



Northcote Merino Silva & Cia. Ltda.

UAI-BS

C3S-N3

EVOLUCION HISTORICA DEL INGRESO
NACIONAL TOTAL Y PER-CAPITA Y DEL
INGRESO DISPONIBLE DE LAS PER
SONAS, TOTAL Y PER-CAPITA ENTRE
1960 Y 1976

Preparado por:

NORTHCOTE MERINO SILVA & CIA. LTDA.
Departamento Estudios

Santiago, Noviembre, 1977.

Información Referente al Ingreso Nacional

La principal fuente de información utilizada para la obtención de la tendencia del Ingreso Nacional es ODEPLAN, más específicamente Las Cuentas Nacionales.

A continuación se presentan unos cuadros con información acerca del Ingreso Nacional; Ingreso Nacional Per-Cápita, Ingreso Disponible de las personas total y per-cápita.

Para el cálculo de los valores en dólares se utilizó la siguiente tabla:

<u>Año</u>	<u>Dolar Promedio (\$/US\$)</u>
1960	0.001051
1961	0.001051
1962	0.001142
1963	0.001875
1964	0.002372
1965	0.003128
1966	0.003955
1967	0.005031
1968	0.006787
1969	0.008974
1970	0.011552
1971	0.012409
1972	0.019485
1973	0.110798
1974	0.8320
1975	4.91
1976	13.05

Los valores per-cápita se obtuvieron dividiendo los valores totales por la población según Instituto Nacional de Estadística calculada al 30 de Junio de cada año.

	Ingreso Nacional (000) US\$	Varia ción %	Población	Ingr. Nac. Per-Cápita US\$	Varia ción %
1960	2.922.931	-----	7.585.350	385	----
1961	3.558.516	22	7.770.270	458	19
1962	3.994.746	12	7.955.190	502	10
1963	3.666.667	- 8.2	8.140.110	450	-10
1964	4.469.224	22	8.325.030	537	19
1965	4.775.895	7	8.509.950	561	4
1966	5.234.893	10	8.681.671	603	7
1967	5.332.737	2	8.853.393	602	0
1968	5.352.881	0	9.025.115	593	- 1
1969	5.922.231	11	9.196.837	644	9
1970	6.579.899	11	9.368.558	702	9
1971	8.358.852	27	9.545.449	876	25
1972	10.174.031	22	9.722.341	1.046	19
1973	8.836.215	-13	9.899.231	893	-15
1974	8.717.715	- 1	10.076.123	865	- 3
1975 (est)	5.776.714	-31	10.253.014	590	-32
1976 (est)	8.497.200	42	10.454.387	810	37

$$\bar{Y} = 387.77 + 29.7 t \text{ (Tendencia del Ingreso Nacio} \\ \text{nal per-cápita)}$$

	Ingr.Dispon. de las perso nas (+)	Varia ción	Población	Ingr.Dispon. Per-Cápita (++)	Varia ción
	US\$ (000)	%		US\$	%
1960	2.683.159	-----	7.585.350	354	---
1961	3.283.539	22	7.770.270	423	19
1962	3.656.743	11	7.955.190	460	9
1963	3.211.733	- 1.2	8.140.110	395	14
1964	3.975.970	24	8.325.030	478	21
1965	4.187.980	5	8.509.950	492	3
1966	4.510.240	8	8.681.671	520	6
1967	4.664.878	3	8.853.393	527	1
1968	4.655.223	0	9.025.115	516	- 2
1969	5.041.230	8	9.196.837	548	6
1970	5.596.347	11	9.368.558	597	9
1971	7.695.705	37	9.545.449	806	35
1972	9.943.033	29	9.722.341	1.023	27
1973	8.654.958	-13	9.899.231	874	-15
1974	7.165.218	-17	10.076.123	711	-19
1975(est)	5.500.000	-23	10.253.014	540	-24
1976(est)	8.000.000	45	10.454.387	770	43

$$I_D = 291.66 + 36.22 t \text{ (Tendencia del ingreso disponible per-cápita)}$$

(+) : Ingreso disponible de las personas e instituciones sin fines de lucro es igual a:
Gastos en consumo de las personas e instituciones sin fines de lucro más ahorro.

(++) : En términos de marketing el Ingreso Disponible per-cápita corresponde al poder de compra potencial.

	Ingr. Nac. \$ de 1965 (+) (000)	Varia ción	Ingr. Nac. per-cápita(+) (\$ de 1965)	Varia ción
1960	10.793	----	1.42	---
1961	12.106	12.2	1.56	9.4
1962	12.702	4.9	1.60	2.4
1963	13.356	5.1	1.64	2.8
1964	14.158	6.0	1.70	3.7
1965	14.939	5.5	1.76	3.2
1966	16.386	9.7	1.89	7.6
1967	16.268	-0.7	1.84	-2.6
1968	16.928	4.1	1.88	2.1
1969	18.004	6.4	1.96	4.3
1970	18.478	2.6	1.97	0.7
1971	19.879	7.6	2.08	5.7
1972	20.334	2.3	2.09	0.5
1973	20.245	-0.4	2.05	-2.2
1974	19.477	-3.8	1.94	-5.5
1975(est)	18.000	-8	1.76	-9.2
1976(est)	20.000	11	1.91	8.5

(+) : En este cuadro se presenta el Ingreso Nacional Total y Per-Cápita en pesos de 1965, a fin de apreciar las variaciones anuales en moneda constante que esta serie experimenta. Lógicamente, estas variaciones son menores que las reflejadas en la serie del Ingreso Nacional expresado en dólares de cada año.

Gran parte de lo que se pueda decir aquí, respecto al Ingreso Nacional, ya ha sido dicho en la mayor parte de los medios de comunicación masiva.

No obstante lo anterior, podemos señalar que a pesar de la baja que el Ingreso Nacional ha experimentado en los años 1973, 1974 y especialmente 1975, se puede advertir que la recta que representa la tendencia del Ingreso per-cápita tiene una pendiente positiva, es decir, en general el Ingreso Nacional promedio ha tendido a subir.

Otro importante fenómeno que parece advertirse en la serie de Ingresos es que 1976 ya es un año en el cual se puede advertir una recuperación en el nivel de Ingreso, siendo además el año en que se presenta el Ingreso Nacional más alto de los últimos cuatro años.

Las mismas afirmaciones anteriores podrían hacerse para el caso del Ingreso Disponible de las personas. Esta serie también acusa una tendencia creciente en el período analizado, aunque en esta oportunidad 1976 sigue siendo un año bajo en cuanto a niveles de Ingreso Disponible.

Algo que se advierte en todas las series de Ingresos es que las variaciones de un año a otro son muy grandes y se debe fundamentalmente a que no se consideró la inflación del dolar. Por este motivo se incluyeron también series de Ingreso expresadas en moneda constante de 1965, tal cual aparecen en las Cuentas Nacionales de ODEPLAN. Respecto al Ingreso Disponible, no es posible ponerlo en pesos de 1965 dado que las Cuentas Nacionales sólo la entregan en moneda de cada año.

A modo de comparación, podemos decir que la renta per-cápita en otros países latinoamericanos en 1976 según informe de Cepal es la siguiente:

	<u>US\$</u>
Venezuela	1.346
Argentina	1.304
México	986
Costa Rica	796
Brasil	637
Perú	591
Colombia	606
Haití	109
Chile	742

El concepto de Renta Per-Cápita usado por Cepal se refiere al Producto Interno Bruto Per-Cápita, de ahí la diferencia en la cifra de Chile, según Cepal y según ODEPLAN, la cual utiliza el Ingreso Nacional Per-Cápita.

En lo referente a proyecciones del Ingreso Nacional creemos que es muy aventurado dar cifras a futuro, en circunstancias que ODEPLAN, organismo encargado de la planificación económica, no lo hace debido a similares motivos.

GUIA EXCO DE SERVICIOS PUBLICITARIOS 1978

Venta espacios: 1º de Agosto al 7 de Octubre
Entrega originales: Hasta el 28 de Octubre
Entrega a imprenta: 14 de Noviembre
Aparición Guía: Enero 1978

ESPACIOS:

Indice enmarcado (fondo negro - letra blanca)	US\$ 50.-
1/4 página b/n	150.-
1/2 página b/n horizontal	320.-
1/2 página b/n vertical	320.-
Pie calendario	300.-
1 página b/n	650.-
1 página color	720.-
Interior portada y contra portada color	780.-
Contraportada color	820.-

- Estos precios no incluyen I.V.A.
- Se pagarán en pesos al cambio oficial existente a la firma del contrato.

FORMA DE PAGO:

50% contado INCLUIDO I.V.A.
50% letra a 60 días INCLUIDO I.V.A.
Indice enmarcado: Contado inmediato.

ORIGINALES:

Por cuenta del cliente.

Por cuenta de EXCO recargando un 10% s/valor aviso 1/4 y 1/2 página
y un 7% s/valor aviso mayor 1/2 página.

OPTATIVO IMPRENTAS:

1 hoja color (2 páginas)
Impresión y papel 3.000 hojas
Por cuenta cliente
Valor US\$ 150.- más I.V.A.

DESCUENTOS: total contado 12% descuento (Indices no incluidos)

TAMAÑOS:

1 página 13,5 cm. ancho por 18,7 alto
1/2 página horizontal 12,3 ancho por 8,5 alto
1/2 página vertical 6 cm. ancho por 17,8 alto
1/4 página 6 cm. ancho por 8,5 alto

EDICION:

3.000 ejemplares distribuidos gratuitamente

BOLSA DE COMERCIO

CASILLA 123 - D
SANTIAGO

PERSONAS A LAS QUE LLEGA LA REVISTA:

Gral Augusto Pinochet U.
Gral Gustavo Leigh G.
Alte. Jose T. Merino C.
Gral César Mendoza
Gral. Hernán Bájares
Director de Informaciones de Gobierno
Director Nacional de Comunicación Social
Director de Fiscalización Direcc.Nac. de Comunicación Social
Secretaría de Legislación - D.Portales
Comité de Planificación a la Economía
Ministro de Hacienda
Ministro de Economía
Ministro de Agricultura
Ministro de Minería
Ministro de Salud
Ministro de la Vivienda
Ministro Director de Odeplán
Sub-Secretario de hacienda
Sub-Secretario de Economía
Sub-Secretario de Agricultura
Sub-Secretario de Minería
Sub-Secretario de Salud
Sub-Secretario de la vivienda
Sub-Director de Odeplan
Presidente del Banco Central
Vicepresidente del Banco Central
Gerente General del Banco Central
Relaciones Públicas del Banco Central
Vicepresidente Ejecutivo - Corporación de Fomento
Gerente General - Corporación de Fomento
Relaciones Públicas - Corporación de Fomento
Ministro de Relaciones Exteriores
Contralor General de la República
Tesorero General de la República
Director General de Impuestos Internos
Director de Informaciones del Ministerio del Interior
Gerente Asociación de Bancos de Chile
Presidente Sociedad de Fomento Fabril
Jefe Departamento Operaciones Mercado Abierto Banco Central
Director del el Mercurio
Director de La Segunda
Director de El Cronista
Director de La Tercera
Director Rev. Que pasa
Director Rev. Ercilla
Sub-Director de El Mercurio
Sub-Director de La Segunda
Sub-director de La Tercera
Jefe Secc. Archivo de El Mercurio

BOLSA DE COMERCIO

CASILLA 123 - D
SANTIAGO

39
200
13
96
350

Intendencia de Iquique
Intendencia de Antofagasta
Intendencia de Copiapó
Intendencia de La Serena
Intendencia de Valparaíso
Intendencia de Rancagua
Intendencia de Talca
Intendencia de Concepción
Intendencia de Temuco
Intendencia de Puerto Montt
Intendencia de Coyhaique
Intendencia de Punta Arenas
Intendencia de Santiago - 4 ejemplares.
Daniel Tapia - Banco Central
Arsenio Molina - Odeplán
Cristián Larroulet - Odeplán
Enrique Goldfarb - Odeplan
Andrés Concha - Prochile
Rodrigo Saver - Prochile
Walter Olavarría - Prochile
Gerardo Egaña - Corporación de Fomento
Fernando Claro - Ministerio Economía
Gustavo Covacevich - Finansa
Luis A. Simián - Banco Hipotecario
Fernando Concha - Banco de Chile
Leandro Omegna - Banco de Chile
Eduardo García - Cía. de Telefonos
Jose Mestre - Agencia Española EFE
Nibaldo Novoa - Radio nacional - Talca
Carlos de la Sotta - Radio nacional Concepción
Gustavo Palacios - Banco Hipotecario
Fernando Izquierdo - Banco Hipotecario
Ministerio de Relaciones Exteriores para las Embajadas : 200 ej.
Biblioteca nacional : 15 ejemplares.
Corredores de la Bolsa de Comercio : 32 Corredores: 3 ej. c/u. para clientes.
Marine Midland Bank - Gaillard Schmidt - Vicepresidente
Embajada de Chile en Asunción : 10 ej.
Fernando Gutiérrez - Soc. Hon. Bolsa
Agustín Picó C. - soc. Hon. Bolsa
Néstor Sepúlveda - Soc. Hon. Bolsa
Douglas Stewart - Soc. -on. Bolsa
Guillermo Ureta - Soc. hon. Bolsa
Carlos Vial E. - Soc. honor. Bolsa.
Relaciones Públicas Bolsa de Comercio : 100 ejemplares.

18.8.77

BANCO CENTRAL DE CHILE

CASAS DE CAMBIO

✓ Air Tour	721683
✓ Andes	60686
✓ Eurocambio	36647
✓ Financiera Cash	726108
✓ Financiera Davens	724425
✓ Financiera Latinoamericana	723692
✓ Financiera Mediterraneo	398271
✓ Financiera Tasco	251674
✓ Financiera Transamérica	749065
✓ Pablo y Pedro Forteza	69297
✓ Steinsapir	83274
✓ Sucesión Tanner	80780
✓ Travel Man	231051
✓ Turavión	82971
✓ Turismo Cocha	725084
✓ Exprinter	82604
✓ Husa	724962
✓ Nacional Financiera	65400
✓ Colocadora Nacional de Valores	716445
Mori Cambios	748214
✓ Financiera Ciga	718022
✓ Financiera de Capitales	725858

BOLSA DE COMERCIO
CASILLA 123-D
SANTIAGO

R.R. P.P.

Financieras Autorizadas para Operar por la Superintendencia

<u>Nombre</u>	<u>Presidente</u>	<u>Gerente</u>
Colocadora Nac. de Valores *	Fernando Larraín ✓	Fernando Lamadrid ✓
Tasco S.A. ✓	Alfredo Donoso Q. ✓	Manuel Labra B.
Finam de Chile ✓	-----	Eugenio Vergara ✓
Cash S.A. ✓	Daniel Sotta B. ✓	Hector Avilés G.
Fin. Regional de Valores	Guillermo Lagos C. ✓	Mario Jerez A.
Nacional Financiera S.A.	Rolf Lüdders ✓	Elías Elton G.
Adelantos y Créditos S.A. ✓	-----	Hector Valdés
Prodensa	Helmut Stehr W. ✓	Ricardo Klinger M.
Financiera Comercial ✓	Guillermo Villaseca E. ✓	Guillermo Villaseca C.
General Financiera	Manuel Pinochet S.	Leopoldo Quintano E.
Atlas ✓	Alex Burns R.	Rodrigo Claro M.
CIGA ✓	Ricardo Marín A. ✓	Eugenio Varas G.
Latinoamericana de Desarrollo	German Eguiguren O. ✓	Carlos Marfil Y.
Transamerica	Alejandro Weinstein C.	Raul Ponlachik
Davis. DAVENS	Rafael Ventura C.	Edison Zoldan R. ✓
Corfinsa	Carlos Pilasi M.	Alfredo Barra R. ✓
Ultramar	Luis Prieto V. ✓	Eduardo Domínguez C. ✓
Mediterráneo	Maxo Calderón C.	Kuno Otipka B. ✓
Porvenir S.A.	Orlando Saez R. ✓	Gonzalo Covarrubias S
Industrial y Comercial	Germán Schachner S.	Renato Silva F.
Melón	Ernesto Pinto L. ✓	Eleodoro Matte L.

PAPELES y CARTONES
CONDILL

PTC.
DIRECTORES
GERENTES
R.R. P.P.

Financieras Autorizadas para Operar por la Superintendencia

<u>Nombre</u>	<u>Presidente</u>	<u>Gerente</u>
Colocadora Nac. de Valores	Fernando Larraín	Fernando Lamadrid
Tasco S.A.	Alfredo Donoso G.	Manuel Labra B.
Finam de Chile	-----	Eugenio Vergara
Cash S.A.	Daniel Sotta B.	Hector Avilés G.
Fin. Regional de Valores	Guillermo Lagos C.	Mario Jerez A.
Nacional Financiera S.A.	Rolf Lüdders	Elías Elton G.
Adelantos y Créditos S.A.	-----	Hector Valdés
Prodena	Helmut Stehr W.	Ricardo Klinger M.
Financiera Comercial	Guillermo Villaseca E.	Guillermo Villaseca
General Financiera	Manuel Pinochet S.	Leopoldo Quintano F.
Atlas	Alex Burns R.	Rodrigo Claro M.
CIGA	Ricardo Marín A.	Eugenio Varas G.
Latinoamericana de Desarrollo	German Eguiguren O.	Carlos Marfil Y.
Transamerica	Alejandro Weinstein C.	Raul Ponischik
Day	Rafael Ventura C.	Edison Zoldan R.
orfinisa	Carlos Pilasí M.	Alfredo Barra R.
ltramara	Luis Prieto V.	Eduardo Dominguez
editerráneo	Maxo Calderón C.	Kuno Otipka B.
orvenir S.A.	Orlando Saez R.	Gonzalo Covarrubias
Industrial y Comercial	Germán Schachner S.	Renato Silva F.
lón	Ernesto Pinto L.	Eleodoro Matte L.

ANALISIS DE LAS MEDICIONES DE
TELEAUDIENCIA EFECTUADOS POR
C.C.C INVESTIGACION LTDA. EN
LOS MESES DE MAYO Y JUNIO/77

Preparado por:

NORTHCOTE MERINO SILVA & CIA. LTDA.
Departamento Estudios

Santiago, Julio, 1977

D A T O S G E N E R A L E S

Período de Medición : Se miden dos semanas de cada mes.
Las semanas a medir se sortean
aleatoriamente.

Universo : Todos los hogares del Gran Santia
go.

Muestra : 236 hogares con T.V., para cada
media hora de transmisión.

Error Máximo : 6.37% a un nivel de confianza del
95%.

