, edición, impresión y distribución: un libro de poemas de Vicente Huidobro pasará por esta cadena de actores en la etapa de producción y, su costo final, dependerá

¹⁵ Recordemos que la obra de Vicente Huidobro (1893-1948) se encuentra en la primera mitad del siglo XX. Se le considera el creador y principal exponente de la corriente “creacionismo”. Para una breve reseña de su obra, visite http://es.wikipedia.org/wiki/Vicente_Huidobro, también en el sitio web de www.memoriachilena.cl se encuentra material del autor y de dominio público (que han perdido los derechos de autor, véase el anexo de creadores, en este mismo estudio), entre otros autores nacionales.

¹⁶ En las bases del pensamiento económico se encuentra este aparentemente simple ejercicio. El concepto detrás corresponde a aquellas impulsadas por el utilitarismo (Bentham, Stuart Mill, John Harsanyi), corriente que establece, con algunas diferencias sutiles por parte de cada autor, que las acciones deben ser ejecutadas si los beneficios netos son positivos (beneficio neto es igual a beneficio bruto menos costo, o placer menos dolor como se establecía en sus inicios con Bentham). Si bien este concepto elemental en economía está presente en todo este documento, será de especial atención cuando se estudie los incentivos de los agentes económicos que interactúan en esta industria (¿Qué prima más, los beneficios monetarios u otros no pecuniarios -como desarrollar el arte, por ejemplo-?)

de la eficiencia en la asignación de recursos destinados para su producción (es decir, pueden existir dos empresas que incurran en distintos costos por elaborar el mismo producto, supongamos el poemario *Altazor*). Se dice que en un mercado existirá equilibrio si la suma de los beneficios marginales sociales por consumirlos es igual a la suma de los costos marginales por producirlos; sin embargo, en este mercado existen ciertas particularidades que permiten afirmar que los beneficios y costos privados no son iguales a sus respectivos beneficios y costos sociales. Las argumentaciones son diversas, pero se identifican dos fuerzas no convencionales principales: existen beneficios sociales de carácter cultural y beneficios sociales asociados a acumulación de capital humano.

Lo primero hace referencia a que el ejercicio de la lectura resulta en que los lectores absorben elementos de la cultura productora del bien libro, interiorizándose de ciertas prácticas o elementos idiosincrásicos de ella; además, la comunidad se ve beneficiada de un mayor reconocimiento de sí misma por medio del ejercicio lector de sus integrantes: si estos libros poseen contenidos domésticos, entonces se puede establecer que las personas se reconocen en estos bienes, lo que *fortalece la identidad* del país¹⁷. Si estos bienes poseen contenidos de otras culturas (nacionales o internacionales), se puede decir que el consumo de ellos *fortalece la diversidad cultural*, al permitir el intercambio de experiencias recogidas en las obras, experiencias poco o nada frecuentes en el país doméstico¹⁸. Bajo un análisis económico evolutivo, la diversidad es sinónima de mejor funcionamiento de la libertad de elección, lo que implica un mayor funcionamiento, también, de los mercados.

Siguiendo esta línea, de externalidades en el consumo como fortalecimiento de identidad y diversidad cultural, es posible hacer una distinción de acuerdo a lo expuesto en el primer capítulo, en cuanto a las tipologías de libros. La ampliación de contenidos por medio de las TIC, y en particular la oferta de libros virtuales, es un claro ejemplo de cómo se acercan distintas culturas al permitir el intercambio de obras por medio de la red Internet, cuyo consumo fomenta la diversidad cultural del país que permite y desarrolla un mayor acceso a los contenidos virtuales. Por otro lado, el crecimiento de la oferta de contenidos domésticos va en dirección del fomento de la identidad, además de la diversidad cuando los oferentes de contenidos se insertan en un marco de competencia (no existen restricciones a los flujos de contenidos); la literatura y textos escolares, que son el motor de la industria nacional, también inducen en forma significativa al desarrollo de estos beneficios sociales¹⁹.

¹⁷ En particular, la identidad social es un aspecto relevante de estudio para la sociología, con autores como Alain Tourain, Anthony Giddens, Pierre Bourdieu e, incluso, el Nobel Amartya Sen, economista y filósofo, quien otorga a la preocupación de la identidad social, y aspectos relacionados con la cultura, un rol indispensable para el desarrollo, y no sólo económico, de las sociedades (ver PNUD 2004, en especial capítulo I).

¹⁸ Se pueden diferenciar dos mercados: uno en que el bien posee elementos culturales de nuestro país (es decir, fue creado o editado en nuestro país) y otro en el que el libro contiene elementos culturales de otras naciones. En ambos casos los beneficios sociales de aumento en capital humano pueden ser igualmente importantes. Sin embargo, si consideramos al primer mercado, es claro que en este existe un mayor fortalecimiento de la identidad social (pues contiene características de nuestra cultura), mientras que en el segundo mercado, cuando los libros son importados, pueden ser más relevantes los beneficios sociales asociados al intercambio de conocimiento entre las culturas.

¹⁹ Al respecto, es frecuente la discusión en el sector si la actual diversidad de contenidos, en todas sus temáticas, es suficiente, lo cual puede ser algo difícil de cuantificar, por el carácter subjetivo del sentido. Creo que tal vez la pregunta se debería orientar a cómo hacer para que exista más diversidad de contenidos, tanto domésticos como foráneos. Por ejemplo, sobre los contenidos nacionales: ¿los textos escolares recogen la diversidad de visiones que

Lo segundo refiere a que el ejercicio de la lectura desarrolla habilidades que permitirán a las personas un mayor desempeño de sus competencias básicas; si esta absorción de conocimientos y habilidades se utilizan en las labores de trabajo, se habla de una mejora en el capital humano de la fuerza de trabajo, lo que es un beneficio social extra para la sociedad al aumentar la productividad de este factor²⁰. Considerando que los niveles de capital humano en nuestro país son bajos para las actuales exigencias de un mundo competitivo y abierto a los demás²¹, el fomento del consumo de libros aparece complementario a los actuales esfuerzos para fomentar tanto una mayor calidad de la educación como también un robusto Sistema Nacional de Innovación (SNI).

En conclusión, el modelo económico tradicional afirma la existencia de una falla de mercado, con las características típicas de una externalidad positiva a nivel de consumo. El resultado es que los niveles de equilibrio son menores a los óptimos sociales o, de igual forma, los beneficios sociales por el consumo del bien libro superan a los beneficios privados. Esto tiene claros efectos sobre la política cultural óptima. En el Gráfico N° 3 se muestra la problemática de las externalidades en el consumo, donde el subíndice “p” denota privado, mientras que el subíndice “s” denota social. Así, en esta figura la cantidad de equilibrio de mercado, Q_p , es menor al equilibrio social, Q_s , el que sí incorpora el beneficio por las externalidades mencionadas.

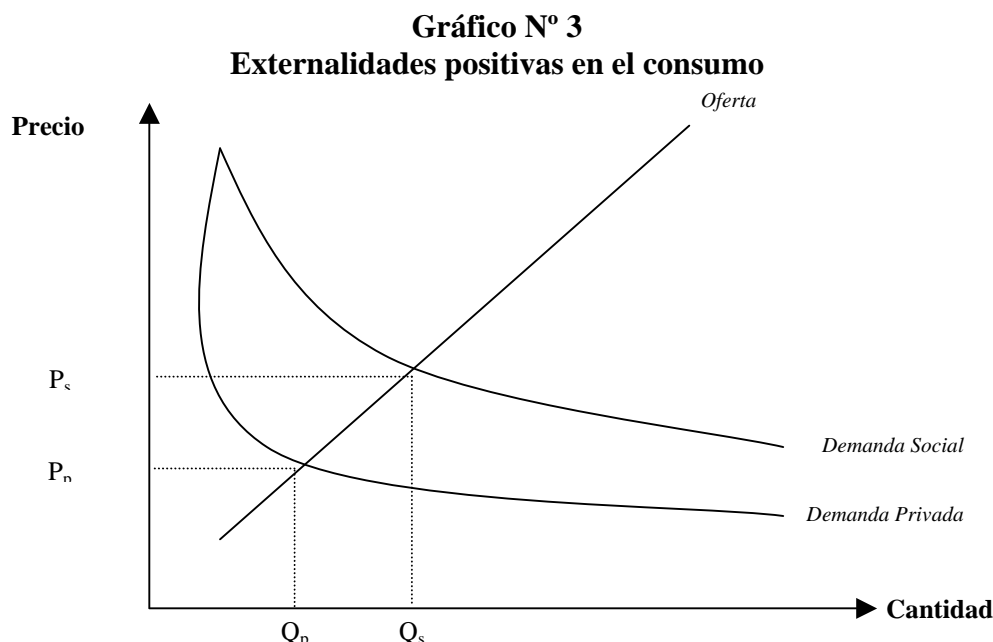
También es posible esgrimir que el producto de los autores, de los escritores, tiene conocimiento, lo que nos permite salir del análisis del mercado del libro y caer al análisis del mercado del conocimiento. En esta situación también existen externalidades positivas por la demanda de este bien: la sociedad se beneficia de un mayor consumo sobre las formas de producir bienes y servicios, sobre los diversos pensamientos de los autores, sobre las realidades que ven los escritores, sobre sus órdenes de mundos en los que creen, y se beneficia también por la mayor comprensión en las formas que toman los distintos estilos de vida, en los mecanismos inherentes en las relaciones entre personas. En esta situación, en este mercado del conocimiento, también se observa, como en el mercado del libro, que el equilibrio de mercado, o privado, es menor al equilibrio social. Importante es notar que los productores de conocimiento tienen desincentivos a producir más obras porque la apropiabilidad de los beneficios es difícil de hacerla efectiva. El ya todo un clásico ejemplo del software es claro sobre el asunto: producir un nuevo programa computacional podría reportar bajos ingresos al productor si la obra es fácil de copiar y

existen en el país? ¿En literatura existen géneros no explorados por los autores nacionales? ¿Cuáles son las áreas de conocimiento técnico por desarrollar, general o aplicado?

²⁰ Algunas de las habilidades que desarrolla el ejercicio lector respecto al capital humano son: i) Mejora de la memoria de corto y largo plazo; ii) Permite la identificación de problemas concretos junto a sus causas; iii) El importante desarrollo de la imaginación estimula la organización equilibrada del entorno inmediato de trabajo del sujeto; iv) El consabido enriquecimiento lingüístico mejora notablemente el trato con el cliente al poder exponer en forma clara y significativa las prestaciones de la empresa; y, v) Asimismo, la comprensión de amplios argumentos literarios (dramáticos, poéticos, históricos) y el desarrollo grupal de los conceptos relevantes en él son clave en la detección de las necesidades de los clientes o asociados, sin dejar de lado que lo mismo se aplicaría a diferentes departamentos de una empresa.

²¹ En Brunner (2003), pág. 14, se muestra un resumen de la situación del país. Por ejemplo, al año 1998, sólo 14,9% de la fuerza de trabajo posee las competencias para la actual sociedad de la información. Indicadores y estudios negativos sobre este tópico abundan, y no sólo en lo que respecta a la formación de capital humano, sino que también a capital humano avanzado (conocimiento técnico y especializado), lo que significa una amplia capacidad de desarrollo, relativo a nivel doméstico e internacional.

transmitir entre consumidores; similar situación ocurre en una industria relacionada al libro, es decir, en la industria cultural de la música²².



Fuente: Elaboración propia

Mientras se hacen algunos análisis sobre las características de las externalidades, es necesario indagar en las peculiaridades referidas a la rivalidad y exclusión del bien libro, donde algunas variables, como el uso del bien y el tiempo de consumo, parecen relevantes para clasificar si un determinado libro presenta algunas de estas dos características.

La no exclusión en el consumo de un bien ocurre cuando, dado un determinado nivel de producto, el costo de incluir a un individuo más en el consumo es bajo (o cero). Es posible pensar que algunos libros provistos por instituciones públicas muestran rasgos de baja exclusión, como por ejemplo las bibliotecas (públicas o privadas, universitarias o escolares), donde sus costos de operación están determinados con la administración de los espacios y de los catálogos, y no varía con el número de visitantes lectores (suponiendo que el recinto no está saturado). Otro ejemplo se da en aquellos libros compartidos con familiares y/o amigos, donde no existe un cobro extra luego de haber adquirido el bien. La exclusión es clara en aquellos libros ofrecidos por los mecanismos tradicionales de venta como librerías, es decir, en la primera adquisición del libro y no en sus posteriores usos (privados o públicos).

Es cierto que la lectura de libros no es posible realizarla, al menos en la forma corriente, entre dos personas al mismo tiempo, lo que señala la existencia de rivalidad en su consumo. Sin embargo, cuando la exposición es oral, como en recitales de poesías o cuentos, se observa que no existe rivalidad, la que estará limitada por la capacidad técnica de los espacios y medios utilizados. Si el horizonte de tiempo es más amplio, también se observa cierto grado de no

²² Más adelante se profundizará sobre esta problemática y los incentivos para la producción de obras, es decir, los derechos de propiedad intelectual.

rivalidad: El que un libro esté al alcance de distintas personas sólo exige un nivel de competencias lectoras y de conocimientos indispensables para ser consumido.

Véase un libro en una biblioteca: cumple con las características típicas de un bien público: no es posible hacer un cobro por su uso ni existe rivalidad en su consumo (al menos en un horizonte de tiempo amplio y con baja demanda). ¿Es posible hablar de bien público para aquellos libros dispuestos en nuestra biblioteca? Si no es una herramienta de uso constante (lo que dependerá de los oficios del dueño, por ejemplo un manual de macroeconomía para un economista, o un libro de Nietzsche para un filósofo) puedo hacer circular el libro entre amigos y/o familiares para que puedan disfrutar de aquella obra: se observan ciertas características de los bienes públicos. Relacionado con esto, la iniciativa “Libro Libre” promueve el consumo de un bien con las características típicas de un bien público, donde distintas personas dejan títulos en espacios abiertos para que estos sean recogidos por otros lectores quienes, una vez leída la obra, vuelven a dejar el libro en otro sitio para que sea recogido por otro lector, recorriendo así el libro distintas localidades²³. Observando la oferta del sector privado, abastecer a un lector más involucra desembolsar mayores recursos para producir más unidades del bien, y los actuales niveles de producto “rivalizan” entre distintos lectores que desean la obra: Aquí el bien es observado como un bien privado.

Así, cuando el libro tiene peculiaridades de bien público, no se hace referencia a los libros para consumo individual en el sentido tradicional, sino a usos “colectivos”, como en bibliotecas públicas y privadas, o iniciativas comunitarias como libro libre, o intercambio con otras personas: un libro en una tienda no es un bien público, un libro en un colegio sí lo es. Además, se debe considerar la variable tiempo, que permita la no rivalidad en el consumo. Por tanto, las dinámicas de comportamiento de los libros cuando presentan características de bien público no pasan por el sistema de precios.

En conclusión, se observa que la existencia tanto de externalidades positivas como la de ciertas características de bien público incentivan a que el mercado otorgue una solución menor al óptimo social. Las soluciones para corregir esta falla de mercado se presenta por medio de dos alternativas tradicionales recomendadas por la economía: subvenciones al consumo (si lo relevante es la externalidad), permitir la discriminación perfecta en precios (si el bien posee características de bien público) o determinar por medio de la acción colectiva los niveles óptimos a proveer (ya sea por medio del sector público o privado).

2.2. Poder monopólico y competencia imperfecta

A menudo se menciona que la industria del libro presenta altos niveles de concentración del mercado, en especial en algunos componentes de la oferta, como en editores y distribuidores. Si bien alta concentración no significa necesariamente ejercicio de poder monopólico, sí es una señal de precaución. El poder monopólico genera serias distorsiones en el mercado, como i)

²³ Para más antecedentes véase www.librolibrechile.cl para conocer la experiencia chilena en esta acción, donde la primera “liberación de libros” se promovió a mediados del 2006.

Pérdida de bienestar social; ii) Traspaso de recursos desde consumidores de libros a oferentes; iii) Genera barreras a la entrada de otros competidores; y, iv) Limita el accionar de otros competidores y/o actores del proceso productivo. Lo primero se produce a causa de producir un menor nivel de producto (respecto al óptimo social), generando el “peso muerto” por todas aquellas unidades que son deseadas socialmente pero que finalmente no se producen. Lo segundo significa que el ejercicio de poder monopólico, traducido en un mayor precio y menor cantidad del producto respecto del equilibrio competitivo, captura las disponibilidades a pagar de los lectores, aumentando los beneficios marginales de los productores. En tercer lugar, los actuales oferentes (editoriales y distribuidores con poder monopólico) establecen normas de comportamiento que dificultan la entrada de otros oferentes, realizando acciones como amenazas de guerras de precios (en especial con comportamientos predatorios) o de cantidades, etc. Lo cuarto es similar al anterior, pero a los actuales oferentes se les restringe la entrada a determinados mercados, se establecen contratos exclusivos entre editoriales y distribuidores, editoriales pueden discriminar precios en desmedro de los actores más pequeños o de los mismos distribuidores. En definitiva, el poder monopólico ejerce serias distorsiones en el mercado y limita la competencia, produciendo pérdidas sociales.

La existencia de esta competencia imperfecta puede tomar distintas formas y puede variar de un sector a otro. Lo primero, sobre las formas a nivel general, se refiere a seis tipos de comportamientos, donde cuatro consideran al producto como homogéneo (el bien es similar al ofrecido por otros productores) y dos identifican diferenciación en los productos. Los cuatro primeros modelos son: i) Monopolio simple: Un sólo productor determina precios y cantidades del mercado para abastecer a la demanda; ii) Cournot: Un oligopolio maximiza sus beneficios en función de la cantidad de producto, asumiendo que las cantidades de los demás productores es una variable exógena (está dada); de este modo, el precio de equilibrio del mercado será determinado en forma residual a este proceso de optimización conjunta; iii) Bertrand: Similar al anterior, con la distinción en que la optimización está en función del precio; así, las cantidades de equilibrio estarían determinadas por la magnitud de la demanda; iv) Stackelberg: Existen oferentes que actúan como líderes y otros como seguidores, donde los últimos determinarán sus cantidades de equilibrio una vez los primeros realizan su maximización individual (este modelo es una variación del oligopolio Cournot)²⁴. Los segundos modelos, que introducen el concepto de diferenciación en los productos, son: i) Hotelling: Los productores compiten en precio y en una ubicación determinada (competencia espacial), esto último con el fin de capturar al mayor número de consumidores que frecuentan tal lugar; y, ii) Chamberlain: Este último modelo indica que los productores poseen el monopolio sobre un determinado bien, y compiten con otros monopolios cuyos productos poseen similares características al bien ofrecido. Estos son los modelos que entrega el análisis de organización industrial. ¿Cuál de estos predomina en la totalidad del sector? ¿Se observan diferencias por tipologías de libros? ¿Permiten explicar el comportamiento de los agentes de la cadena de valor? Estas inquietudes son las que hay que responder para comprender las formas que toma la competencia imperfecta en esta industria, aspecto que a continuación se estudia.

Revisando la competencia por la cadena de valor, y partiendo con los autores, es tradicional la indicación de la existencia del monopolio de estos sobre sus obras, resguardados por los derechos de autor, cuyo comportamiento es similar al que insinúa la competencia

²⁴ También existe un quinto modelo similar al estilo líder seguidor, pero donde la variable de competencia es precio.

monopolística en organización industrial (el modelo Chamberlain). Como ya se mencionó más arriba, existen ciertas problemáticas en el mercado que incentivan una baja apropiabilidad de los beneficios para los creadores de obras (e, incluso, para los demás productores), lo que incentiva el establecimiento de medidas de resguardo para proteger estos derechos que permiten generar rentas. Habitualmente, es candente la discusión entre quienes defienden los derechos de autor con quienes desean una libre difusión del conocimiento. Estos últimos argumentan que el ejercicio monopolístico de los derechos de autor generaría desincentivos a este libre acceso por parte de los usuarios consumidores, e incluso para los mismos creadores que también son demandantes de este conocimiento. ¿Se requiere alguna modificación en las reglas del juego que establecen el tiempo y condiciones en que los autores son dueños de sus obras? ¿Se deberían permitir plataformas de difusión que bajen las obligaciones por derechos de autor en beneficio de éste al lograr mejor cobertura del público? En lo personal, creo que cualquier iniciativa que promueva la libre circulación del conocimiento es positiva y, por tanto, se deberían buscar mecanismos que incentivan su difusión (más circulación de obras, tanto en soportes físicos como virtuales, para todos los tipos de contenidos). En cuanto a las rentas que se deben otorgar a los escritores, se deben buscar mecanismos que fomenten un mayor acceso a editoriales y otros de difusión, además de los apoyos estatales y de otros organismos privados y públicos que estén interesados en el desarrollo de la creatividad, como también el otorgar rentas por actividades complementarias (participación en seminarios, talleres, uso de imagen, *merchadising*, publicidad, etc). En definitiva, los escritores, una vez elaborada su obra, mantienen el monopolio sobre la creación (o se traspa a las editoriales) y compiten con otros escritores monopolísticos que tratan de cautivar la atención del público lector. Al estudiar esta competencia por los tipos de contenidos, se observa que la competencia monopolística es particularmente importante para autores de obras de literatura y de obras científicas y técnicas, y no tanto así para textos escolares, para diccionarios y enciclopedias y para libros de interés general, donde en estos son más bien las editoriales quienes contratan a determinados creadores para elaborar contenidos, y son las editoriales quienes mantienen los derechos de autor sobre los materiales (por tanto, éstas mantienen una competencia monopolística en este tipo de obras).

Mientras los escritores enfrentan una competencia imperfecta con alta diferenciación en sus productos, a la Chamberlain, para llegar al público, también se observa otro tipo de competencia entre ellos, pero esta vez en la entrada al mercado, donde existe un alto número de oferentes con sus distintos manuscritos y obras que buscan la atención de editores. Un orden de magnitud interesante se cita en Katz (2006)²⁵, donde dado el alto nivel de producción de manuscritos elaborados por los autores se traduce en que sólo un porcentaje pequeño de ellos son presentados para su evaluación de publicación (3 o 4 de cada 10 mil²⁶). Así es como surge la necesidad de los editores de usar un filtro en las obras elaboradas solicitando los servicios de algún agente literario, quien representa a un conjunto de autores (Caves)²⁷. Este comportamiento

²⁵ Pág. 11

²⁶ En el caso de la industria farmacéutica, el ratio de llegada al mercado es menor, donde 1 de cada 5.000 productos finalmente son puestos en él, a diferencia del sector libro, donde sólo 1 de cada 10.000 finalmente lo hace. Así, queda expuesta la alta incertidumbre que enfrentan los creadores de obras, en especial literarias, para lograr obtener rentas por la publicación de sus trabajos.

