

# ESTUDIO DE MERCADO DE TEXTOS ESCOLARES

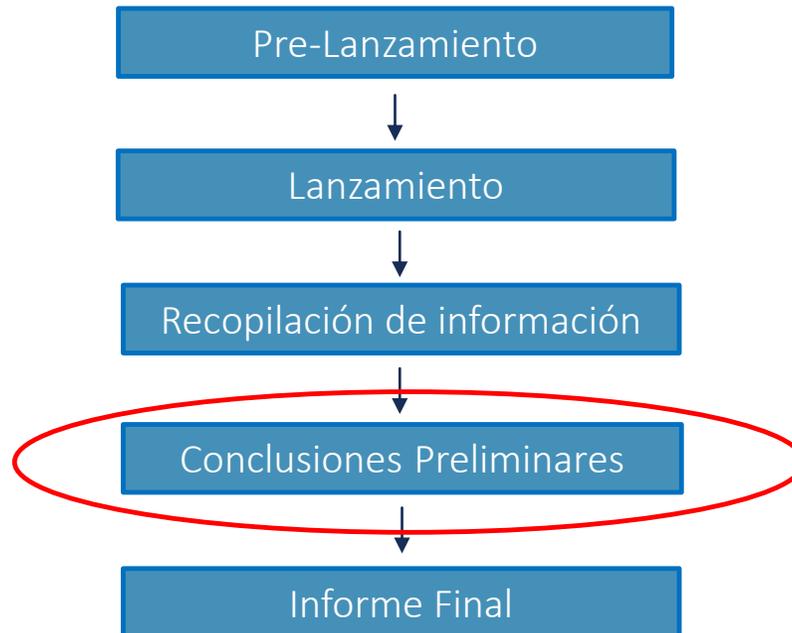
## ESTUDIOS DE MERCADO ¿QUÉ SON?

- *Los estudios de mercado analizan la evolución competitiva de los mercados. Estos se realizan por la FNE cuando existen motivos para estimar que un mercado o un sector económico no está funcionando adecuadamente desde el punto de vista competitivo, pero no existe, en ese momento, evidencia para presumir que la causa de dicho mal funcionamiento provenga de una infracción a la Ley de Defensa de la Competencia.*
- Facultad “hermana”: recomendación normativa.
- Herramienta de promoción y no persecución.
- Resultado directo no es sanción.

# ESTUDIOS DE MERCADO

¿Cómo se realizan?

- Guía de Estudios de Mercado (2017).
- Cinco etapas principales:



**Guía Interna para el  
Desarrollo de  
Estudios de Mercado**

Mayo de 2017

## CONTEXTO DEL ESTUDIO

- Lanzamiento del estudio: **26/10/2018**
- Hipótesis de falta de competencia:

*“existen espacios tanto en el mercado estatal como privado de textos escolares que no se encuentran funcionando correctamente desde el punto de vista de la competencia, lo que estaría provocando que las condiciones comerciales a las que pueden acceder tanto el Estado como los consumidores no sean las óptimas, lo que sería atribuible a una baja intensidad de competencia en el mercado de textos escolares”.*

- El presente estudio abarca tanto el mercado estatal como el mercado privado de textos escolares desde el año 2012 al 2017.
- Solo son parte de este estudio los textos escolares que implementan el currículo. No son parte del estudio de la FNE los textos complementarios (diccionarios o atlas, por ejemplo) ni los libros de lectura.

# FUENTES DE INFORMACIÓN

## Solicitud de datos

- Ministerio de Educación.
- 12 Editoriales (todas aquellas que han participado en las últimas tres licitaciones).
- Superintendencia de Educación.

## Mercado público

- Licitaciones y convenio marco.

## Encuesta a colegios particulares pagados

- Encuesta realizada a 140 colegios particulares.

## Entrevistas

- Expertos, académicos, centros de apoderados y trabajadores y ejecutivos de editoriales

## ASESORÍA DURANTE EL ESTUDIO

Asesor { - Nicolás Figueroa (Profesor del Instituto de Economía de la PUC)