Horario de Medición : Coincidental : 15.01 a 21.00 hrs.
Recordatorio : 21.01 a 01.00 hrs.
13.01 a 15.00 hrs.

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

CUADRO Nº 1

Rating Total Promedio Media Hora día Lunes (+)

H O R A	C A N A L E S							
	4		7		9		13	
	MAY.	JUN.	MAY.	JUN.	MAY.	JUN.	MAY.	JUN.
13.01-18.00	1.9	3.3	14.4	18.0	3.4	3.8	30.4	33.8
18.01-20.30	3.6	3.4	35.4	44.0	2.5	2.6	22.2	24.1
20.31-21.30	0.6	0.7	40.2	40.0	3.3	0.7	26.7	39.9
21.31-01.00	3.9	2.5	18.7	14.8	2.8	1.0	14.6	28.0

CUADRO Nº 2

Rating Total Promedio Media Hora día Martes (+)

13.01-18.00	2.3	2.4	16.1	20.1	3.5	4.8	32.1	36.0
18.01-20.30	2.6	3.5	31.1	44.8	2.3	2.6	29.3	20.2
20.31-21.30	0.8	0.2	37.6	45.5	2.7	1.7	30.6	29.2
21.31-01.00	1.2	1.4	16.9	16.9	6.9	4.7	15.1	17.3

CUADRO Nº 3

Rating Total Promedio Media Hora día Miércoles (+)

13.01-18.00	2.4	3.9	14.8	16.8	3.3	3.7	34.1	34.0
18.01-20.30	5.1	4.2	39.2	42.3	2.6	2.8	19.6	18.2
20.31-21.30	0.3	0.6	42.3	43.1	4.1	1.7	28.6	34.4
21.31-01.00	1.0	0.6	29.0	33.4	1.0	8.1	9.9	9.6

CUADRO Nº 4

Rating Total Promedio Media Hora día Jueves (+)

13.01-18.00	2.0	3.6	16.7	18.1	3.6	5.2	37.1	36.1
18.01-20.30	4.4	3.8	34.6	50.4	4.1	3.4	24.4	19.0
20.31-21.30	0.8	0.7	39.2	44.2	2.5	1.8	31.3	29.2
21.31-01.00	2.7	3.1	23.1	25.5	2.3	1.6	12.9	16.6

(+) Se considera el número de medias horas transmitidas efectivamente por cada canal.

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

CUADRO Nº 5

Rating Total Promedio Media Hora día Viernes (+)

H O R A	C A N A L E S							
	4		7		9		13	
	MAY.	JUN.	MAY.	JUN.	MAY.	JUN.	MAY.	JUN.
13.01-18.00	1.7	4.3	13.8	20.6	3.3	3.7	32.8	31.2
18.01-20.30	6.4	5.9	36.0	40.7	2.6	5.7	21.7	20.1
20.31-21.30	0.2	0.3	42.9	41.1	3.2	2.8	29.4	35.9
21.31-01.00	1.9	2.5	22.9	25.6	3.9	4.0	19.6	20.3

CUADRO Nº 6

Rating Total Promedio Media Hora día Sábado (+)

13.01-18.00	8.0	8.0	5.3	6.3	4.4	4.9	35.3	39.4
18.01-20.30	6.7	7.3	12.0	12.1	4.8	3.1	53.3	62.8
20.31-21.30	1.2	1.3	29.6	36.7	6.8	2.9	36.9	39.6
21.31-01.00	7.1	5.7	12.3	12.9	3.6	2.0	24.9	26.7

CUADRO Nº 7

Rating Total Promedio Media Hora día Domingo (+)

13.01-18.00	7.8	7.8	14.6	17.1	11.9	11.6	24.1	31.7
18.01-20.30	5.4	4.8	32.0	26.2	3.6	3.2	43.5	53.6
20.31-21.30	0.6	0.7	38.1	32.9	2.2	1.2	39.2	29.8
21.31-01.00	3.1	1.8	17.2	9.8	4.7	3.0	20.7	14.9

(+) Se considera el número de medias horas transmitidas efectivamente por cada canal.

CUADRO Nº 8

Rating Total Promedio Media Hora Lunes a Viernes

13.01-18.00	2.1	3.5	15.2	18.7	3.4	4.2	33.3	34.2
18.01-20.30	4.4	4.2	35.3	44.5	2.8	3.4	23.4	20.3
20.31-21.30	0.5	0.5	40.4	42.8	3.2	1.7	29.3	33.7
21.31-01.00	2.1	2.0	22.1	23.2	3.4	3.9	14.4	18.4

CONCLUSIONES DEDUCIDAS DE LOS CUADROS Nº 1 AL Nº 8

- Se sigue manteniendo una distribución de la teleaudiencia similar a la presentada en los meses de Enero a Abril de 1977. Es decir, Canal 7 y Canal 13 presentan los ratings más altos y los canales 4 y 9 ratings significativamente inferiores y relativamente parecidos entre ellos.
- Los mejores horarios de Canal 7 resultan ser el Bloque Vespertino y el Bloque Informativo, en los cuales supera netamente la teleaudiencia de Canal 13.
- Por otra parte Canal 13 presenta los mejores niveles de teleaudiencia en el Bloque Femenino y en los programas de fin de semana, es pecíficamente Sábados Gigantes, Super Capo y Feria de las Sorpresas.
- Es interesante el fenómeno que ocurre el fin de semana con la teleaudiencia de Canal 13, la cual aumenta sustancialmente. En este sentido, es destacable la situación que se produce con la teleaudiencia del Bloque Informativo, la cual aumenta hasta el punto de superar a la del mismo bloque de Canal Nacional, en el caso es pecífico del día Sábado, en circunstancias que durante la semana Canal 7 presenta mejores ratings en forma sistemática. Pareciera ser que la teleaudiencia cautiva por Sábados Gigantes, permanece en Canal 13 hasta el Noticiero y los restantes programas.
- Un fenómeno nuevo que se observa en la teleaudiencia de los meses de Mayo y Junio es que en el Bloque Nocturno, Canal 7 presenta ra tings significativamente superiores a los de Canal 13. Esta situación es digna de tenerla en cuenta dado que entre los meses de Enero a Abril no se advertían ventajas claras de uno u otro canal en este bloque.

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

CUADRO Nº 9

Teleaudiencia Promedio Media Hora en Mayo de 1977

	C	A	N	A	L	4
H O R A	PROMEDIO	LUNES	A	VIERNES	SABADO	DOMINGO
13.01-18.00	21.566				125.809	126.604
18.01-20.30	63.496				102.236	95.309
20.31-21.30	9.604				18.879	11.154
21.31-01.00	29.940				143.800	54.715

	C	A	N	A	L	7
13.01-18.00	188.003				73.157	245.000
18.01-20.30	568.337				206.028	572.370
20.31-21.30	708.173				527.269	651.853
21.31-01.00	364.432				210.714	299.947

	C	A	N	A	L	9
13.01-18.00	29.175				47.871	141.734
18.01-20.30	28.444				56.307	42.485
20.31-21.30	35.700				70.785	24.979
21.31-01.00	39.796				41.007	41.220

	C	A	N	A	L	13
13.01-18.00	424.783				597.240	410.254
18.01-20.30	363.839				942.550	831.616
20.31-21.30	493.180				635.636	691.310
21.31-01.00	221.218				417.551	355.878

CUADRO Nº 10

Teleaudiencia Promedio Media Hora en Junio de 1977

H O R A	C A N A L 4			
	PROMEDIO	LUNES A VIERNES	SABADO	DOMINGO
13.01-18.00	43.958		123.636	127.202
18.01-20.30	55.605		123.411	79.064
20.31-21.30	8.744		18.720	8.896
21.31-01.00	28.157		86.128	23.395

H O R A	C A N A L 7			
	PROMEDIO	LUNES A VIERNES	SABADO	DOMINGO
13.01-18.00	248.150		97.404	328.101
18.01-20.30	729.887		211.774	509.251
20.31-21.30	762.858		715.307	612.643
21.31-01.00	391.706		199.348	169.931

H O R A	C A N A L 9			
	PROMEDIO	LUNES A VIERNES	SABADO	DOMINGO
13.01-18.00	40.043		45.977	139.119
18.01-20.30	34.957		38.148	37.208
20.31-21.30	25.049		39.639	15.363
21.31-01.00	26.298		24.642	40.387

H O R A	C A N A L 13			
	PROMEDIO	LUNES A VIERNES	SABADO	DOMINGO
13.01-18.00	469.695		672.285	581.532
18.01-20.30	307.710		1.165.605	1.033.444
20.31-21.30	580.234		705.477	562.638
21.31-01.00	303.334		445.724	271.566

CONCLUSIONES DEDUCIDAS DE LOS CUADROS Nº 9 Y Nº 10

- Al igual que en el período Enero a Abril de 1977, estos cuadros sólo confirman las conclusiones deducidas de los primeros ocho cuadros.
- El promedio de teleaudiencia de Lunes a Viernes de Canal Nacional es significativamente superior a igual promedio en Canal 13. Sin embargo, la situación en la teleaudiencia del fin de semana es radicalmente distinta, al punto que en este caso es Canal 13 el que presenta ventajas significativas, especialmente el día Sábado.
- Los niveles de teleaudiencia alcanzados por Canal 4 y Canal 9 son sustancialmente más bajos que los de los otros dos canales y ninguno de ellos supera los 150.000 telespectadores como promedio en un determinado horario.
- Es destacable la teleaudiencia promedio media hora alcanzado por Canal 13 entre 18.00 y 20.30 hrs. en los días Sábados y Domingos en cuyo horario durante el mes de Junio se superó el millón de telespectadores. Estos horarios pertenecen a los programas Sábados Gigantes y Feria de las Sorpresas.
- Se puede apreciar que la distribución de teleaudiencia entre los cuatro canales estudiados se distribuye en los distintos horarios en forma muy similar en los dos meses, lo que estaría indicando que los hábitos de teleaudiencia tienden a mantenerse de un mes a otro o a lo sumo experimentan cambios poco significativos.

CUADRO Nº 11

Rating Total Promedio Media Hora en los meses de Julio de 1976 a Junio de 1977

<u>MESES</u>	<u>LUN.</u>	<u>MAR.</u>	<u>MIER</u>	<u>JUEV</u>	<u>VIER</u>	<u>SAB.</u>	<u>DGO.</u>	<u>PROM MENS</u>
Julio '76	61.3	55.9	54.7	56.2	56.9	64.3	67.8	59.6
Agost '76	54.4	56.0	53.3	55.5	59.5	63.1	62.2	57.7
Sept. '76	61.3	55.9	54.7	56.2	56.9	64.3	67.8	59.6
Octbr '76	53.0	51.0	56.2	56.8	58.3	65.8	58.7	57.1
Novbr '76	50.8	54.8	52.7	51.6	56.3	60.0	59.0	55.0
Dicbr '76	46.9	51.6	48.9	52.9	56.2	59.5	56.7	53.2
Enero '77	32.1	48.9	47.9	45.9	47.0	51.1	44.1	45.3
Febrero '77	54.6	46.8	53.2	52.6	54.2	53.6	58.0	53.3
Marzo '77	45.2	51.4	49.3	53.9	55.6	55.3	52.7	51.9
Abril '77	51.1	55.3	55.4	53.4	57.5	58.2	57.9	55.5
Mayo '77	51.5	53.5	54.4	56.5	55.5	58.3	61.7	55.9
Junio '77	59.5	58.8	57.3	60.7	60.9	62.8	59.5	59.9
Promedio Diario	51.8	53.3	53.2	54.4	56.2	59.7	58.8	55.3

CONCLUSIONES DEDUCIDAS DEL CUADRO Nº 11

- Se puede verificar al observar la columna Promedio Mensual del Cuadro Nº 11 que el mes en que la teleaudiencia es más baja es Enero. Por otra parte, se puede constatar también, que la teleaudiencia tiende a aumentar en los meses de invierno y llega a su máximo en Junio y Julio en cuyos meses se alcanzan niveles de ratings de 59.9 y 59.6, respectivamente.
- De la columna correspondiente a los promedios diarios se puede deducir que la teleaudiencia promedio diaria tiende a aumentar en la medida que se acerca el fin de semana y se obtiene el rating más alto en el día Sábado, en el cual se llega a 59.7 de rating promedio media hora. El rating promedio diario más bajo corresponde al día Lunes y es de 51.8.
- El promedio de rating media hora entre Lunes y Viernes es de 53.7 en tanto que este promedio calculado para Sábado y Domingo alcanza a 59.3. Luego se puede concluir que el rating promedio media hora del fin de semana es un 10.4% superior a igual promedio de Lunes a Viernes.

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

Ranking de los Programas de mayor rating exhibidos en el mes de J U N I O

<u>P R O G R A M A</u>	<u>CANAL</u>	<u>CLASIFICACION HORARIA</u>	<u>DIA</u>	<u>RATING PROMEDIO</u>
El Chavo	7	B. Infantil	Lu.-Ju.	65.18
Feria de las Sorpresas	13	3A	Domingo	56.50
La Mujer Biónica	7	B.N. 1a Serie	Miérc.	52.30
Sábados Gigantes	13	3A	Sábado	52.00
Chapulín Colorado	7	B. Vespertino	Lu.-Ju.	50.95
La Zulianita	13	2A	Lu.-Vi.	49.45
Super Capo	13	2A	Domingo	41.84
60 Minutos	7	B. Noticioso	Lu.-Dgo	40.49
Esta Noche Fiesta	13	3A	Lunes	39.55
Heidi	7	B. Vespertino	Viernes	38.80
Rebelde Ternura	13	2A	Lu.-Vi.	35.95
Los Invasores	7	B. Vespertino	Lu.-Vi.	34.13
Teletrece	13	B. Noticioso	Lu.-Dgo	33.98
Casa en la Pradera	7	B.N. 1a Serie	Jueves	32.33
Noches de Estreno	13	3A	Sábado	32.30
Las Calles de Sn. Fisco.	7	B.N. 1a Serie	Viernes	29.83
La Usurpadora	13	3A	Lu.-Vi.	28.81
Starsky y Hucht	13	3A	Martes	27.73
Canturreando	13	3A	Viernes	27.20
Topo Gigio	13	3A	Viernes	26.80
Dingolondango	7	Ding 12y22 B	Domingo	25.14
Franja Cultural de C. 13	13	3A	Jueves	24.23
Swat	7	B.N. 2a Serie	Miérc.	23.50
Cine en su casa	13	2A y 3A	Miérc.	23.40
Rich man Poor man	7	B.N. 1a Serie	Martes	23.27
Mañana será otro día	7	2A	Lu.-Vi.	22.13
Cine de Media Noche	13	3A	Jueves	21.85

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.
PUBLICIDAD/MARKETING

A continuación se presenta un cuadro en el cual aparecen las diversas clasificaciones horarias y el precio vigente en Julio, de un comercial de 30 segundos preferencial con pago a 60 días, exhibido en cada uno de los diferentes horarios de Canal 7 y 13.

<u>CANAL 7</u>	<u>PRECIO COMERCIAL 30"</u>	
	\$	
Bloque Femenino	5.270	
Bloque Infantil	1.444	(2.094)
Bloque Vespertino	8.135	
Antes o Después de 60 Minutos	16.000	
Dentro de 60 Minutos	21.950	
Bloque Nocturno 1a. Serie	15.717	
Bloque Nocturno 2a. Serie	12.573	
Dingolondango 1a. Serie	6.423	
Dingolondango 2a. Serie	11.560	
<u>CANAL 13</u>		
A	1.570	(2.000)
AA	3.800	(6.000)
AAA	7.100	(9.000)
Antes o Después de Teletrece	8.550	(10.850)
Dentro de Teletrece	11.880	(15.000)

Nota:

Los valores ubicados entre paréntesis comenzarán a regir el 1º de Agosto de 1977.

El Chavo tiene una tarifa equivalente a la del Bloque Nocturno 1a. Serie, sin embargo se exhibe en un horario vespertino.

Características de la Teleaudiencia de los Programas de
Mayor Rating del mes de Junio de 1977.

P R O G R A M A	TELEAUD. PROMEDIO	MUJERES %	GSE ALTO %	GSE MEDIO %
El Chavo	1.093.911	55	16	45
Feria de las Sorpresas	1.033.444	53	18	51
La Mujer Biónica	976.664	51	17	45
Sábados Gigantes	929.619	58	18	47
Chapulín Colorado	915.726	53	13	48
La Zulianita	726.173	70	14	43
Super Capo 77	788.135	55	17	52
60 Minutos	738.177	62	16	46
Esta Noche Fiesta	737.895	55	20	45
Heidi	578.377	53	13	46
Tu rebelde ternura	442.801	74	17	46
Los Invasores	556.982	53	12	49
Teletrece	595.612	54	20	48
Casa en la pradera	613.886	52	14	51
Noches de Estreno	535.028	55	16	53
Las calles de Sn. Fsco.	514.448	53	19	38
La Usurpadora	370.984	68	13	44
Starsky y Hucht	529.000	53	15	43
Canturreando	435.525	59	13	57
Topo Gigio	390.541	54	22	45
Dingolondango	487.516	56	10	44
Franja Cultural de C. 13	454.106	56	24	55
Swat	602.642	52	15	42

- De los 27 programas con mejor rating exhibidos en el mes de Junio, ninguno pertenece a los canales 4 y 9.
- Por otra parte, el 56% de estos programas fueron exhibidos por Canal 13, en tanto que el 44% restante pertenecía a la programación de Canal Nacional.
- La participación femenina en los programas más vistos de la televisión chilena es un promedio de 57%, llegando en algunos programas femeninos al 74%. De estos programas el que presenta la menor participación femenina es La Mujer Biónica la que alcanza al 51%.
- Por otra parte, la participación de los G.S.E. Alto y Medio en los mejores programas del mes de Junio alcanza en promedio al 63%. La participación de estos mismos G.S.E. en los mejores programas del mes de Abril alcanzó al 57%.
- Otro hecho destacable es que los primeros dos programas del ranking, superan el millón de telespectadores promedio media hora, lo que equivale aproximadamente al 28% de la población total de Santiago.

EVOLUCION DE LAS TARIFAS DE LOS
PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICA-
CION DURANTE EL PRIMER SEMESTRE
DE 1977

Preparado por:
NORTHCOTE MERINO SILVA & CIA. LTDA.
Departamento Estudios

Santiago, Junio, 1977

EVOLUCION DE LAS TARIFAS DE LOS PRINCIPALES
MEDIOS DE COMUNICACION DURANTE EL PRIMER
SEMESTRE DE 1977

La evolución de las tarifas de los principales medios de comunicación durante el primer semestre del presente año muestra en la gran mayoría de los casos, alzas superiores tanto a la variación del Índice de Precios al Consumidor como también a la del Dólar en igual período. Esto significa que en el período mencionado las tarifas evolucionaron ascendentemente en términos reales.