²⁷ No obstante, la figura del agente literario parece más relevante para el caso de industrias del libro más desarrolladas y con mayor número de partícipes. Caves presta una alta atención a este agente, pues está pensando las problemáticas que enfrenta la industria del libro norteamericana, donde la necesidad por esta figura es más relevante que para el caso chileno.

transforma la competencia a un modelo del tipo O. Lewis, similar al que revelan otras industrias culturales, y en particular la industria del disco y el cine, donde existen *mayors* e *indies* que rivalizan el acceso a los mercados. En conclusión, dos tipos de competencia se observan entre los autores, primero una intensa competencia en la entrada al mercado, mientras que una vez en él preservan los monopolios sobre sus obras que se diferencian del resto y cautivan distintos segmentos de la demanda lectora²⁸.

Siguiendo con la cadena de valor, ahora con editores, se observa un comportamiento similar a los creadores, en cuanto a competencia monopolística, donde las casas editoras poseen los derechos de los autores que están bajo su licencia, además de aquellos cuyos contenidos son elaborados a solicitud de la editorial, aspecto que les permite la diferenciación entre sus pares del mercado. Además, los catálogos son generalmente especializados a temas específicos (literatura, educación, artes, etc.), lo que también es un incentivo a la diferenciación para la competencia monopolística. Ahora, una vez establecido el catálogo de contenidos, los editores determinan la cantidad a ofrecer dependiendo de la experiencia y de cómo estiman que responda la demanda, y así determinan un precio de venta recomendado a distribuidores y comercializadores, sobre el que realizan los descuentos. Por otra parte, las editoriales compiten entre sí para captar las demandas lectoras, como también lugares privilegiados en los lugares de exposición en las distintas plataformas de venta a público. Por último, las editoriales, en especial transnacionales, importan contenidos desde el extranjero, como también impresos desde la matriz u otras sucursales regionales, sobre los que también posee derechos exclusivos que incentivan la competencia monopolística.

A nivel de distribución se observa un comportamiento distinto al de los anteriores actores, en particular en lo que respecta sobre la exclusividad de las obras. Por un lado, los distribuidores mayoristas, que pueden actuar como intermediarios entre editores nacionales (o editoriales y distribuidores en el extranjero) y canales de venta directa, conforman sus catálogos de acuerdo a la red de proveedores y distribuidores minoristas que construyan; por último, existe cierto grado de especialización de contenidos (por ejemplo, materiales de literatura, enciclopedias y obras de referencia, etc.) pero no es intensa. Por otro lado, los distribuidores minoristas o canales de venta directa no poseen un grado de especialización pronunciada, tanto así que se pueden nombrar por materias: arte (editorial y librería Contrapunto), derecho (editorial y librería Andrés Bello), medicina (librería Ariel, distribuidora y librería Mediterráneo) y religión (editorial y librería Paulinas, editorial y librería Don Bosco, editorial y librería San Pablo). Dos aspectos parecen relevantes para la competencia en este nivel de la cadena de valor: precio y ubicación. Por una parte las librerías escogerán aquellos materiales que ofrezcan el menor precio de venta con descuento de la editorial o del distribuidor, e incluso tienen incentivos, para el caso de las importaciones, a salir a buscar ellos mismos hacia el extranjero en búsqueda de mejores precios que los que ofrece la editorial o el intermediario. Por otra parte, la concentración de librerías o canales de venta directa en lugares concurridos por la demanda potencial también es muy marcada; prueba de ello es lo que se observa en localidades como el centro de la capital, el barrio Lastarria, barrio San Diego y los centros comerciales como mall. De acuerdo a antecedentes de la Cámara Chilena del Libro²⁹, el total de librerías es cercano a 100 unidades, con un 25% de ellas ubicadas en el sector céntrico, un 40% en sector oriente y un 30% en regiones. Este

²⁸ Más antecedentes se pueden encontrar en el anexo creadores de esta tesis.

²⁹ Listado de librerías disponible en el sitio web www.camlibro.cl

comportamiento de las librerías resulta en la competencia del Modelo Hotelling, con alta concentración de negocios en determinadas zonas (por la competencia espacial) y precios similares entre los que se encuentran en aquel segmento, lo que produce descubertura de la demanda como también precios estables.

Siguiendo con el nivel de distribución, las ventas *on-line* están influidas por el comportamiento de *Amazon*, quien tiene una alta concentración de las ventas del mercado y mayores precios en comparación a otras alternativas de adquisición de libros por Internet³⁰. ¿Significa que el producto que ofrece este actor es distinto al que ofrecen otros sitios de Internet y plataformas físicas, como librerías, en donde los servicios extras otorgados por *Amazon* permiten absorber estas rentas y transformar la competencia a la Chamberlain?. Al parecer así es el comportamiento de este oferente en la red Internet, donde el proveedor ha logrado posicionar una marca de servicios relacionados que permite una diferenciación idiosincrásica respecto a los otros canales de venta directa, no importando tanto así la variable precio o cualquier otro atributo cuantificable. En el caso chileno no se observa una alta oferta de contenidos por medio de plataformas virtuales, aunque algunas editoriales y otros centros de venta directa ofrecen la alternativa de compra virtual.

Por otra parte y según el análisis de tipologías por soporte, se observa que en la red existen diversas páginas que concentran un número importante de obras, que se especializan en los contenidos y, a la vez, van adquiriendo un monopolio sobre su oferta. Muestra de lo anterior es el mencionado caso de Amazon, como también lo es Librodot (con miles de libros virtuales en español), Google Books (con libros gratuitos y restringidos), Wikipedia (como material de consulta general y referencia), Memoria Chilena (con material de patrimonio literario de nuestro país), Biblioteca Cervantes (con material literario hispanohablante), por mencionar algunos casos.

En conclusión, se observa que a nivel de creadores y editoriales existe una competencia imperfecta predicha por el modelo Chamberlain, o competencia monopolística, que se traduce en que la oferta de contenidos y materiales es de propiedad exclusiva de los oferentes, quienes compiten con otros que entregan productos con similares características. Por otra parte, se observa que para la entrada al mercado existe una alta competencia entre escritores, de los cuales sólo algunos logran insertarse en el mercado, lo que se traduce en una competencia entre *mayor*, o de mayor tamaño, e *indies*, o de menor tamaño. Finalmente, a nivel de distribución se observa una competencia a la Hotelling para librerías, donde los atributos de competencia son precio y lugar, lo que parece contraproducente al efecto de diversidad que genera la competencia monopolística a nivel de editores, y que sólo algunos canales de venta directa especializados (por temáticas, no tanto así por servicios conexos y relacionados u otros atributos) han logrado posicionar una marca de productos que compiten por otros tipos de libros, como también la experiencia de algunas plataformas en Internet que especializan sus contenidos de oferta.

³⁰ Ver Katz (2006), pág. 12.

2.3. Economías de escala

Las economías de escala son otra expresión de la existencia de barreras a la entrada. En el sector del libro se ha mencionado que éstas existen en la impresión de las obras, pero esto es sólo parte del problema, aunque más adelante, en esta misma sección, se estudiará tal situación. El problema de las economías de escala se manifiesta cuando la producción u oferta de libros se produce a niveles anteriores a los de la escala mínima eficiente, e incentiva la aparición de monopolios naturales cuando la demanda es menor a este nivel. Las economías de escala se expresan en cuatro situaciones: i) Existen altos costos fijos cuya amortización es en el largo plazo, ii) Se requiere de especialización en el trabajo, iii) La experiencia juega un rol fundamental en las formas de producción (*learning by doing*) y, iv) Existen economías de reserva.

Lo primero, sobre los altos costos fijos, es claro cuando los actores deben invertir en los espacios donde realizarán su producción, como también en el equipamiento tecnológico e infraestructura inmobiliaria: En las editoriales destaca la adquisición de catálogos y la mantención de inventarios, en las imprentas la maquinaria óptima para sus procesos, en las librerías el stock de muestra y la plataforma adecuada para la exhibición y venta, incluso en las ventas *on-line* aparecen algunos rasgos de economías de escala, como la necesidad de construir una base de datos adecuada con los catálogos que se ofrecerán a los públicos objetivos, el software necesario para mostrar la información principal y la complementaria (como datos del autor, libros del mismo o de temáticas cruzadas), como también el stock o contratos de disponibilidad de materiales que permitan la distribución oportuna frente a los requerimientos de la demanda.

Lo segundo se refiere a los requerimientos de la mano de obra, la que debe estar interiorizada de todos los procesos productivos necesarios y de sus tecnicidades: En el caso del libro se puede considerar este efecto despreciable comparado a otros mercados como, por ejemplo, el farmacéutico o tecnológico. No obstante, al igual que cualquier actividad, la especialización de la mano de obra requiere un trabajo de las herramientas adecuadas. Escritores deben manejar el lenguaje y las temáticas de las ideas y realidades que pretenden explorar. Editores requieren conocer los procesos productivos relacionados con el trabajo de edición, como también conocer los catálogos, los procesos de impresión y alternativas de distribución³¹. En librerías se requiere conocer a los clientes, sus preferencias, los tipos de relaciones a entablar con distribuidores, como también conocer el catálogo que se ofrece. Además, todos los actores deben conocer los beneficios y costos que significa la aparición de Internet y el desarrollo de la *digital economics*. En definitiva, aún cuando la especialización no requiere de mayores complejidades como en otras áreas, científicas por ejemplo, sí es relevante la necesidad de la especialización en la actividad, lo que va en beneficio de los mismos actores de la cadena de valor como también es beneficio desde un punto de vista social, al facilitar y optimizar los procesos de producción.

La experiencia claramente da ventajas a los participantes, en especial por la captura del *know how* o cómo se hace: Los escritores requieren manejar la forma en que plasmarán sus

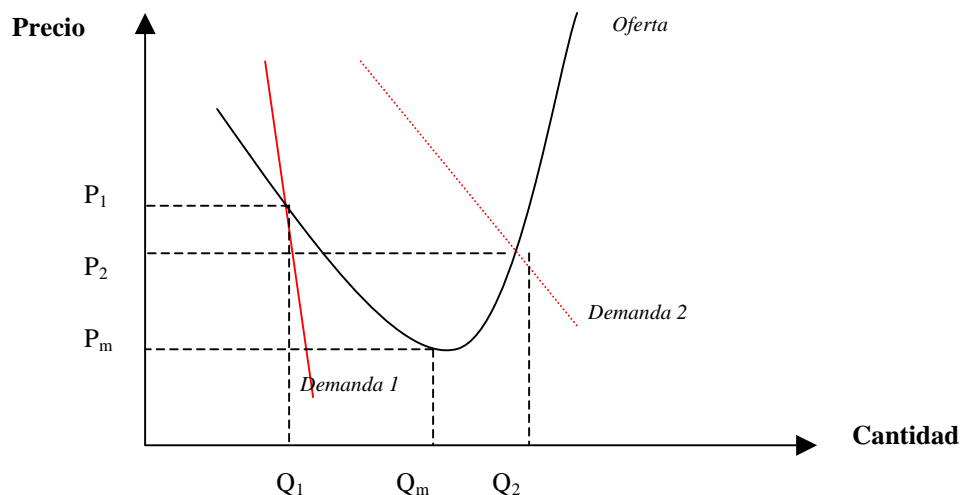
³¹ En el 2007 se ofrece en el mercado académico la primera carrera especializada para esta área, como lo es el Magíster de edición de libros y revistas, lo que es una muestra de la creciente demanda por especialización y perfeccionamiento en el área.

trabajos (en el caso de los escritores de novelas, por ejemplo, generalmente significa un esfuerzo de un año o más), las temáticas a desarrollar, etc.; los editores deben aprender a definir cuáles son los catálogos especializados a los que se dedicarán, las formas de relación (contratos) que establecerán con actores relacionados (como autores, agentes literarios, imprentas y distribuidores), deben construir la estrategia de negocios, conocer los tiempos que requieren los procesos productivos, etc.; las distribuidoras deben definir cuáles son las plataformas físicas (número y lugar) en la que tendrán contacto con los lectores, qué servicios complementarios ofrecerán, etc.; por último, los lectores también se ven beneficiados a medida que van explorando sus lecturas, *surfeando* entre clásicos o entre recomendados, por amigos, familiares o autores, lo que les facilita las alternativas a la hora de elegir qué y dónde adquirir la obra.

En el cuarto punto se hace referencia a la necesidad de mantener ciertas inversiones para enfrentar contingencias desfavorables, en especial si hay bajos niveles de demanda (o un mayor nivel de especialización y sofisticación de ella) o recesiones económicas que aumentan los costos de producción, por ejemplo.

A menudo se menciona que los costos de impresión son decrecientes a medida que el tiraje sea mayor. En general, los procesos de producción de las imprentas se realizan a través de máquinas *off-set*, las cuales significan actividades de diagramación y diseño de placas que concentran gran parte de los costos fijos. El papel es un costo menor, por lo que el costo de impresión promedio varía sustantivamente desde una edición que realiza un tiraje de 100 copias a otra cuyo tiraje es de 3.000, es decir, puede significar reducciones en el valor promedio del libro de incluso más de un 50%. En nuestro país, tal como se mostró en el primer capítulo, cerca del 50% de los nuevos títulos se realizan con un tiraje igual o menor a 1.000 copias, y un 75% utiliza un tiraje menor o igual a 1.500 copias, cuya justificación principal (por parte de editores, que son quienes determinan el tiraje) es que la demanda no responde a mayores niveles de producción. Esto explica en parte la creciente demanda, por parte de editoriales y escritores, de las imprentas digitales, donde los costos promedios de la obra son fijos y es una alternativa de impresión atractiva cuando los tirajes son bajos (por lo general igual o menor a 500 copias), otorgando obras *on-demand*. Aún así, y con el predominio de las imprentas *off-set*, el resultado de la principal tecnología usada en el sector es que se produce una deficiencia en el número de ejemplares en circulación y, por tanto, afecta a un mayor precio de la obra. En el Gráfico N° 4 se muestra este comportamiento de las economías de escala en la impresión, donde se observa que los niveles de equilibrio (Q_1) se realizan a cantidades menores a los de la escala mínima eficiente (Q_m), donde $P_1 > P_m$; incluso, el gráfico indica que se podrían tener niveles de precio intermedios (como P_2) con un nivel de producto mayor a la situación actual (Q_1) y de los de la escala mínima eficiente (Q_m) si consideramos una expansión considerable de la demanda (*Demanda 2*). Una política comúnmente recomendada en economía en estas situaciones es fomentar el uso de la escala mínima eficiente o reducir los costos medios, para ampliar el mercado e incentivar comportamientos más competitivos. En la situación del mercado del libro, se deberían buscar mecanismos que incentiven el uso de las economías de escala en la impresión (por ejemplo premios por niveles, por cambios en estrategias de comercialización, por ampliación de mercados, etc.), como también crear incentivos para ampliar la demanda del mercado.

Gráfico N° 4
Economías de escala en la impresión



Fuente: Elaboración propia

En otros países de la región, que muestran mercados más desarrollados y competitivos (ver Cuadro N° 21), se observa un claro aprovechamiento de las economías de escala, es decir, con tirajes mayores a 4.000 copias, lo que resulta en una mayor difusión de las obras y, también, en un menor precio de venta público. Al desagregar esta información según los contenidos de los materiales se observa que aquellos con mayor circulación corresponden a los libros didácticos o textos escolares, comportamiento que presumiblemente se repita en nuestro país, mientras que el de menor tiraje es para las obras científicas y técnicas, lo que es consistente con la mayor oferta de contenidos virtuales de este tipo.

Cuadro N° 21
Tiraje promedio en Hispanoamérica
Año 2004

| Tipo de contenido | País | | | |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | España | Colombia | México | Brasil |
| Didáctico | 4.269 | 4.389 | 13.288 | 14.442 |
| Interés general | 5.791 | 4.590 | 5.284 | 10.399 |
| Científico y técnico | 2.073 | 3.519 | 2.921 | 6.437 |
| Religión | n.d. | 4.477 | 13.151 | 1.904 |
| Promedio total | 4.579 | 4.350 | 6.885 | 9.183 |

Fuente: CERLAC 2006

Además, siguiendo con las economías de escala, es importante indicar aquellas que enfrentan las importaciones. La variable más relevante que enfrentan los importadores, y que encarece los costos de producción, son los que refieren al transporte, depósito e inmovilización del capital, donde a mayor número de ejemplares importados, menor es el costo promedio de los materiales, en especial aquellos que son transportados desde regiones más lejanas, como

Colombia, México y España, donde la preferencia es por el transporte en barco, donde se pagan derechos por “cubo”, el que tiene un costo fijo y una capacidad específica de transporte.

Por último, los canales de venta enfrentan altos costos de comercialización, como en todos los sectores de la economía, que requieren de inversión en activos fijos de magnitud relevante, como por ejemplo en equipo inmobiliario, arriendo de locales, servicios de venta, plataformas virtuales, complementación de catálogos, otros servicios de atención al cliente especializados, etc. Como se verá más adelante, en la siguiente sección, existen distintas problemáticas en el mercado que significan que la inversión en estos servicios de comercialización sea siempre subóptima, lo que es una señal de precaución para fomentar la especialización en el sector.

En conclusión, se observa que los distintos actores presentan actividades y procesos que requieren costos por concepto de la operación, donde se considerarán aspectos de inversiones fijas, especialización de la mano de obra, experiencia y economías de reserva. Particularmente, en el sector el costo por estas actividades parece ser menor al que requieren otras actividades de la economía. No obstante, un aspecto de economía de escala podría manifestarse por los costos de impresión, donde se presume un nivel de producción anterior a la escala mínima eficiente, donde de seguir aumentando los niveles de producción significaría obtener costos promedios de impresión menores y, por tanto, menores niveles de precio de venta final. Otra economía de escala se manifestaría con las importaciones, donde los costos por transporte son fijos y tienen una capacidad o volumen determinados, la que es un desincentivo a la importación frecuente de materiales, pues se esperaría recomposiciones de stock de acuerdo a una merma significativa en las bodegas según los requerimientos de la demanda lectora. Por último, los canales de comercialización enfrentan también costos de inversión elevados, y en especial aquellos referidos a la entrega de servicios especializados. La solución a estos problemas es permitir mecanismos que fomenten el uso de mayores niveles de producción, como también crear mecanismos de subsidio o de franquicias tributarias u otros incentivos para fomentar tales inversiones.

2.4. Integración vertical y horizontal

En un marco de competencia los agentes otorgan un dinamismo al mercado que se traduce en la aparición y desaparición de actores, de relaciones entre ellos y determinación de productos y precios finales. En esta sección veremos que el estudio de las relaciones entre los actores de la industria del libro permite comprender el grado de integración entre ellos, integración que puede ser del tipo vertical u horizontal. El primero significa que una entidad agrupa a distintos actores de la cadena de valor (por ejemplo, una empresa que es editorial y distribuidor), mientras que el segundo significa que una empresa absorbe a otras del mismo proceso productivo (por ejemplo, varias editoriales concentradas en un sello principal).

La integración vertical centra la atención en las relaciones contractuales entre los agentes de la cadena de valor. Algunas de estas relaciones derivan en “restricciones verticales”, lo que significa que los comportamientos de los agentes parecen similares a los de una integración vertical completa, aunque estos mantienen la autonomía de su propiedad. Además, las relaciones

nacen tanto por fortalecer el vínculo en el proceso de la cadena (por ejemplo, asegurar el abastecimiento de insumos o garantizar la distribución de libros producidos o importados), como también establecer la forma de pago entre los actores (precios lineales -como descuentos-, suma fija -pago por concesiones o derechos de franquicia- y contratos de agencia). Las obligaciones que asumen los distintos actores pueden reportar en fijación de precios de venta (*resale price maintenance*, ya sea un valor máximo o un valor mínimo), exclusividad horizontal (*exclusive territories*, por ejemplo monopolios de provisión y distribución del bien para determinadas zonas) y exclusividad vertical (*exclusive dealing*, por ejemplo adquirir sólo insumos de un determinado proveedor o, también, distribuir sólo los libros de determinado productor).

Las principales causas reconocidas en la literatura de la organización industrial son cuatro: i) Costos de transacción, ii) Externalidades verticales, iii) Externalidades horizontales; y, iv) Ejercicio de poder monopólico. Los costos de transacción señalan que un agente de la cadena de valor incorporará determinado proceso a su producción si y sólo si el costo por acudir al mercado es mayor. De esta manera, los editores no tienen incentivos a incorporar o adquirir imprentas por la alta competencia que se observa en el sector de impresos, éste último fortalecido por la demanda de folletos, materiales publicitarios, los envíos al exterior, como también los bajos costos de producción de los insumos de celulosa en nuestro país (ver punto 1.2 de esta tesis). De igual forma, los escritores enfrentan altos costos de comercialización si desean entregar ellos mismos sus obras al público, por lo que delegan estas tareas a editoriales, quienes enfrentan menores costos marginales de distribución de libros en comparación a creadores individuales. Por último, la teoría de los costos de transacción también reconoce que existen costos de búsqueda elevados, de aprendizaje de la nueva relación, incertidumbre sobre el cumplimiento de los acuerdos, todos aspectos que desincentivan la búsqueda de agentes en el mercado por parte del principal, por lo que se diseñan contratos con características cercanas y próximas a las restricciones verticales.

Las formas de externalidades verticales son: i) Doble marginalización y ii) Externalidades por servicios de venta. El primero parte del supuesto que tanto productores (editoriales) como distribuidores (y canales de venta directa) tienen algún grado de poder monopólico (o pueden influir en el precio); así, el productor ofrece al distribuidor un precio de venta mayor al de su costo marginal, mientras que después el distribuidor establece un precio de venta a público mayor al costo marginal en el que incurre (es decir, un precio mayor al que pagó al productor), optimización que le significa al productor una merma en la demanda por su producto, por lo que entrega al distribuidor un precio mayor, desincentivando aún más la cantidad de producto en el mercado. Por supuesto, este efecto de doble marginalización tiene consecuencias muy por debajo de la competencia (es decir, menor cantidad y mayor precio), e incluso aún peores que los resultados de un monopolio conjunto (entre editor y distribuidor como un ente). Para corregir esta problemática algunas de las soluciones son: i) Integración absoluta entre editor y distribuidor, ii) El editor establece un precio de venta máximo, que restrinja la doble marginalización del distribuidor y aumente los niveles de venta y, iii) Contrato de agencia, donde el distribuidor recolecta un porcentaje sobre el nivel de ventas.

La segunda externalidad vertical se refiere a que editoriales se benefician de los esfuerzos del distribuidor por entregar servicios de venta y comercialización especializados, pues aumenta la demanda lectora y se fortalece la fidelización del cliente con el producto, pero el costo es completamente asumido por el distribuidor, lo que genera desincentivos a la provisión óptima de

servicios de venta. Las soluciones a esta problemática son: i) El editor recibe una suma fija, como un derecho de marca o franquicia, mientras que el editor vende al distribuidor a costo marginal del libro, y este último recolecta todos los beneficios por los costos incurridos en servicios de venta; y, ii) El editor subsidia al distribuidor con algunos de estos costos por servicios.