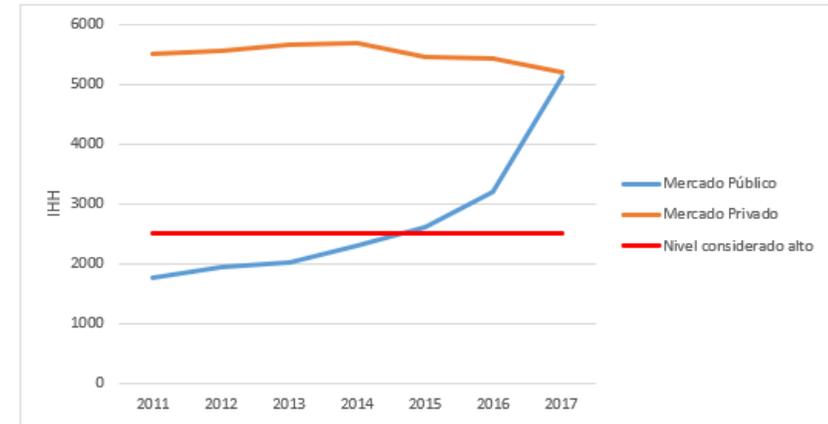
Informes de expertos {  
 - Pilar Campero y Claudia Peirano (Grupo Educativo)  
 - Sylvia Eyzaguirre (Centro de Estudios Públicos)

# MERCADO PÚBLICO: DIAGNÓSTICO

## Funcionamiento del Mercado

- MINEDUC realiza licitación que es **exitosa en precio y calidad**.
- Producto de MINEDUC tiene un valor promedio de **\$2.400**, mientras que en el mercado privado el promedio es de **\$24.900** (sin costo de distribución) y de **\$33.200** (con costo de distribución).
- Distribución de textos también se realiza a un precio bajo.
- Competencia en las licitaciones **ha decrecido en el tiempo** (concentración total, número de participantes, criterio del segundo mejor).

Gráfico 21: Índice de Concentración



Fuente: Elaboración propia en base a datos de compras públicas y datos solicitados a las editoriales.

Tabla 7: Competidores totales y admisibles en Licitaciones Públicas (por ítem)

	Competidores Totales	Competidores Admisibles	Competidores Admisibles
	[promedio]	[promedio]	[mediana]
2015	5.2	3.3	3
2016	3.0	2.5	2
2017	2.7	2.3	2

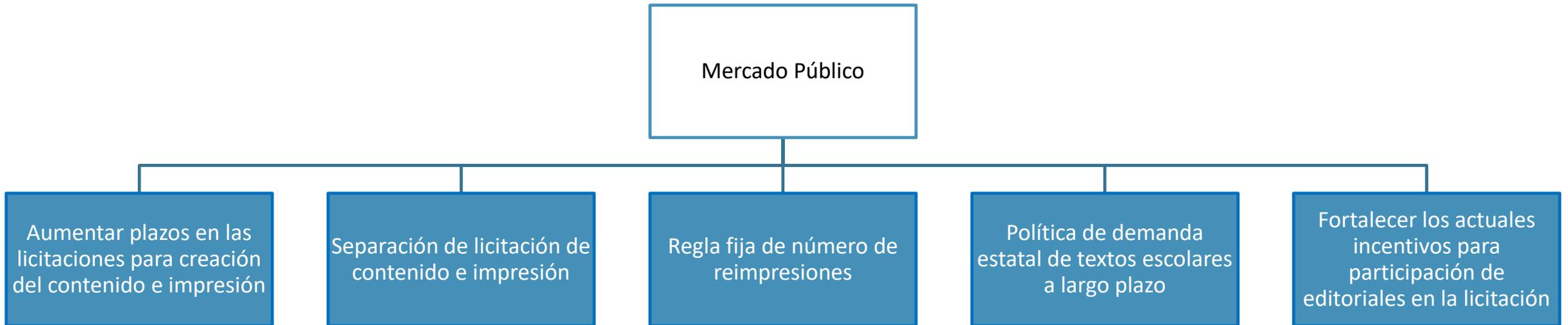
Fuente: Elaboración propia en base a datos de compras públicas.

## MERCADO PÚBLICO: DIAGNÓSTICO

### Principales limitantes a la competencia

1. Plazos y requerimientos técnicos de la licitación **reducen entrada e impactan su eficiencia** (plazos de desarrollo del producto, de impresión, y “curva de aprendizaje”).
2. Licitación conjunta del contenido e impresión **limita competencia en contenido**.
3. Riesgos e incertidumbres que **reducen la entrada** (política de reimpresión, alto costo para participar, falta de política de largo plazo).