Por otra parte, al observar la evolución del índice real de la variación de las tarifas es fácil verificar que el valor máximo de éste se produce en la gran mayoría de los casos en los meses de Mayo o Abril. Esto significa que las tarifas en términos reales alcanzaron su valor máximo en los dos meses mencionados.

A continuación se presentan cuadros estadísticos en los cuales se puede apreciar claramente las características de la evolución de las tarifas de cada medio.

TELEVISION

Tarifas nominales de 30", AAA Preferencial con pago a 60 días.

<u>1976</u>	<u>Canal 4</u>	<u>Canal 7</u>	<u>Canal 9</u>	<u>Canal 13</u>
Diciembre	2.055	12.090	1.896	4.730
<u>1977</u>				
Enero	2.055	12.090	1.896	4.730
Febrero	2.055	12.090	1.896	4.730
Marzo	2.780	15.717	3.547	5.900
Abril	2.780	15.717	3.547	5.900
Mayo	2.780	15.717	3.547	7.100
Junio	2.780	15.717	3.547	7.100

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

Indice real de la evolución de las tarifas de 30", 3A Preferencial en Televisión (Dic. 1976 = 100) (+)

<u>1976</u>	<u>Canal 4</u>	<u>Canal 7</u>	<u>Canal 9</u>	<u>Canal 13</u>
Diciembre	100	100	100	100
<u>1977</u>				
Enero	94.4	94.4	94.4	94.4
Febrero	89.2	89.2	89.2	89.2
Marzo	113.8	109.3	157.4	104.9
Abril	108.7	104.4	150.3	100.2
Mayo	104.6	100.5	144.7	116.1
Junio (++)	100.8	96.9	139.4	111.8
Indice Promedio				
1er. Semestre	101.9	99.1	129.2	102.8

De estos dos cuadros que entregan información respecto a las tarifas en Televisión, se puede deducir que todos los canales presentan precios reales tanto inferiores como superiores a los vigentes en Diciembre de 1976.

Todos los canales presentan su mayor precio en el mes de Marzo, excepto el Canal 13 que lo alcanza en Mayo.

Al observar el Indice Promedio de la evolución de las tarifas en el 1er. Semestre de 1977 se puede deducir que el Canal 9 es el que experimentó la mayor alza en términos reales seguido del Canal 13, en tanto que los Canales 4 y 7 prácticamente han mantenido el mismo precio que en Diciembre de 1976, base del índice.

(+) Para el cálculo del índice en términos reales se utilizó como deflactor el Indice de Precios al Consumidor con base en Diciembre de 1976.

(++) El índice real en el mes de Junio se calculó estimando una variación del IPC igual a la de Mayo, 3.8%.

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

DIARIOS

Tarifas nominales del cm/col. en Página Lectura Impar en Día de Semana y con pago a 60 días.

	<u>El Mercurio Santiago</u>	<u>La Tercera</u>	<u>El Mercurio Valparaíso</u>	<u>El Sur Concepción</u>
<u>1976</u>				
Diciembre	173.61	173	121	104.8
<u>1977</u>				
Enero	190.50	190	128	104.8
Febrero	190.50	190	136	104.8
Marzo	219.00	219	144	133.7
Abril	219.00	219	153	133.7
Mayo	240.90	240	162.5	143.4
Junio	240.90	240	162.5	143.4

Indice real de la evolución de las tarifas del cm/col.
(Dic. 1976 = 100)

	<u>El Mercurio Santiago</u>	<u>La Tercera</u>	<u>El Mercurio Valparaíso</u>	<u>El Sur Concepción</u>
<u>1976</u>				
Diciembre	100	100	100	100
<u>1977</u>				
Enero	103.6	103.7	99.9	94.4
Febrero	97.9	97.9	100.3	89.2
Marzo	106.1	106.5	100.1	107.2
Abril	101.3	101.7	101.5	102.4
Mayo	107.3	107.3	103.9	105.9
Junio	103.4	103.4	100.1	102.0
Indice Promedio 1er. Semestre	103.3	103.4	101.0	100.2

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.
PUBLICIDAD/MARKETING

Se puede observar en estos cuadros que los diarios El Mercurio de Santiago y La Tercera tienen políticas de precios muy similares y varían prácticamente en igual forma.

Por otra parte, se puede verificar también, que El Mercurio de Valparaíso tiene reajustes mensuales y que ellos son levemente superiores a las variaciones también mensuales del IPC.

Los cuatro periódicos analizados tienen precios promedios en términos reales para el primer semestre del año muy similares a los de Diciembre de 1976. Los diarios con mayor alza son los dos de Santiago que tienen aumentos de 3.3% El Mercurio y 3.4% La Tercera.

En resumen, respecto a precios reales de las tarifas del cm/col. en los diarios estudiados, se puede decir que en promedio en el 1er. Semestre del año han mantenido el precio de Diciembre o han tenido pequeñas alzas, no superiores al 3.5%.

RADIO

Tarifas nominales de 30" repartidas con pago a 60 días.

	<u>Portales</u>	<u>Santiago</u>	<u>Cooperativa</u>	<u>Concierto</u>	<u>Carolina</u>
<u>1976</u>					
Diciembre	7.799	4.248	4.253	3.000	4.633
<u>1977</u>					
Enero	7.799	4.248	4.253	3.000	4.633
Febrero	7.799	4.248	4.253	4.500	4.633
Marzo	9.400	5.428	5.451	4.500	6.000
Abril	9.400	5.428	5.451	4.500	6.000
Mayo	9.400	5.428	5.451	6.000	6.000
Junio	9.400	7.736	5.451	6.000	6.000

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.
PUBLICIDAD/MARKETING

Indice real de la evolución de las tarifas de 30" repartidos en radio (Dic. 1976 = 100).

	<u>Portales</u>	<u>Santiago</u>	<u>Cooperativa</u>	<u>Concierto</u>	<u>Carolina</u>
<u>1976</u>					
Diciembre	100	100	100	100	100
<u>1977</u>					
Enero	94.4	94.4	94.4	94.4	94.4
Febrero	89.2	89.2	89.2	133.8	89.2
Marzo	101.3	107.5	107.8	126.2	108.9
Abril	96.8	102.7	103.0	120.5	104.0
Mayo	93.2	98.8	99.1	154.7	100.2
Junio	89.8	135.7	95.5	149.0	96.5
Indice Promedio					
1er. Semestre	94.1	104.7	98.2	129.8	98.9

De las radioemisoras analizadas sólo la Santiago y la Concierto presentan variaciones en términos reales que en promedio alcanzan a alzas de 4.7% y 29.8%, respectivamente. Las tres radioemisoras restantes, en promedio en el primer semestre, presentan tarifas reales menores que las de Diciembre de 1976.

Es interesante destacar el caso de radio Portales que durante el curso del año 1976 presentó alzas significativas en términos reales. Sin embargo, se puede apreciar que durante el primer semestre del presente año esta radioemisora ha tenido precios reales inferiores a las de Diciembre de 1976 en casi todos los meses. De esta forma, el precio real promedio en el primer semestre de 1977 de las tarifas de radio Portales es inferior al de Diciembre de 1976 en un 5.9%.

REVISTAS

Tarifas nominales de la Página Color (Cosas, Paula, Vanidades) y Blanco/Negro (Ercilla y Que Pasa).

	<u>Cosas</u>	<u>Paula</u>	<u>Vanidades</u>	<u>Ercilla</u>	<u>Que Pasa</u>
<u>1976</u>					
Diciembre	17.000	15.000	19.900	8.000	5.700
<u>1977</u>					
Enero	17.000	19.000	25.000	13.500	5.700
Febrero	17.000	19.000	25.000	13.500	5.700
Marzo	17.000	19.000	25.000	13.500	5.700
Abril	25.000	25.000	29.000	23.800	10.500
Mayo	25.000	25.000	29.000	23.800	10.500
Junio	25.000	25.000	29.000	23.800	10.500

Indice real de la evolución de las tarifas en revistas (Dic. 1976 = 100)

	<u>Cosas</u>	<u>Paula</u>	<u>Vanidades</u>	<u>Ercilla</u>	<u>Que Pasa</u>
<u>1976</u>					
Diciembre	100	100	100	100	100
<u>1977</u>					
Enero	94.4	119.6	118.6	159.4	94.4
Febrero	89.2	113.0	112.0	150.6	89.2
Marzo	84.1	106.6	105.6	142.0	84.1
Abril	118.2	133.9	117.0	239.0	148.0
Mayo	113.8	128.9	112.7	230.1	142.5
Junio	109.6	124.2	108.6	221.7	137.3

Indice Promedio
1er. Semestre 101.6 121.0 112.4 190.5 115.9

Se puede observar en el caso de revistas que solamente una, Revista Cosas, mantuvo en el promedio del primer semestre de 1977 precio real muy parecido al de Diciembre de 1976.

Todas las revistas restantes que se analizaron experimentaron alzas significativas en términos reales en el 1er. Semestre del presente año. En este sentido habría que mencionar como caso real-mente extremo a la revista Ercilla que subió en promedio un 90.5% respecto al precio de Diciembre de 1976.

Otro hecho importante que se puede apreciar en el índice real de las tarifas, es que todas las revistas que se investigaron tuvieron su precio máximo en términos reales en el mes de Abril.

CINE

Tarifas nominales de la cinesemana de 30" con pago a 60 días.

Circuito Nacional de Publicine

1976

Diciembre	561,10
-----------	--------

1977

Enero	561,10
Febrero	561,10
Marzo	673,32
Abril	673,32
Mayo	673,32
Junio	673,32

Indice real de la evolución de las tarifas de la cinesemana.
(Dic. 1976 = 100)

1976

Diciembre	100.0
-----------	-------

1977

Enero	94.4
Febrero	89.2
Marzo	100.9
Abril	96.4
Mayo	92.8
Junio	89.4
Indice Promedio 1er. Semestre	93.9

Se puede apreciar en el medio Cine que las tarifas en términos reales durante el primer semestre han sido sistemáticamente inferiores a las de Diciembre de 1976. El precio real promedio del 1er. Semestre de 1977 es un 6.1% inferior al de Diciembre de 1976.

La situación descrita en el párrafo anterior no es algo nuevo en el caso de Publicine. Este medio en el curso de 1976 experimentó descensos sistemáticos alcanzando una variación entre Enero de 1976 y Diciembre del mismo año de -27.2%.

ANALISIS DE LA EVOLUCION DE LAS
TARIFAS DE LOS PRINCIPALES ME-
DIOS DE COMUNICACION ENTRE 1975
Y 1976

Preparado por:
Departamento Estudios
NORTHCOTE MERINO SILVA & CIA. LTDA.

Santiago, Diciembre de 1976.

Objetivo del Presente Estudio

El Departamento Estudios de nuestra Agencia ha realizado un análisis de la tendencia de las tarifas de los medios más importantes, en 1975 y 1976.

El objetivo principal de este estudio, es el de proporcionar información a nuestros clientes respecto a un componente tan determinante en el costo publicitario, como es el costo de los medios de comunicación, de acuerdo a la tendencia mostrada en el período histórico investigado.

Nota Importante:

Nos permitimos hacer notar muy especialmente que las proyecciones que pudieran deducirse tomando como base dichas tendencias, serían válidas siempre que los medios de comunicación varíen sus tarifas en el futuro en consonancia con la tendencia histórica del período analizado en este estudio.

INTRODUCCION

METODOLOGIA

La metodología utilizada en el estudio de la tendencia de las tarifas de los medios de comunicación masiva, está basada en un análisis de regresión simple en que la variable dependiente, la tarifa de los diferentes medios, es explicada por la variable tiempo.

Se tiene la función:

$$C_t = A + B \times t$$

en que:

C_t : es la tarifa del medio de comunicación en el período de tiempo "t"

t : es el período de tiempo

A y B : son los parámetros que se calculan mediante la regresión.

De esta forma se ajusta una recta al conjunto de datos históricos de las tarifas de los medios. Esta recta representa la tendencia que dichas tarifas tienen a través del período histórico que se estudia. Se calculará una recta para cada conjunto de datos históricos, es decir, una recta de tendencia para cada medio. El período histórico en el caso del presente estudio está representado por cada uno de los meses entre Enero de 1975 y Octubre de 1976.

La realización de un análisis de regresión exige que la información que representa valores monetarios, en este caso las tarifas de los medios, esté en moneda de un mismo período, es decir, en términos reales.

Para transformar los valores nominales de la serie histórica

/

de tarifas de los medios a valores reales, se deflactó con el Índice de Precios al Consumidor con base en Octubre de 1976. Esto nos permite tener las tarifas de los medios expresadas en pesos de Octubre de 1976, lo cual es de gran utilidad pues hace posible tener un mejor punto de referencia para el análisis, dado que dicha moneda es prácticamente la actual.

●

La función lineal que representa la tendencia de las tarifas de los medios de comunicación, es calculada computacionalmente a través del programa STEPWISE (Regresión paso a paso) en el computador de la Universidad de Chile.

●

MEDIOS DE COMUNICACION
ESCOGIDOS PARA EL ANA-
LISIS

Un alto porcentaje del volumen publicitario se canaliza a través de un reducido número de medios de comunicación. Debido a esto hemos decidido realizar el estudio en base a la variación de las tarifas de los medios de comunicación más representativos. En este sentido, cabe mencionar que el criterio con que se escogieron estos medios más representativos fue el grado de aceptación que dichos medios tienen en el público, reflejado este último en las encuestas realizadas en los últimos meses.

- Televisión.

En este medio de comunicación se tomaron los cuatro canales que se ven en el Area Metropolitana, es decir, Canal 5 de la Universidad Católica de Valparaíso, Canal 7 del Estado, Canal 9 de la Universidad de Chile y Canal 13 de la Universidad Católica de Santiago.

- Radio

En este medio se analizaron las radioemisoras, Portales, Santiago, Novísima, Cooperativa y Minería en A.M. y Carolina en F.M. (+). Todas las radioemisoras en estudio son de Santiago. No se analizó la Radio Colo-Colo por cuanto alcanza al mismo tipo de público que algunas emisoras consideradas en el estudio, específicamente Radio Santiago y Radio Portales.

- Periódicos

Los periódicos que se analizaron son los siguientes: El Mercurio de Santiago, La Tercera, El Mercurio de Valparaíso y El Sur de Concepción. La elección de los dos primeros obedece a que son los de mayor tiraje en el Area Metropolitana. La elección de los otros dos periódicos radica en

que ellos son los de mayor circulación en dos importantes centros de consumo como son Valparaíso y Concepción.

- Revistas

En este medio de comunicación se estudiaron cuatro revistas que son las siguientes: Vanidades, Paula, Ercilla y Qué Pasa. Las dos primeras son las revistas femeninas más vendidas y las dos segundas son las revistas periodísticas o masculinas de mayor venta.

En total se analizaron 18 medios de comunicación masiva. Es tamos ciertos que las variaciones de las tarifas experimentadas por estos medios reflejan en grado significativo las variaciones de los más importantes. Todos los medios incluí dos en el estudio son los que tienen mayor aceptación en el público según análisis de encuestas de los últimos meses.

(+) No se estudió la Radio Concierto FM, pues fue imposible conseguir sus cos tos históricos.

INFORMACION HISTORICA

Para realizar un análisis de la variación de las tarifas de los medios de comunicación, necesitamos comparar los precios de una unidad común en todos los medios de un mismo tipo. Esto implica la necesidad de una unidad común para comparar las tarifas de los distintos canales de televisión, otra para comparar las distintas radioemisoras, etc. Para solucionar este problema se determinaron las siguientes unidades de comparación:

- Televisión

Un comercial de 30" AAA en horario preferencial, pago a 60 días.

- Rádios

La frase mensual de 30", pago a 60 días.

- Periódicos

El centímetro/columna en página de lectura (días de semana), pago a 60 días.

- Revistas Femeninas

Una página interior a cuatro colores, pago a 60 días.

- Revistas Masculinas

Una página interior en blanco y negro, pago a 60 días.

Basados en las unidades definidas presentamos a continuación las tarifas promedios mensuales de Enero de 1975 a Octubre de 1976 en términos nominales y en pesos de Octubre de 1976.