Por el lado de las externalidades horizontales se observan dos tipos: i) *Free riding*; y, ii) Conflicto de incentivos. El primero es sobre los problemas de aprovechamiento gratuito entre los distintos agentes de un eslabón de la cadena de valor, y en particular en esta industria la problemática es entre distribuidores y canales de comercialización, quienes se benefician por los esfuerzos en servicios de venta al cliente entregados por los competidores. Algunos canales de venta se enfrentan a la disyuntiva de ofrecer más servicios o competir con otros canales de venta que discriminan por precio u ofrecen servicios de venta atada como, por ejemplo, supermercados o tiendas comerciales que pueden ofrecer libros a costos marginales (e, incluso inferiores a ellos) como parte de una estrategia de promoción por la compra productos que son el *core* del negocio. Así, los canales de venta tradicionales, en especial librerías, no se pueden apropiarse de todos los beneficios que genera tal costo en servicios, por lo que genera un desincentivo en su provisión. Las soluciones son: i) Precio de reventa mínimo, que significa eliminar la competencia en precios y aumentar la provisión de servicios de venta especializados³²; y, ii) Exclusividad horizontal, que editoriales otorguen monopolios a los canales de venta en determinadas zonas geográficas.

El conflicto de incentivos primero identifica a un distribuidor, o a un canal de venta directa, que ofrece títulos de distintos productores. Este distribuidor, o canal de venta directa, tiene incentivos a disminuir los servicios de venta de determinados productos cuando cree que se verá compensado por un aumento en la demanda de otros títulos que reaccionan positivamente ante las caídas de los servicios de venta de los primeros. Un ejemplo de esto puede ser el caso de las reediciones, donde la última versión de un libro concentra los esfuerzos de los distribuidores respecto a servicios de venta para cautivar la demanda lectora.

Entonces, así como se estudian las tendencias de la integración vertical, también es relevante la dinámica del mercado en cuanto a la integración horizontal que se observa en él. Este tipo de integración se refiere a los procesos de concentración y asociación entre actores del mismo eslabón de la cadena de valor, es decir, entre escritores, editoriales y distribuidores. A continuación estudiaremos tales tendencias.

Primero veamos a creadores. El proceso de creación de obras generalmente es individual y no requiere de esfuerzos colectivos o en sociedad. Ya en un nivel anecdótico, existe un mercado de solicitudes de trabajo a pedido, donde algún personaje, por lo general de notoriedad pública (farándula, política), encarga a un creador (o a un grupo de ellos como escritores, periodistas) la elaboración de memorias o análisis de contingencia o de la realidad del país, trabajo que una vez realizado espera por la firma del demandante, quien hace pasar la obra como suya. Por otra parte, a menudo existen asociaciones y gremios de escritores (u otros creadores) para proponer y tomar cursos de acción en conjunto, ya sea realizando actividades al interior de la

³² La política de Precio de Venta Único, también conocida como precio fijo, permite solucionar esta problemática de subproducción de servicios de ventas especializados en librerías, como también corrige la problemática de la doble marginalización, fomentando mayores niveles de venta y menores precios de venta a público: La política actuaría tanto de precio mínimo como de precio máximo.

colectividad o ante otros actores del mercado y del Estado. En nuestro país existe la Sociedad de Escritores de Chile (SECH)³³, como la más importante asociación. También existen asociaciones del tipo que permiten construir editoriales para promover sus obras.

En las editoriales es más evidente el proceso de integración horizontal. En Chile existen algunas pocas editoriales que concentran y representan a una gran cantidad de sellos extranjeros (ver Cuadro N° 22), y que por tanto poseen parte o todo los derechos de la distribución nacional. Si bien la oferta en el extranjero es amplia (en Hispanoamérica 16.752 editores inscribieron títulos nuevos o reediciones en el registro ISBN en el año 2005³⁴) no deja de llamar la atención el proceso de selección y concentración de catálogos entre los editores de mayor tamaño. Como ya se mencionó, generalmente esto significa importaciones de material desde otras naciones que utilizan las economías de escala, por lo que el valor del libro es menor a si se realizara en forma doméstica, por lo que es un incentivo a las importaciones de materiales de bajo tiraje.

Cuadro N° 22
Integración horizontal en editoriales

| Editorial | Catálogo que representa | Total |
|------------------------|---|-------|
| Editorial Planeta | Editorial Planeta (editorial principal, española), Booket (ediciones de bolsillo, libros actuales, de bajo precio y diseño de portada funcionales), Columna Edicions (publicaciones en catalán), Ediciones del Bronce (obras no occidentales, como asiáticos y africanos), Ediciones Destino, Ediciones Martínez Roca (entretenimiento, salud, conocimiento interior, libro práctico), Ediciones Minotauro (incorporada desde el 2001, ciencia-ficción), Ediciones Paidós Ibérica (sicología, filosofía, sociología, historia y pedagogía), Editorial Seix Barral (principal sello literario del grupo), Ediciones Temas de Hoy (actualidad, filosofía, crítica, ensayos), Editorial Ariel (libros especializados para el estudiante), Editorial Crítica (filosofía, economía, actualidad, política, divulgación política, arqueología, antropología, etc), Editorial EMECÉ (Argentina), Editorial Espasa (publica autores después de la Guerra Civil Española), Editorial Geoplaneta (información turística, cartografía y guías de viaje, Lonely Planet), Esencia (fundada en enero de 2007, novela romántica, por y para mujeres), Libros Cúpula (autoayuda práctica, libros ilustrados), Plawerg Editores, Quinteto (libros de bolsillo, de 5 editoriales españolas independientes: Anagrama, Edhasa, Península/El Aleph, Salamandra y Tusquets, Publicações Dom Quixote (Portugal), Timun Mas Narrativa (incorporada desde 2002, épica juvenil), Editorial Planeta Argentina, Editorial Planeta Chile, Editorial Planeta Colombia, Editorial Planeta Ecuador, Editorial Planeta México, Editorial Planeta Uruguay, Editorial Planeta Venezuela, Editorial Planeta, Grandes Publicaciones, Infantil y Juvenil (cuatro colecciones, Destino Infantil y juvenil –publica álbumes ilustrados y libros de ficción-, Planeta Oxford –en 2004, en asociación con la Universidad-, Timun Mas –desde 2003- y Planeta júnior –para niños-, Planeta Publishing Corp (USA) | 31 |
| Arrayán | Alianza Editorial, Anaya Educación, Anaya Grandes Obras, Anaya Infantil Juvenil, Anaya Multimedia, Aique, Algaida, Anaya Touring Club, Barcanova, Cátedra, CECSA, CISS Praxis, Corimbo, Ediciones Morata, Edimar, Editorial Médica Panamericana, Educar, Escuela Española, Eudema, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Instituto Geográfico Militar, J. Mestas, Juventud, Limusa, Multimedia, Narcea S.A. de Ediciones, Noveduc, Oberon, Oikos-Tau, S.L., Pirámide, Reverte, Roycan, Rubiños, Stampley, Tecnos, Vox Bibliograf. | 32 |
| Random House Mondadori | Cisne, De bolsillo, Montena, Debate, Mondadori, Lumen, Grijalbo, (originaria de España), Arete, Plaza y Janez, Collins, Rosadelvents | 11 |
| Santillana | Aguilar, Alfaguara, Alfaguara infantil y juvenil, IUP, Mi jardín, Punto, Punto de lectura, Richmond, Santillana (especializada en textos escolares), Santillana docentes, Santillana evaluación, Suma, Taurus | 13 |
| LOM | Universidad de Chile, Ed. Universitaria de Santiago, DIBAM, Le monde diplomatique, Autoediciones, Comunicación arte y cultura, Universidad Católica Silva Henríquez, Ediciones CECATP. | 8 |

Fuente: Elaboración del autor con información de sitio web de editoriales y de www.camlibro.cl

³³ www.sech.cl

³⁴ CERLAC (2006), pág. 33.

En librerías, por otra parte, en nuestro país existen algunas experiencias en cuanto a integración vertical. Por ejemplo, usando los antecedentes disponibles en el sitio web de la Cámara Chilena del Libro, el principal canal de venta directa especializado es la Feria Chilena del Libro, con 14 locales y con una intensa presencia en centros comerciales. En segundo lugar se encuentra Librería Antártica, con 10 locales y, también, con alta presencia en centros comerciales como *mall*. Sigue en tercer lugar Librería José Miguel Carrera con 7 locales, con una alta presencia en sectores de la zona oriente de la capital. Destaca además la expansión de librerías especializadas como Librería Contrapunto, que con su área temática de arte contempla una red de 8 locales; Librería Mediterráneo, especializada en salud y con 7 locales; y, por último, al reunir librerías especializadas en contenidos religiosos, como Librería Paulinas, San Pablo, y Cruzada Cristina, se observan 14 locales de venta en conjunto. Para finalizar, es importante observar que no se encuentra presencia de librerías multinacionales en nuestro país, ya sean provenientes de lugares con mercados más desarrollados como España, Argentina, Colombia o México (este último se representa a través de librería Fondo de Cultura Económica, con un local en nuestro país).

Conclusiones sobre fallas de mercado

En este capítulo se identificaron y estudiaron las principales fallas de mercado presentes en el sector libro, como también las implicancias sobre el desempeño del sector y las soluciones que recomienda la teoría económica. Todos estos aspectos se presentan en el Cuadro Resumen N° 2.

En primer lugar, la existencia de externalidades positivas (capital humano, identidad y diversidad cultural) y de ciertos rasgos de bien público incentivan, ambas, una subproducción de obras respecto del óptimo social. Las soluciones para corregir esta falla de mercado se presenta por medio de dos alternativas tradicionales recomendadas por la economía: Subvenciones al consumo (si lo relevante es la externalidad), permitir la discriminación perfecta en precios (si el bien posee características de bien público) o determinar por medio de la acción colectiva los niveles óptimos a proveer (ya sea por medio del sector público o privado).

En segundo lugar, se observa competencia monopolística a nivel de escritores y editores insertos en el mercado, que se traduce en que la oferta de contenidos y materiales es de propiedad exclusiva de los oferentes, quienes compiten con otros que entregan productos con similares características. Además, los escritores enfrentan una alta competencia para acceder a este mercado, lo que se traduce en una competencia entre *mayor*, o de mayor tamaño, e *indies*, o de menor tamaño. Finalmente, a nivel de distribución se observa una competencia a la Hotelling para librerías, donde los atributos de competencia son precio y lugar.

Cuadro Resumen N° 2 Fallas de mercado

| Falla de mercado | Descripción | Resultado | Solución |
|----------------------------------|--------------------------------------|---|--|
| Externalidad | En el consumo de libros | Subproducción de obras | i) Subvenciones al consumo ii) Provisión pública o privada |
| Bien público | En consumo 'colectivo' de libros | Subproducción de obras | i) Provisión pública o privada ii) Discriminación perfecta en precios |
| Competencia monopolística | En creadores y editoriales | Diferenciación del producto | |
| Competencia espacial | En librerías | Descobertura de la demanda y precios estables | Incentivos para lugares con descubertura |
| Economías de escala | En impresión <i>off-set</i> | Subproducción de obras y precios altos | Incentivar uso de escala mínima eficiente |
| | En inversión de activos fijos | Subproducción de servicios | Incentivos tributarios, subsidios, asociación, etc. (similar a problemas de pymes) |
| | En importaciones | Subproducción y precios altos | Incentivos tributarios, subsidios, asociación, etc. (similar a problemas de pymes) |
| Integración vertical | Doble marginalización | Subproducción y precio alto | i) Integración total ii) Precio de venta máximo iii) Contrato de agencia |
| | Externalidad vertical en servicios | Subproducción de servicios | i) Editor recibe cuota fija ii) Editor subsidia costos |
| | Externalidad horizontal en servicios | Subproducción de servicios y competencia en precios | i) Precio de venta mínimo ii) Exclusividad horizontal |
| Integración horizontal | En editoriales | Concentración | Tribunal de la Libre Competencia |
| | En librerías | Concentración | Tribunal de la Libre Competencia |

Fuente: Elaboración propia

En tercer lugar, un aspecto de economía de escala podría manifestarse en los costos de impresión, y se presume un nivel de producción anterior a la escala mínima eficiente, donde de seguir aumentando los niveles de producción significaría obtener costos promedios de impresión menores y, por tanto, menores niveles de precio de venta final. Otra economía de escala se manifestaría con las importaciones, donde los costos por transporte son fijos y tienen una capacidad o volumen determinados. Por último, los canales de comercialización enfrentan también costos de inversión elevados, como también enfrentan desincentivos a la provisión de servicios especializados. La solución a estos problemas vendría determinada por permitir mecanismos que fomenten el uso de mayores niveles de producción, como también crear mecanismos de subsidio o de franquicias tributarias u otros incentivos para aquellas de mayores inversiones.

En cuarto y último lugar, sobre la integración entre los actores, esta puede tomar la forma de vertical y horizontal. La integración vertical no es un fenómeno extendido, aunque sí se observa la existencia o la necesidad de restricciones verticales que fomenten un mejor desempeño del sector. La existencia del problema de doble marginalización, entre editores y distribuidores, fomenta a un resultado subóptimo de producto y a un precio de venta final mayor al de competencia perfecta. Las externalidades verticales y horizontales en los servicios de venta generan desincentivos a que distribuidores y canales de venta inviertan en estos. Además se observa, en cuanto a la integración horizontal, una fuerte concentración de sellos editoriales en unas pocas editoriales, como también de algunas redes de distribuidores, lo que es una señal de precaución ante eventuales comportamientos anticompetitivos.

Conclusiones finales

A menudo se confunde en los estudios del sector entre las actividades propias de la industria del libro con la industria gráfica. Esta última considera, además de libros, los trabajos de contenidos para publicidad, diarios y revistas. Si bien es cierto que la relación entre ambos sectores es cercana, relevante es lograr separar tales subsectores para comprender sus propias dinámicas de estructura y comportamiento.

El estudio del sector gráfico nos permite un primer acercamiento al sector de la industria del libro ante la escasez de datos más precisos. El análisis de la Encuesta Nacional Industrial anual (ENIA) revela que el tamaño (según las ventas totales) del sector editorial gráfico en Chile no supera el 0,6% del PIB. Otros resultados interesantes para el período 2001-2004 son los siguientes: i) Existe un crecimiento en el número de empresas, como también en el uso del factor trabajo, donde estos últimos tienen remuneraciones mayores a los del promedio de la economía; ii) Los márgenes de renta, medidos como porcentaje de la utilidad bruta sobre el total de las ventas, tienen un comportamiento decreciente a través del tiempo, partiendo desde un 64% inicial, en el 2001, para terminar con un 37%, en el 2004; esto se explica, por una parte, por una caída progresiva en los ingresos (medido como % del PIB) y, por otra parte, por un importante incremento en los costos (tanto en términos absolutos como relativos al PIB); iii) La principal fuente de ingresos son las ventas de productos elaborados por editoriales, las que en su mayoría son ofrecidas al mercado doméstico; iv) El principal ítem de costo corresponde a la adquisición de materias primas, mayoritariamente adquiridos en el mercado doméstico; y, v) El IVA es el principal pago de las editoriales por concepto de impuestos, cifra que en el año 2004 alcanza a 12 mil millones de pesos.

Con esto, el tamaño de la industria del libro tendría un valor menor al 0,6% del PIB, que según Sáez (2003) significaría entre un 0,32% del PIB (su nivel más alto según este indicador para el año 1992) y un 0,15% del PIB (su nivel más bajo para el año 2003). El mismo estudio determina un valor para la industria del libro equivalente a 111 millones de dólares para el año 2003 (a precio público), compuesto en un 50% por producción doméstica y en un 50% por importaciones. Al extraer los textos escolares el valor de la producción cae a 72 millones de dólares, compuesto en 34% de producción doméstica y en un 66% de importaciones.

Según datos del Banco Central, las importaciones oscilarían entre 35 millones para el año 2000 y 39 millones de dólares para el año 2006, que en términos relativos significa un descenso como porcentaje del PIB, desde un 0,05 a un 0,03%. Además, la misma fuente indica una tendencia de aumento en precios y de una caída en cantidad de libros importados, mientras que para diccionarios y enciclopedias se observa un deterioro tanto en cantidad como en precio.

Por otro lado, en la estructura y comportamiento de la industria del libro existen distintas fallas de mercado que producen ciertos resultados que son adversos, en especial a efectos tales como mayores precios, subproducción de obras y subproducción de servicios. Estas fallas son externalidades, bien público, competencia imperfecta, economías de escala e integración vertical y horizontal, en donde para cada una de ellas la teoría económica recomienda distintas alternativas de política cultural (ver Cuadro Resumen del Capítulo 2).

La existencia de externalidades positivas (capital humano, identidad y diversidad cultural) y de bien público incentivan, ambas, una subproducción de obras respecto del óptimo social.

Sobre la competencia imperfecta se observa que: i) A nivel de escritores y editores existe competencia monopolística, que se traduce en que la oferta de contenidos y materiales es de propiedad exclusiva de los oferentes, quienes compiten con otros que entregan productos con similares características; ii) Los escritores enfrentan una alta competencia para acceder a este mercado, lo que se traduce en una competencia entre “mayor” e “indies”; iii) A nivel de distribución se observa una competencia a la Hotelling para librerías, donde los atributos de competencia son precio y lugar.

Las manifestaciones de economía de escala se encuentran en: i) Los costos de impresión, y se presume un nivel de producción anterior a la escala mínima eficiente, donde de seguir aumentando los niveles de producción significaría obtener costos promedios de impresión menores y, por tanto, menores niveles de precio de venta final; ii) las importaciones, donde los costos por transporte son fijos y tienen una capacidad o volumen determinados; y, iii) los canales de comercialización, quienes parecen tener elevados costos de inversión en activos fijos, como también enfrentan desincentivos a la provisión de servicios especializados.

La integración vertical no es un fenómeno extendido, aunque sí se observa la existencia o la necesidad de restricciones verticales que fomenten un mejor desempeño del sector. La existencia del problema de doble marginalización, entre editores y distribuidores, fomenta a un resultado subóptimo de producto y a un precio de venta final mayor al de competencia perfecta. Las externalidades verticales y horizontales en los servicios de venta genera desincentivos a que distribuidores y canales de venta inviertan en estos.

Por último, en cuanto a la integración horizontal, se observa una fuerte concentración de sellos en unas pocas editoriales, como también de algunas redes de distribuidores, lo que es una señal de precaución ante eventuales comportamientos anticompetitivos.

A partir de esta tesis se desprenden además una serie de posibles futuras investigaciones, entre las que destacan:

- ✓ Determinar el tamaño del sector libro considerando (a lo menos) el valor total de las ventas, número de títulos y ejemplares en circulación, todo esto diferenciando por medio de tipologías de libros según origen (si es producción doméstica o importaciones) y según tipologías de contenidos (como literatura, textos escolares, científicos y técnicos, diccionarios y enciclopedias, y de interés general).

- ✓ Comportamiento de los creadores (en anexo se incluye un breve ensayo)
- ✓ Estructura organizacional del sector editor de libros. Considerando aspectos como los estudiados en la sección 1.2 para el sector editorial gráfico, es decir, identificando aspectos de rentas, estructura de ingresos, costos, número de actores y utilización de los factores de trabajo y capital.
- ✓ Estructura organizacional de los canales de comercialización, en especial librerías. Similar comentario al anterior.
- ✓ Impacto de la política de precio de venta único. Considerando los efectos esperados en variables tradicionales (por ejemplo precio, cantidad y librerías) como también sus implicancias en resolver las actuales fallas de mercado aquí estudiadas.
- ✓ Estudio de precios, para producción doméstica e importaciones y diferenciando según contenidos. También se puede realizar un estudio de diferenciación de precios entre aquellos ofrecidos en plataformas tradicionales y soportes virtuales.
- ✓ Efecto sustitución entre libros físicos y virtuales (en anexo se incluye un pequeño ensayo sobre los libros virtuales).
- ✓ Impacto de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) sobre la cadena de valor.
- ✓ Impacto de las políticas culturales al sector libro (por ejemplo en acceso y consumo, creación, producción editorial, difusión de la red de distribuidores, etc).

Bibliografía

Brunner (2003) *Informe sobre capital humano*. José Joaquín Brunner y Gregory Elacqua, Mayo de 2003, Universidad Adolfo Ibáñez.

http://www.uai.cl/p4_home/site/asocfile/ASOCFILE120030528134519.pdf

Cámara (varios años) *Estadísticas de la Cámara Chilena del Libro*

CEP (2005) *La industria del libro en Argentina*. Trabajo realizado por el Centro de Estudios para la Producción (CEP), Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, Ministerio de Economía y Producción.

http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/libro_cep.doc

CNCA (2006) *Política Nacional del Libro y la Lectura*.

CNCA (2005) *Chile quiere más cultura*. Definiciones de política cultural 2005-2010, Mayo 2005. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

CNCA (2002) *Cartografía Cultural de Chile*. Directorio 2001 – 2002.

CNCA (2003) *Impacto de la cultura en la economía chilena*. Participación de algunas actividades culturales en el PIB. Indicadores y fuentes disponibles. Gobierno de Chile, Ministerio de Educación, División Cultura; Banco Interamericano del Desarrollo (BID) y Convenio Andrés Bello (CAB), 2003.

CNCA (2004) *Los trabajadores del sector cultural en Chile*. Estudio de caracterización. Departamento de estudios y documentación, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2004.

CNCA-INE (varios años) *Anuario de Cultura y Tiempo Libre: Creación, Patrimonio, Recreación y Medios de Comunicación* 2003, 2004 y 2005.

CNCA-INE (2005) *Encuesta de Consumo Cultural y uso del Tiempo Libre*

CERLALC (2006) *Percepción sobre el clima empresarial editorial en el 2005 y tendencias a corto plazo*, Centro Regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe.

CERLAC (2004) *Canales de comercialización del libro en América Latina y el Caribe*, con énfasis en las librerías. Servicio de Información Estadística Regional (SIER)

CERLALC (2003) *Producción y comercio internacional del libro en América Latina* 2003, Diagnóstico estadístico. Servicio de Información Estadística Regional (SIER)

Canadian Heritage (2005) *Numbers and issues*. Periodical publishing: policy and programs. Annual report 2004-2005

Canadian Heritage (2005) *Printed Matters*. Book publishing: policy and programs. Annual Report 2004-2005

Consejo de Cultura de España (2005) *Anuario de estadísticas culturales 2005*.

Consejo del libro (2005) *Propuesta para una Política Nacional del Libro y la Cultura*. Consejo del Libro, Octubre 2005.