# PROPUESTAS





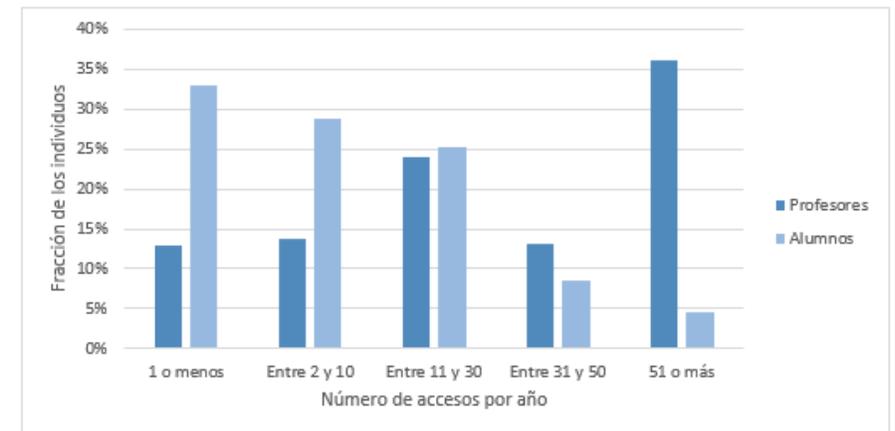
# MERCADO PRIVADO: DIAGNÓSTICO

## Funcionamiento del Mercado

- Producto vendido en el mercado privado incluye una **serie de otros bienes y servicios no incluidos** en la licitación del mercado público (capacitaciones, bancos de preguntas, softwares, etc.).
- Servicios adicionales tienen **baja utilización** (ej: 1/3 de estudiantes accede una vez o menos a plataformas).
- Calidad de producto es **sustancialmente similar** al del MINEDUC (2 informes expertos).
- Editoriales pueden por bases vender el producto del MINEDUC, pero **no lo hacen**.
- Ejecutivos declaran que no lo hacen porque **no habría interés** en el producto en el mercado privado.
- **75%** de colegios declaran que si considerarían como una alternativa texto MINEDUC.
- Componentes del producto se **venden empaquetados**.

Paquete Mercado Público	Paquete Mercado Privado
1. Texto del estudiante	1. Texto del estudiante
2. Guía didáctica del docente	2. Guía didáctica del docente
3. Recursos digitales complementarios	3. Recursos digitales complementarios
	4. Bancos de preguntas
	5. Recursos digitales adicionales
	6. Sistemas de administración docente
	7. Capacitaciones para docentes y administración del Colegio.
	8. Otros

Gráfico 7: Numero de Accesos a los recursos on-line. año 2017



Fuente: Elaboración propia, con datos solicitados a las editoriales.

# MERCADO PRIVADO: DIAGNÓSTICO

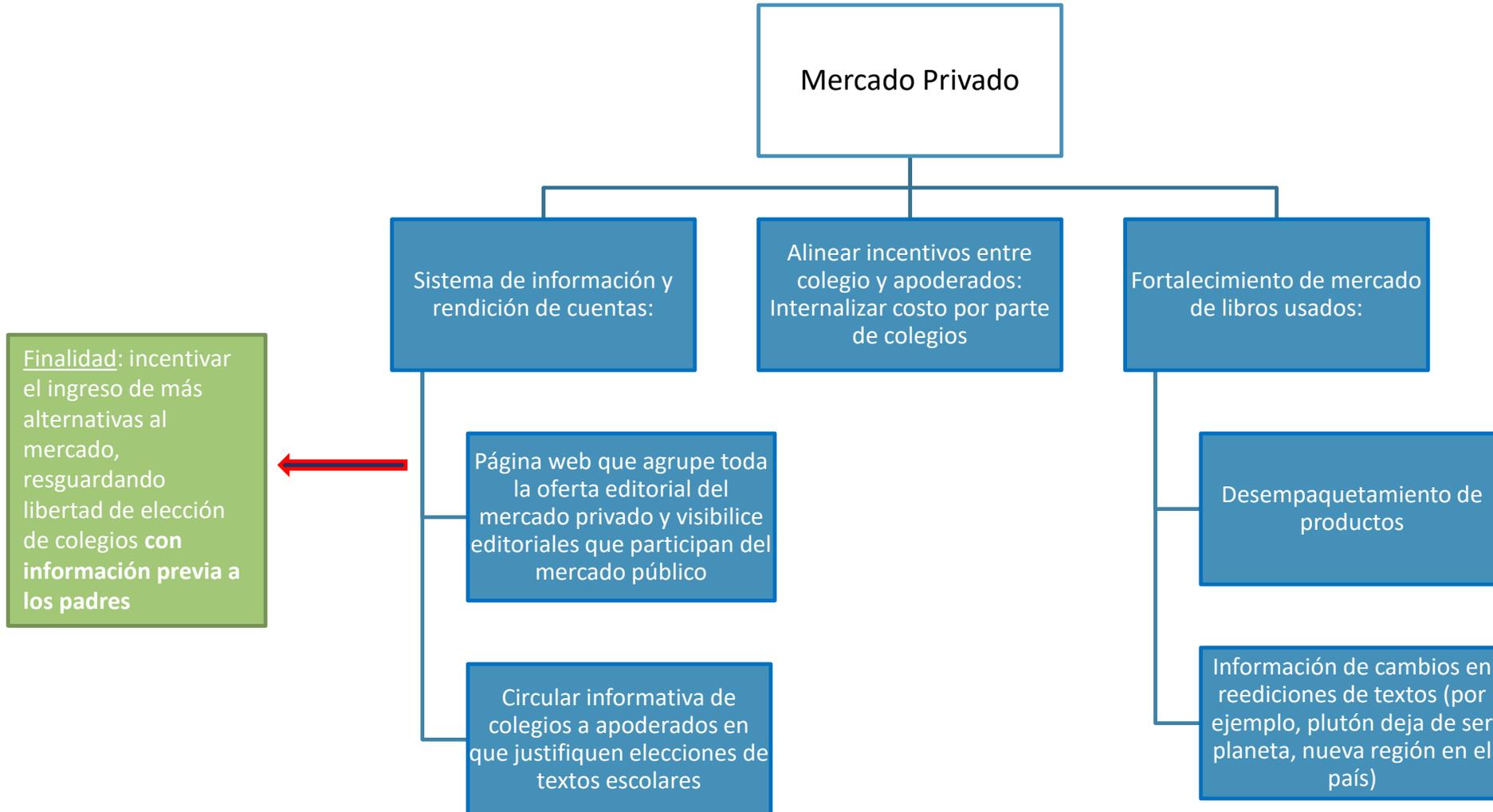
## Principales limitantes a la competencia