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

Tarifas Promedios Mensuales del Comercial de T.V. 30",
AAA, Preferencial en Pesos de cada mes. (Pago a 60 días)

<u>Meses</u>	<u>Canal 7</u>	<u>Canal 13</u>	<u>Canal 9</u>	<u>Canal 5</u>
1975				
====				
Enero	326	280	241	
Febrero	326	280	241	
Marzo	1.160	280	241	
Abril	1.160	500	400,6	
Mayo	1.160	500	400,6	480
Junio	1.160	625	400,6	480
Julio	1.160	750	400,6	480
Agosto	1.400	750	400,6	480
Septiembre	1.700	750	400,6	624
Octubre	1.700	750	400	810
Noviembre	2.210	975	400	810
Diciembre	2.210	975	400	810
1976				
====				
Enero	2.873	975	500,2	810
Febrero	2.873	975	500,2	810
Marzo	2.873	1.315	500,2	1.053
Abril	3.600	1.315	1.200	1.053
Mayo	3.600	1.800	1.200	1.053
Junio	4.300	1.800	1.200	1.053
Julio	4.300	1.800	1.440	1.265
Agosto	5.850	2.600	1.440	1.265
Septiembre	5.850	2.600	1.620	1.580
Octubre	7.440	3.380	1.620	2.055

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

Tarifas Promedios Mensuales del comercial de T.V. 30",
AAA, Preferencial en \$ de Octubre de 1976. (Pago a 60 días)

<u>Meses</u>	<u>Canal 7</u>	<u>Canal 13</u>	<u>Canal 9</u>	<u>Canal 5</u>
<u>1975</u> <u>=====</u>				
Enero	3.168	2.721	2.342	
Febrero	2.719	2.335	2.010	
Marzo	7.983	1.927	1.659	
Abril	6.613	2.851	2.284	
Mayo	5.703	2.458	1.970	2.360
Junio	4.760	2.656	1.644	1.970
Julio	4.356	2.816	1.504	1.802
Agosto	4.828	2.586	1.381	1.655
Septiembre	5.366	2.367	1.265	1.970
Octubre	4.949	2.183	1.164	2.358
Noviembre	5.947	2.624	1.076	2.180
Diciembre	5.554	2.450	1.005	2.036
<u>1976</u> <u>=====</u>				
Enero	6.535	2.218	1.138	1.843
Febrero	5.938	2.015	1.034	1.674
Marzo	5.230	2.394	911	1.917
Abril	5.857	2.139	1.952	1.713
Mayo	5.332	2.666	1.777	1.560
Junio	5.669	2.373	1.582	1.388
Julio	5.208	2.180	1.744	1.532
Agosto	6.717	2.985	1.653	1.453
Septiembre	6.242	2.774	1.728	1.686
Octubre	7.440	3.380	1.620	2.055

Tarifa Promedio Mensual del Comercial
de TV de 30", AAA, Preferencial Pago a 60 días

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.
PUBLICIDAD/MARKETING

\$ de Octubre
de 1976



Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

Tarifas Promedios Mensuales en Términos Nominales de la Frase de radio AM Mensual de 30". Pago a 60 días (\$)

<u>Meses</u>	<u>Radio Portales</u>	<u>Radio Santiago</u>	<u>Radio Novísima (+)</u>	<u>Radio Cooperativa</u>	<u>Radio Minería</u>
<u>1975</u> <u>=====</u>					
Enero	360	182		180	180
Febrero	360	182		180	180
Marzo	525	326		405	285
Abril	525	326	300	405	285
Mayo	525	326	300	405	285
Junio	900	469	300	720	500
Julio	900	469	490	720	500
Agosto	900	469	490	720	500
Septiembre	1.350	469	490	1.013	800
Octubre	1.350	469	810	1.013	800
Noviembre	1.350	810	810	1.013	800
Diciembre	1.350	810	810	1.013	1.040

1976 =====

Enero	1.350	810	1.080	1.013	1.040
Febrero	1.957	810	1.080	1.620	1.040
Marzo	3.131	810	1.080	1.620	1.400
Abril	3.131	1.350	1.800	1.620	1.400
Mayo	3.131	1.350	1.800	1.620	1.400
Junio	4.437	2.025	2.700	2.295	1.960
Julio	4.437	2.025	2.700	2.295	1.960
Agosto	4.437	2.025	2.700	2.295	1.960
Septiembre	5.286	3.104	2.700	3.308	2.550
Octubre	5.999	3.104	2.700	3.308	2.550

(+) Costo de la frase mensual de 30" en horario A (7:00 a 14:00 Hrs)

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

Tarifas Promedios Mensuales en Términos Reales de la Frase de radio AM Mensual de 30" Pago a 60 días.

(\$ de Octubre de 1976)

<u>Meses</u>	<u>Radio</u> <u>Portales</u>	<u>Radio</u> <u>Santiago</u>	<u>Radio</u> <u>Novísima</u>	<u>Radio</u> <u>Coopera-</u> <u>tiva</u>	<u>Radio</u> <u>Minería</u>
<u>1975</u>					
Enero	3.499	1.769		1.749	1.749
Febrero	3.003	1.518		1.501	1.501
Marzo	3.613	2.244		2.787	1.961
Abril	2.993	1.859	1.710	2.309	1.625
Mayo	2.581	1.603	1.475	1.991	1.401
Junio	3.693	1.924	1.231	2.954	2.052
Julio	3.380	1.761	1.840	2.704	1.876
Agosto	3.103	1.617	1.690	2.483	1.724
Septiembre	4.261	1.480	1.547	3.198	2.525
Octubre	3.930	1.365	2.358	2.949	2.329
Noviembre	3.633	2.180	2.180	2.726	2.153
Diciembre	3.393	2.036	2.036	2.546	2.614
<u>1976</u>					
Enero	3.071	1.843	2.457	2.304	2.366
Febrero	4.045	1.674	2.232	3.348	2.150
Marzo	5.700	1.475	1.966	2.949	2.549
Abril	5.094	2.196	2.928	2.635	2.278
Mayo	4.637	1.999	2.666	2.399	2.073
Junio	5.850	2.670	3.560	3.026	2.584
Julio	5.374	2.452	3.270	2.779	2.374
Agosto	5.095	2.325	3.100	2.635	2.251
Septiembre	5.640	3.312	2.881	3.530	2.721
Octubre	5.999	3.104	2.700	3.308	2.550

Tarifas Promedios Mensuales en Términos Nominales
de la Frase de Radio Carolina FM Mensual de 30"
Pago a 60 días (\$)

Meses	Radio Carolina FM (+)
-------	--------------------------

1975

Enero	
Febrero	
Marzo	
Abril	
Mayo	
Junio	350
Julio	350
Agosto	350
Septiembre	350
Octubre	350
Noviembre	675
Diciembre	675

1976

Enero	675
Febrero	980
Marzo	980
Abril	980
Mayo	980
Junio	2.000
Julio	2.000
Agosto	2.000
Septiembre	3.238
Octubre	5.052

(+) Junio 1975 a Mayo 1976: Costo de horario repar-
tido

Junio a Octubre de 1976: Costo promedio pondera-
do de horario A y AA

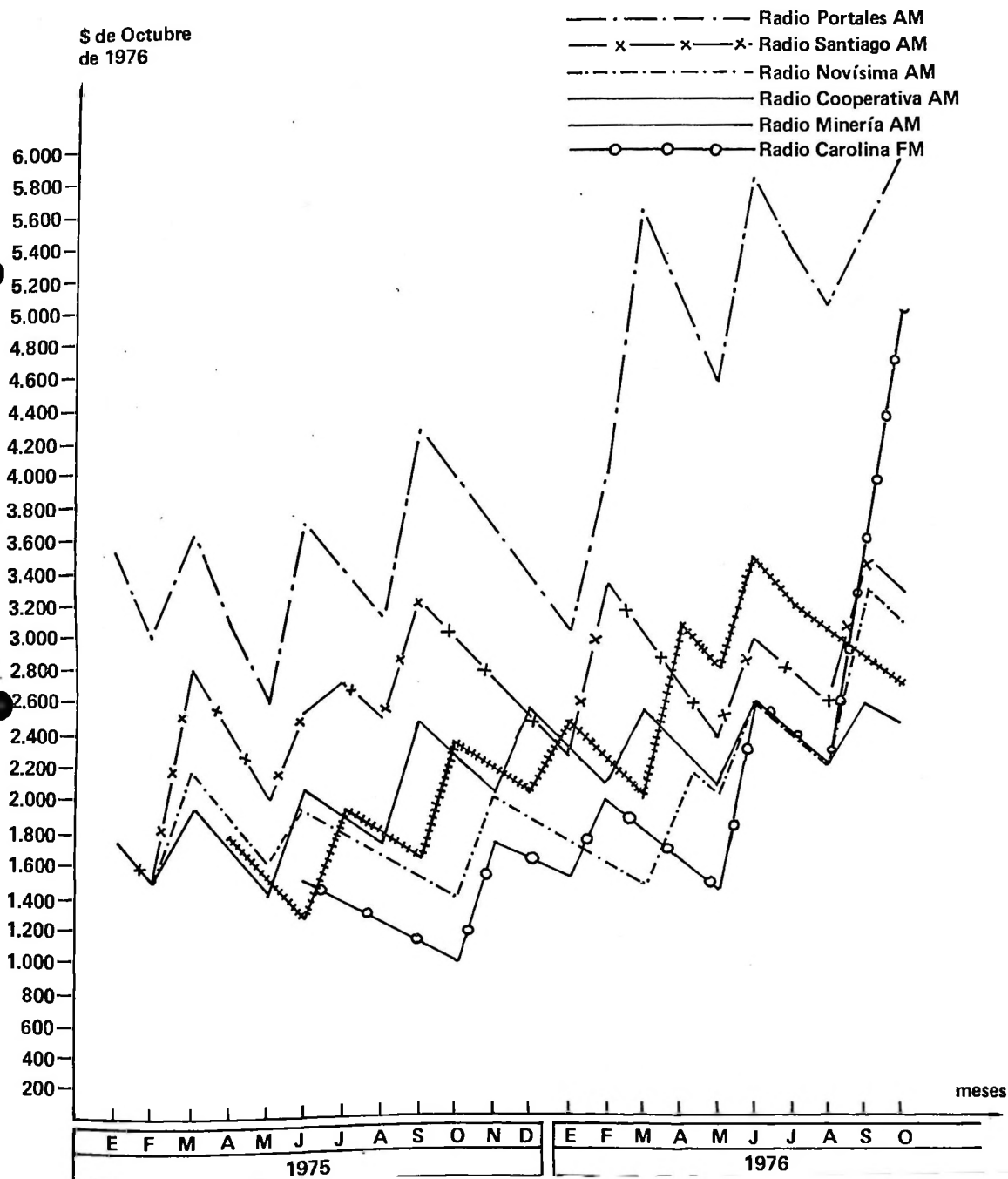
Tarifas Promedios Mensuales en Términos Reales de
de la Frase de Radio Carolina FM Mensual de 30"
Pago a 60 días (\$ de Octubre de 1976)

<u>Meses</u>	<u>Radio</u> <u>Carolina FM</u>
<u>1975</u>	
Enero	
Febrero	
Marzo	
Abril	
Mayo	
Junio	1.436
Julio	1.314
Agosto	1.207
Septiembre	1.105
Octubre	1.019
Noviembre	1.816
Diciembre	1.696
<u>1976</u>	
Enero	1.535
Febrero	2.026
Marzo	1.784
Abril	1.594
Mayo	1.451
Junio	2.637
Julio	2.422
Agosto	2.296
Septiembre	3.455
Octubre	5.052

Tarifas Promedios Mensuales de la Frase de Radio Mensual
de 30" Pago a 60 días

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.
PUBLICIDAD/MARKETING

\$ de Octubre
de 1976



Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

Tarifas Promedios Mensuales en Términos Nominales del Centímetro/Columna día semana en Página de Lectura (\$) (Pago a 60 días)

<u>Meses</u>	D I A R I O S			
	<u>El Mercurio</u> <u>Santiago</u>	<u>La Tercera</u> <u>Santiago</u>	<u>El Mercurio</u> <u>Valparaíso</u>	<u>El Sur</u> <u>Concepción</u>
<u>1975</u>				
Enero	15.87	14.40	8.14	6.02
Febrero	17.47	16.70	9.88	6.02
Marzo	20.84	19.00	10.66	11.05
Abril	20.84	22.36	10.66	11.05
Mayo	24.79	25.30	12.12	11.05
Junio	26.40	40.50	13.33	19.88
Julio	44.45	40.50	22.50	20.75
Agosto	44.45	40.50	22.50	21.81
Septiembre	47.86	40.50	26.68	21.81
Octubre	53.75	40.50	28.20	27.23
Noviembre	55.77	47.54	31.29	27.23
Diciembre	59.27	53.70	34.00	27.23
<u>1976</u>				
Enero	70.38	59.35	34.77	32.14
Febrero	70.38	70.72	38.00	33.81
Marzo	80.90	77.00	49.40	41.82
Abril	93.80	77.00	49.40	44.42
Mayo	111.00	110.00	60.00	57.40
Junio	126.00	110.00	60.00	66.15
Julio	141.12	141.00	76.00	73.80
Agosto	141.12	141.00	86.00	73.80
Septiembre	149.31	149.00	95.00	94.30
Octubre	156.26	156.00	104.00	94.30

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

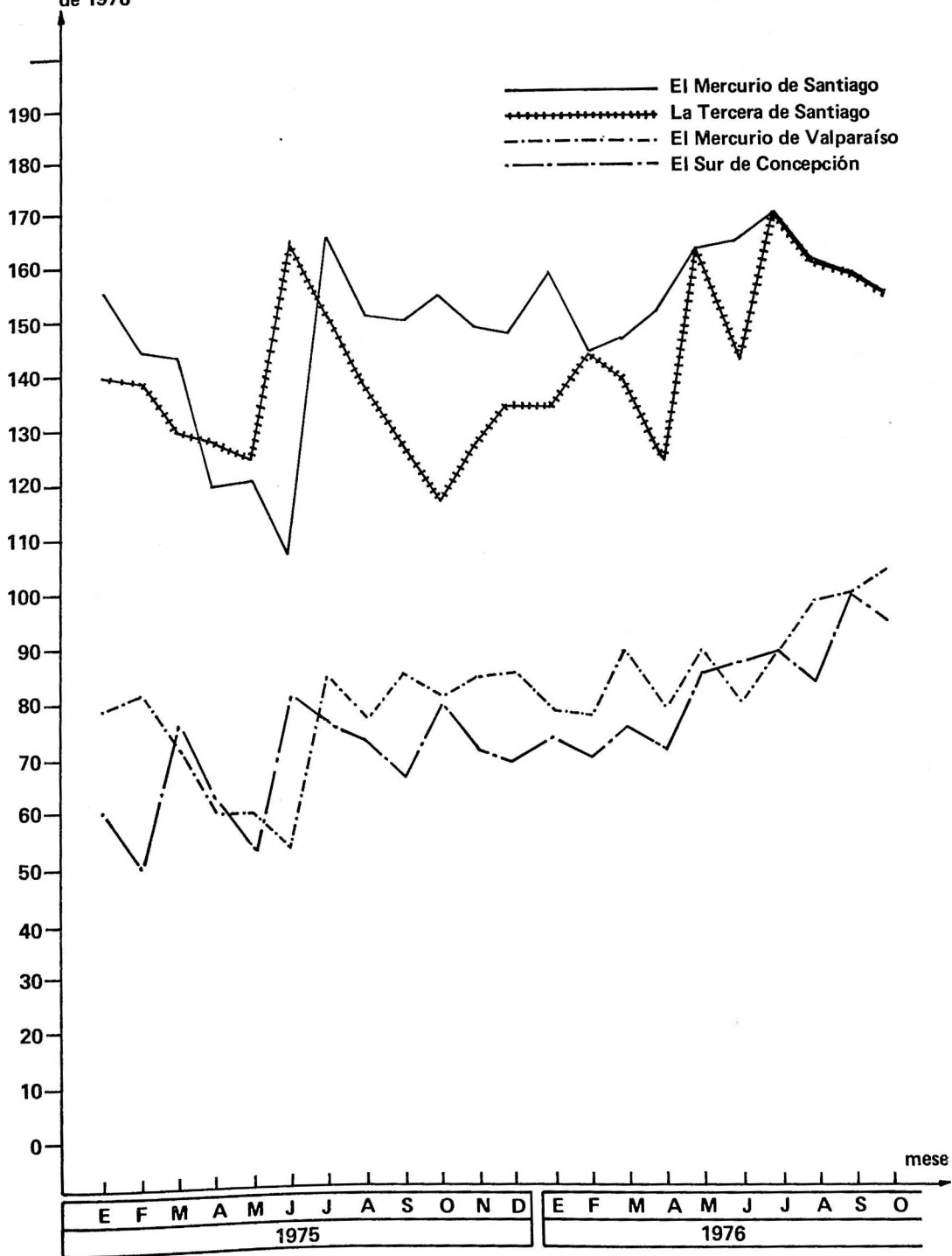
Tarifas Promedios Mensuales en Términos Reales del Centímetro/Columna día semana en Página de Lectura (\$ de Octubre de 1976) Pago a 60 días

	D I A R O S			
Meses	<u>El Mercurio</u> <u>Santiago</u>	<u>La Tercera</u> <u>Santiago</u>	<u>El Mercurio</u> <u>Valparaíso</u>	<u>El Sur</u> <u>Concepción</u>
<u>1975</u>				
Enero	154.2	139.9	79.1	58.5
Febrero	145.7	139.3	82.4	50.2
Marzo	143.4	130.8	73.4	76.0
Abril	118.8	127.5	60.8	63.0
Mayo	121.9	124.4	59.6	54.3
Junio	108.3	166.2	54.7	81.6
Julio	166.9	152.1	84.5	77.9
Agosto	153.3	139.7	77.6	75.2
Septiembre	151.1	127.8	84.2	68.8
Octubre	156.5	117.9	82.1	79.3
Noviembre	150.1	127.9	84.2	73.3
Diciembre	149.0	135.0	85.4	68.4
<u>1976</u>				
Enero	160.1	135.0	79.1	73.1
Febrero	145.5	146.2	78.5	69.9
Marzo	147.3	140.2	89.9	76.1
Abril	152.6	125.3	80.4	72.3
Mayo	164.4	162.9	88.9	85.0
Junio	166.1	145.0	79.1	87.2
Julio	170.9	170.8	92.0	89.4
Agosto	162.0	161.9	98.7	84.7
Septiembre	159.3	159.0	101.4	100.6
Octubre	156.3	156.0	104.0	94.3

Tarifas Promedios Mensuales del Centímetro/Columna
en Página de Lectura Pago a 60 días

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.
PUBLICIDAD/MARKETING

\$ de Octubre
de 1976



Northcote Merino Silva & Cia. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

Tarifas Promedios Mensuales en Términos Nominales de
una Página Interior a 4 colores (Vanidades y Paula) y
Página Interior blanco y negro (Ercilla y Qué Pasa)
 (\$) Pago a 60 días

<u>Meses</u>	<u>Revista</u> <u>Vanidades</u>	<u>Revista</u> <u>Paula</u>	<u>Revista</u> <u>Ercilla</u>	<u>Revista</u> <u>Qué Pasa</u>
<u>1975</u> <u>=====</u>				
Enero	2.600	1.700	390	360
Febrero	2.600	1.700	390	360
Marzo	2.600	1.700	980	360
Abril	2.600	1.700	980	650
Mayo	2.600	2.730	980	650
Junio	2.600	2.730	1.700	840
Julio	2.600	2.730	1.700	840
Agosto	2.600	2.730	1.700	840
Septiembre	2.600	3.950	1.700	840
Octubre	4.500	3.950	1.700	840
Noviembre	4.500	3.950	2.500	840
Diciembre	4.500	3.950	2.500	2.000
<u>1976</u> <u>=====</u>				
Enero	6.200	4.740	2.500	2.000
Febrero	6.200	4.740	3.300	2.000
Marzo	8.900	5.800	4.300	2.000
Abril	8.900	8.000	4.300	3.000
Mayo	8.900	8.000	4.300	3.000
Junio	8.900	8.000	4.300	3.000
Julio	13.500	10.400	6.000	4.200
Agosto	13.500	10.400	6.000	4.200
Septiembre	13.500	15.000	6.000	4.200
Octubre	19.900	15.000	8.000	5.700