Consejo del libro (varios años) *Estadísticas*

Cosiña, Matías (2007) *Determinantes de la Lectura en Chile*. Tesis para optar al grado de magíster en economía aplicada. Profesor guía Patricio Meller. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Departamento de Ingeniería Industrial. Santiago de Chile, Junio de 2007.

CSE (varios años) *Estadísticas del Consejo Superior de Educación*

DIBAM (varios años) *Estadísticas de la dirección de bibliotecas, archivos y museos*.

Fischer, R. (2000) *Curso de Organización Industrial*, Centro de estudios aplicados (CEA), Departamento de Ingeniería, Universidad de Chile.

Katz, Jorge (2006) *Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias culturales: Una Perspectiva Latinoamericana*. Cepal, División de desarrollo productivo.

Kozul (1998) *Becoming a globally competitive player: the case of the music industry in Jamaica*. Zelja Kozul-Wright and Lloyd Stanbury. UNCTAD Discussion Papers, N° 138, October 1998.

Kozul (2000) *Copyrights, competition and development: The Case of the Music Industry*. Birgitte Andersen, Zeljka Kozul-Wright and Richard Kozul-Wright. UNCTAD Discussion Papers, N° 145, January 2000.

Mineduc (varios años) *Estadísticas del Ministerio de Educación*.

OIC (2005) *Anuario de las Industrias Culturales*, Ciudad de Buenos Aires. Observatorio de la Cultura de Buenos Aires.

PNUD (2004) *Informe sobre Desarrollo Humano. La libertad cultural en el mundo diverso de hoy*.

<http://hdr.undp.org/reports/global/2004/espanol/>

Sáez, Juan C. (2005) *Doce años de la industria del libro en Chile, período 1992-2003*. Investigación financiada por departamento de industrias culturales de ProChile.

Subercaseaux, Bernardo (2000) *Historia del libro: cuerpo y alma*. Ediciones LOM, 2000. Santiago de Chile.

Anexo 1: Ensayo sobre libros virtuales

Las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC), en particular Internet, han permitido la transformación virtual de diversos contenidos que antes sólo se encontraban en formato físico, con la consecuente ampliación y difusión en oferta de obras. Esto ha significado, por ejemplo, la elaboración de catálogos y materiales que antes habrían sido muy difíciles o derechamente imposibles de adquirir, lo que en términos económicos significa que los costos de transacción (aquellos que se incurren por la búsqueda de información, por la selección de títulos, por el transporte de envío, etc.) para acceder a aquellas obras era demasiado alto. Quizás el proceso de digitalización de los libros comenzó cuando los mismos lectores comenzaron a transcribir sus obras favoritas, para luego intercambiar con otros que estaban interesados, y así es posible encontrar en la red páginas exclusivas dedicadas a autores de las más diversas lenguas, y en las más diversas lenguas también. Si bien existen derechos de autor comprometidos, y que por tanto las editoriales se encuentran en una nueva batalla legal, al igual que con la piratería tradicional, este fenómeno no se ha estancado ni parecen existir incentivos a desaparecer, primero por los bajos costos que requiere la transformación a un archivo virtual (*word*, *pdf*, *excel* u otro) y por la misma necesidad de los usuarios de la red por intercambiar información³⁵. Sin embargo, hay actores de la industria que interiorizan este fenómeno y así es como aparecen los *e-books*, los que son entregados por oferentes especializados en el sector o en industrias relacionadas y se pueden descargar al computador (o en cualquier otro como *i-pod* o *notebook*, por ejemplo) previo pago de un derecho, los que, además, no pueden ser leídos en ningún otro dispositivo³⁶. Pese a esto, a la existencia de conflictos con los derechos de autor, algunos creadores han renunciado a ellos con el fin de obtener una amplia difusión de sus obras, en especial para las generaciones más jóvenes que invaden la red con *blogs* de novelas en línea, pequeños cuentos, poesía y otros que antes sólo eran posibles de encontrar en libros impresos. También las TIC han permitido el intercambio de contenidos por medio de la mensajería móvil, destacando el caso de Japón donde ya se han creado obras literarias a través de los celulares. El fenómeno de digitalización de las obras impresas a formatos virtuales, sin duda, ha afectado toda la estructura de comportamiento de los actores del sector editorial y no sólo del libro, a lo que se puede agregar la experiencia y tendencia de algunas editoriales de periódicos a exponer diariamente sus publicaciones en forma completa y gratuita en la red³⁷. Por último, editores de instituciones como centros de investigación públicos y estatales están disminuyendo los tirajes impresos de sus investigaciones, anuarios, balances e información estadística, privilegiando la difusión de estos contenidos a través de sus sitios en Internet³⁸.

³⁵ Similar situación se observa en otras industrias culturales afectas a las TIC, como sellos discográficos, productoras y distribuidoras cinematográficas y, por supuesto, y cada vez con mayor fuerza, canales de televisión.

³⁶ Idem comentario a la nota anterior. Agregar que en el caso de Amazon, la tienda virtual por excelencia, ofrece además de libros con estas peculiaridades, extractos de diversos diarios u otras fuentes, por los que también se debe pagar antes de hacer la descarga. Por otra parte, a mediados del año 2007 diversas tiendas virtuales especializadas en contenidos han comenzado a disminuir las restricciones de su oferta, es decir, permiten un uso progresivo de estos contenidos en diversos dispositivos, lo que facilita el intercambio de las obras.

³⁷ Editoriales periódicas como La Tercera y El Mercurio, para el caso chileno, son muestras recientes y relevantes de este comportamiento, lo que no ha significado una merma en los tirajes de sus ediciones impresas.

³⁸ En el ámbito de instituciones relacionadas con economía, se puede visitar los sitios del Banco Central, de los distintos Ministerios (educación, salud, vivienda, etc.), Centros de pensamiento (Expansiva, Centro de Estudios Públicos, Instituto Libertad y Desarrollo, etc.), universidades (en sus distintas facultades e institutos) y organismos internacionales (ONU, CEPAL, BID, etc.). Estos son a modo de ejemplo de la tendencia a ofrecer amplios catálogos gratuitos, aunque aún se ofrecen obras por las que se deben pagar un determinado precio.

Así como se forma una “cultura de la digitalización” alrededor de las obras, ésta también afecta a las tareas de rescate patrimonial, donde publicaciones que perdieron sus derechos de autor, y que son consideradas de gran valor para el patrimonio cultural de una nación, han concentrado actividades para recogerlas de los archivos inescrutables de bibliotecas, acercándolas al público por medio de la red. En este ámbito, resalta el trabajo de la DIBAM³⁹ a través de su portal Memoria Chilena⁴⁰, donde se encuentran las primeras obras publicadas y editadas en nuestro país como, por ejemplo, el primer libro impreso a comienzos de la República (“Carta de un americano al español”, 1812), o el primer libro que habla sobre nuestras tierras (“La Araucana”, de Alonso de Ercilla, 1559), o el primer diario nacional (“La Aurora de Chile”, dirigido por Fray Camilo Henríquez, 1812). A nivel más general de la lengua española destaca el portal de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes⁴¹, comandado por el escritor peruano Mario Vargas Llosa, donde su catálogo reúne y vincula las obras de distintas regiones de habla hispana. Otro sector que realiza esfuerzos titánicos en la Red por exponer amplios catálogos de material digital es el de compañías proveedoras de software y servicios de Internet, como Google y Microsoft. El primero, que en asociación de prestigiosas universidades y bibliotecas norteamericanas e inglesas ha montado la digitalización de documentos históricos para la consulta de los usuarios cibernéticos. La misma empresa otorga un servicio de búsqueda para navegar por contenidos académicos como también de libros que se encuentran en venta, permitiendo a las editoriales asociadas un complemento a sus estrategias de difusión y promoción de los catálogos, a la vez de permitir a los lectores reducir los costos de búsqueda de materiales⁴². Por otro lado, Microsoft desarrolla dos líneas similares a las de su competidor Google: búsqueda de contenidos académicos (*Live Search Academic*⁴³) y soporte de difusión para editores (*Live Search Books*⁴⁴).

Otro tipo de libros virtuales son los llamados hipertextos, los que son documentos con vínculos directos a otros archivos virtuales. En este sentido, la presente tesis es un hipertexto, al hacer referencias a documentos *pdf* y sitios web. En los libros tradicionales las citas y bibliografías permitían acercarse a otros que trataran sobre temas relacionados, pero para acceder a ellos se debía ir a una biblioteca o adquirirlos en alguna librería, mientras que hoy es posible hacerlo con sólo un clic. Las páginas web que trabajan con gran variedad de contenidos poseen con frecuencia un alto número de vínculos a otras fuentes relacionadas, siendo el ejemplo más significativo el de Wikipedia, quien con frecuencia ha sido mencionada como el sustituto por excelencia de las enciclopedias, sitio a partir del cual se puede acceder a una amplia diversidad de contenidos (y en diversas lenguas), aunque éste se concentra en información generada en los últimos años, y no tanto en “trabajos enciclopedistas” de temas más especializados como artes, ciencias y otros afines.

Lo último que se puede señalar sobre el libro virtual es el aún incipiente desarrollo del “papel digital”, tecnología que simula el trabajo de elaboración tradicional, es decir, un papel y un lápiz, pero ambos con nueva tecnología digital que permite el traspaso instantáneo a un editor de textos. Esta modalidad es frecuente en el uso de *palms* y artefactos similares, pero la

³⁹ DIBAM: Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos de Chile. <http://www.dibam.cl>

⁴⁰ <http://www.memoriachilena.cl>

⁴¹ <http://www.cervantesvirtual.com>

⁴² Para más información visitar <http://books.google.es>, para la versión española de éste buscador especializado.

⁴³ <http://academic.live.com>

⁴⁴ <http://books.live.com>

exploración e investigación en el área apuesta a crear “cuadernos digitales” al estilo de *block* de notas o *blocks* de dibujos tradicionales: todo esto refleja la desvinculación progresiva de los artefactos tradicionales utilizados en los procesos de producción de un libro físico. Relacionado con la tecnología, algunos dispositivos se han desarrollado para reemplazar el soporte físico del libro y que simulen el ejercicio de la lectura, como es el caso del anuncio a comienzos de abril por parte de *Sony Reader* sobre la disponibilidad de su dispositivo que posee características similares a las de los libros tradicionales, en tamaño del aparato y en tamaño del texto, el que permite la lectura de hasta 50 libros virtuales (número que se puede expandir al introducir más memoria o *memory stick*), la descarga de *e-books* y la transferencia de algunos documentos desde el computador personal⁴⁵. Una competencia cercana a *Sony Reader* se presenta con *iLiad*, de *iRex Technologies*, de *Philips*⁴⁶, el que presenta similares propiedades además de permitir la edición de los textos en el artefacto, todo esto con un precio del dispositivo, hoy, mayor al del *Sony Reader*. En definitiva, la aparición de estos nuevos soportes tecnológicos significa la aparición de un mercado cuya competencia se acentuará en adelante, sobre todo considerando el reciente anuncio de Bill Gates por sumarse a esta carrera, y que va en efecto sustitución a los libros en soporte impreso.

En conclusión, al referirnos a las diferencias entre libros físicos y virtuales emerge como importante la presencia de un cierto efecto sustitución en desmedro de los primeros, impulsado por un componente generacional, donde demandantes y oferentes de edades más jóvenes con mayor nivel educativo y con acceso a las TIC comienzan a intensificar los usos de éstas, privilegiando el acceso a contenidos virtuales que antes sólo eran posibles de encontrar en lugares físicos. En la red Internet se encuentra una amplia oferta de contenidos e intercambios de obras, tanto de aquellas que perdieron sus derechos de autor como de aquellas que aún tienen derechos comprometidos, tanto ya sea de libre acceso o no gratuitos. Además, el desarrollo de soportes tecnológicos como el papel y cuadernos digitales, además de dispositivos que simulan la lectura tradicional de un libro, también va en efecto sustitución de los tradicionales soportes físicos. ¿Cuál es el impacto de estas tendencias sobre el mercado tradicional? Se puede indicar que los más perjudicados serán los canales de distribución tradicionales como librerías y procesos productivos como imprentas, y quienes se ven más beneficiados son escritores, editoriales y lectores.

Notar que pese a que se realice una distinción entre libros físicos y virtuales, les une la concepción de bienes que transmiten contenidos de información, y que tal como el desarrollo de la imprenta significó otorgar una mayor difusión de obras, ampliando el mercado, la aparición de las tecnologías de la información apunta en la misma dirección, abriendo nuevas dinámicas de comportamiento en esta industria.

⁴⁵ La salida al mercado está programada para Octubre del 2007 y ya se encuentra disponible la venta en el sitio web de la empresa, <http://www.learningcenter.sony.us/assets/itpd/reader/>

⁴⁶ <http://www.irextechnologies.com/products/iliad>

Anexo 2: Ensayo sobre escritores

El proceso de destrucción creativa toma mayor fuerza, y en especial simbólica, cuando es analizado en el caso de los creadores de obras. La actividad artesanal en el proceso de confección de un libro significa un constante ajuste a su obra, al menos en la mayoría de los casos: Agregar y eliminar elementos, personajes, situaciones, análisis. *“A mí me gusta mucho una artesanía metida adentro de la lírica como de cualquier cosa. Artesanía no es sino fijeza de ojo, calma de la mano, confrontación constante y rectificación innumerable, todo esto, pura reverencia de la palabra”*, decía Gabriela Mistral⁴⁷. En las tierras europeas también existe una visión compartida, al menos por la de Friedrich Nietzsche, quien indica que *“A los artistas les interesa que se crea en las instituciones repentinas, en las llamadas inspiraciones... en realidad, la imaginación del buen artista o pensador produce constantemente lo bueno, lo mediocre y lo malo; pero su juicio extremadamente aguzado, ejercitado, rechaza, elige, combina... todos los grandes hombres son grandes trabajadores, infatigables, no sólo para inventar, sino todavía para rechazar, modificar, compulsar, arreglar”*⁴⁸. También es posible ver este proceso de destrucción creativa a las intenciones revolucionarias o antisistémicas tradicionales de algunos creadores, con el objeto (consciente o no) de lograr una ruptura de los paradigmas predominantes. Bajo un análisis netamente económico se puede observar la dinámica entre creadores que entran y salen de este mercado. Si bien no existe abundante información estadística para entregar robustez, se intuye que este proceso se intensifica en las edades más tempranas, mientras que las incorporaciones más estables se dan en las edades más tardías. Tomando antecedentes del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA 2002) se observa que existen 60 talleres literarios (donde 13 son de la I región y 9 en RM, en la V y en la IX). Esto muestra una deficiencia para la creación profesional de actores de la industria. El número de escritores registrados en la Cartografía es de 1.349 (más 330 cantores a lo poeta), de los cuales 335 se encuentran en la Región Metropolitana (mientras que los cantores a los poeta se concentran mayoritariamente, con 167 actores, en la VI región). De la misma fuente se muestra que existen 41 investigadores registrados. Siguiendo con la formación profesional, según datos del Consejo Superior de Educación (CSE), al año 2004 existen 12 carreras de literatura de pregrado y 7 carreras de postgrado. El número de matrículas en carreras de literatura en pregrado es de 850 alumnos (16% del total de matrículas de humanidades en el sistema de educación superior y 34% sobre el total de matrículas de humanidades dictadas en universidades del consejo de rectores), mientras que el número de matrículas en postgrado es de 199 (16% del total de matrículas de humanidades dictadas en el sistema de educación superior y 21% del total de matrículas de humanidades dictadas en universidades del consejo de rectores). Estos órdenes de magnitud permiten visualizar la baja participación relativa de la formación creativa en literatura respecto de otras formaciones profesionales.

Sobre los incentivos se pueden distinguir entre pecuniarios y no pecuniarios. En el segundo capítulo se mencionó que existen desincentivos para la producción de obras, y en particular porque los productores privados no se pueden apropiar de los beneficios de su actividad, ya sea porque existen externalidades positivas (como mejoras en capital humano, identidad o diversidad cultural), o ya sea al considerar las particularidades del libro como bien

⁴⁷ Ver La Gracia en la poesía, pág. 25, 1927. Extraído del libro Recados para hoy y mañana

⁴⁸ Friedrich Nietzsche en Humano, Demasiado Humano, aforismo N° 155 o Creencia en la inspiración.

libro o como bien del conocimiento. Los derechos de propiedad apuntan en dirección de resguardar a los autores ante eventuales abusos de terceros, y más en particular para otorgarles estabilidad en la generación de rentas. Según antecedentes manejados por la Cámara Chilena del Libro, los ingresos de los autores significan cerca de un 10% sobre el valor de las ventas al precio público.

De todas formas, parece ser que los incentivos monetarios no son suficientes para permitir al autor una dedicación exclusiva a su actividad creadora, por lo que se ve forzado a derivar la labor creativa como segundo trabajo, situación que es compartida en otras industrias culturales (ver CNCA 2003). Sólo algunas excepciones, principalmente por su condición de best-seller o por tener una larga trayectoria (aunque esto último no es condición suficiente) son capaces de dedicarse en forma exclusiva. En la actual Política Nacional del Libro y la Lectura (CNCA 2006), una de las ocho medidas en el ámbito de la creación apunta a otorgar becas para la dedicación exclusiva de autores profesionales. El Consejo del Libro, perteneciente al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, ha impulsado una línea de fomento a la creación que ha evolucionado con mayores aportes fiscales en los últimos años, situación que también está siendo experimentada por otras industrias culturales relacionadas, en especial las de cine y música.

Otros incentivos de la industria para creadores son el otorgar premios a obras destacadas, como el Premio Nacional de Literatura, los que otorga el mismo Consejo del Libro, de editoriales e instituciones privadas, etc. Sobre los premios es importante mencionar que estos generan expectativas en los distintos actores de la industria; por ejemplo, para los escritores es un reconocimiento a los esfuerzos realizados en su trabajo, es una potencial señal de calidad de su obra y pueden establecer contratos especiales con algunas editoriales; también se debe indicar que para las editoriales significa el desarrollo de un potencial talento, el tener la exclusiva del mismo, etc., mientras que para los lectores les puede ayudar en la búsqueda de sus lecturas. Los concursos literarios también apuntan a otorgar incentivos monetarios y de prestigio para los autores, y destacan los entregados por el Consejo.

Siguiendo con los incentivos no monetarios de los escritores encontramos respuestas que abundan por la diversidad. Sin embargo, se pueden extraer algunas conclusiones a partir de mi propio sesgo de selección de algunos autores. Nuestra Nobel poetisa Gabriela Mistral, como ya se mostró, destacaba la importancia de dominar el lenguaje, antes que esperar a ser invadido por alguna fuerza iluminadora y/o divina. En el otro lado, pero de la montaña, es decir en Argentina, Julio Cortázar no parece decidirse si por una o por otra (aunque hay que reconocer que es un gran domador, notable), porque *“En mi caso, la gran mayoría de mis cuentos fueron escritos –como decirlo- al margen de mi voluntad, por encima o por debajo de mi conciencia razonante, como si yo no fuera más que un médium por el cual pasaba y se manifestaba una fuerza ajena”*⁴⁹, pero reconoce que su incentivo es encontrar otras realidades ocultas porque *“En mi caso, la sospecha de otro orden más secreto y menos comunicable y el fecundo descubrimiento del Alfred Jarry, para quien el verdadero estudio de la realidad no residía en las leyes, sino en las excepciones a esas leyes, han sido algunos de los principios orientadores de mi búsqueda personal de una*

⁴⁹ Julio Cortázar en Algunos aspectos del cuento. Extraído de la Introducción del libro Las Armas secretas, pág. 58, Edición de Susana Jafkalni. Editorial Cátedra, Letras hispánicas, 2001)

*literatura al margen de todo realismo demasiado ingenuo*⁵⁰. Esto último es bastante recurrente en algunos escritores como Roberto Bolaño⁵¹, Jaime Collyer, Vicente Huidobro⁵², Jorge Tellier⁵³. ¿Curioso sesgo poético o curiosa visión poética? Hurgando sobre otras motivaciones, también destacan en la literatura la necesidad de mostrar las realidades de las sociedades, tal como el Premio Nobel 2006, Orhan Pamuk, lo indicaba sobre la experiencia de Turquía. O el gran maestro Dostoievsky, con sus épicas novelas sociales como “Crimen y Castigo”, “Los hermanos Karamazov” y “El Idiota”, por mencionar algunas. Otros prefieren hacerlo por diversión, también como terapia, otros para enfrentar sus miedos, algunos para desarrollar ideas, y otros simplemente no saben porqué lo hacen, sino que lo hacen tan sólo. Pasando a los creadores de obras más científicas (sociales o exactas), a estos les impulsa profundizar y generar conocimientos, ya sea para desarrollar la propia especialidad, para diseñar propuestas de política, para ayudar los problemas de la sociedad, etc.

En tercer lugar, y sobre los costos que enfrentan los escritores se puede señalar que, en general, estas son de baja magnitud en comparación con otros bienes. Para desarrollar la obra se requiere de un lápiz y un papel, y un computador en la actualidad, lo cual permite que un amplio espectro de agentes oferten sus creaciones. Se podría agregar que otros elementos juegan en el sistema para determinar la continuidad del ejercicio creativo, como por ejemplo la perseverancia o el deseo de crear u otra de las motivaciones no pecuniarias mencionadas anteriormente⁵⁴. De igual forma, estos bajos costos permiten un mayor acceso a personas interesadas en desarrollar el arte de su interés, ya sea de forma amateur o profesional. Como se indicó en esta tesis, la aparición de las TIC han facilitado la difusión de obras que antes no estaban a disposición de los lectores, o que eran de difícil acceso. Por lo tanto, se observa una amplia oferta de contenidos por las condiciones naturales que no restringen con barreras a la entrada. También existen otros costos como aquellos insumos necesarios para despertar la creatividad de los escritores, los que divergen de acuerdo a los incentivos que respondan, pero se pueden mencionar asuntos como el mantener el ejercicio lector (recomendación de Stephen King en “Mientras Escribo”, 2002), consumo de bienes culturales (o científicos si se es del ámbito académico), conversaciones, conocer realidades, etc.

Sobre las conectividades del escritor con otros actores de la industria, también se descubren algunos aspectos interesantes. Si consideramos que el autor requiere de generar

⁵⁰ Julio Cortázar en diario La Nación, Buenos Aires, Argentina, pág. 1963. Extraído de la Introducción del libro *Las Armas Secretas*, pág. 57, Edición de Susana Jafkalni. Editorial Cátedra, Letras Hispánicas, 2001.

⁵¹ “La realidad es la cultura” Roberto Bolaño en *Llamadas telefónicas*.

⁵² “Por que cantáis a la rosa, ¡oh poetas! - Hacedla florecer en el poema.- Sólo para nosotros - viven todas las cosas bajo el sol. - El poeta es un pequeño Dios.” Vicente Huidobro, extracto de *Arte poética*

⁵³ “El poeta es un ser marginal... [y puede] acceder a otro mundo, más allá del mundo asqueante donde vive”, Jorge Tellier en el prólogo “Sobre el mundo en donde realmente habito”, del libro *Muertes y Maravillas*.

⁵⁴ Si bien en términos económicos se establece que un autor se dedicará al ejercicio de su labor dependiendo del nivel de rentas promedio observado en el mercado, se podría considerar una evaluación social que incluya como beneficios, además de las rentas, estos otros beneficios expuestos en este capítulo (por ejemplo, se puede realizar un indicador de difusión como beneficio del autor, con número de obras físicas circulando, referencias en diarios, revistas, Internet u otros medios) descontando los costos que correspondan, que permitan delinear el comportamiento de los escritores bajo un razonamiento utilitarista-económico actualizado. Aún así, y en contra de esta necesidad de evaluación, es frecuente la indicación de que ciertos potenciales escritores no tomaron la dedición de dedicarse a la profesión por percibir que recibirían bajas rentas, por lo cual es posible predecir que si los niveles de renta aumentan (por el mecanismo que sea, es decir, por ejemplo, fortaleciendo los derechos de autor) entonces mayor será el número de especializados en el área (autocrítica: ¿y cual es la elasticidad?).

audiencias para obtener rentas (u otro aspecto) nos encontramos que una vez establecida su obra, tiene la alternativa de ofrecerla por sí mismo o derivar el trabajo en alguna editorial. Si el escritor decide llegar el mismo a los canales de distribución deberá incurrir en costos de transacción como, por ejemplo, identificar su público objetivo, diseñar las características de su bien (presentación del producto), informarse sobre sus competidores más cercanos, levantar mecanismos de promoción para motivar a las audiencias como conferencias, foros y páginas virtuales, *flyers* o similares con características de su obra, etc. Es claro que para un escritor de ingresos medios y bajos, estos costos en los que debe incurrir sobrepasan con creces sus ingresos disponibles, con lo que puede desistir de hacer estos esfuerzos y preferir delegar la tarea a los editores para que estos sean quienes finalmente incurran en estos altos costos fijos. Se observa, entonces, ciertas características de economías de escala en estos costos de transacción, y es más rentable a las editoriales reunir un amplio abanico de escritores para disminuir el costo medio de difusión o, como ya se mencionó, recurrir a los servicios de agentes literarios. También resulta interesante fomentar la asociatividad entre varios escritores para que constituyan editoriales que permitan disminuir los mencionados costos para llegar a las audiencias.

Siguiendo la orientación de vincular al autor con las audiencias, con la demanda, podemos encontrar que existen algunas formas de generación de estas últimas. Los medios de comunicación que otorgan fama a un creador le permiten una exposición pública de gran cobertura, donde los potenciales lectores reciben interés por conocer la obra; algunos casos como los de Don Francisco, la Geisha chilena, el Juez Guzmán, Enrique Lafourcade, Marco Antonio de la Parra, Rafael Gumucio, Jaime Bayly, Susana Rocatagliata, Villegas, asoman como ejemplos de este tópico. Por supuesto, los políticos también cautivan a un público mediáticamente influenciado. De igual forma, la temática tratada también despierta el interés del público, en especial si ésta es novedosa, como Pedro Lemebel y Pablo Simonetti al referirse sobre la homosexualidad, Alberto Fuguet con las crónicas de una juventud en dictadura y Hernán Rivera Letelier por las historias de las salitreras del norte. Un tercer aspecto puede ser el reconocimiento de la especialidad, donde profesionales, académicos e investigadores apuntan sus estudios a conocer el pensamiento de los más respetados como, en el caso de la economía, ir a los clásicos pensadores o a los actuales. Un cuarto aspecto, relacionado con el primero, es el desarrollo de las TIC, que ha permitido más acceso a audiencias, en especial para las generaciones más jóvenes.

En conclusión, se observa que potencialmente se encuentra una oferta infinita de escritores, por los requerimientos elementales que exige: lápiz, papel, PC y escritura. Sin embargo, esto no es del todo cierto, pues tal como uno afirma esta situación se puede decir también que existe una oferta infinita de carpinteros, electricistas e, incluso, periodistas o investigadores, por ejemplo. Es cierto que las tecnologías de la información han ayudado en la disminución de costos de herramientas necesarias para el ejercicio de labores artísticas, pero este efecto parece más significativo para sectores culturales como la música, el cine y la fotografía, y no tanto para la literatura. El impacto de las TIC apunta más hacia la difusión de las obras de los autores, en especial para los más jóvenes. Al estudiar la especialización en este tipo de creadores, se observa una baja oferta de estas alternativas, tanto a nivel académico como profesional no académico, tanto de áreas relacionadas con literatura como con las de profesionales técnicos. Aún así, se observan exigencias crecientes por la necesidad de una mayor especialización en el área.

Los incentivos pecuniarios son relevantes para modelar el comportamiento de los creadores, pero no son los únicos y existen otros incentivos al menos igual de significativos que generalmente se pueden calificar como personales o relacionados con el ejercicio artístico.

La existencia de altos costos de transacción necesarios para llegar a las audiencias, sobre todo para un autor novel, significa buscar alternativas a la autoedición, como por ejemplo realizar contratos con agentes literarios o con las propias editoriales.

Anexo 3: Índice de producción sector papel, editorial e imprentas (INE – Banco Central)

Cuadro 3.1
Indicador global

| Año | Producción física sector papel | Producción física sector editorial e imprentas | Producción venta sector papel | Producción venta sector editorial e imprentas |
|------------|---------------------------------------|---|--------------------------------------|--|
| 1960 | 32,61 | 55,10 | 33,88 | 49,07 |
| 1961 | 41,74 | 60,54 | 43,36 | 53,91 |
| 1962 | 40,15 | 59,33 | 41,71 | 52,84 |
| 1963 | 45,16 | 62,07 | 46,92 | 55,28 |
| 1964 | 45,09 | 63,17 | 46,84 | 56,26 |
| 1965 | 50,02 | 70,37 | 51,97 | 62,67 |
| 1966 | 54,02 | 71,52 | 56,13 | 63,70 |
| 1967 | 52,55 | 72,24 | 54,60 | 64,33 |
| 1968 | 57,58 | 69,60 | 59,83 | 61,98 |
| 1969 | 60,64 | 62,29 | 63,00 | 55,48 |
| 1970 | 56,54 | 61,73 | 58,74 | 54,97 |
| 1971 | 58,78 | 97,98 | 61,07 | 87,26 |
| 1972 | 57,69 | 71,26 | 59,94 | 63,46 |
| 1973 | 66,91 | 54,12 | 69,52 | 48,20 |
| 1974 | 41,36 | 42,00 | 42,97 | 37,40 |
| 1975 | 35,60 | 39,80 | 36,99 | 35,44 |
| 1976 | 37,01 | 37,09 | 38,45 | 33,03 |
| 1977 | 34,96 | 32,41 | 36,32 | 28,87 |
| 1978 | 36,37 | 36,14 | 37,78 | 32,18 |
| 1979 | 41,04 | 27,62 | 42,64 | 24,60 |
| 1980 | 37,23 | 51,10 | 38,33 | 48,12 |
| 1981 | 40,55 | 51,24 | 37,23 | 47,95 |
| 1982 | 33,84 | 46,43 | 34,28 | 42,43 |
| 1983 | 38,89 | 45,15 | 40,20 | 42,17 |
| 1984 | 40,50 | 45,99 | 41,00 | 43,06 |
| 1985 | 42,68 | 40,69 | 43,35 | 37,91 |
| 1986 | 45,37 | 48,51 | 47,49 | 45,51 |
| 1987 | 45,93 | 51,81 | 46,23 | 49,07 |
| 1988 | 50,21 | 55,42 | 49,32 | 52,77 |
| 1989 | 51,08 | 65,68 | 50,81 | 62,62 |
| 1990 | 53,48 | 68,84 | 51,52 | 66,75 |
| 1991 | 59,02 | 82,88 | 56,00 | 79,38 |
| 1992 | 73,53 | 92,42 | 65,07 | 88,58 |
| 1993 | 73,62 | 102,28 | 74,31 | 98,27 |
| 1994 | 78,30 | 110,32 | 80,68 | 104,39 |

| | | | | |
|------|--------|--------|--------|--------|
| 1995 | 83,12 | 127,84 | 74,98 | 120,63 |
| 1996 | 84,60 | 125,62 | 80,21 | 120,26 |
| 1997 | 82,14 | 125,95 | 79,58 | 119,13 |
| 1998 | 84,03 | 120,32 | 83,41 | 114,21 |
| 1999 | 86,96 | 105,74 | 94,68 | 100,77 |
| 2000 | 90,70 | 111,78 | 82,03 | 107,71 |
| 2001 | 92,34 | 88,11 | 102,98 | 86,66 |
| 2002 | 100,03 | 100,01 | 100,00 | 100,00 |
| 2003 | 107,35 | 110,63 | 106,56 | 101,53 |
| 2004 | 112,97 | 121,98 | 112,63 | 115,30 |
| 2005 | 114,43 | 118,56 | 110,93 | 113,30 |
| 2006 | 115,05 | 119,38 | 112,03 | 109,76 |
| 2007 | 148,16 | 119,33 | 141,84 | 117,18 |

datos de 1960 a 1968, año base 1953=100

datos de 1969 a 1979, año base 1968=100

datos de 1980 a 1990, año base 1979=100

datos de 1990 a 2002, año base 1989=100

datos de 2002 a 2007, año base 2002=100

Este índice se construyó en base a las variaciones de las distintas series entregadas por el Banco Central e INE, según la Encuesta Nacional Industrial Anual (ENIA). De 2002 a 2007, para editoriales e imprenta se calculó un promedio del índice para homogeneizar la serie completa. Los datos sementados se presentan a continuación.

Cuadro 3.2
Índice 1960-1979

| Año | valor índice | | variación | |
|------|----------------------------------|---|----------------------------------|---|
| | fabricación de papel y derivados | imprentas, editoriales e industrias conexas | fabricación de papel y derivados | imprentas, editoriales e industrias conexas |
| 1960 | 170,40 | 100,30 | n.d. | n.d. |
| 1961 | 218,10 | 110,20 | 0,28 | 0,10 |
| 1962 | 209,80 | 108,00 | -0,04 | -0,02 |
| 1963 | 236,00 | 113,00 | 0,12 | 0,05 |
| 1964 | 235,60 | 115,00 | 0,00 | 0,02 |
| 1965 | 261,40 | 128,10 | 0,11 | 0,11 |
| 1966 | 282,30 | 130,20 | 0,08 | 0,02 |
| 1967 | 274,60 | 131,50 | -0,03 | 0,01 |
| 1968 | 300,90 | 126,70 | 0,10 | -0,04 |
| 1969 | 94,7 | 110,5 | 0,05 | -0,11 |
| 1970 | 88,3 | 109,5 | -0,07 | -0,01 |
| 1971 | 91,8 | 173,8 | 0,04 | 0,59 |
| 1972 | 90,1 | 126,4 | -0,02 | -0,27 |
| 1973 | 104,5 | 96 | 0,16 | -0,24 |
| 1974 | 64,6 | 74,5 | -0,38 | -0,22 |
| 1975 | 55,6 | 70,6 | -0,14 | -0,05 |
| 1976 | 57,8 | 65,8 | 0,04 | -0,07 |
| 1977 | 54,6 | 57,5 | -0,06 | -0,13 |
| 1978 | 56,8 | 64,1 | 0,04 | 0,11 |
| 1979 | 64,1 | 49 | 0,13 | -0,24 |

Este primer índice de producción no distingue entre producción física y producción de ventas, por lo cual la serie global incorpora las mismas variaciones porcentuales en este período (para física y venta). Fuente: Indicadores económicos y sociales, 1960-2000, Banco Central de Chile.

Cuadro 3.3
Índice 1979-1990

| Año | valor índice | | | |
|------|----------------------------------|---|----------------------------------|---|
| | producción física | | producción ventas | |
| | fabricación de papel y derivados | imprentas, editoriales e industrias conexas | fabricación de papel y derivados | imprentas, editoriales e industrias conexas |
| 1979 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| 1980 | 90,70 | 185,00 | 89,90 | 195,60 |
| 1981 | 98,80 | 185,50 | 87,30 | 194,90 |
| 1982 | 82,46 | 168,10 | 80,38 | 172,48 |
| 1983 | 94,75 | 163,46 | 94,28 | 171,43 |
| 1984 | 98,67 | 166,50 | 96,16 | 175,03 |
| 1985 | 103,98 | 147,31 | 101,66 | 154,11 |
| 1986 | 110,55 | 175,63 | 111,37 | 184,99 |
| 1987 | 111,92 | 187,58 | 108,43 | 199,46 |
| 1988 | 122,33 | 200,63 | 115,67 | 214,51 |
| 1989 | 124,45 | 237,79 | 119,15 | 254,56 |
| 1990 | 104,70 | 104,80 | 101,40 | 106,60 |

Fuente: Banco Central, indicadores económicos y sociales, 1960-2000.

Cuadro 3.4
Índice 1990-2002
Datos mensuales

| Mes del año | Producción física | | Producción venta | |
|-------------|----------------------------------|---|----------------------------------|---|
| | Fabricación de papel y derivados | Actividades de edición, impresión y derivados | Fabricación de papel y derivados | Actividades de edición, impresión y derivados |
| Dic-02 | 195,85 | 152,25 | 196,83 | 159,68 |
| Nov-02 | 199,10 | 125,20 | 209,50 | 137,00 |
| Oct-02 | 218,00 | 145,60 | 200,50 | 144,40 |
| Sep-02 | 203,00 | 146,60 | 209,80 | 148,00 |
| Ago-02 | 201,00 | 214,90 | 191,80 | 214,50 |
| Jul-02 | 209,70 | 214,50 | 213,30 | 215,10 |
| Jun-02 | 183,00 | 143,60 | 186,40 | 150,60 |
| May-02 | 189,50 | 107,50 | 195,70 | 115,40 |
| Abr-02 | 168,30 | 182,20 | 186,50 | 194,30 |
| Mar-02 | 205,60 | 149,00 | 217,20 | 158,30 |
| Feb-02 | 183,90 | 104,30 | 184,80 | 113,10 |
| Ene-02 | 193,20 | 141,40 | 169,60 | 165,80 |
| Dic-01 | 192,80 | 124,30 | 208,90 | 136,50 |
| Nov-01 | 191,40 | 139,60 | 176,00 | 143,50 |
| Oct-01 | 187,50 | 114,10 | 291,90 | 117,60 |
| Sep-01 | 176,30 | 93,20 | 177,90 | 96,40 |
| Ago-01 | 184,90 | 133,90 | 196,10 | 130,60 |
| Jul-01 | 188,50 | 151,90 | 226,90 | 147,80 |
| Jun-01 | 185,00 | 161,00 | 243,30 | 162,50 |
| May-01 | 175,40 | 114,50 | 230,50 | 121,30 |
| Abr-01 | 170,40 | 132,70 | 180,60 | 136,30 |
| Mar-01 | 170,30 | 155,80 | 232,60 | 159,00 |
| Feb-01 | 166,00 | 152,50 | 135,90 | 157,30 |
| Ene-01 | 180,80 | 136,10 | 131,70 | 151,90 |
| Dic-00 | 179,80 | 198,00 | 129,30 | 203,90 |
| Nov-00 | 174,10 | 142,00 | 123,60 | 146,70 |
| Oct-00 | 193,60 | 180,90 | 164,80 | 181,30 |
| Sep-00 | 176,40 | 131,50 | 139,50 | 126,90 |
| Ago-00 | 191,20 | 173,80 | 157,70 | 166,10 |
| Jul-00 | 188,00 | 216,30 | 211,20 | 217,50 |
| Jun-00 | 173,40 | 162,30 | 149,70 | 164,50 |
| May-00 | 177,20 | 168,40 | 154,80 | 174,10 |
| Abr-00 | 148,50 | 137,10 | 196,10 | 141,60 |
| Mar-00 | 180,30 | 176,50 | 180,00 | 180,50 |
| Feb-00 | 168,50 | 166,00 | 150,80 | 163,90 |
| Ene-00 | 179,80 | 189,40 | 180,10 | 197,00 |
| Dic-99 | 178,30 | 196,00 | 213,30 | 194,90 |

| | | | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| Nov-99 | 173,70 | 176,80 | 154,50 | 172,80 |
| Oct-99 | 183,40 | 151,40 | 187,90 | 147,80 |
| Sep-99 | 171,20 | 166,40 | 187,30 | 159,90 |
| Ago-99 | 182,30 | 161,30 | 183,60 | 157,30 |
| Jul-99 | 174,90 | 199,90 | 211,90 | 195,80 |
| Jun-99 | 165,00 | 190,90 | 159,20 | 187,80 |
| May-99 | 169,20 | 179,20 | 199,00 | 179,10 |
| Abr-99 | 153,30 | 104,60 | 183,00 | 107,90 |
| Mar-99 | 174,40 | 153,10 | 189,30 | 154,50 |
| Feb-99 | 155,30 | 126,90 | 178,50 | 133,20 |
| Ene-99 | 162,00 | 125,30 | 188,80 | 140,00 |
| Dic-98 | 168,60 | 162,70 | 186,60 | 163,80 |
| Nov-98 | 170,30 | 194,60 | 217,80 | 190,20 |
| Oct-98 | 171,90 | 197,40 | 179,00 | 188,60 |
| Sep-98 | 169,20 | 193,20 | 140,80 | 185,20 |
| Ago-98 | 168,40 | 237,30 | 125,00 | 230,00 |
| Jul-98 | 175,70 | 211,40 | 120,40 | 206,70 |
| Jun-98 | 147,80 | 185,60 | 116,80 | 183,00 |
| May-98 | 165,40 | 155,20 | 156,50 | 155,50 |
| Abr-98 | 155,90 | 170,70 | 196,70 | 170,90 |
| Mar-98 | 175,20 | 166,20 | 258,30 | 168,90 |
| Feb-98 | 148,90 | 169,90 | 141,20 | 175,20 |
| Ene-98 | 156,90 | 154,00 | 130,90 | 170,60 |
| Dic-97 | 168,90 | 212,70 | 122,40 | 226,30 |
| Nov-97 | 162,20 | 197,60 | 119,40 | 194,20 |
| Oct-97 | 173,20 | 240,30 | 147,10 | 226,60 |
| Sep-97 | 157,70 | 169,40 | 157,10 | 157,70 |
| Ago-97 | 158,00 | 222,80 | 133,50 | 213,00 |
| Jul-97 | 176,20 | 194,10 | 165,50 | 185,90 |
| Jun-97 | 156,60 | 163,90 | 170,80 | 164,00 |
| May-97 | 157,50 | 210,60 | 155,40 | 207,80 |
| Abr-97 | 137,30 | 199,40 | 182,50 | 198,80 |
| Mar-97 | 170,30 | 164,80 | 213,50 | 166,50 |
| Feb-97 | 152,80 | 117,40 | 128,40 | 125,40 |
| Ene-97 | 159,00 | 207,90 | 184,00 | 216,70 |
| Dic-96 | 153,10 | 191,80 | 161,50 | 185,60 |
| Nov-96 | 169,20 | 210,40 | 147,40 | 203,20 |
| Oct-96 | 177,70 | 243,00 | 146,80 | 237,20 |
| Sep-96 | 156,20 | 234,50 | 148,10 | 231,30 |
| Ago-96 | 167,80 | 205,90 | 148,20 | 200,60 |
| Jul-96 | 176,10 | 199,40 | 163,40 | 194,70 |
| Jun-96 | 165,20 | 157,30 | 178,60 | 159,70 |
| May-96 | 168,70 | 171,00 | 220,00 | 171,00 |
| Abr-96 | 160,60 | 169,20 | 196,90 | 169,80 |
| Mar-96 | 167,90 | 180,40 | 149,70 | 189,00 |
| Feb-96 | 154,40 | 155,20 | 116,60 | 165,10 |
| Ene-96 | 170,60 | 176,80 | 117,40 | 197,30 |
| Dic-95 | 154,20 | 193,50 | 96,80 | 196,50 |
| Nov-95 | 165,60 | 200,20 | 116,40 | 187,60 |
| Oct-95 | 166,20 | 212,50 | 134,00 | 197,60 |

| | | | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| Sep-95 | 155,70 | 214,20 | 137,70 | 200,20 |
| Ago-95 | 161,50 | 214,80 | 150,60 | 205,60 |
| Jul-95 | 171,70 | 200,10 | 160,50 | 198,90 |
| Jun-95 | 160,20 | 186,20 | 194,90 | 185,40 |
| May-95 | 169,50 | 183,00 | 155,20 | 182,60 |
| Abr-95 | 162,50 | 196,00 | 165,50 | 197,90 |
| Mar-95 | 170,80 | 193,20 | 167,00 | 199,80 |
| Feb-95 | 152,70 | 156,70 | 146,50 | 167,20 |
| Ene-95 | 162,10 | 185,20 | 145,90 | 192,30 |
| Dic-94 | 148,50 | 181,70 | 151,80 | 183,50 |
| Nov-94 | 155,00 | 175,00 | 155,20 | 167,00 |
| Oct-94 | 158,40 | 167,20 | 154,60 | 156,80 |
| Sep-94 | 148,20 | 173,40 | 145,40 | 163,30 |
| Ago-94 | 162,10 | 194,40 | 161,90 | 189,20 |
| Jul-94 | 150,90 | 185,40 | 146,60 | 179,10 |
| Jun-94 | 153,90 | 151,60 | 154,40 | 152,80 |
| May-94 | 160,40 | 164,50 | 171,00 | 165,10 |
| Abr-94 | 152,00 | 154,10 | 164,60 | 154,40 |
| Mar-94 | 154,30 | 159,30 | 183,30 | 163,00 |
| Feb-94 | 140,00 | 154,20 | 157,60 | 160,20 |
| Ene-94 | 155,80 | 154,60 | 159,20 | 166,00 |
| Dic-93 | 150,70 | 162,40 | 193,00 | 162,80 |
| Nov-93 | 148,90 | 158,10 | 169,90 | 154,50 |
| Oct-93 | 139,00 | 149,30 | 153,40 | 145,60 |
| Sep-93 | 136,90 | 143,20 | 157,20 | 142,60 |
| Ago-93 | 148,20 | 172,40 | 130,70 | 172,10 |
| Jul-93 | 150,40 | 197,50 | 139,50 | 195,50 |
| Jun-93 | 140,50 | 171,50 | 159,10 | 172,80 |
| May-93 | 148,40 | 142,50 | 136,30 | 144,50 |
| Abr-93 | 137,90 | 136,50 | 137,80 | 139,10 |
| Mar-93 | 150,10 | 157,30 | 155,60 | 164,30 |
| Feb-93 | 134,90 | 131,60 | 120,40 | 135,60 |
| Ene-93 | 143,70 | 146,30 | 102,30 | 153,70 |
| Dic-92 | 135,00 | 143,80 | 131,80 | 156,80 |
| Nov-92 | 149,60 | 143,10 | 118,30 | 141,00 |
| Oct-92 | 145,80 | 150,60 | 131,00 | 146,90 |
| Sep-92 | 149,50 | 147,20 | 120,80 | 139,10 |
| Ago-92 | 155,70 | 165,30 | 123,00 | 160,80 |
| Jul-92 | 157,00 | 156,50 | 131,80 | 153,70 |
| Jun-92 | 137,40 | 143,40 | 136,70 | 144,80 |
| May-92 | 142,20 | 122,10 | 103,90 | 123,80 |
| Abr-92 | 134,00 | 129,60 | 132,80 | 131,70 |
| Mar-92 | 147,80 | 127,50 | 152,40 | 129,60 |
| Feb-92 | 135,00 | 118,40 | 109,80 | 116,10 |
| Ene-92 | 138,40 | 140,90 | 144,50 | 153,20 |
| Dic-91 | 134,50 | 131,80 | 128,00 | 138,00 |
| Nov-91 | 137,00 | 129,80 | 121,20 | 122,20 |
| Oct-91 | 128,20 | 131,90 | 113,80 | 127,00 |
| Sep-91 | 109,50 | 111,60 | 121,60 | 113,00 |
| Ago-91 | 116,30 | 129,10 | 112,40 | 122,70 |

| | | | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| Jul-91 | 118,00 | 141,10 | 108,90 | 143,00 |
| Jun-91 | 109,30 | 130,80 | 90,80 | 131,90 |
| May-91 | 110,80 | 109,00 | 135,10 | 110,00 |
| Abr-91 | 103,50 | 112,30 | 97,30 | 113,50 |
| Mar-91 | 111,30 | 120,40 | 109,30 | 122,70 |
| Feb-91 | 99,20 | 116,20 | 94,00 | 122,80 |
| Ene-91 | 109,00 | 150,20 | 90,30 | 154,30 |

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Central e INE.