ENERO 77

25 000

19 000.-

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

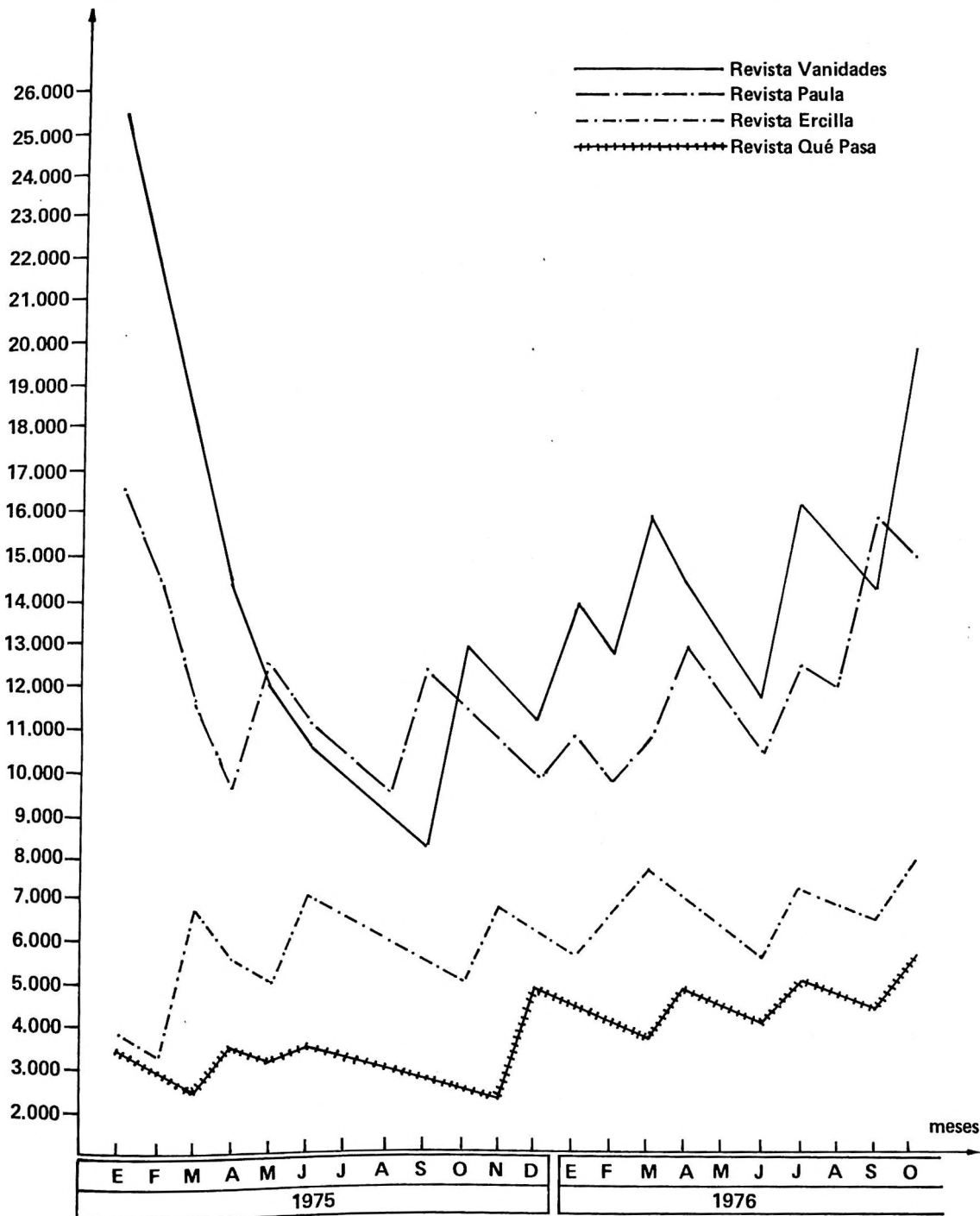
Tarifas Promedios Mensuales en Términos Reales de una
Página Interior a 4 colores (Vanidades y Paula) y Pá-
gina Interior blanco y negro (Ercilla y Qué Pasa)
 (\$ de Octubre de 1976) Pago a 60 días.

<u>Meses</u>	<u>Revista</u> <u>Vanidades</u>	<u>Revista</u> <u>Paula</u>	<u>Revista</u> <u>Ercilla</u>	<u>Revista</u> <u>Qué Pasa</u>
<u>1975</u> <u>=====</u>				
Enero	25.267	16.520	3.790	3.499
Febrero	21.685	14.178	3.253	3.003
Marzo	17.894	11.700	6.745	2.478
Abril	14.823	9.692	5.587	3.706
Mayo	12.783	13.422	4.818	3.196
Junio	10.669	11.202	6.976	3.447
Julio	9.763	10.252	6.384	3.154
Agosto	8.966	9.414	5.862	2.897
Septiembre	8.207	12.468	5.366	2.652
Octubre	13.100	11.499	4.949	2.445
Noviembre	12.110	10.630	6.728	2.260
Diciembre	11.309	9.927	6.283	5.026
<u>1976</u> <u>=====</u>				
Enero	14.104	10.783	5.687	4.550
Febrero	12.815	9.797	6.821	4.134
Marzo	16.202	10.559	7.828	3.641
Abril	14.479	13.014	6.995	4.880
Mayo	13.181	11.848	6.368	4.443
Junio	11.734	10.547	5.669	3.955
Julio	16.350	12.595	7.267	5.087
Agosto	15.501	11.942	6.889	4.823
Septiembre	14.405	16.005	6.402	4.481
Octubre	19.900	15.000	8.000	5.700

Tarifas Promedios Mensuales de Una Página Interior a Cuatro Colores (Revistas femeninas) y en Blanco y Negro (Revistas masculinas) Pago a 60 días.

\$ de Octubre de 1976

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.
PUBLICIDAD/MARKETING



Indice de Precios al Consumidor

(Base: Octubre de 1976 = 100)

1975

Enero	10.29
Febrero	11.99
Marzo	14.53
Abril	17.54
Mayo	20.34
Junio	24.37
Julio	26.63
Agosto	29.00
Septiembre	31.68
Octubre	34.35
Noviembre	37.16
Diciembre	39.79

1976

Enero	43.96
Febrero	48.38
Marzo	54.93
Abril	61.47
Mayo	67.52
Junio	75.85
Julio	82.57
Agosto	87.09
Septiembre	93.72
Octubre	100.00

TENDENCIAS

Con la información histórica que se presentó en el punto anterior, se calcularon las funciones lineales que representan las tendencias que las tarifas de los medios de comunicación tienen en el período histórico que se analizó (Enero 1975 - Octubre 1976).

Funciones de Tendencia de los Medios de Comunicación

Medio	Función	Promedio de los Costos históricos en Términos Reales (\$ Octubre 1976)
1) Canal 5	$C_t = 2.126,29 - 29,95 t$	1.841,77
2) Canal 7	$C_t = 4.619,14 + 81,00 t$	5.550,63
3) Canal 9	$C_t = 1.779,00 - 18,56 t$	1.565,59
4) Canal 13	$C_t = 2.364,99 + 11,77 t$	2.500,32
5) Radio Portales	$C_t = 2.564,98 + 138,96 t$	4.163,04
6) Radio Santiago	$C_t = 1.419,30 + 52,10 t$	2.018,45
7) Radio Novísima	$C_t = 1.304,49 + 100,22 t$	2.306,68
8) Radio Cooperativa	$C_t = 2.125,25 + 47,65 t$	2.673,18
9) Radio Minería	$C_t = 1.636,21 + 45,10 t$	2.154,82
10) Radio Carolina	$C_t = 613,18 + 153,08 t$	1.990,88
11) El Mercurio de Santiago	$C_t = 134,56 + 1,36 t$	150,17
12) La Tercera/ Santiago	$C_t = 129,10 + 1,15 T$	142,31

13) El Mercurio Valparaíso	$C_t =$	66,07 + 1,37 t	81,82
14) El Sur de Concepción	$C_t =$	58,17 + 1,50 t	75,41
15) Vanidades	$C_t =$	15.215,52 - 77,05 t	14.329,41
16) Paula	$C_t =$	11.714,98 + 20,81 t	11.954,27
17) Ercilla	$C_t =$	4.766,88 + 117,77 t	6.121,23
18) Qué Pasa	$C_t =$	2.540,65 + 108,94 t	3.793,50

Al observar las funciones que representan la tendencia de los diferentes medios se constata que una gran mayoría de ellas tienen pendiente positiva, lo que implica que los costos reales de esos medios han venido subiendo a través del tiempo.

Solamente las tendencias de Canal 5, Canal 9 y Revista Vanidades presentan pendientes negativas, es decir, los costos reales de estos medios han tendido a bajar en el período histórico que se analizó. Canal 5 y Canal 9 han aplicado una política de precios diferente a la del resto de los canales. En el caso específico de Canal 9, se mantuvo el mismo precio desde Abril a Diciembre de 1975. En igual período, las tarifas de Canal 7 y Canal 13 experimentaron tres alzas.

Revista Vanidades presentaba al comienzo del período histórico analizado, una tarifa superior a la de revista Paula. Paulatinamente, Vanidades comenzó a bajar sus tarifas hasta

estrechar la diferencia existente, aunque en general siempre sus tarifas son más altas que las que presenta Paula.

En general las tendencias de las tarifas de los medios presentan pendientes suaves. Es en el caso de las radios donde se presentan las variaciones más fuertes, específicamente en el caso de radios Carolina, Novísima, Portales y Santiago.

Se presenta a continuación un cuadro que refleja el porcentaje promedio de variación de las tarifas de los medios por cada unidad de tiempo (mes), con respecto a la media de los costos de cada medio en el período histórico.

<u>Medio</u>	<u>Pendiente x 100 dividido por media en el período histórico</u>
Canal 5	- 1.6
Canal 7	1.5
Canal 9	- 1.2
Canal 13	0.5
Radio Portales	3.3
Radio Santiago	2.6
Radio Novísima	4.3
Radio Cooperativa	1.8
Radio Minería	2.1
Radio Carolina	7.7
El Mercurio/Santiago	0.9
La Tercera/Santiago	0.8
El Mercurio/Valparaíso	1.7
El Sur/Concepción	2.0

Medio

Pendiente x 100 dividido por
media en el período histórico

Vanidades	- 0.5
Paula	0.2
Ercilla	1.9
Qué Pasa	2.9

Cabe mencionar que las series históricas de costos de los medios no presentan estacionalidad en ningún grado. Pero, debido al reducido número de observaciones que se analizó no puede afirmarse en forma definitiva que no existe tal estacionalidad en las tarifas de los medios de comunicación.

Finalmente se presenta un cuadro estadístico con los índices de las tarifas reales de los medios de comunicación.

Indices de las Tarifas Reales de
los Medios de Comunicación
(Base: Octubre 1976 = 100)

Meses	C A N A L E S D E T. V.			
	5	7	9	13
<u>1975</u>				
Enero		42,6	144,6	80,5
Febrero		36,5	124,1	69,1
Marzo		107,3	102,4	57,0
Abril		88,9	141,0	84,3
Mayo	114,8	76,7	121,6	72,7
Junio	95,9	64,0	101,5	75,9
Julio	87,7	58,5	92,8	83,3
Agosto	80,5	64,9	85,2	76,5
Septiembre	95,9	72,1	78,1	70,0
Octubre	114,7	66,5	71,9	64,6
Noviembre	106,1	79,9	66,4	77,6
Diciembre	99,1	74,7	62,0	72,5
<u>1976</u>				
Enero	89,7	87,8	70,2	65,6
Febrero	81,5	79,8	63,8	59,6
Marzo	93,3	70,3	56,2	70,8
Abril	83,4	78,7	120,5	63,3
Mayo	75,9	71,7	109,7	78,9
Junio	67,5	76,2	97,7	70,2
Julio	74,5	70,0	107,7	64,5
Agosto	70,7	90,3	102,0	88,3
Septiembre	82,0	83,9	106,7	82,1
Octubre	100,0	100,0	100,0	100,0

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

FERTILIZANTES / MARKETING

	R A D I O E M I S O R A S					
Meses	Portales	Santiago	Novísima	Coopera- tiva	Minería	Carolina FM
<u>1975</u>						
Enero	58,3	57,0		52,9	68,6	
Febrero	50,1	48,9		45,4	58,9	
Marzo	60,2	72,3		84,3	76,9	
Abril	49,9	59,9	63,3	69,8	63,7	
Mayo	43,0	51,6	54,6	60,2	54,9	
Junio	61,6	62,0	45,6	89,3	80,5	28,4
Julio	56,3	56,7	68,1	81,7	73,6	26,0
Agosto	51,7	52,1	62,6	75,1	67,6	23,9
Septiembre	71,0	47,7	57,3	96,7	99,0	21,9
Octubre	65,5	44,0	87,3	89,1	91,3	20,2
Noviembre	60,6	70,2	80,7	82,4	84,4	35,9
Diciembre	56,6	65,6	75,4	77,0	102,5	33,6
<u>1976</u>						
Enero	51,2	59,4	91,0	69,6	92,8	30,4
Febrero	67,4	53,9	82,7	101,2	84,3	40,1
Marzo	95,0	47,5	72,8	89,1	100,0	35,3
Abril	84,9	70,7	108,4	79,7	89,3	31,6
Mayo	77,3	64,4	98,7	72,5	81,3	28,7
Junio	97,5	86,0	131,9	91,5	101,3	52,2
Julio	89,6	79,0	121,1	84,0	93,1	47,9
Agosto	84,9	74,9	114,8	79,7	88,3	45,4
Septiembre	94,0	106,7	106,7	106,7	106,7	68,4
Octubre	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

	P E R I O D I C O S			
Meses	El Mercurio Santiago	La Tercera Santiago	El Mercurio Valparaíso	El Sur Concepción
<u>1975</u>				
Enero	98,7	89,7	76,1	62,0
Febrero	93,2	89,3	79,2	53,2
Marzo	91,7	83,8	70,6	80,6
Abril	76,0	81,7	58,5	66,8
Mayo	78,0	79,7	57,3	57,6
Junio	69,3	106,5	52,6	86,5
Julio	106,8	97,5	81,2	82,6
Agosto	98,1	89,6	74,6	79,7
Septiembre	96,7	81,9	81,0	73,0
Octubre	100,0	75,6	78,9	84,1
Noviembre	96,0	82,0	81,0	77,7
Diciembre	95,3	86,5	82,1	72,5
<u>1976</u>				
Enero	102,4	86,5	76,1	77,5
Febrero	93,1	93,7	75,5	74,1
Marzo	94,2	89,9	86,4	80,7
Abril	97,3	80,3	77,3	76,7
Mayo	105,2	104,4	85,5	90,1
Junio	106,3	92,9	76,1	92,5
Julio	109,3	109,5	88,5	94,8
Agosto	103,6	103,8	94,9	89,8
Septiembre	101,9	101,9	97,5	106,7
Octubre	100,0	100,0	100,0	100,0

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.

PUBLICIDAD/MARKETING

Meses	R E V I S T A S			
	Vanidades	Paula	Ercilla	Que Pasa
<u>1975</u>				
Enero	127,0	110,1	47,4	61,4
Febrero	109,0	94,5	40,7	52,7
Marzo	89,9	78,0	84,3	43,5
Abril	74,5	64,6	69,8	65,0
Mayo	64,2	89,5	60,2	56,1
Junio	53,6	74,7	87,2	60,5
Julio	49,1	68,3	79,8	55,3
Agosto	45,1	62,8	73,3	50,8
Septiembre	41,2	83,1	67,1	46,5
Octubre	65,8	76,7	61,9	42,9
Noviembre	60,9	70,9	84,1	39,6
Diciembre	56,8	66,2	78,5	88,2
<u>1976</u>				
Enero	70,9	71,9	71,1	79,8
Febrero	64,4	65,3	85,3	72,5
Marzo	81,4	70,4	97,9	63,9
Abril	72,8	86,8	87,4	85,6
Mayo	66,2	79,0	79,6	77,9
Junio	59,0	70,3	70,9	69,4
Julio	82,2	84,0	90,8	89,2
Agosto	77,9	79,6	86,1	84,6
Septiembre	72,4	106,7	80,0	78,6
Octubre	100,0	100,0	100,0	100,0

PROYECCIONES

Es arriesgado proyectar los precios de los medios de comunicación basados solamente en la tendencia que ellos han tenido en los últimos dos años. Sin embargo, creemos que ante el desconocimiento total que se tiene de la evolución de las tarifas mencionadas, una proyección de esta naturaleza puede ser útil para los ejecutivos del área de publicidad y marketing, siempre que los medios de comunicación varíen sus tarifas en el futuro en consonancia con las tendencias históricas del período analizado en este estudio (1975-1976).

Por lo tanto, de mantenerse las tendencias observadas en el período histórico, los precios promedios en moneda de Octubre de 1976, de las tarifas de los medios de comunicación en el año 1977, serían las que se muestran en el siguiente cuadro.

Proyecciones de las Tarifas Promedios de los Medios
de Comunicación para el año 1977 (1)

<u>Medio</u>	<u>\$ de Octubre de 1976</u>	<u>Dólares(2)</u>
Canal 5	1.332,6	88,54
Canal 7	7.089,6	471,10
Canal 9	1.212,9	80,59
Canal 13	2.723,9	180,99
Radio Portales	6.803,3	452,05
Radio Santiago	3.008,4	199,89
Radio Novísima	4.060,5	269,80
Radio Cooperativa	3.578,6	237,78
Radio Minería	3.011,8	200,12
Radio Carolina FM	4.516,7	300,11
Diario El Mercurio de Santiago	176,0	11,69
Diario La Tercera de Santiago	164,2	10,91
Diario El Mercurio de Valparaíso	107,9	7,17
Diario El Sur de Concepción	103,9	6,90
Revista Vanidades	12.865,5	854,85
Revista Paula	12.349,7	820,58
Revista Ercilla	8.478,8	563,38
Revista Qué Pasa	5.863,3	389,59

- (1) Los costos están referidos a las unidades ya definidas para cada uno de los tipos de medios de comunicación.
- (2) Para transformar a dólares se utilizó el valor promedio ponderado de éste en Octubre de 1976 (1 US\$ = \$ 15.05)

Se puede constatar que las proyecciones hechas con las funciones que representan las tendencias de los respectivos medios, nos llevan en muchos casos a determinar tarifas promedios para 1977 inferiores a la tarifa vigente en Octubre de 1976. Dado que lo más probable es que esto no ocurra así sino que el promedio de las tarifas de cada medio en 1977 sea superior a la tarifa de Octubre de 1976, se aplicará el incremento determinado por la tendencia pero a partir de la tarifa de Octubre de 1976. Esto es exactamente lo mismo que trasladar la recta de tendencia paralelamente hasta que se intersecte con la tarifa de Octubre de 1976.

Por otra parte, hay una alta probabilidad de que los medios que presentan tendencias a la baja en sus tarifas, no puedan mantenerla indefinidamente por razones obvias, y tal vez lo más aconsejable para proyectar en estos casos sea mantener el último precio, es decir, el de Octubre de 1976.

De acuerdo a esto las nuevas proyecciones de las tarifas promedios para el año 1977, son las que se muestran en el siguiente cuadro.

Northcote Merino Silva & Cía. Ltda.
PUBLICIDAD/MARKETING

<u>MEDIO</u>	<u>\$ DE OCTUBRE</u> <u>DE 1976</u>	<u>DOLARES</u>
Canal 5	2.055	136.5
Canal 7	8.128	540.1
Canal 9	1.620	107.6
Canal 13	3.480	231.2
Radio Portales	7.180	477.1
Radio Santiago	3.547	235.7
Radio Novísima	3.552	236.0
Radio Cooperativa	3.713	246.7
Radio Minarfa	2.933	194.9
Radio Carolina FM	6.353	422.1
Diario El Mercurio de Santiago	168	11.2
Diario La Tercera	166	11.0
Diario El Mercurio de Valparaíso	116	7.7
Diario El Sur de Concepción	107	7.1
Revista Vanidades	19.900	1.322.3
Revista Paula	15.177	1.008.4
Revista Ercilla	9.001	598.1
Revista Qué Pasa	6.626	440.3

De estas últimas proyecciones, las tarifas de Radio Novísima, Radio Minería y El Mercurio de Santiago son inferiores a las determinadas en las primeras proyecciones. Esto se debe a que la recta de tendencia estimada pasa por sobre el valor correspondiente a las tarifas de los medios mencionados. Esto implica que la traslación paralela en estos tres casos se hizo hacia abajo.

Finalmente, queremos recalcar que las proyecciones determinadas son el reflejo del comportamiento de la tendencia que las tarifas de los diferentes medios de comunicación han tenido en los últimos 22 meses. De tal forma, ellas tendrán validez sólo si los medios estudiados mantienen para el próximo año idénticas o parecidas políticas de precios.

A N E X O

Se ha decidido agregar en este anexo la tendencia de las ta
rifas de Publicine ya que este medio constituye también una
alternativa de comunicación masiva.

Como unidad de medida se utilizará la tarifa de la Cinesema
na de 30 segundos de duración.

El promedio de las tarifas de la cinesemana de 30 segundos
en todos los cines del circuito nacional de Publicine, cons
tituyen la serie de tarifas que se denomina "Promedio". En
tanto que la serie de tarifas denominada "Selección", está
constituida por el promedio de las tarifas de los cines de
categoría Super, Especial y AA exclusivamente.

En este medio se analizará también la serie histórica de Ene
ro de 1975 a Octubre de 1976 de las tarifas promedio mensual
de la cinesemana de 30 segundos de duración.

En los cuadros estadísticos siguientes se presenta la infor-
mación histórica en términos nominales y reales.

Tarifas Promedios Mensuales en Términos Nominales
de la Cinesemana de 30 segundos de duración.

(\$ de cada mes)

<u>Meses</u>	<u>Promedio (+)</u>	<u>Selección (++)</u>
<u>1975</u> <u>=====</u>		
Enero	104,00	171,00
Febrero	104,00	171,00
Marzo	104,00	171,00
Abril	104,00	171,00
Mayo	104,00	171,00
Junio	156,30	256,50
Julio	156,30	256,50
Agosto	156,30	256,50
Septiembre	156,30	256,50
Octubre	248,40	396,90
Noviembre	248,40	396,90
Diciembre	248,40	396,90
<u>1976</u> <u>=====</u>		
Enero	310,50	496,10
Febrero	310,50	496,10
Marzo	379,39	535,61
Abril	379,39	535,61
Mayo	379,39	535,61
Junio	379,39	535,61
Julio	455,86	659,21
Agosto	455,86	659,21
Septiembre	455,86	659,21
Octubre	455,86	659,21

(+) En esta serie se toman en cuenta todos los cines del circuito nacional de Publicine.

(++) Esta serie toma en cuenta sólo los cines de categoría Super, Especial y AA exclusivamente.

Tarifas Promedios Mensuales en Términos Reales de
la cinesemana de 30 segundos de duración.

(\$ de Octubre de 1976)

<u>Meses</u>	<u>Promedio</u>	<u>Selección</u>
<u>1975</u> <u>=====</u>		
Enero	1.010,69	1.661,81
Febrero	867,39	1.426,19
Marzo	715,76	1.176,88
Abril	592,93	974,91
Mayo	511,31	840,71
Junio	641,36	1.052,52
Julio	586,93	963,20
Agosto	538,97	884,48
Septiembre	493,37	809,66
Octubre	723,14	1.155,46
Noviembre	668,46	1.068,08
Diciembre	624,28	997,49
<u>1976</u> <u>=====</u>		
Enero	706,32	1.128,53
Febrero	641,79	1.025,42
Marzo	690,68	975,08
Abril	617,20	871,34
Mayo	561,89	793,26
Junio	500,18	706,14
Julio	552,09	798,37
Agosto	523,44	756,93
Septiembre	486,41	703,38
Octubre	455,86	659,21

Las funciones de tendencia calculadas en base a la informa
ción histórica presentada son las siguientes:

<u>Tipo de Tarifa</u>	<u>Función</u>
Promedio	$C_t = 772,23 - 13,22 \times t$
Selección	$c_t = 1.292,65 - 27,85 \times t$

Se puede verificar que ambas funciones presentan pendientes negativas lo que implica que en términos reales las tarifas de la cinesemana han tendido a la baja en el período histórico que se analizó. Esto último se puede detectar con la sola observación de la serie histórica en términos reales. La baja se hace especialmente notoria en los meses correspondientes al año 1976 en que se puede apreciar un descenso sostenido de mes a mes llegando en Octubre de 1976 a tener la más baja tarifa de todo el período histórico.

De igual forma que lo manifestamos en un capítulo anterior, pensamos que mantener una tendencia negativa en forma indefinida es muy difícil. En consecuencia, para efectos de proyectar la tarifa de la cinesemana de 30 segundos no es aconsejable hacerlo basado en la tendencia mostrada en el período histórico.

Una medida conservadora en estos casos puede ser el mantener el mismo precio en términos reales que regía al final del pe
ríodo histórico.

NORMAS QUE PERMITEN SOLICITAR EN DETERMINADAS
CIRCUNSTANCIAS EL NOMBRAMIENTO JUDICIAL DE
ADMINISTRADORES PROVISIONALES DE EMPRESAS

Decreto Ley N° 1687 publicado en el Diario
Oficial de 25 de Febrero de 1977.

En el Diario Oficial de 25 de Febrero de 1977 fue publicado el D.L. N° 1687 que contiene normas que son de gran interés para las empresas y sus administradores y que deben ser analizadas en detalle por las implicancias y responsabilidades que envuelven.

I.- Finalidad de las normas.

- 1.- Evitar si fuere posible, la paralización de las empresas que carecieren de administración o incurrieren en insolvencia notoria; restablecer su solvencia, intentar el pago de sus obligaciones o pedir la quiebra si no hubiere otra solución.
- 2.- Impedir que las empresas que están en insolvencia soliciten con publicidad recursos de inversión en depósito o préstamo.

II.- Medio para lograr la Finalidad.

- 1.- La designación de Administradores Provisionales por la Justicia Ordinaria a requerimiento de parte.
- 2.- Diversos tipos de sanciones.

III.- Empresas a las cuales se aplica.

El artículo 1° del D.L. en referencia establece que sus normas se aplican a "las empresas pertenecientes a personas naturales o a sociedades de cualquier naturaleza" que incurran en las causales que mas adelante se analizarán.

Hay aquí entonces dos conceptos en juego, el de empresa y el de sociedad que para los efectos de este D.L. no son siempre coincidentes.

Si bien la voz empresa no está definida por este Decreto Ley, existen definiciones legales cuyo contenido amplio sirve para determinar el ámbito de aplicación de las normas en estudio.

El D.L. 1006 publicado en el Diario Oficial el 3 de Mayo de 1975 que legisla sobre Estatuto Social de la Empresa, consigna en su artículo 2° lo siguiente: "constituye empresa para los efectos de la presente ley, la entidad destinada a la producción, comercio o distribución de bienes o a la prestación de servicios que, bajo una dirección unitaria, persigue una finalidad económica y social y se encuentra organizada con el concurso de trabajadores e inversionistas".

Si la empresa pertenece a una o varias personas naturales, como por ejemplo las comunidades y sociedades de hecho, toda empresa que quede incluida en el concepto precedente, queda afecta a las disposiciones que estamos analizando.

Si la empresa en cambio, pertenece a una o varias personas jurídicas, solo le serán aplicables estas disposiciones si la empresa está organizada bajo la forma jurídica de una sociedad que es entonces la propietaria del ingenio o si los propietarios son sociedades de cualquier naturaleza.

La Sociedad está definida por el Código Civil en su artículo 2053 del siguiente modo: "sociedad o compañía es un contrato en que dos o mas personas estipulan poner algo en común con la mira de repartir entre sí los beneficios que de ello provengan".

Por su parte los Códigos Civil y de Comercio distinguen entre sociedades civiles y sociedades comerciales, y tanto unas como otras, pueden ser colectivas, anónimas y encomenditas, reconociendo el Código Civil, también, las asociaciones o cuentas en participación, (Arts. 2059, 2061 del C.C. y 342 del C. de Comercio). Además las Sociedades Colectivas de conformidad con la ley 3.918, pueden ser de responsabilidad limitada.

Definida así por la ley, la voz Sociedad y estableciendo en ella sus distintos tipos, toda empresa que pertenezca a una persona jurídica cuya estructura corresponda a la de aquellas definidas por el Código Civil y de Comercio como una sociedad, puede ser objeto de las medidas en análisis, cualquiera que sea la naturaleza de la sociedad.

En consecuencia, estas normas se aplican a todo tipo de Sociedades incluso a aquellas que cuentan con aporte fiscal.

Debe precisarse por ello que no obstante que las Corporaciones o fundaciones puedan ser propietarias de empresas, por no corresponder aquellas a la definición de "Sociedades" no les pueden ser aplicables estas normas, salvo que la corporación sea propietaria de parte de la Sociedad que sea la propietaria de la Empresa.

De la misma manera, en cuanto a las Cooperativas y mutualidades, resulta dudoso que pueda aplicarse esta normativa dado que aún cuando se menciona a "sociedades de cualquier naturaleza" y estas entidades son en ocasiones denominadas por las leyes como sociedades mutualistas y sociedades cooperativas, ellas carecen de uno de los elementos esenciales de la Sociedad, cual es, la finalidad lucrativa, que la definición legal hace consistir en la "mira de repartirse entre los socios el beneficio que de ello provenga".

Por definición las Cooperativas y las Mutualidades son asociaciones de ayuda mutua y no entidades que persigan producir un beneficio repartible en función del aporte hecho. Lo propio podría aplicarse a las Asociaciones de Ahorro y Préstamo, a las Cajas de Compensación, a las Asociaciones de canalistas a las congregaciones religiosas propietarias de predios o colegios etc.

Cabe señalar, además, que la Dirección del Trabajo por Dictamen N° 2363 de 26 de Mayo de 1976, incluso, niega el carácter de empresas incluidas en la definición transcrita, del Estatuto Social de la Empresa, a estas entidades, de modo que, de atenerse a esta jurisprudencia administrativa, en nuestro concepto equivocada, estas entidades no sólo no estarían afectas al D.L. en comentario, por no ser sociedades, sino que además, por no ser consideradas empresas.

No obstante dada la trascendencia de las normas y el hecho de que son en definitiva los tribunales de la República los que decidirán en su oportunidad la cuestión, prudente es tener en cuenta estas disposiciones.

IV.- Causales en virtud de las cuales operan estas Normas.

Las empresas definidas en el acápite anterior podrán ser objeto de administración provisional decretada judicialmente en los siguientes casos:

1) Cuando careciere de Administración por cualquier causa. Ello ocurrirá cuando no hubiere quien represente a la empresa, trátase de sus Gerentes, administradores y/o directorio en su caso.

No obstante distintas situaciones pueden producirse respecto de las cuales los jueces deberán pronunciarse a fin de establecer el sentido y alcance de la voz "carecer" atendida la finalidad del D.L.

Para el Diccionario de la Real Academia carecer es tener falta de alguna cosa y falta es la ausencia de una persona del sitio en que hubiere debido estar.

Podemos preguntarnos si la sola ausencia del o los administradores permite o no el nombramiento y si se entiende o no faltar alguien que estando en el lugar, se encuentra impedido de obrar por causas físicas, o morales.

De todos modos y aún cuando es la judicatura la que interpretará las normas vale la pena tener presente que el Código Civil en su artículo 473 considera ausente a las personas para los efectos de designarle curadores, cuando no se sepa su paradero o cuando haya dejado de estar en comunicación con los suyos y de la falta de comunicación se originen perjuicios graves para el ausente o terceros o cuando no haya otorgado poder a otro que lo represente.

Estos casos son menos graves que los referentes a empresas, de modo que puede esperarse más severidad de parte de los jueces para decidir en que casos procede o no la medida.

b) Cuando la empresa estuviere en notoria insolvencia.

El concepto de notoria insolvencia, también es un concepto muy impreciso que se entrega a la discrecionalidad judicial determinar cuando se da o no en la práctica.

No obstante, como se sabe, no se trata de un término nuevo en el Ordenamiento Jurídico chileno.

En efecto el artículo 1496 del Código Civil nos advierte que "el pago de una obligación no puede exigirse antes de expirar el plazo, si no es,

1º.- Al deudor constituido en quiebra o que se halla en notoria insolvencia".

Entre este concepto y las causales muy severas que habilitan la quiebra del deudor comerciante, con la cesación en el pago de una sola obligación mercantil, hay distancias que el Juez prudencialmente debe ponderar y a cuyo efecto, le serían útiles varias otras disposiciones legales que aluden a la insolvencia sin definirla mayormente.

No obstante, sentencias de la C. de Talca de 11 de Enero de 1916 R.T. 14 Secc. 1a. pág. 147 y de la C. Suprema de 2 de Enero de 1925, G. 1925 1er. sem. N° 7 pág. 56 R.T. 23 Secc. 1a. pág. 306 consignan que "Es errado el concepto de que la insolvencia consiste en tener más deudas que bienes, pues el verdadero significado de esa expresión es la incapacidad en que uno se halla de pagar una deuda.

En medios del Gobierno y frente a la inquietud que se manifestara por la amplitud de estas severas normas se declaró por su parte, que "La notoria insolvencia del deudor, en cambio, supone un estado de relativa permanencia en la situación de cesación de pagos, que demuestre que concurre un efectivo desequilibrio entre activo y pasivo del deudor que perjudique no solo el interés privado de un deudor sino que comprometa también el interés público involucrado en la correspondiente gestión empresarial".

En suma, no obstante el interés que esta declaración presenta, serán los tribunales quienes determinarán los casos en que se dá la notoria insolvencia.

3) Estar la empresa vinculada, en forma directa o indirecta, sea en la administración o en el patrimonio, a otra que hubiere incurrido en las causales anteriores.

4) Estar la empresa vinculada a bancos o instituciones financieras y que por razón de la insolvencia o carencia de Administración se pudiera afectar la estabilidad de las anteriores.

V.- Titulares del derecho a pedir la Administración Provisional.

Tienen derecho a pedir el nombramiento:

1) Uno o más acreedores de la empresa, es decir dueño de un crédito por cualquiera obligación contraída por ella.

2) El propio deudor.

3) La Superintendencia de Compañías de Seguro, Sociedades Anónimas y Bolsas de Comercio, cuando tratándose de Sociedades Anónimas, y con motivo de su fiscalización compruebe que, respecto de ella o de los vinculados a ella en forma directa o indirecta, sea en la administración o en el patrimonio o respecto de las utilidades, se hubiere producido alguna de las causales ya analizadas y no se hubiere dado noticias de la cesación de pagos o de la solicitud de quiebra a la Superintendencia.

4) El Superintendente de Bancos respecto de empresas cuya insolvencia o carencia de administración pudiere afectar seriamente la estabilidad o funcionamiento normal de Bancos o entidades financieras de las que fuere deudora.

VI.- Efectos de la Administración Provisional.

1) En cuanto al tiempo

Estas normas rigen desde el 25 de Febrero de 1977 y se aplican a toda empresa de las definidas precedentemente que actualmente estuvieren en alguna de las situaciones que configuran las causales ya analizadas aunque el mal estado de los negocios o la carencia de administración se hubiere producido o nó con anterioridad a esa fecha.

La administración provisional durará 180 días prorrogables por 180 días más por resolución del Superintendente de Compañías de Seguros Sociedades Anónimas y Bolsas de Comercio o del Síndico General de Quiebras en su caso según se verá más adelante. No obstante también podrán ponerle término antes de tal plazo.

2) En cuanto a las facultades del Administrador (Art. 8):

El administrador provisional tendrá las siguientes facultades:

a.- Divulgar su nombramiento al comenzar y terminar su administración;

b.- Practicar inventarios pudiendo exigir de los ejecutivos todos los datos necesarios;

c.- Exigir rendiciones de cuenta a los Administradores anteriores.

d.- Continuar el giro ordinario pudiendo contratar créditos que se podrán pagar con preferencia absoluta a toda otra deuda privilegiada o no.

e.- Cobrar y percibir todo cuanto se adeuda a la empresa.

f.- Representarla judicial y extrajudicialmente con todas las facultades del artículo 7°. del Código de Procedimiento Civil.

g.- Pagar las deudas conforme a las normas legales.

h.- Enajenar todo o parte de la empresa con el acuerdo de los socios o comuneros que representen el 50% del capital a lo menos.

i.- Celebrar compromisos y transacciones con la misma exigencia del número precedente.

j.- Pedir la quiebra de la empresa en el caso de que no fuera posible otra solución.

k.- Rendir cuenta de su gestión al tribunal que decretó la medida o al Síndico en su caso.

l.- Delegar en una o más personas con autorización del Superintendente de Compañías de Seguros o del Síndico en su caso, cuando la Administración recayere en más de una empresa o grupo vinculado.

m.- Ponderar si las indemnizaciones convenidas exclusivamente en los contratos de trabajo son innodadas o pactadas con evidente perjuicio de los restantes acreedores y, si así lo estimare, retener su pago en la parte que estime excesiva, hasta mientras el juzgado del trabajo competente no resuelva cual es el monto definitivo que deba pagarse (Art. 19).

n.- Podrá, de acuerdo a la situación económica de la empresa, otorgar a los trabajadores despedidos que no tuvieran pactada indemnización alguna, una indemnización equivalente a un mes de la última remuneración mensual que hubieren pactado por cada año trabajado en la empresa o fracción superior a 6 meses, sin que pueda exceder en total, para cada beneficiario, de 10 ingresos mínimos mensuales (Art. 19).