Cuadro 3.5
Índice 1990-2002
Variación índice mensual

| Mes del año | Producción física | | Producción venta | |
|-------------|----------------------------------|---|----------------------------------|---|
| | Fabricación de papel y derivados | Actividades de edición, impresión y derivados | Fabricación de papel y derivados | Actividades de edición, impresión y derivados |
| Dic-02 | -0,02 | 0,22 | -0,06 | 0,17 |
| Nov-02 | -0,09 | -0,14 | 0,04 | -0,05 |
| Oct-02 | 0,07 | -0,01 | -0,04 | -0,02 |
| Sep-02 | 0,01 | -0,32 | 0,09 | -0,31 |
| Ago-02 | -0,04 | 0,00 | -0,10 | 0,00 |
| Jul-02 | 0,15 | 0,49 | 0,14 | 0,43 |
| Jun-02 | -0,03 | 0,34 | -0,05 | 0,31 |
| May-02 | 0,13 | -0,41 | 0,05 | -0,41 |
| Abr-02 | -0,18 | 0,22 | -0,14 | 0,23 |
| Mar-02 | 0,12 | 0,43 | 0,18 | 0,40 |
| Feb-02 | -0,05 | -0,26 | 0,09 | -0,32 |
| Ene-02 | 0,00 | 0,14 | -0,19 | 0,21 |
| Dic-01 | 0,01 | -0,11 | 0,19 | -0,05 |
| Nov-01 | 0,02 | 0,22 | -0,40 | 0,22 |
| Oct-01 | 0,06 | 0,22 | 0,64 | 0,22 |
| Sep-01 | -0,05 | -0,30 | -0,09 | -0,26 |
| Ago-01 | -0,02 | -0,12 | -0,14 | -0,12 |
| Jul-01 | 0,02 | -0,06 | -0,07 | -0,09 |
| Jun-01 | 0,05 | 0,41 | 0,06 | 0,34 |
| May-01 | 0,03 | -0,14 | 0,28 | -0,11 |
| Abr-01 | 0,00 | -0,15 | -0,22 | -0,14 |
| Mar-01 | 0,03 | 0,02 | 0,71 | 0,01 |
| Feb-01 | -0,08 | 0,12 | 0,03 | 0,04 |
| Ene-01 | 0,01 | -0,31 | 0,02 | -0,26 |
| Dic-00 | 0,03 | 0,39 | 0,05 | 0,39 |
| Nov-00 | -0,10 | -0,22 | -0,25 | -0,19 |
| Oct-00 | 0,10 | 0,38 | 0,18 | 0,43 |
| Sep-00 | -0,08 | -0,24 | -0,12 | -0,24 |
| Ago-00 | 0,02 | -0,20 | -0,25 | -0,24 |
| Jul-00 | 0,08 | 0,33 | 0,41 | 0,32 |
| Jun-00 | -0,02 | -0,04 | -0,03 | -0,06 |
| May-00 | 0,19 | 0,23 | -0,21 | 0,23 |
| Abr-00 | -0,18 | -0,22 | 0,09 | -0,22 |
| Mar-00 | 0,07 | 0,06 | 0,19 | 0,10 |
| Feb-00 | -0,06 | -0,12 | -0,16 | -0,17 |
| Ene-00 | 0,01 | -0,03 | -0,16 | 0,01 |

| | | | | |
|--------|-------|-------|-------|-------|
| Dic-99 | 0,03 | 0,11 | 0,38 | 0,13 |
| Nov-99 | -0,05 | 0,17 | -0,18 | 0,17 |
| Oct-99 | 0,07 | -0,09 | 0,00 | -0,08 |
| Sep-99 | -0,06 | 0,03 | 0,02 | 0,02 |
| Ago-99 | 0,04 | -0,19 | -0,13 | -0,20 |
| Jul-99 | 0,06 | 0,05 | 0,33 | 0,04 |
| Jun-99 | -0,02 | 0,07 | -0,20 | 0,05 |
| May-99 | 0,10 | 0,71 | 0,09 | 0,66 |
| Abr-99 | -0,12 | -0,32 | -0,03 | -0,30 |
| Mar-99 | 0,12 | 0,21 | 0,06 | 0,16 |
| Feb-99 | -0,04 | 0,01 | -0,05 | -0,05 |
| Ene-99 | -0,04 | -0,23 | 0,01 | -0,15 |
| Dic-98 | -0,01 | -0,16 | -0,14 | -0,14 |
| Nov-98 | -0,01 | -0,01 | 0,22 | 0,01 |
| Oct-98 | 0,02 | 0,02 | 0,27 | 0,02 |
| Sep-98 | 0,00 | -0,19 | 0,13 | -0,19 |
| Ago-98 | -0,04 | 0,12 | 0,04 | 0,11 |
| Jul-98 | 0,19 | 0,14 | 0,03 | 0,13 |
| Jun-98 | -0,11 | 0,20 | -0,25 | 0,18 |
| May-98 | 0,06 | -0,09 | -0,20 | -0,09 |
| Abr-98 | -0,11 | 0,03 | -0,24 | 0,01 |
| Mar-98 | 0,18 | -0,02 | 0,83 | -0,04 |
| Feb-98 | -0,05 | 0,10 | 0,08 | 0,03 |
| Ene-98 | -0,07 | -0,28 | 0,07 | -0,25 |
| Dic-97 | 0,04 | 0,08 | 0,03 | 0,17 |
| Nov-97 | -0,06 | -0,18 | -0,19 | -0,14 |
| Oct-97 | 0,10 | 0,42 | -0,06 | 0,44 |
| Sep-97 | 0,00 | -0,24 | 0,18 | -0,26 |
| Ago-97 | -0,10 | 0,15 | -0,19 | 0,15 |
| Jul-97 | 0,13 | 0,18 | -0,03 | 0,13 |
| Jun-97 | -0,01 | -0,22 | 0,10 | -0,21 |
| May-97 | 0,15 | 0,06 | -0,15 | 0,05 |
| Abr-97 | -0,19 | 0,21 | -0,15 | 0,19 |
| Mar-97 | 0,11 | 0,40 | 0,66 | 0,33 |
| Feb-97 | -0,04 | -0,44 | -0,30 | -0,42 |
| Ene-97 | 0,04 | 0,08 | 0,14 | 0,17 |
| Dic-96 | -0,10 | -0,09 | 0,10 | -0,09 |
| Nov-96 | -0,05 | -0,13 | 0,00 | -0,14 |
| Oct-96 | 0,14 | 0,04 | -0,01 | 0,03 |
| Sep-96 | -0,07 | 0,14 | 0,00 | 0,15 |
| Ago-96 | -0,05 | 0,03 | -0,09 | 0,03 |
| Jul-96 | 0,07 | 0,27 | -0,09 | 0,22 |
| Jun-96 | -0,02 | -0,08 | -0,19 | -0,07 |
| May-96 | 0,05 | 0,01 | 0,12 | 0,01 |
| Abr-96 | -0,04 | -0,06 | 0,32 | -0,10 |
| Mar-96 | 0,09 | 0,16 | 0,28 | 0,14 |
| Feb-96 | -0,09 | -0,12 | -0,01 | -0,16 |
| Ene-96 | 0,11 | -0,09 | 0,21 | 0,00 |
| Dic-95 | -0,07 | -0,03 | -0,17 | 0,05 |
| Nov-95 | 0,00 | -0,06 | -0,13 | -0,05 |

| | | | | |
|--------|-------|-------|-------|-------|
| Oct-95 | 0,07 | -0,01 | -0,03 | -0,01 |
| Sep-95 | -0,04 | 0,00 | -0,09 | -0,03 |
| Ago-95 | -0,06 | 0,07 | -0,06 | 0,03 |
| Jul-95 | 0,07 | 0,07 | -0,18 | 0,07 |
| Jun-95 | -0,05 | 0,02 | 0,26 | 0,02 |
| May-95 | 0,04 | -0,07 | -0,06 | -0,08 |
| Abr-95 | -0,05 | 0,01 | -0,01 | -0,01 |
| Mar-95 | 0,12 | 0,23 | 0,14 | 0,19 |
| Feb-95 | -0,06 | -0,15 | 0,00 | -0,13 |
| Ene-95 | 0,09 | 0,02 | -0,04 | 0,05 |
| Dic-94 | -0,04 | 0,04 | -0,02 | 0,10 |
| Nov-94 | -0,02 | 0,05 | 0,00 | 0,07 |
| Oct-94 | 0,07 | -0,04 | 0,06 | -0,04 |
| Sep-94 | -0,09 | -0,11 | -0,10 | -0,14 |
| Ago-94 | 0,07 | 0,05 | 0,10 | 0,06 |
| Jul-94 | -0,02 | 0,22 | -0,05 | 0,17 |
| Jun-94 | -0,04 | -0,08 | -0,10 | -0,07 |
| May-94 | 0,06 | 0,07 | 0,04 | 0,07 |
| Abr-94 | -0,01 | -0,03 | -0,10 | -0,05 |
| Mar-94 | 0,10 | 0,03 | 0,16 | 0,02 |
| Feb-94 | -0,10 | 0,00 | -0,01 | -0,03 |
| Ene-94 | 0,03 | -0,05 | -0,18 | 0,02 |
| Dic-93 | 0,01 | 0,03 | 0,14 | 0,05 |
| Nov-93 | 0,07 | 0,06 | 0,11 | 0,06 |
| Oct-93 | 0,02 | 0,04 | -0,02 | 0,02 |
| Sep-93 | -0,08 | -0,17 | 0,20 | -0,17 |
| Ago-93 | -0,01 | -0,13 | -0,06 | -0,12 |
| Jul-93 | 0,07 | 0,15 | -0,12 | 0,13 |
| Jun-93 | -0,05 | 0,20 | 0,17 | 0,20 |
| May-93 | 0,08 | 0,04 | -0,01 | 0,04 |
| Abr-93 | -0,08 | -0,13 | -0,11 | -0,15 |
| Mar-93 | 0,11 | 0,20 | 0,29 | 0,21 |
| Feb-93 | -0,06 | -0,10 | 0,18 | -0,12 |
| Ene-93 | 0,06 | 0,02 | -0,22 | -0,02 |
| Dic-92 | -0,10 | 0,00 | 0,11 | 0,11 |
| Nov-92 | 0,03 | -0,05 | -0,10 | -0,04 |
| Oct-92 | -0,02 | 0,02 | 0,08 | 0,06 |
| Sep-92 | -0,04 | -0,11 | -0,02 | -0,13 |
| Ago-92 | -0,01 | 0,06 | -0,07 | 0,05 |
| Jul-92 | 0,14 | 0,09 | -0,04 | 0,06 |
| Jun-92 | -0,03 | 0,17 | 0,32 | 0,17 |
| May-92 | 0,06 | -0,06 | -0,22 | -0,06 |
| Abr-92 | -0,09 | 0,02 | -0,13 | 0,02 |
| Mar-92 | 0,09 | 0,08 | 0,39 | 0,12 |
| Feb-92 | -0,02 | -0,16 | -0,24 | -0,24 |
| Ene-92 | 0,03 | 0,07 | 0,13 | 0,11 |
| Dic-91 | -0,02 | 0,02 | 0,06 | 0,13 |
| Nov-91 | 0,07 | -0,02 | 0,07 | -0,04 |
| Oct-91 | 0,17 | 0,18 | -0,06 | 0,12 |
| Sep-91 | -0,06 | -0,14 | 0,08 | -0,08 |

| | | | | |
|--------|-------|-------|-------|-------|
| Ago-91 | -0,01 | -0,09 | 0,03 | -0,14 |
| Jul-91 | 0,08 | 0,08 | 0,20 | 0,08 |
| Jun-91 | -0,01 | 0,20 | -0,33 | 0,20 |
| May-91 | 0,07 | -0,03 | 0,39 | -0,03 |
| Abr-91 | -0,07 | -0,07 | -0,11 | -0,07 |
| Mar-91 | 0,12 | 0,04 | 0,16 | 0,00 |
| Feb-91 | -0,09 | -0,23 | 0,04 | -0,20 |

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Central e INE

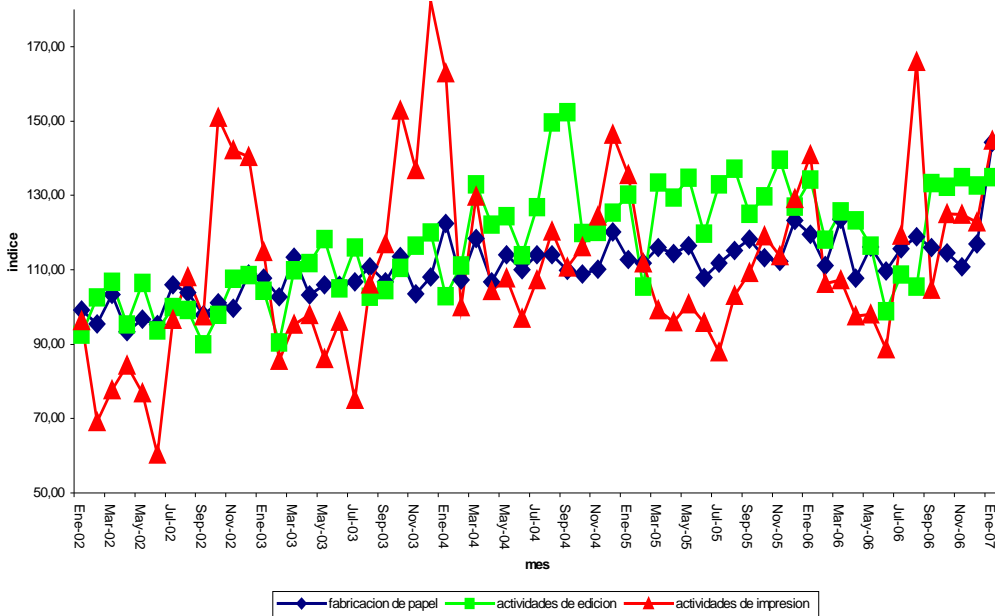
Cuadro 3.6
Índice 2002-2007
Serie mensual

| Mes del año | Producción física | | | Producción venta | | |
|-------------|----------------------------------|------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| | Fabricación de papel y derivados | Actividades de edición | Actividades de impresión y derivados | Fabricación de papel y derivados | Actividades de edición | Actividades de impresión y derivados |
| 2002 | 100,03 | 100,02 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 99,99 |
| enero | 99,20 | 92,50 | 96,20 | 88,20 | 91,60 | 173,60 |
| febrero | 95,40 | 102,50 | 69,10 | 94,80 | 101,80 | 96,50 |
| marzo | 103,40 | 106,80 | 77,60 | 102,50 | 108,30 | 94,80 |
| abril | 93,30 | 95,30 | 84,20 | 96,80 | 95,00 | 81,60 |
| mayo | 96,80 | 106,40 | 76,90 | 104,20 | 109,40 | 64,30 |
| junio | 95,20 | 93,60 | 60,40 | 97,90 | 94,10 | 68,10 |
| julio | 105,90 | 99,90 | 96,50 | 105,20 | 100,60 | 124,70 |
| agosto | 103,90 | 99,20 | 108,10 | 100,00 | 99,80 | 82,60 |
| septiembre | 97,80 | 90,00 | 97,60 | 101,60 | 88,80 | 59,00 |
| octubre | 101,10 | 97,90 | 150,90 | 99,60 | 96,60 | 80,30 |
| noviembre | 99,60 | 107,50 | 142,10 | 101,40 | 106,40 | 126,00 |
| diciembre | 108,80 | 108,60 | 140,40 | 107,80 | 107,60 | 148,40 |
| 2003 | 107,35 | 109,13 | 112,13 | 106,56 | 107,12 | 95,94 |
| enero | 107,70 | 104,40 | 114,80 | 104,40 | 103,40 | 179,50 |
| febrero | 102,70 | 90,50 | 85,60 | 103,70 | 85,20 | 104,80 |
| marzo | 113,40 | 109,80 | 95,20 | 105,10 | 100,80 | 88,80 |
| abril | 103,20 | 111,70 | 97,80 | 102,70 | 111,30 | 88,70 |
| mayo | 105,90 | 118,20 | 86,00 | 94,60 | 118,10 | 64,90 |
| junio | 105,80 | 105,00 | 96,10 | 95,60 | 104,80 | 68,70 |
| julio | 106,80 | 115,90 | 75,10 | 112,80 | 115,20 | 62,40 |
| agosto | 110,80 | 102,70 | 106,10 | 115,60 | 101,70 | 66,80 |
| septiembre | 106,70 | 104,50 | 116,90 | 115,30 | 105,40 | 59,30 |
| octubre | 113,60 | 110,50 | 152,90 | 108,10 | 109,60 | 88,40 |
| noviembre | 103,50 | 116,40 | 136,80 | 106,70 | 112,90 | 109,10 |
| diciembre | 108,10 | 120,00 | 182,30 | 114,10 | 117,00 | 169,90 |
| 2004 | 112,97 | 125,08 | 118,88 | 112,63 | 125,30 | 105,30 |
| enero | 122,40 | 102,80 | 162,80 | 121,90 | 103,50 | 204,80 |
| febrero | 107,20 | 111,10 | 99,90 | 104,20 | 112,20 | 126,10 |
| marzo | 118,40 | 132,90 | 129,70 | 133,10 | 133,90 | 99,70 |
| abril | 106,70 | 122,10 | 104,40 | 98,70 | 123,10 | 87,00 |
| mayo | 114,00 | 124,30 | 107,70 | 116,20 | 124,30 | 87,50 |
| junio | 110,00 | 113,80 | 96,90 | 112,90 | 111,40 | 95,20 |
| julio | 114,00 | 126,80 | 107,30 | 106,50 | 124,40 | 74,30 |
| agosto | 114,00 | 149,60 | 120,40 | 105,50 | 152,90 | 89,00 |

| | | | | | | |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| septiembre | 109,90 | 152,30 | 110,60 | 107,10 | 158,80 | 81,90 |
| octubre | 108,80 | 119,80 | 116,10 | 120,70 | 116,80 | 93,30 |
| noviembre | 110,10 | 120,10 | 124,30 | 98,00 | 117,80 | 107,00 |
| diciembre | 120,10 | 125,30 | 146,40 | 126,80 | 124,50 | 117,80 |
| 2005 | 114,43 | 128,71 | 108,41 | 110,93 | 129,09 | 97,52 |
| enero | 112,80 | 130,20 | 135,60 | 98,70 | 131,10 | 152,60 |
| febrero | 111,70 | 105,50 | 111,70 | 114,20 | 103,10 | 136,20 |
| marzo | 116,00 | 133,40 | 99,10 | 114,80 | 131,70 | 95,90 |
| abril | 114,30 | 129,40 | 95,90 | 117,80 | 128,60 | 84,50 |
| mayo | 116,40 | 134,80 | 100,70 | 106,90 | 133,50 | 86,50 |
| junio | 107,90 | 119,70 | 95,80 | 111,20 | 116,80 | 88,20 |
| julio | 111,80 | 132,90 | 87,90 | 102,70 | 136,20 | 70,00 |
| agosto | 115,10 | 137,20 | 103,10 | 117,20 | 139,80 | 75,40 |
| septiembre | 118,20 | 125,10 | 109,20 | 115,00 | 125,00 | 75,20 |
| octubre | 113,30 | 129,70 | 119,10 | 106,30 | 133,80 | 83,80 |
| noviembre | 112,30 | 139,60 | 113,70 | 112,00 | 140,10 | 91,20 |
| diciembre | 123,30 | 127,00 | 129,10 | 114,30 | 129,40 | 130,70 |
| 2006 | 115,05 | 121,98 | 116,77 | 112,03 | 120,69 | 98,83 |
| enero | 119,50 | 134,30 | 140,90 | 108,20 | 136,60 | 144,90 |
| febrero | 111,10 | 118,00 | 106,20 | 110,50 | 118,60 | 126,40 |
| marzo | 123,50 | 125,60 | 107,20 | 117,30 | 121,80 | 105,90 |
| abril | 107,80 | 123,20 | 97,60 | 113,10 | 120,30 | 83,50 |
| mayo | 116,20 | 116,50 | 98,10 | 113,30 | 113,40 | 80,80 |
| junio | 109,70 | 98,90 | 88,70 | 108,40 | 95,90 | 72,50 |
| julio | 115,60 | 108,70 | 119,20 | 103,60 | 105,70 | 89,20 |
| agosto | 118,90 | 105,50 | 166,00 | 111,00 | 104,30 | 71,10 |
| septiembre | 116,00 | 133,20 | 104,60 | 111,30 | 132,20 | 68,40 |
| octubre | 114,50 | 132,30 | 125,00 | 116,80 | 131,10 | 89,20 |
| noviembre | 110,80 | 134,90 | 124,90 | 116,30 | 135,40 | 100,40 |
| diciembre | 117,00 | 132,70 | 122,80 | 114,60 | 133,00 | 153,60 |
| 2007 | 144,30 | 134,90 | 144,70 | 117,50 | 137,30 | 164,80 |
| enero | 144,30 | 134,90 | 144,70 | 117,50 | 137,30 | 164,80 |

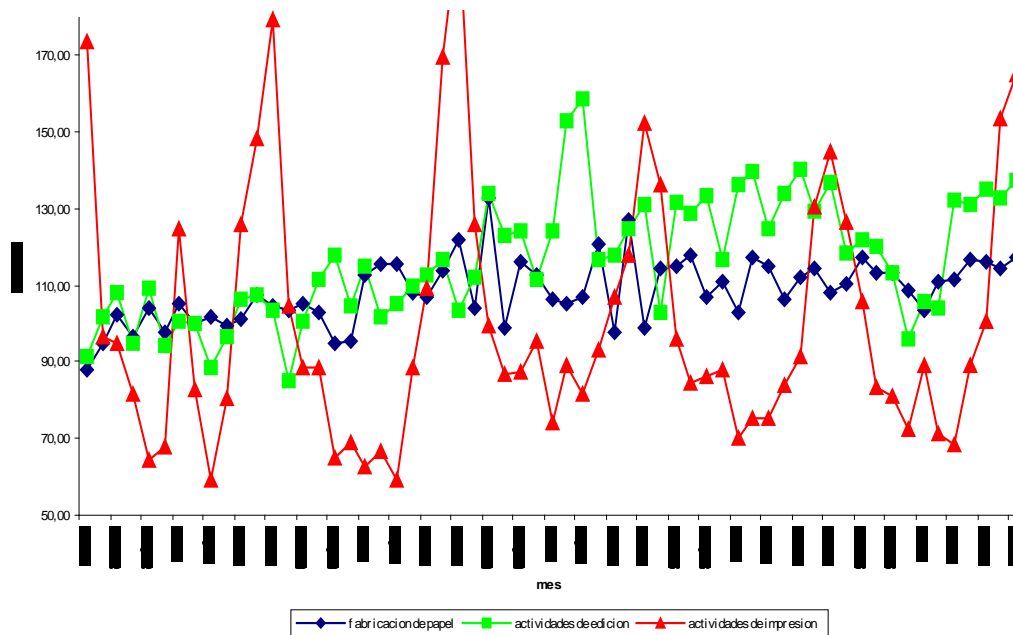
Fuente: Elaboración propia con datos de INE.