ñ.- Podrá pagar estas indemnizaciones divididas hasta en 12 cuotas mensuales reajustables conforme al IPC entre el término del contrato y el pago.

o.- No se aplicarán las disposiciones de los artículos 88-1, 88-2, 88-3 y 88-4 del Código del Trabajo relativos a la paralización de actividades o autorizaciones para ella, a indemnizaciones especiales, a límite de despidos, etc. (Art. 19).

3) En cuanto a la Responsabilidad del Administrador.

a.- Los acreedores y el deudor pueden solicitar el término de la Administración y podrán reclamar al Superintendente de Compañías de Seguros S.A. y B. de C. o ante el Síndico en su caso de cualquier error, negligencia o abusos que no taren en la conducta del administrador o de sus delegados en el ejercicio de la administración (Art. 15)

b.- El administrador podrá ser removido por el tribunal que decretó la administración, a petición del acreedor o del deudor si se probare (Art. 16):

- 1) Impericia o negligencia grave.
- 2) Colusión con el deudor.
- 3) Inteligencia con terceros para la realización de todo o parte de los bienes con perjuicio de la empresa o de los acreedores.
- 4) Adquisición aunque sea por interpósita persona de bienes de la empresa.

c.- El administrador estará obligado a denunciar ante la justicia ordinaria cualquier irregularidad que revista caracteres de delito y que tome conocimiento en el desempeño de su cargo dentro de los 20 días de tal conocimiento. En caso contrario se le aplicará como sanción el artículo 86 del Código de Procedimiento Penal que supone penas de prisión en sus grados medio a máximo o multas (Art. 14).

d.- Rendir cuenta de su cometido al Juez que lo designó o al Síndico en su caso (Art. 8 letra k).

e.- Sin perjuicio de todo lo anterior los acreedores o el deudor podrán hacer efectiva la responsabilidad Civil o penal del administrador ante la justicia ordinaria a cuyo efecto nos parece que las normas generales del Código Civil sobre la curaduría de bienes y en especial los de los artículos 539, a 544 y los pertinentes del Código penal son los que deberán aplicarse sin perjuicio de los especiales que aquí se han consignado.

4.- En cuanto a los derechos de los deudores

a.- Defenderse ante el tribunal si considera que no se dan las causales para la intervención provisional, con derecho a la condena al pago de las costas al solicitante del nombramiento y a cobrarle la indemnización de perjuicios que se hayan irrogado, trátase de particulares o del Fisco.

b.- Solicitar el término de la administración y reclamar ante el Superintendente de C.de S. o ante el Síndico de Quiebras de las situaciones que se mencionan en el párrafo V N° 3 letra a) de este informe, o la remoción ante el Juez de acuerdo a lo señalado en la letra b) del mismo número y párrafo.

c.- Hacer efectiva la responsabilidad civil o penal por hechos del Administrador que den origen a indemnización de perjuicios o tipifiquen conductas penalmente punibles. La acción prescribe en un año desde que se apruebe la cuenta por el Juez.

d.- Ser consultado y requerir su aprobación para la venta de todo o parte de la empresa o para convenir compromisos o transacciones. (la consulta y aprobación se considera hecha cuando el 50% del capital a lo menos aprueba la medida).

e.- No puede declararse la Quiebra mientras dure la administración a menos que sea el propio administrador quien la pida.

5) En cuanto a las Obligaciones del deudor.

a.- Proporcionar al administrador los datos y antecedentes que éste estime necesarios para determinar exactamente el pasivo o el activo de la empresa. (Art.8).

b.- Rendir cuentas de su gestión al administrador,

En ambos casos a) y b), la negativa del administrador o ejecutivos de la empresa, antecesores del designado por el tribunal, será sancionada con penas de presidio menos en sus grados mínimo a medio (Art.8).

c.- Pagar la remuneración del Administrador la que gozaría de preferencia igual que los créditos nuevos que se contrataren. Esta remuneración la determinará el Superintendente o el Síndico en la escritura pública de nombramiento.

VII.- El Procedimiento.

1) El Tribunal Competente.

La designación de administrador provisional es de la competencia de los Tribunales Ordinarios, y corresponde específicamente al que conforme a las reglas generales sea el que deba pronunciarse sobre la Quiebra de la empresa deudora y si estas fueren varias a cualquiera de los tribunales competentes (Art. 4).

2) La solicitud.

Debe invocarse antecedentes que constituyan presunción fundada de la ocurrencia de alguna de las situaciones que hemos señalado como causales de este informe.

Si se hubieran presentado varias solicitudes estas deberán acumularse de oficio o a petición de parte ante el Juez que conoce la primera de ellas (Art.4).

3) Intervención de la Sindicatura de Quiebras.

Presentada la solicitud en los términos indicados el Juez debe disponer que la empresa quede sujeta a la intervención del Síndico General de Quiebras quien por sí o por delegados internos al Servicio, o externos, ejercerá las facultades que el artículo 296 del Código de Procedimiento Civil otorga a los interventores judiciales, que son relativamente reducidas.

En estos casos el Síndico o su delegado podrá exigir dando aviso al público, que la empresa intervenida someta a su previa aprobación todo gasto o inversión, contratación de personal o modificación de contratos vigentes u otros actos similares que pretende efectuar, bajo sanción de nulidad y bajo sanción de hacerse personalmente responsable civil y penalmente quien hubiere actuado en nombre o por cuenta de la empresa intervenida, sin perjuicio de incurrir en la sanción prevista en el artículo 467 del Código Penal por el delito de defraudación.

En el caso de que la empresa careciere de administración, las facultades del Síndico y/o sus delegados serán las mismas que se mencionan en la letra b) del párrafo V de este informe y las responsabilidades las mismas que se mencionan en la letra c) de ese mismo párrafo (Art. 5).

4) El nombramiento del Administrador.

El Tribunal se pronunciará sobre la solicitud a la brevedad posible y en todo caso antes de los 30 días, sin forma de juicio, con audiencia, es decir, dando oportunidad de expresarse, si lo estima necesario, a los representantes de la empresa si los hubiere y pudiendo hacerse parte el Síndico en cualquier estado de la causa. Si hubieren transcurrido 30 días sin pronunciarse, la solicitud se tendrá por acogida.

Las resoluciones que emita el tribunal para acoger el nombramiento serán apelables en el solo efecto devolutivo, esto es, sin suspender el procedimiento.

En el caso de que el tribunal acogiera la solicitud se comunicará el hecho al Superintendente de Sociedades Anónimas, si una o varias de las empresas afectadas fueren anónimas; en caso contrario la comunicación se hará al Síndico de Quiebras a fin de que cada uno de ellos, en su caso, proceda a designar al administrador provisional.

Producida esta designación que deberá reducirse a escritura pública por la autoridad designante y por el administrador provisional, cesará la intervención provisional de la Sindicatura.

En el caso de que hubiere transcurrido el plazo de 30 días sin pronunciamiento del Juez, bastará con la certificación que dentro de las 24 horas de vencido el plazo, de oficio, deberá estampar el Secretario del Juzgado, para tener por acogida la solicitud. En esta situación el Secretario deberá practicar las comunicaciones pertinentes (Art. 7 y 9).

Por su parte la delegación de funciones que pueda hacer el Administrador deberá constar por escrito y tanto en la escritura de nombramiento como en la delegación deberá consignarse el monto de la remuneración del Administrador y de sus delegados respectivamente (Art. 7).

5) Resolución denegatoria del nombramiento.

La resolución del Juez que niegue lugar a la solicitud será apelable en ambos efectos, es decir suspendiéndose la tramitación y tendrá preferencia para su inclusión en tabla y para su fallo.

No obstante, esta resolución deberá disponer el término de la intervención del Síndico a que se ha aludido y la condonación al pago de las costas y a indemnizar los daños y perjuicios que hubiere irrogado la solicitud.

Estos últimos serán determinados en el mismo proceso y se someterá al trámite de los incidentes.

En el caso de que los solicitantes fueren los Superintendentes de Bancos o de Sociedades Anónimas, o el Síndico de Quiebras la indemnización será de cargo del Fisco previo juicio de Hacienda y deberá ser pagada dentro de 30 días de ejecutoriada la sentencia que la establezca (Art. 11).

6) La sustitución del Administrador.

La resolución que designe al administrador será revocable ya sea por que dejó de ser necesaria o porque se produjo el fallecimiento, impedimento, renuncia, renovación o revocación del mandato. En todos los casos salvo el primero de los nombrados, el Superintendente de Compañías de Seguros S.A. y E. de C. o el Síndico de Quiebras en su caso deberán proveer de inmediato al reemplazo del administrador (Art. 10).

7) La solicitud de remoción.

La solicitud de remoción del Administrador por las causales señaladas en el párrafo V letra C N° 2 de este informe, se tramitará como incidente y

serán partes el solicitante, el administrador o el delegado en su caso y el Superintendente o el Síndico en su caso.

Producida la remoción, resolución que es apelable en el solo efectivo devolutivo, el Superintendente o el Síndico deberán proceder a su nuevo e inmediato nombramiento.

LAS NORMAS SOBRE CAFTACION DE RECURSOS

El art. 17 del D.L. en comentario contiene una norma general de gran interés para todo administrador de empresa de cualquier tipo por las graves sanciones a que se pueden ver expuestas si incurren en la realización de las conductas allí descritas.

Estas normas, a diferencia de las anteriores se aplican a todo tipo de empresas cualquiera que fuere la naturaleza de su propietario y por ende incluye a las Sociedades, corporaciones, fundaciones, asociaciones, mutualidades, Cajas de Compensación, Cooperativas, etc.

Esta norma estatuye que el administrador que sabiendo o debiendo saber el estado de insolvencia en que se encuentran la o las empresas que administren, solicitaron por sí o por interpósita persona, por medio de la prensa, radio, televisión o por cualquier otro medio de publicidad dinero o valores en depósito o préstamo será castigado con el máximo de las penas señaladas en el artículo 467 del Código Penal es decir presidio menor en su grado máximo.

La pena se aumentará en un grado si el solicitante consumare su propósito y recibiere efectivamente el dinero o los valores solicitados en préstamo o depósito.

Además dispone que por las personas jurídicas responderán penalmente sus gerentes o administradores que al momento de cometerse el delito se desempeñaren como tales, sin perjuicio de que las entidades quedan sometidas a la responsabilidad civil respectiva.

Como puede observarse, el concepto de insolvencia, no definido por este D.L. queda sometido en cuanto a establecer su sentido y alcance, así como a la ponderación de los hechos que podrían configurarla, a la discreción del Juez. Antes vimos que no habría una definición para el de notoria insolvencia, que parecía una situación más grave. Ahora, nos encontramos con la necesidad de determinar cuando un administrador "sabe" o "debe saber" que la empresa se encuentra en "insolvencia" y qué se entiende, por esto último y por tanto, cuando se incurre o no en el delito.

Desde luego, desde el punto de vista del administrador en general, es esta una de las situaciones que requieren de dolo específico, esto es del conocimiento de los hechos que configuran la causal y de la intención de operar ilícitamente y públicamente para que se le considere incurso en el delito.

Para ello es conveniente saber al menos, en qué casos se ha considerado que una empresa está en insolvencia, atendiendo a la legislación general y a la jurisprudencia y cuando un administrador sabe o debe saberlo.

En el caso de las Compañías de Seguros y ante una petición de Quiebra, debe previamente oírse al Superintendente quien investigará la solvencia de la Compañía y si comprobare que esta subsiste, "propondrá las medidas conducentes a que la Compañía prosiga en sus operaciones" (Art. 37 del DFL 251).

Esto indica que aún bajo una situación de mal estado de los negocios, el Superintendente ponderará la viabilidad de la empresa para considerarla solvente o nó.

Una norma de igual contenido, la del artículo 131 del DFL 251, se aplica al caso de las Sociedades Anónimas en general y en los mismos términos.

Se puede agregar que, por regla general, además de la viabilidad de la empresa ha sido requisito casi necesario para ese órgano de control el que el Activo supere el valor del pasivo para que la Superintendencia informe desfavorablemente la declaración de la quiebra.

Tenemos entonces al menos algún padrón para seguirlo, debiendo quedar en claro que, en definitiva, será el Juez quien determinará la situación, y que la jurisprudencia de los tribunales como se ha visto es algo más rígida.

Por otra parte la cuestión de "saber", envuelve una materia de prueba en el juicio, en tanto que la de "deber saber" es más bien una situación objetiva en la que se encuentra o debe encontrarse un administrador, sea éste un gerente, un apoderado general o especial o un miembro del directorio de una empresa y que se desprende de las funciones y deberes que le competen y que son inherentes a su cargo o de aquellas que le han sido específicamente encomendadas.

También en este caso será el Juez el árbitro definitivo de la cuestión.



servicios de prensa asociada

I N F O R M A T I V O E C O N O M I C O

Sumario

Precio del cobre.....	Pág. 1
Precio del dólar.....	1
Cotización monedas extranjeras.....	1
Intereses financieros.....	2 y 3
Tabla del dólar.....	4
Servicio resumen de diarios.....	5
Servicio documental.....	6
Tarifas de fletes.....	7
Bolsa de Comercio.....	8 y 9
Resumen diario oficial.....	10 a 13

Editor: Héctor E. Velis Meza

Prohibida su reproducción

Ejemplar de promoción. Sin valor comercial

5 de julio de 1977

S.P.A. LTDA.

SERVICIOS DE PRENSA ASOCIADA LTDA.

5 de julio de 1977

INFORMATIVO ECONOMICO
=====

PRECIO DEL COBRE:

Centavos de dólar la libra.

Hoy: 56,576

Ayer: 56,641

A futuro: 57,533

Se transaron 6.200 toneladas métricas

La tendencia : irregular

Precio promedio anual: 63,796

Precio promedio mensual: 57,740

PRECIO DEL DOLAR:

Hoy: 20,72

Ayer: 20,70

A futuro: 20,74

COTIZACION MONEDAS EXTRANJERAS:

Libra esterlina : 34,522

Dólar canadiense: 19,166

Marco alemán : 8,834

Florín holandés : 8,320

Franco suizo : 8,425

Franco belga : 0,570

Franco francés : 4,174

Yen japonés : 0,076

Corona danesa : 3,378

Corona noruega : 3,829

Corona sueca : 4,651

Chelín austriaco: 1,248

Peseta española : 0,291

Dólar australiano: 21,989

Peso Oro comprador: \$ 15,42 Moneda extranjera

Servicios de Prensa Asociada Ltda.

5 de julio de 1977

INTERESES FINANCIEROS:- Intereses a menos de 30 días en Pagars de Tesorería1.- Bancos.

City	-0-
Concepción...	4,00
Constitución.	4,20
Continental..	4,00
Crédito	4,00
Curicó	3,90
Chile	4,00
Español	4,20
Hipotecario .	4,00
Israelita ...	4,50
O'Higgins ...	4,20
Osorno	4,50
Sudamericano.	4,30
Talca	4,20
Trabajo	4,00

2.- Financieras

Adelantos y Créditos ...	-0-
Andes	-0-
Atlas	-0-
Cash	4,30
Ciga	4,30
Colocadora	4,00
Cía.Gral.Financiera	4,60
Condell	-0-
Corfinsa	-0-
Bavens	-0-
De Capitales	-0-
Del Sur	-0-
Finam.....	-0-
Financo	4,50
Finansa	4,00
Fintesa	4,50
Flandes	-0-
Mediterráneo	-0-
Melón	-0-
Papeles y Cartones	-0-
Prodna	4,50
Tasco	4,65
Ultramar	4,00

- Intereses en Captación y Colocación de Recursos

	<u>Treinta Días</u>		<u>Noventa Días</u>	
	<u>Captación</u>	<u>COLOCACION</u>	<u>Int.venc.</u>	<u>Captación</u>
City	5,00	-0-	7,00	-0-
Concepción	4,50	6,54	7,00	15,00
Constitución	4,60	6,19	6,60	15,00
Continental	4,50	6,54	7,00	14,00
Crédito	5,00	6,37	6,80	15,00
Curicó	4,30	6,28	6,70	15,00
Chile	4,50	6,15	6,60	5,02
Español	5,00	6,54	7,00	16,00
Hipotecario	4,60	6,15	6,60	15,00
Israelita	4,60	6,53	6,99	15,00
O'Higgins	4,80	6,45	6,90	16,00
Osorno	5,00	6,63	7,10	15,00
Sudamericano	4,70	6,45	6,90	16,00
Talca	4,90	6,45	6,90	15,50
Trabajo	4,10	5,88	6,25	14,00

BANCO DEL ESTADO:

Captación a 30 días : 4,50
 Captación a 90 días : 13,66

Colocación a 30 días: 6,10 ia.
 Colocación a 90 días: 5,70 ia.

Iv. 6,50

Iv. 6,50

S.P.A.

Servicios de Prensa Asociada Ltda.