Gráfico 3.1
Evolución índice de producción física 2002-2007
Datos mensuales



Fuente: Elaboración propia con datos de INE

Gráfico 3.2
Evolución índice de producción venta 2002-2007
Datos mensuales



Fuente: Elaboración propia con datos de INE

Anexo 4: Papel, editorial e imprentas (encuesta ENIA - INE)

Cuadro 4.1
Factor Trabajo
Valores en miles de \$, Año 2004

| Ítem | Factor trabajo 2004 | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-------------|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Nº de establecimientos | 65 | 38 | 16 | 119 | 95 | 116 | 62 | 273 | 160 | 154 | 78 | 392 |
| Empleo | | | | | | | | | | | | |
| Nº propietarios y familiares | 37 | 41 | 13 | 91 | 104 | 126 | 54 | 284 | 141 | 167 | 67 | 375 |
| Nº adm. y personal calificado | 5.332 | 4.051 | 1.155 | 10.538 | 886 | 1.322 | 720 | 2.928 | 6.218 | 5.373 | 1.875 | 13.466 |
| Nº personal no calificado | 5.519 | 1.496 | 753 | 7.768 | 1.062 | 754 | 511 | 2.327 | 6.581 | 2.250 | 1.264 | 10.095 |
| <i>Total empleo</i> | 10.888 | 5.588 | 1.921 | 18.397 | 2.052 | 2.202 | 1.285 | 5.539 | 12.940 | 7.790 | 3.206 | 23.936 |
| Remuneraciones totales (\$M) | | | | | | | | | | | | |
| Total remuneraciones adm. y trab. Calificados | 59.452.047 | 44.650.878 | 9.903.163 | 114.006.088 | 5.751.606 | 8.015.986 | 3.680.103 | 17.447.695 | 65.203.653 | 52.666.864 | 13.583.266 | 131.453.783 |
| Total remuneraciones trab. No Calificados | 34.147.223 | 10.024.465 | 3.444.126 | 47.615.814 | 3.950.762 | 3.014.783 | 1.624.146 | 8.589.691 | 38.097.985 | 13.039.248 | 5.068.272 | 56.205.505 |
| <i>Total remuneraciones</i> | 93.599.270 | 54.675.343 | 13.347.289 | 161.621.902 | 9.702.368 | 11.030.769 | 5.304.249 | 26.037.386 | 103.301.638 | 65.706.112 | 18.651.538 | 187.659.288 |
| Remuneraciones mensuales (promedio) | | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones mensuales promedio adm y trab. Calificados | 929.171 | 918.516 | 714.514 | 854.067 | 540.971 | 505.294 | 425.938 | 490.734 | 873.856 | 816.844 | 603.701 | 764.800 |
| Remuneraciones mensuales promedio trab. No calificados | 515.601 | 558.404 | 381.156 | 485.054 | 310.010 | 333.199 | 264.864 | 302.691 | 482.424 | 482.935 | 334.142 | 433.167 |
| <i>Remuneraciones mensuales (promedio total)</i> | 716.379 | 815.368 | 579.008 | 703.585 | 394.021 | 417.453 | 343.985 | 385.153 | 665.260 | 702.890 | 484.808 | 617.653 |

Cuadro 4.2
Factor Trabajo
Distribución en cada sector, Año 2004

| Ítem | Factor trabajo 2004 | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-------------|-----------|-------|---------|-------------|-----------|-------|-------|-------------|-----------|-------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Nº de establecimientos | 55% | 32% | 13% | 100% | 35% | 42% | 23% | 100% | 41% | 39% | 20% | 100% |
| Empleo | | | | | | | | | | | | |
| Nº propietarios y familiares | 0% | 1% | 1% | 0% | 5% | 6% | 4% | 5% | 1% | 2% | 2% | 2% |
| Nº adm. y personal calificado | 49% | 72% | 60% | 57% | 43% | 60% | 56% | 53% | 48% | 69% | 58% | 56% |
| Nº personal no calificado | 51% | 27% | 39% | 42% | 52% | 34% | 40% | 42% | 51% | 29% | 39% | 42% |
| <i>Total empleo</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Remuneraciones totales (\$M) | | | | | | | | | | | | |
| Total remuneraciones adm. y trab. Calificados | 64% | 82% | 74% | 71% | 59% | 73% | 69% | 67% | 63% | 80% | 73% | 70% |
| Total remuneraciones trab. No Calificados | 36% | 18% | 26% | 29% | 41% | 27% | 31% | 33% | 37% | 20% | 27% | 30% |
| <i>Total remuneraciones</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Remuneraciones mensuales (promedio) | | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones mensuales promedio adm y trab. Calificados | 130% | 113% | 123% | 121% | 137% | 121% | 124% | 127% | 131% | 116% | 125% | 124% |
| Remuneraciones mensuales promedio trab. No calificados | 72% | 68% | 66% | 69% | 79% | 80% | 77% | 79% | 73% | 69% | 69% | 70% |
| <i>Remuneraciones mensuales (promedio total)</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Cuadro 4.3
Factor Trabajo
Valores en miles de \$, Año 2003

| Ítem | Factor trabajo 2003 | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-------------|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|------------|------------|-------------|------------|-------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Nº de establecimientos | 65 | 38 | 13 | 116 | 79 | 109 | 69 | 257 | 144 | 147 | 82 | 373 |
| Empleo | | | | | | | | | | | | |
| Nº propietarios y familiares | 36 | 34 | 10 | 80 | 81 | 135 | 84 | 300 | 117 | 169 | 94 | 380 |
| Nº adm. y personal calificado | 5.665 | 4.235 | 1.025 | 10.925 | 700 | 1.011 | 709 | 2.420 | 6.365 | 5.246 | 1.734 | 13.345 |
| Nº personal no calificado | 5.294 | 1.753 | 510 | 7.557 | 771 | 650 | 598 | 2.019 | 6.065 | 2.403 | 1.108 | 9.576 |
| <i>Total empleo</i> | 10.995 | 6.022 | 1.545 | 18.562 | 1.552 | 1.796 | 1.391 | 4.739 | 12.547 | 7.818 | 2.936 | 23.301 |
| Remuneraciones totales (\$M) | | | | | | | | | | | | |
| Total remuneraciones adm. y trab. Calificados | 58.892.807 | 45.996.008 | 8.761.442 | 113.650.257 | 3.953.843 | 4.637.901 | 3.852.144 | 12.443.888 | 62.846.650 | 50.633.909 | 12.613.586 | 126.094.145 |
| Total remuneraciones trab. No Calificados | 29.600.625 | 10.454.570 | 2.635.943 | 42.691.138 | 2.609.025 | 2.191.802 | 2.616.497 | 7.417.324 | 32.209.650 | 12.646.372 | 5.252.440 | 50.108.462 |
| <i>Total remuneraciones</i> | 88.493.432 | 56.450.578 | 11.397.385 | 156.341.395 | 6.562.868 | 6.829.703 | 6.468.641 | 19.861.212 | 95.056.300 | 63.280.281 | 17.866.026 | 176.202.607 |
| Remuneraciones mensuales (promedio) | | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones mensuales promedio adm y trab. Calificados | 866.325 | 905.077 | 712.312 | 827.905 | 470.696 | 382.287 | 452.767 | 435.250 | 822.816 | 804.326 | 606.189 | 744.443 |
| Remuneraciones mensuales promedio trab. No calificados | 465.946 | 496.985 | 430.710 | 464.547 | 281.996 | 281.000 | 364.618 | 309.205 | 442.562 | 438.562 | 395.039 | 425.388 |
| <i>Remuneraciones mensuales (promedio total)</i> | 670.710 | 781.172 | 614.746 | 688.876 | 352.388 | 316.894 | 387.529 | 352.270 | 631.335 | 674.515 | 507.097 | 604.315 |

Cuadro 4.4
Factor Trabajo
Distribución en cada sector, Año 2003

| Ítem | Factor trabajo 2004 | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-------------|-----------|-------|---------|-------------|-----------|-------|-------|-------------|-----------|-------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Nº de establecimientos | 56% | 33% | 11% | 100% | 31% | 42% | 27% | 100% | 39% | 39% | 22% | 100% |
| Empleo | | | | | | | | | | | | |
| Nº propietarios y familiares | 0% | 1% | 1% | 0% | 5% | 8% | 6% | 6% | 1% | 2% | 3% | 2% |
| Nº adm. y personal calificado | 52% | 70% | 66% | 59% | 45% | 56% | 51% | 51% | 51% | 67% | 59% | 57% |
| Nº personal no calificado | 48% | 29% | 33% | 41% | 50% | 36% | 43% | 43% | 48% | 31% | 38% | 41% |
| <i>Total empleo</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Remuneraciones totales (\$M) | | | | | | | | | | | | |
| Total remuneraciones adm. y trab. Calificados | 67% | 81% | 77% | 73% | 60% | 68% | 60% | 63% | 66% | 80% | 71% | 72% |
| Total remuneraciones trab. No Calificados | 33% | 19% | 23% | 27% | 40% | 32% | 40% | 37% | 34% | 20% | 29% | 28% |
| <i>Total remuneraciones</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Remuneraciones mensuales (promedio) | | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones mensuales promedio adm y trab. Calificados | 129% | 116% | 116% | 120% | 134% | 121% | 117% | 124% | 130% | 119% | 120% | 123% |
| Remuneraciones mensuales promedio trab. No calificados | 69% | 64% | 70% | 67% | 80% | 89% | 94% | 88% | 70% | 65% | 78% | 70% |
| <i>Remuneraciones mensuales (promedio total)</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Cuadro 4.5
Factor Trabajo
Valores en miles de \$, Año 2002

| Ítem | Factor trabajo 2002 | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-------------|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|------------|------------|-------------|------------|-------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Nº de establecimientos | 65 | 29 | 15 | 109 | 71 | 110 | 51 | 232 | 136 | 139 | 66 | 341 |
| Empleo | | | | | | | | | | | | |
| Nº propietarios y familiares | 36 | 28 | 9 | 73 | 89 | 129 | 66 | 284 | 125 | 157 | 75 | 357 |
| Nº adm. y personal calificado | 5.800 | 3.684 | 1.352 | 10.836 | 599 | 1.152 | 608 | 2.359 | 6.399 | 4.836 | 1.960 | 13.195 |
| Nº personal no calificado | 5.704 | 1.212 | 762 | 7.678 | 862 | 519 | 381 | 1.762 | 6.566 | 1.731 | 1.143 | 9.440 |
| <i>Total empleo</i> | 11.540 | 4.924 | 2.123 | 18.587 | 1.550 | 1.800 | 1.055 | 4.405 | 13.090 | 6.724 | 3.178 | 22.992 |
| Remuneraciones totales (\$M) | | | | | | | | | | | | |
| Total remuneraciones adm. y trab. Calificados | 57.934.723 | 39.178.143 | 11.728.933 | 108.841.799 | 3.393.984 | 4.692.505 | 2.812.946 | 10.899.435 | 61.328.707 | 43.870.648 | 14.541.879 | 119.741.234 |
| Total remuneraciones trab. No Calificados | 30.377.463 | 7.199.858 | 3.333.617 | 40.910.938 | 2.802.570 | 1.673.414 | 1.042.536 | 5.518.520 | 33.180.033 | 8.873.272 | 4.376.153 | 46.429.458 |
| <i>Total remuneraciones</i> | 88.312.186 | 46.378.001 | 15.062.550 | 149.752.737 | 6.196.554 | 6.365.919 | 3.855.482 | 16.417.955 | 94.508.740 | 52.743.920 | 18.918.032 | 166.170.692 |
| Remuneraciones mensuales (promedio) | | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones mensuales promedio adm y trab. Calificados | 832.395 | 886.223 | 722.937 | 813.852 | 472.174 | 339.446 | 385.546 | 399.055 | 798.676 | 755.973 | 618.277 | 724.309 |
| Remuneraciones mensuales promedio trab. No calificados | 443.804 | 495.040 | 364.569 | 434.471 | 270.937 | 268.692 | 228.026 | 255.885 | 421.109 | 427.175 | 319.055 | 389.113 |
| <i>Remuneraciones mensuales (promedio total)</i> | 637.725 | 784.897 | 591.245 | 671.289 | 333.148 | 294.718 | 304.540 | 310.802 | 601.660 | 653.677 | 496.068 | 583.802 |

Cuadro 4.6
Factor Trabajo
Distribución en cada sector, Año 2003

| Ítem | Factor trabajo 2002 | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-------------|-----------|-------|---------|-------------|-----------|-------|-------|-------------|-----------|-------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Nº de establecimientos | 60% | 27% | 14% | 100% | 31% | 47% | 22% | 100% | 40% | 41% | 19% | 100% |
| Empleo | | | | | | | | | | | | |
| Nº propietarios y familiares | 0% | 1% | 0% | 0% | 6% | 7% | 6% | 6% | 1% | 2% | 2% | 2% |
| Nº adm. y personal calificado | 50% | 75% | 64% | 58% | 39% | 64% | 58% | 54% | 49% | 72% | 62% | 57% |
| Nº personal no calificado | 49% | 25% | 36% | 41% | 56% | 29% | 36% | 40% | 50% | 26% | 36% | 41% |
| <i>Total empleo</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Remuneraciones totales (\$M) | | | | | | | | | | | | |
| Total remuneraciones adm. y trab. Calificados | 66% | 84% | 78% | 73% | 55% | 74% | 73% | 66% | 65% | 83% | 77% | 72% |
| Total remuneraciones trab. No Calificados | 34% | 16% | 22% | 27% | 45% | 26% | 27% | 34% | 35% | 17% | 23% | 28% |
| <i>Total remuneraciones</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Remuneraciones mensuales (promedio) | | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones mensuales promedio adm y trab. Calificados | 131% | 113% | 122% | 121% | 142% | 115% | 127% | 128% | 133% | 116% | 125% | 124% |
| Remuneraciones mensuales promedio trab. No calificados | 70% | 63% | 62% | 65% | 81% | 91% | 75% | 82% | 70% | 65% | 64% | 67% |
| <i>Remuneraciones mensuales (promedio total)</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Cuadro 4.7
Factor Trabajo
Valores en miles de \$, Año 2001

| Ítem | Factor trabajo 2001 | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|------------|------------|-------------|------------|-------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Nº de establecimientos | 61 | 21 | 11 | 93 | 63 | 105 | 35 | 203 | 124 | 126 | 46 | 296 |
| Empleo | | | | | | | | | | | | |
| Nº propietarios y familiares | 48 | 25 | 10 | 83 | 81 | 133 | 39 | 253 | 129 | 158 | 49 | 336 |
| Nº adm. y personal calificado | 6.278 | 4.314 | 715 | 11.307 | 518 | 1.151 | 439 | 2.108 | 6.796 | 5.465 | 1.154 | 13.415 |
| Nº personal no calificado | 5.221 | 1.650 | 410 | 7.281 | 775 | 455 | 311 | 1.541 | 5.996 | 2.105 | 721 | 8.822 |
| <i>Total empleo</i> | 11.547 | 5.989 | 1.135 | 18.671 | 1.374 | 1.739 | 789 | 3.902 | 12.921 | 7.728 | 1.924 | 22.573 |
| Remuneraciones totales (\$M) | | | | | | | | | | | | |
| Total remuneraciones adm. y trab. Calificados | 53.175.217 | 45.389.024 | 6.158.172 | 104.722.413 | 2.785.077 | 4.707.943 | 2.218.695 | 9.711.715 | 55.960.294 | 50.096.967 | 8.376.867 | 114.434.128 |
| Total remuneraciones trab. No Calificados | 27.126.530 | 8.517.970 | 1.625.937 | 37.270.437 | 2.580.520 | 1.428.460 | 885.619 | 4.894.599 | 29.707.050 | 9.946.430 | 2.511.556 | 42.165.036 |
| <i>Total remuneraciones</i> | 80.301.747 | 53.906.994 | 7.784.109 | 141.992.850 | 5.365.597 | 6.136.403 | 3.104.314 | 14.606.314 | 85.667.344 | 60.043.397 | 10.888.423 | 156.599.164 |
| Remuneraciones mensuales (promedio) | | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones mensuales promedio adm y trab. Calificados | 705.841 | 876.778 | 717.736 | 766.785 | 448.050 | 340.859 | 421.165 | 403.358 | 686.192 | 763.906 | 604.915 | 685.004 |
| Remuneraciones mensuales promedio trab. No calificados | 432.971 | 430.201 | 330.475 | 397.882 | 277.475 | 261.623 | 237.304 | 258.801 | 412.873 | 393.762 | 290.286 | 365.640 |
| <i>Remuneraciones mensuales (promedio total)</i> | 579.528 | 750.083 | 571.520 | 633.711 | 325.424 | 294.058 | 327.874 | 315.786 | 552.507 | 647.466 | 471.605 | 557.193 |

Cuadro 4.8
Factor Trabajo
Distribución en cada sector, Año 2001

| Ítem | Factor trabajo 2001 | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-------------|-----------|-------|---------|-------------|-----------|-------|-------|-------------|-----------|-------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Nº de establecimientos | 66% | 23% | 12% | 100% | 31% | 52% | 17% | 100% | 42% | 43% | 16% | 100% |
| Empleo | | | | | | | | | | | | |
| Nº propietarios y familiares | 0% | 0% | 1% | 0% | 6% | 8% | 5% | 6% | 1% | 2% | 3% | 1% |
| Nº adm. y personal calificado | 54% | 72% | 63% | 61% | 38% | 66% | 56% | 54% | 53% | 71% | 60% | 59% |
| Nº personal no calificado | 45% | 28% | 36% | 39% | 56% | 26% | 39% | 39% | 46% | 27% | 37% | 39% |
| <i>Total empleo</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Remuneraciones totales (\$M) | | | | | | | | | | | | |
| Total remuneraciones adm. y trab. Calificados | 66% | 84% | 79% | 74% | 52% | 77% | 71% | 66% | 65% | 83% | 77% | 73% |
| Total remuneraciones trab. No Calificados | 34% | 16% | 21% | 26% | 48% | 23% | 29% | 34% | 35% | 17% | 23% | 27% |
| <i>Total remuneraciones</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Remuneraciones mensuales (promedio) | | | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones mensuales promedio adm y trab. Calificados | 122% | 117% | 126% | 121% | 138% | 116% | 128% | 128% | 124% | 118% | 128% | 123% |
| Remuneraciones mensuales promedio trab. No calificados | 75% | 57% | 58% | 63% | 85% | 89% | 72% | 82% | 75% | 61% | 62% | 66% |
| <i>Remuneraciones mensuales (promedio total)</i> | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Cuadro 4.9
Factor Trabajo
series

| Año | N° de empresas | | | |
|------|----------------|-------------|----------|-------|
| | papel | editoriales | imprensa | total |
| 2001 | 124 | 126 | 46 | 296 |
| 2002 | 136 | 139 | 66 | 341 |
| 2003 | 144 | 147 | 82 | 373 |
| 2004 | 160 | 154 | 78 | 392 |

| Año | Variación en N° de empresas | | | |
|------|-----------------------------|-------------|----------|-------|
| | papel | editoriales | imprensa | total |
| 2002 | 10% | 10% | 43% | 15% |
| 2003 | 6% | 6% | 24% | 9% |
| 2004 | 11% | 5% | -5% | 5% |

| Año | N° de empleo | | | |
|------|--------------|-------------|----------|--------|
| | papel | editoriales | imprensa | total |
| 2001 | 12.921 | 7.728 | 1.924 | 22.573 |
| 2002 | 13.090 | 6.724 | 3.178 | 22.992 |
| 2003 | 12.547 | 7.818 | 2.936 | 23.301 |
| 2004 | 12.940 | 7.790 | 3.206 | 23.936 |

| Año | Variación en N° de empleo | | | |
|------|---------------------------|-------------|----------|-------|
| | papel | editoriales | imprensa | total |
| 2002 | 1% | -13% | 65% | 2% |
| 2003 | -4% | 16% | -8% | 1% |
| 2004 | 3% | 0% | 9% | 3% |

| Año | Total remuneraciones | | | |
|------|----------------------|-------------|------------|-------------|
| | papel | editoriales | imprensa | total |
| 2001 | 55.960.294 | 50.096.967 | 8.376.867 | 114.434.128 |
| 2002 | 61.328.707 | 43.870.648 | 14.541.879 | 119.741.234 |
| 2003 | 62.846.650 | 50.633.909 | 12.613.586 | 126.094.145 |
| 2004 | 65.203.653 | 52.666.864 | 13.583.266 | 131.453.783 |

| Año | Variación en total de remuneraciones | | | |
|------|--------------------------------------|-------------|----------|-------|
| | papel | editoriales | imprensa | total |
| 2002 | 10% | -12% | 74% | 5% |
| 2003 | 2% | 15% | -13% | 5% |
| 2004 | 4% | 4% | 8% | 4% |

| Año | Remuneraciones promedio | | | |
|------|-------------------------|-------------|----------|---------|
| | papel | editoriales | imprensa | total |
| 2001 | 552.507 | 647.466 | 471.605 | 557.193 |
| 2002 | 601.660 | 653.677 | 496.068 | 583.802 |
| 2003 | 631.335 | 674.515 | 507.097 | 604.315 |
| 2004 | 665.260 | 702.890 | 484.808 | 617.653 |

| Año | Variación en remuneraciones promedio | | | |
|------|--------------------------------------|-------------|----------|-------|
| | papel | editoriales | imprensa | total |
| 2002 | 9% | 1% | 5% | 5% |
| 2003 | 5% | 3% | 2% | 4% |
| 2004 | 5% | 4% | -4% | 2% |

Cuadro 4.10
Rentas
Valores en miles de \$, Año 2004

| Ítem | Rentas del sector 2004 | | | | | | | | | | | |
|---|------------------------|-------------|-------------|---------------|------------|-------------|------------|-------------|---------------|-------------|-------------|---------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Ingresos totales por venta de productos y trabajos efectuados (\$M) | 1.843.713.816 | 224.011.764 | 103.380.992 | 2.171.106.572 | 85.340.630 | 46.103.089 | 34.398.005 | 165.841.724 | 1.929.054.446 | 270.114.853 | 137.778.997 | 2.336.948.296 |
| Costo total de los bienes recibidos y trabajos efectuados (\$M) | 985.581.370 | 145.401.236 | 57.423.744 | 1.188.406.350 | 52.162.706 | 20.693.379 | 18.576.407 | 91.432.492 | 1.037.744.076 | 166.094.615 | 76.000.151 | 1.279.838.842 |
| Utilidad Bruta (\$M) | 858.132.446 | 78.610.528 | 45.957.248 | 982.700.222 | 33.177.924 | 25.409.710 | 15.821.598 | 74.409.232 | 891.310.370 | 104.020.238 | 61.778.846 | 1.057.109.454 |
| Utilidad Bruta (% ingresos) | 46,54% | 35,09% | 44,45% | 45,26% | 38,88% | 55,11% | 46,00% | 44,87% | 46,20% | 38,51% | 44,84% | 45,23% |
| Valor Bruto producción (\$M) | 1.885.841.255 | 247.975.420 | 103.014.072 | 2.236.830.747 | 85.689.021 | 46.745.223 | 34.749.385 | 167.183.629 | 1.971.530.276 | 294.720.643 | 137.763.457 | 2.404.014.376 |
| Valor Agregado (\$M) | 920.843.302 | 105.069.823 | 46.073.050 | 1.071.986.175 | 34.548.553 | 26.002.079 | 15.943.634 | 76.494.266 | 955.391.855 | 131.071.902 | 62.016.684 | 1.148.480.441 |
| Valor Agregado (% ingresos) | 49,95% | 46,90% | 44,57% | 49,38% | 40,48% | 56,40% | 46,35% | 46,12% | 49,53% | 48,52% | 45,01% | 49,14% |
| Ingresos / costos | 1,87 | 1,54 | 1,80 | 1,83 | 1,64 | 2,23 | 1,85 | 1,81 | 1,86 | 1,63 | 1,81 | 1,83 |

Cuadro 4.11
Rentas
Valores en miles de \$, Año 2003

| Ítem | Rentas del sector | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------|-------------|------------|---------------|------------|-------------|------------|-------------|---------------|-------------|-------------|---------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Ingresos totales por venta de productos y trabajos efectuados (\$M) | 1.695.368.642 | 179.704.528 | 81.900.045 | 1.956.973.215 | 61.178.795 | 37.159.804 | 37.391.657 | 135.730.256 | 1.756.547.437 | 216.864.332 | 119.291.702 | 2.092.703.471 |
| Costo total de los bienes recibidos y trabajos efectuados (\$M) | 931.415.855 | 108.536.260 | 52.255.141 | 1.092.207.256 | 36.085.755 | 17.562.076 | 19.998.638 | 73.646.469 | 967.501.610 | 126.098.336 | 72.253.779 | 1.165.853.725 |
| Utilidad Bruta (\$M) | 763.952.787 | 71.168.268 | 29.644.904 | 864.765.959 | 25.093.040 | 19.597.728 | 17.393.019 | 62.083.787 | 789.045.827 | 90.765.996 | 47.037.923 | 926.849.746 |
| Utilidad Bruta (% ingresos) | 45,06% | 39,60% | 36,20% | 44,19% | 41,02% | 52,74% | 46,52% | 45,74% | 44,92% | 41,85% | 39,43% | 44,29% |
| Valor Bruto producción (\$M) | 1.739.717.387 | 188.369.291 | 81.586.182 | 2.009.672.860 | 61.181.399 | 37.477.537 | 37.501.973 | 136.160.909 | 1.800.898.786 | 225.846.828 | 119.088.155 | 2.145.833.769 |
| Valor Agregado (\$M) | 801.548.141 | 80.194.177 | 29.991.640 | 911.733.958 | 25.538.304 | 19.677.775 | 17.667.450 | 62.883.529 | 827.086.445 | 99.871.952 | 47.659.090 | 974.617.487 |
| Valor Agregado (% ingresos) | 47,28% | 44,63% | 36,62% | 46,59% | 41,74% | 52,95% | 47,25% | 46,33% | 47,09% | 46,05% | 39,95% | 46,57% |
| Ingresos / costos | 1,82 | 1,66 | 1,57 | 1,79 | 1,70 | 2,12 | 1,87 | 1,84 | 1,82 | 1,72 | 1,65 | 1,79 |

Cuadro 4.12
Rentas
Valores en miles de \$, Año 2002

| Ítem | Rentas del sector | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------|-------------|-------------|---------------|------------|-------------|------------|-------------|---------------|-------------|-------------|---------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Ingresos totales por venta de productos y trabajos efectuados (\$M) | 1.688.681.485 | 222.293.562 | 114.057.876 | 2.025.032.923 | 55.301.874 | 33.678.596 | 28.712.772 | 117.693.242 | 1.743.983.359 | 255.972.158 | 142.770.648 | 2.142.726.165 |
| Costo total de los bienes recibidos y trabajos efectuados (\$M) | 917.583.384 | 77.102.544 | 64.475.021 | 1.059.160.949 | 31.494.933 | 15.351.676 | 15.865.352 | 62.711.961 | 949.078.317 | 92.454.220 | 80.340.373 | 1.121.872.910 |
| Utilidad Bruta (\$M) | 771.098.101 | 145.191.018 | 49.582.855 | 965.871.974 | 23.806.941 | 18.326.920 | 12.847.420 | 54.981.281 | 794.905.042 | 163.517.938 | 62.430.275 | 1.020.853.255 |
| Utilidad Bruta (% ingresos) | 45,66% | 65,31% | 43,47% | 47,70% | 43,05% | 54,42% | 44,74% | 46,72% | 45,58% | 63,88% | 43,73% | 47,64% |
| Valor Bruto producción (\$M) | 1.714.388.422 | 227.789.526 | 114.155.895 | 2.056.333.843 | 56.259.501 | 33.762.164 | 28.353.759 | 118.375.424 | 1.770.647.923 | 261.551.690 | 142.509.654 | 2.174.709.267 |
| Valor Agregado (\$M) | 796.947.131 | 150.257.011 | 49.346.526 | 996.550.668 | 24.904.455 | 18.349.164 | 13.021.783 | 56.275.402 | 821.851.586 | 168.606.175 | 62.368.309 | 1.052.826.070 |
| Valor Agregado (% ingresos) | 47,19% | 67,59% | 43,26% | 49,21% | 45,03% | 54,48% | 45,35% | 47,82% | 47,12% | 65,87% | 43,68% | 49,13% |
| Ingresos / costos | 1,84 | 2,88 | 1,77 | 1,91 | 1,76 | 2,19 | 1,81 | 1,88 | 1,84 | 2,77 | 1,78 | 1,91 |

Cuadro 4.13
Rentas
Valores en miles de \$, Año 2001

| Ítem | Rentas del sector | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------|-------------|------------|---------------|------------|-------------|------------|-------------|---------------|-------------|------------|---------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Ingresos totales por venta de productos y trabajos efectuados (\$M) | 1.599.200.296 | 227.568.549 | 55.234.138 | 1.882.002.983 | 54.541.144 | 34.498.402 | 17.642.345 | 106.681.891 | 1.653.741.440 | 262.066.951 | 72.876.483 | 1.988.684.874 |
| Costo total de los bienes recibidos y trabajos efectuados (\$M) | 835.834.158 | 79.961.786 | 31.157.381 | 946.953.325 | 31.668.067 | 15.474.254 | 7.991.956 | 55.134.277 | 867.502.225 | 95.436.040 | 39.149.337 | 1.002.087.602 |
| Utilidad Bruta (\$M) | 763.366.138 | 147.606.763 | 24.076.757 | 935.049.658 | 22.873.077 | 19.024.148 | 9.650.389 | 51.547.614 | 786.239.215 | 166.630.911 | 33.727.146 | 986.597.272 |
| Utilidad Bruta (% ingresos) | 47,73% | 64,86% | 43,59% | 49,68% | 41,94% | 55,15% | 54,70% | 48,32% | 47,54% | 63,58% | 46,28% | 49,61% |
| Valor Bruto producción (\$M) | 1.624.764.934 | 228.765.412 | 58.418.696 | 1.911.949.042 | 55.012.389 | 34.504.018 | 17.965.874 | 107.482.281 | 1.679.777.323 | 263.269.430 | 76.384.570 | 2.019.431.323 |
| Valor Agregado (\$M) | 814.245.265 | 147.471.287 | 27.120.751 | 988.837.303 | 23.344.185 | 19.052.011 | 9.926.579 | 52.322.775 | 837.589.450 | 166.523.298 | 37.047.330 | 1.041.160.078 |
| Valor Agregado (% ingresos) | 50,92% | 64,80% | 49,10% | 52,54% | 42,80% | 55,23% | 56,27% | 49,05% | 50,65% | 63,54% | 50,84% | 52,35% |
| Ingresos / costos | 1,91 | 2,85 | 1,77 | 1,99 | 1,72 | 2,23 | 2,21 | 1,93 | 1,91 | 2,75 | 1,86 | 1,98 |

Cuadro 4.14
Estructura de ingresos
Valores en miles de \$, Año 2004

| Tipo de venta | Estructura de Ingresos (\$M) | | | | | | | | | | | |
|--|------------------------------|-------------|-------------|---------------|------------|-------------|------------|-------------|---------------|-------------|-------------|---------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Productos vendidos fabricados por establecimiento | | | | | | | | | | | | |
| En mercado doméstico | 832.991.628 | 191.085.380 | 87.464.350 | 1.111.541.358 | 75.885.827 | 40.198.408 | 32.912.749 | 148.996.984 | 908.877.455 | 231.283.788 | 120.377.099 | 1.260.538.342 |
| En mercado extranjero | 992.807.589 | 4.289.411 | 7.771.918 | 1.004.868.918 | 739.608 | 257.496 | 13.724 | 1.010.828 | 993.547.197 | 4.546.907 | 7.785.642 | 1.005.879.746 |
| Total producción propia | 1.825.799.217 | 195.374.791 | 95.236.268 | 2.116.410.276 | 76.625.435 | 40.455.904 | 32.926.473 | 150.007.812 | 1.902.424.652 | 235.830.695 | 128.162.741 | 2.266.418.088 |
| Total Reventa | 13.503.738 | 16.935.942 | 4.351.528 | 34.791.208 | 8.487.234 | 5.309.601 | 1.118.816 | 14.915.651 | 21.990.972 | 22.245.543 | 5.470.344 | 49.706.859 |
| Trabajos para terceros | | | | | | | | | | | | |
| Encargos y uso de materiales de terceros | 2.230.729 | 4.516.828 | 3.793.196 | 10.540.753 | 221.235 | 299.103 | 326.840 | 847.178 | 2.451.964 | 4.815.931 | 4.120.036 | 11.387.931 |
| Reparación, conservación e instalación para terceros | 2.180.132 | 7.184.203 | 0 | 9.364.335 | 6.726 | 38.481 | 25.876 | 71.083 | 2.186.858 | 7.222.684 | 25.876 | 9.435.418 |
| Total terceros | 4.410.861 | 11.701.031 | 3.793.196 | 19.905.088 | 227.961 | 337.584 | 352.716 | 918.261 | 4.638.822 | 12.038.615 | 4.145.912 | 20.823.349 |
| Total venta | 1.843.713.816 | 224.011.764 | 103.380.992 | 2.171.106.572 | 85.340.630 | 46.103.089 | 34.398.005 | 165.841.724 | 1.929.054.446 | 270.114.853 | 137.778.997 | 2.336.948.296 |

Cuadro 4.15
Estructura de Costos
Valores en miles de \$, Año 2004

| Ítem | Estructura de costos (\$M) | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------------|--------------------|-------------------|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------------|-------------------|----------------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Materias primas | 847.140.909 | 108.777.132 | 49.523.553 | 1.005.441.594 | 44.775.432 | 15.205.539 | 15.885.388 | 75.866.359 | 891.916.341 | 123.982.671 | 65.408.941 | 1.081.307.953 |
| Agua consumida | 1.016.590 | 192.717 | 77.743 | 1.287.050 | 96.592 | 73.284 | 38.576 | 208.452 | 1.113.182 | 266.001 | 116.319 | 1.495.502 |
| Electricidad comprada | 52.054.845 | 2.337.678 | 756.821 | 55.149.344 | 757.351 | 513.799 | 296.646 | 1.567.796 | 52.812.196 | 2.851.477 | 1.053.467 | 56.717.140 |
| Combustibles y lubricantes | 47.158.902 | 803.187 | 210.636 | 48.172.725 | 627.973 | 200.940 | 105.536 | 934.449 | 47.786.875 | 1.004.127 | 316.172 | 49.107.174 |
| Artículos comprados para reventa | 9.384.093 | 8.542.274 | 3.739.670 | 21.666.037 | 4.693.086 | 3.119.313 | 1.222.282 | 9.034.681 | 14.077.179 | 11.661.587 | 4.961.952 | 30.700.718 |
| Costo de los trabajos efectuados por contrato | 28.826.030 | 24.829.600 | 3.115.321 | 56.770.951 | 1.212.272 | 1.604.116 | 1.027.979 | 3.844.367 | 30.038.302 | 26.433.716 | 4.143.300 | 60.615.318 |
| Total costos | 985.581.369 | 145.482.588 | 57.423.744 | 1.188.487.701 | 52.162.706 | 20.716.991 | 18.576.407 | 91.456.104 | 1.037.744.075 | 166.199.579 | 76.000.151 | 1.279.943.805 |

Cuadro 4.16
Estructura de gastos indirectos
Valores en miles de \$, Año 2004

| Servicio solicitado | Gastos indirectos (\$M) | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Gastos de exportación | 9.419.679 | 141.164 | 90.697 | 9.651.540 | 36.865 | 19.946 | 9.485 | 66.296 | 9.456.544 | 161.110 | 100.182 | 9.717.836 |
| Fletes | 24.215.003 | 3.657.333 | 1.284.604 | 29.156.940 | 941.063 | 383.384 | 203.106 | 1.527.553 | 25.156.066 | 4.040.717 | 1.487.710 | 30.684.493 |
| Primas de seguros | 10.374.583 | 1.295.440 | 460.764 | 12.130.787 | 236.339 | 168.361 | 107.977 | 512.677 | 10.610.922 | 1.463.801 | 568.741 | 12.643.464 |
| Arriendos | 4.453.738 | 6.938.249 | 1.041.092 | 12.433.079 | 1.072.424 | 774.432 | 561.072 | 2.407.928 | 5.526.162 | 7.712.681 | 1.602.164 | 14.841.007 |
| Comunicaciones | 2.971.414 | 2.122.568 | 459.550 | 5.553.532 | 474.519 | 602.878 | 270.400 | 1.347.797 | 3.445.933 | 2.725.446 | 729.950 | 6.901.329 |
| Gastos de representación y publicidad | 7.842.305 | 9.241.330 | 1.276.926 | 18.360.561 | 302.382 | 773.948 | 113.277 | 1.189.607 | 8.144.687 | 10.015.278 | 1.390.203 | 19.550.168 |
| Servicios de almacenamiento | 229.739 | 32.174 | 0 | 261.913 | 344 | 6.045 | 0 | 6.389 | 230.083 | 38.219 | 0 | 268.302 |
| Licencia y asistencia técnica extranjera | 5.547.400 | 17.430 | 17.104 | 5.581.934 | 84.137 | 5.769 | 0 | 89.906 | 5.631.537 | 23.199 | 17.104 | 5.671.840 |
| Asesoría jurídica, técnica y contable | 5.234.154 | 9.313.037 | 1.128.881 | 15.676.072 | 1.711.845 | 1.347.841 | 868.361 | 3.928.047 | 6.945.999 | 10.660.878 | 1.997.242 | 19.604.119 |
| Otros servicios | 10.872.539 | 17.291.321 | 5.643.957 | 33.807.817 | 1.275.492 | 2.106.208 | 707.482 | 4.089.182 | 12.148.031 | 19.397.529 | 6.351.439 | 37.896.999 |
| Comisiones a distribuidores y representantes | 6.415.894 | 5.483.437 | 1.244.220 | 13.143.551 | 156.365 | 370.984 | 74.536 | 601.885 | 6.572.259 | 5.854.421 | 1.318.756 | 13.745.436 |
| Mantenimiento y reparación | 1.940.961 | 272.404 | 441.542 | 2.654.907 | 58.908 | 54.193 | 48.288 | 161.389 | 1.999.869 | 326.597 | 489.830 | 2.816.296 |
| Total gastos indirectos | 89.517.409 | 55.805.887 | 13.089.337 | 158.412.633 | 6.350.683 | 6.613.989 | 2.963.984 | 15.928.656 | 95.868.092 | 62.419.876 | 16.053.321 | 174.341.289 |

Cuadro 4.17
Estructura de gasto en impuestos
Valores en miles de \$, Año 2004

| Tipo de impuesto | Gastos en impuestos (\$M) | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Contribución de bienes raíces | 1.083.357 | 292.061 | 97.768 | 1.473.186 | 53.671 | 51.289 | 39.193 | 144.153 | 1.137.028 | 343.350 | 136.961 | 1.617.339 |
| A la renta | 20.714.025 | 2.776.146 | 1.050.402 | 24.540.573 | 2.102.768 | 1.449.144 | 775.324 | 4.327.236 | 22.816.793 | 4.225.290 | 1.825.726 | 28.867.809 |
| Ley de timbres y estampillas | 593.299 | 195.436 | 81.607 | 870.342 | 19.104 | 5.431 | 8.969 | 33.504 | 612.403 | 200.867 | 90.576 | 903.846 |
| Al Valor agregado | 14.595.598 | 8.825.337 | 4.147.131 | 27.568.066 | 3.907.335 | 3.582.832 | 1.789.632 | 9.279.799 | 18.502.933 | 12.408.169 | 5.936.763 | 36.847.865 |
| Otros (patentes, derechos municipales y producción) | 2.948.523 | 852.164 | 507.272 | 4.307.959 | 229.079 | 182.407 | 56.596 | 468.082 | 3.177.602 | 1.034.571 | 563.868 | 4.776.041 |
| Total de impuestos | 39.934.802 | 12.941.144 | 5.884.180 | 58.760.126 | 6.311.957 | 5.271.103 | 2.669.714 | 14.252.774 | 46.246.759 | 18.212.247 | 8.553.894 | 73.012.900 |

Cuadro 4.18
Estructura de inversiones
Valores en miles de \$, Año 2004

| Tipo de inversión nueva | Estructura de Inversiones (\$M) | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------------|-------------------|------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Terrenos | 385.150 | 21.000 | 43.000 | 449.150 | 0 | 469.418 | 362 | 469.780 | 385.150 | 490.418 | 43.362 | 918.930 |
| Edificios | 4.043.855 | 27.017.670 | 95.959 | 31.157.484 | 126.734 | 462.429 | 123.134 | 712.297 | 4.170.589 | 27.480.099 | 219.093 | 31.869.781 |
| Maquinaria, equipos, herramientas e instalaciones | 70.228.662 | 15.889.221 | 1.847.359 | 87.965.242 | 1.872.494 | 1.487.363 | 1.076.400 | 4.436.257 | 72.101.156 | 17.376.584 | 2.923.759 | 92.401.499 |
| Vehículos | 716.837 | 312.407 | 63.289 | 1.092.533 | 132.980 | 104.246 | 54.127 | 291.353 | 849.817 | 416.653 | 117.416 | 1.383.886 |
| Total inversión nueva | 75.374.504 | 43.240.298 | 2.049.607 | 120.664.409 | 2.132.208 | 2.523.456 | 1.254.023 | 5.909.687 | 77.506.712 | 45.763.754 | 3.303.630 | 126.574.096 |

Cuadro 4.19
Estructura de adición de activo fijo
Valores en miles de \$, Año 2004

| Tipo de Activo Fijo adicional | Estructura de Capital Fijo (\$M) | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------------------|-------------------|------------------|--------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| | Mediana y grande | | | | Pequeña | | | | Total | | | |
| | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total | Papel | Editoriales | Imprentas | Total |
| Terrenos | -62.995 | -177.577 | 43.000 | -197.572 | -47.884 | 525.918 | -9.829 | 468.205 | -110.879 | 348.341 | 33.171 | 270.633 |
| Edificios | 3.671.126 | 25.463.635 | 95.959 | 29.230.720 | 161.314 | 657.949 | 123.134 | 942.397 | 3.832.440 | 26.121.584 | 219.093 | 30.173.117 |
| Maquinaria, equipos, herramientas e instalaciones | 68.652.284 | 15.216.559 | 4.456.490 | 88.325.333 | -293.112 | 1.601.457 | 1.075.926 | 2.384.271 | 68.359.172 | 16.818.016 | 5.532.416 | 90.709.604 |
| Vehículos | 558.996 | 137.108 | 46.018 | 742.122 | 104.695 | 81.193 | 50.821 | 236.709 | 663.691 | 218.301 | 96.839 | 978.831 |
| Total de Activo Fijo Adicional | 72.819.411 | 40.639.725 | 4.641.467 | 118.100.603 | -74.987 | 2.866.517 | 1.240.052 | 4.031.582 | 72.744.424 | 43.506.242 | 5.881.519 | 122.132.185 |