5 de julio de 1977

Intereses en Captación y Colocación de Recursos

<u>Financieras</u>	<u>TREINTA DIAS</u>		<u>NOVENTA DIAS</u>	
	<u>Captación</u>	<u>COLOCACION</u>		<u>Captación</u>
		<u>Int. Antic.</u>	<u>Int. Venc.</u>	
Adelantos y Créditos	-0-	-0-	7,00	-0-
Andes	-0-	-0-		-0-
Atlas	5,10	-0-	7,00	16,10
Cash	5,10	-0-	6,90	16,50
Ciga	5,30	-0-	7,60	16,90
Colocadora	4,90	-0-	6,10	15,00
Cía. General Financiera	5,10	-0-	7,70	16,50
Condell	5,35	6,98	7,50	17,50
Corfinsa	5,10	7,20	7,70	16,00
Davens	-0-	-0-	-0-	-0-
De Capitales	-0-	-0-	-0-	-0-
Del Sur	5,00	7,06	7,60	16,60
Finam	5,10	-0-	7,20	15,00
Financo	5,15	6,45	7,00	16,00
Finansa	5,25	-0-	6,10	16,00
Fintesa	5,35	-0-	7,80	17,00
Flandes	5,30	7,24	7,80	17,42
Ind. y Comercial	5,25	-0-	7,80	16,00
Mediterráneo	4,90	-0-	6,90	15,00
Melón	4,60	-0-	7,70	15,00
Papeles y Cartones	4,60	-0-	7,70	15,00
Prodena	5,00	-0-	7,30	16,40
Tasco	5,00	-0-	6,35	15,80
Ultramar	5,00	6,80	7,30	16,40

INFORMATIVO ECONOMICO

TABLA DEL DOLAR

5 de julio de 1977	\$ 20,72
6 de julio de 1977	\$ 20,74
7 de julio de 1977	\$ 20,76
8 de julio de 1977	\$ 20,78
9 de julio de 1977	\$ 20,81
10 de julio de 1977	\$ 20,83
11 de julio de 1977	\$ 20,85
12 de julio de 1977	\$ 20,87
13 de julio de 1977	\$ 20,89
14 de julio de 1977	\$ 20,92
15 de julio de 1977	\$ 20,94
16 de julio de 1977	\$ 20,96
17 de julio de 1977	\$ 20,98
18 de julio de 1977	\$ 21,00
19 de julio de 1977	\$ 21,03
20 de julio de 1977	\$ 21,05
21 de julio de 1977	\$ 21,07
22 de julio de 1977	\$ 21,09
23 de julio de 1977	\$ 21,11
24 de julio de 1977	\$ 21,14
25 de julio de 1977	\$ 21,16
26 de julio de 1977	\$ 21,18
27 de julio de 1977	\$ 21,20
28 de julio de 1977	\$ 21,22
29 de julio de 1977	\$ 21,25
30 de julio de 1977	\$ 21,27
31 de julio de 1977	\$ 21,29
1 de agosto de 1977	\$ 21,31
2 de agosto de 1977	\$ 21,33
3 de agosto de 1977	\$ 21,36
4 de agosto de 1977	\$ 21,38

S.P.A.

Servicios de Prensa Asociada Ltda.

5 de julio de 1977

Servicio Diarios.

REAJUSTE DE UN 18 POR CIENTO.

Un reajuste general de sueldos y salarios de 18 por ciento se hará efectivo a partir de este mes, según anunció el Director del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Sergio Chaparro. La cifra corresponde al segundo reajuste del año, y se forma con la parte del alza inflacionaria que no fué incluida en el reajuste de Marzo (3,11 por ciento), el IPC de Abril (4,7 por ciento), Junio (3,3 por ciento), y la mitad del alza estimada para Julio (1,65 por ciento).

(" EL MERCURIO" pag. 1)

Baja del Cobre.

Una fuerte baja tuvo el precio del cobre en la bolsa de metales de Londres, al cotizarse ayer a 56,64 centavos de dólar - la libra. La acumulación de gran stock en Europa sería una de las razones del menor precio, según declaraciones del Ministro de Minería, Enrique Valenzuela.

(" EL MERCURIO" pag. 1)

Futura Ley de Fomento Ganadero.

El Ministro de Agricultura, Mario Mackay anunció que próximamente será promulgada una Ley de Fomento Ganadero, durante la inauguración del Seminario sobre Política Agraria. En este evento, las autoridades de Gobierno pusieron el acento en que la agricultura debe adaptarse al nuevo esquema económico, en que los precios internos estaran ligados de alguna forma a los internacionales y en lo que respecta a los subsidios crediticios tienden a desaparecer.

(" EL MERCURIO" pag. 19)

S.P.A. Ltda. Servicios de Prensa Asociada, INFORMATIVO ECONOMICO, - 5 de JULIO de 1977.

S O C I E D A D E S	T R A N S A C C I O N E S		P R E C I O S				CENTAVOS DE PESOS (Cvts. \$)		VARIACION CIERRE	
	UNIDADES	VALOR EN \$	MAYOR	MEJOR	MEDIO	CIERRE		ANTERIOR		
Banco Continantal	26.260	73.528.-	280.-	280.-	280.-	280	t	+	30	
Banco Chile	7.691	203.812.-	2.650.-	2.650.-	2.650.-	2.650	v	+	10	
Banco del Trabajo	5.531	19.359.-	350.-	350.-	350.-	350	c			
Banco Osorno	24.800	37.200.-	150.-	150.-	150.-	150	t	+	3	
Banco Sudamericano	13.300	51.205.-	385.-	385.-	385.-	390	c	+	5	
Disputada	600	2.970.-	495.-	495.-	495.-	495	t			
Concha y Toro	1.500	18.300.-	1.220.-	1.220.-	1.220.-	1.220	t	+	20	
Tierra del Fuego	30.242	16.628.-	55.-	53.-	54,98	53	c	-	2	
Viña Santa Rita	55.000	440.000.-	800.-	800.-	800.-	800	t			
Yarur	6.658	30.960.-	465.-	465.-	465.-	465	c			
Cemento Melón	158.000	85.940.-	55.-	53.-	54,39	54	c			
Club Hípico	1	31.000.-	3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	tPM	-	100.000	
Cía. Industrial	8.142	82.520.-	1.050.-	1.000.-	1.013,51	1.050	v	+	50	
Copec	20.532	114.256.-	570.-	550.-	556,48	550	v	-	30	
Chiprodal	166	149.-	90.-	90.-	90.-	90	t			
Elect. Industrial	44.504	149.368.-	336.-	335.-	335,62	336	t	-	2	
Eperva	7.008	122.640.-	1.750.-	1.750.-	1.750.-	1.750	t			
Farmo Química	40.000	10.000.-	25.-	25.-	25.-	25	t			
Gas de Santiago	19.880	10.934.-	55.-	55.-	55.-	55	v			
Hucke	12.000	3.240.-	27.-	27.-	27.-	27	t	-	1	
Inforsa	284.077	112.423.-	40.-	39.-	39,57	39	t			
Lucchetti	50.538	11.624.-	23.-	23.-	23.-	23	OCV			
Maderas Cholguan	854	1.452	170	170	170	165	v		5	
Mc Kay	140.000	29.400	21	21	21	21	t			
Papeles y Cartones	68.268	546.144	800	800	800	810	c	+	5	
Pesquera Iquique	11.621	2.524	22	20	21,72	22	t	+	2	
Pizarreño	60.284	207.030	345	340	343,42	345	t			
Renta Urbana	860	13.760	1.600	1.600	1.600	1.600	OCV	K/Dev. +	30	
Sintex	199.940	45.986	23	23	23	23	c	-	1	
Teléfonos	132.042	71.306	54	54	54	54	t			
Turismo Mifesa	875	1.138	130	130	130	130	t			
Vapores	20.522	116.096	580	560	565,71	570	c			
Vidrios Lirquen	53.570	14.464	27	27	27	27	tPH			
Cic	56.500	73.125	130	125	129,42	130	t	-	5	
Elecmetal	7.300	84.480	1.160	1.150	1.157,26	1.150	v	-	40	
Indugas	4.187	1.089	26	26	26	27	c	+	2	
Madeco	292.308	470.553	163	155	160,98	163	c	+	8	
TOTAL ACCIONES	1.865.567	3.306.603								
(Sigue en la hoja 2)										

S O C I E D A D E S	T R A N S A C C I O N E S		P R E C I O S C E N T A V O S D E P L S O S (c/va. \$ 1)				V A R I A C I O N C I E R R E A N T E R I O R
	U N I D A D E S	V A L O R E N \$	M A Y O R	M E N O R	M E D I O	C I E R R E	
B.H.R	2,547	1.284.493	89	88.1/2	88,51	88.1/2 VPH	- 0,57%
Cepac	29	304.549	101.1/2	101	101,46	101.1/2 tPH	+ 0,50%
Oro (Mda. \$ 100)	36	70.690	1.970	1.960	1.963,61	1.970 VPH	+ \$ 10
Oro (Mda. \$ 500)	1	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000 VPH	
TOTAL OPERADO EN EL DIA		\$ 4.978.335					
FG/RO							

S.P.A.

Servicios de Prensa Asociada Ltda.

5 de julio de 1977

Servicio Documental.

BREVES:

KRILL.- Con la venta directa al público de productos alimenticios derivados del krill, Chile continúa la investigación y estudio de proyectos en base a este recurso marino rico en proteínas y abundante en aguas antárticas. El Instituto de Fomento Pesquero ha hecho muchos ensayos de procesamiento y aplicación del krill, para lo cual instaló una pequeña planta elaboradora del producto.

SKI.- En los próximos días saldrá a circulación una cartilla informativa sobre centros de ski, preparada por el Servicio Nacional de Turismo. Asimismo, para la temporada de verano dicha repartición confeccionará una "cartilla de playa", destinada a difundir y dar a conocer nuestras riquezas naturales.

DESHIDRATACION.- La Facultad de Ciencias Químicas de la Universidad de Chile está ensayando un sistema efectivo de deshidratación que permite consumir, después de largo tiempo de almacenamiento, frutas subtropicales como la lúcuma, chirimoya y papaya. Este método impide que las frutas sufran la mínima alteración en su olor, color o sabor. La técnica que permite esta larga vida en la fruta es denominada liofilización o criodeshidratación.

DESEMPLEO.- La conferencia de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, reunida en Ginebra, resolvió que su programa para el bienio 1978-1979 otorgue prioridad a la lucha contra la miseria y el desempleo y a una campaña contra las condiciones insalubres de trabajo. De acuerdo con lo resuelto por la Conferencia, el presupuesto de la OIT para los dos próximos años será de más de 169 millones de dólares, un 2,74 por ciento más que el año correspondiente al bienio anterior.

URANIO.- La Comisión de Energía Nuclear está firmando los primeros convenios con dueños de pertenencias mineras en zonas donde se estima que hay uranio, como paso previo para la suscripción de contratos internacionales con empresas interesadas en prospectar y explotar este mineral atómico natural.

S.P.A.

Servicios de Prensa Asociada Ltda.

5 de julio de 1977.-

ANEXO:TARIFAS DE FLETES A DIFERENTES PUNTOS DEL PAIS

<u>CIUDAD (Desde Santiago)</u>	<u>KILOMETRAJE APROXDO.</u>	<u>VALOR PROMEDIO</u> Pesos.
ARICA	2.000 kms.	\$ 30.000
ANTOFAGASTA	1.400 kms.	\$ 24.000
LA SERENA	500 kms.	\$ 8.000
VALPARAISO	140 kms.	\$ 3.000
CONCEPCION	500 kms.	\$ 8.000
TEMUCO	700 kms.	\$ 12.000
VALDIVIA	800 kms.	\$ 14.000
OSORNO	955 kms.	\$ 17.000
PUERTO MONTT	1.000 kms.	\$ 18.000

NOTA.-

Estos valores son aproximados, tomándose como base las siguientes Empresas:

La New York (Fono: 50714); Juan Freig (Fono: 569293); Progreso (Fono: 55597), Zegard (Fono: 776741).

Los contratos se hacen según volumen de la carga (metros cúbicos); peso (toneladas), tipo de carga, embalaje o kilometraje y monto del seguro con que se va a operar.

Por el sistema de libertad de precios, se debe cotizar cada trabajo, ya que los valores pueden ser muy diferentes según el flete.

S.F.A. LTDA.

Servicios de Prensa Asociada Ltda.

5 de julio de 1977

RESUMEN DIARIO OFICIAL

NUM. L 59.969/ Santiago, Martes 5 de julio de 1977

MINISTERIO DEL INTERIOR

- NUM: 1.833. Santiago, 20 de junio de 1977. Concede pensión por gracia a doña Inés Olga del Carmen Salas Rodríguez (Decreto Ley)
- NUM. 1.835. Santiago, 20 de junio de 1977. Concede pensión por gracia a doña Elena Bernabe Pacheco Lobos. (Decreto Ley)
- NUM. 1.836. Santiago, 20 de junio de 1977. Concede pensión por gracia a Doña Raquel Filomena Zuñiga Moreño (Decreto Ley)

MINISTERIO DE AGRICULTURA.

- 1.848 Santiago, 24 de junio de 1977. Interprete el inciso tercero del artículo 67 de la Ley Nº 16.640.

MINISTERIO DEL INTERIOR

- NUM. 61 Santiago 27 de junio de 1977. Autoriza a la asociación de Empleados de la Tesorería, Contraloría General de la República para efectuar rifa.

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES.

- NUM. 299 *23 abril de 1977. Promulga convenio sobre concesión de permisos a radioaficionados para operar sus estaciones de radio en el territorio del otro estado, suscrito entre Chile y Uruguay.

MINISTERIO DE ECONOMIA

- NUM. 163 Santiago, 4 de julio de 1977. Modifica factores de aplicación para las tarifas eléctricas definitivas autorizadas por varias Resoluciones de Segtel.

DIRECCION DE INDUSTRIA Y COMERCIO

- (Resolucion) NUM. 126 Santiago 7 de junio de 1977 Deroga disposición.

MINISTERIO DE HACIENDA

- NUM 442 Santiago 23 de mayo de 1977 Autoriza a la I. Municipalidad de Maipú para contratar crédito externo.

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS

- Extracto de Resolución NUM. 67 de 1977 que aprueba reformas de estatutos a Financiera de los Andes S.A.C.
- Extracto de Resolución NUM. 67 de 1977 que aprueba disolución anticipada de Financiera Porvenir.

BANCO CENTRAL DE CHILE

- Secretaría Comité Ejecutivo. Modifica disposiciones de Capítulos XLV y XV

S.P.A. LTDA.

Servicios de Prensa Asociada Ltda.

5 de julio de 1977

XLV y XV del compendio de normas sobre cambios internacionales.

SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS

- Dirección Regional Metropolitana de Santiago. NUM. 1428 Autoriza a Cía. Industrial pago impuesto art. segundo número 4 D.L. 619 de 1974.

MINISTERIO DE EDUCACION

- NUM 277 Santiago, 4 de abril de 1977. Acepta renuncia de Don Mariano Exequiel Correa y designa personal interino a don Cesar Waldemar.
- NUM 397 Santiago, 19 de mayo de 1977. Sustituye el art. 82 del Decreto Supremo Nº 829 de 1974.
- NUM 457, Santiago, 10 de junio de 1977. Otorga nombres a establecimientos educacionales y a Bibliotecas.

MINISTERIO DE JUSTICIA

- NUM 783 Santiago 18 de junio de 1977. Concede personalidad jurídica y aprueba los estatutos a la Corporación denominada "Misión Bautista HEBRON de Stgo."

MINISTERIO DE OO.PP.

- NUM 638 Santiago, 10 de mayo de 1977. Autoriza expropiación, aprueba plano y cuadro de expropiaciones y nombre comisión de hombres buenos para la ejecución de la obra agua potable de Laja.

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y TELECOMUNICACIONES

- NUM 206 Santiago, 10 de junio de 1977. Autoriza a la Empresa de Ferrocarriles del Estado levante de líneas e instalaciones entre los Kms. - 45.200 y 54.000 del ramal Pelequen el Carmen.
- NUM. 940 Autoriza a la Empresa de FF. del EE. para incluir en el art. 2º del Decreto 500 de 1962 el cruce a nivel del Km. 22.665 del ramal Antihue Valdivia.

MINISTERIO DE LA VIVIENDA

- NUM. 508 Santiago, 2 de junio de 1977. Designa cuerpo de tasadores para la VL región.

MINISTERIO DE AGRICULTURA

- NUM. 13 Santiago, 25 de mayo de 1977. Otorga nuevo plazo para la liquidación de la Cooperativa "Alhue Ltda."
- NUM. Autoriza a don Benjamin Labbe Dume para sacar y explotar algas. Santiago.

MINISTERIO DE SALUD.

- NUM. 140 Santiago 11 de mayo de 1977. Designa delegado de gobierno en el Hospital y Area Hospitalaria de Vallenar del S.N.S. al Sr. Santiago Arauco Rojas.

S.P.A. LTDA.

Servicios de Prensa Asociada Ltda.

5 de julio de 1977

ESCRITURAS SOCIALES

Constituyen sociedad y modifican sociedades.

- Sesión extraordinaria del directorio N° 81 Importadora e Industrial PEDRO DE LLA MAGGIORA S.A.C. E.I.
- "Distribuidora Comercial Hogarte y Cia. Ltda.
- Inducret Limitada
- Sociedad Comercial Lo Paza Ltda.
- Recuperadora de Subproductos Textiles Ltda.
- Industrias Textiles Pelpatex Ltda.
- Agrícola y Forestal Maule Limitada
- Jet Carper Cleaner Limitada
- Juan Cabello y Cia. Ltda.
- Donoso y Estañol Ltda.
- Ortiz y Hernandez Ltda.
- Cortes Gallegos Lamadrid y Mimice Ltda.
- Centro de Diagnostico Roentgen Ltda.
- Comercial KQ. Ltda.
- Rolo Confecciones Ltda.
- Lafourcade y Donoso Limitada
- Distribuidora Graver Limitada
- Farmacia Unión y Cia Ltda.
- Sociedad Editora y Comercial Lircay Ltda.
- Sociedad Constructora Libertas Limitada
- Consultora Proa Profesionales Asociados
- Constructora Editora y Comercializadora, Importadora, Exportadora y Productora Turismo Ltda.
- Comercial Importadora y Exportadora Cien Ltda.
- Ingeniería Técnicos Servicios y Comercio Internacional Ltda.
- Alimentos Til Ltda.
- Ruiz Aravena y Nuñez Ltda.
- Balbontin y Fernandez Ltda.
- Importadora B.S. Ltda.
- Smith Mery Ltda.
- Sociedad Joyera y Relojera Ltda.
- Jeans Center y Cia. Ltda.
- Distribuidora Codisa Ltda.
- Tec-Ma Chilena Limitada/
- Sociead Terminal Ganadero de Aysen Ltda.
- Camilo Muñiz y Cia. Ltda.

S.P.A. LTDA.

Servicios de Prensa Asociada Ltda.

5 de julio de 1977

- Hevia y otros Ltda.
- Artesanías Tracia Ltda.
- Importadora y Exportadora Drusel Ltda.
- Nuñez y Hazerro Ltda.
- Perfumería Coppelia Ltda.
- Reyco y Cia. Ltda.
- Sociedad Espina y Fischman Ltda.
- Soc. Agrícola Alcazar Ltda.
- Enfierraduras Montero y Villegas Ltda.

MUERTES PRESUNTAS DE :

- Juan Segundo Salvo Martínez
- Orlando Aliro Tello
- Jose de la Cruz Villalobos León

AVISOS:

Instituto Nacional de Estadísticas: Indices de Precios al Consumidor

- Ministerio de Obras Públicas: Programa de A.P. Rural. Prestamo BID N° 499/Sf
- Ministerio de Obras Públicas: Dirección de Aeropuertos. Inscripción especial.
- Ministerio de Obras Públicas: Dirección de Obras Sanitarias. Propuesta pública.

X.X.X.X.X.X.X.X.X.X.