1. Problema de agencia entre colegios (agente) y apoderados (principal) **produce costos de agencia considerables** (reduce la sensibilidad al precio de los colegios).
2. **Costos de búsqueda innecesariamente altos** estaría provocando baja penetración de textos desarrollados para el Mineduc (limita opciones para la demanda) en el mercado privado.
3. Existen prácticas que impiden la operación del **mercado de libros usados** (empaquetamiento + falta de información sobre cambios entre ediciones).



- Los costos de búsqueda corresponden al costo, monetario o no, de conocer el precio de varios productos.
- Puede ser que el costo, de tiempo en este caso, de comparar todos los productos sea tan alto que se dejen de ponderar alternativas.
- En estos casos, las empresas tendrían incentivos a subir sus precios
- La tradición y la fuerza de ventas se vuelven fundamentales.

# PROPUESTAS



# PROPUESTA: SISTEMA DE INFORMACIÓN E INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS

## Sistema de información (plataforma) que busca reducir costos de búsqueda

- Agrupa información de evaluación de calidad de la licitación.
- Agrupa información de precios de editoriales que quieran vender en el mercado privado.
- Contendría muestras de los textos.
- Sería una “vitrina” de alta visibilidad para editoriales que quieran ingresar al mercado privado.
- Permite entregar más alternativas a colegios, sin arriesgar su libertad de elección.

Tabla 18: Diseño Propuesto para Catálogo Online de Textos Escolares

Asignatura:		Nivel:		
▼	<b>Matemática</b>	▼	4to. Básico	

Editorial	Precio	Calificación MINEDUC	Otras Variables	Muestra
<b>A</b>	\$6.000		...	
<b>B</b>	\$13.000		...	
<b>C</b>	\$25.000		...	

## PROPUESTA: SISTEMA DE INFORMACIÓN E INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS

### **Informe de rendición de cuentas dirigido a los padres tiene como finalidad:**

- Permitir una fiscalización más efectiva de decisiones de colegios.
- Incentivar a que colegios tomen decisiones costo/efectivas.

### **Lo anterior debería repercutir en:**

- Mayor entrada al mercado, especialmente de editoriales que participen de licitación del Estado.
- Más competidores en mercado público.
- Más competencia en precios (menores precios).

# PROPUESTA: SISTEMA DE INFORMACIÓN E INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Colegio N°1 de San Fernando

7mo. Básico

## INFORME DE ELECCIÓN DE TEXTOS ESCOLARES

### I. Análisis Agregado

El Colegio, luego de un proceso llevado a cabo por la dirección y sus profesores, ha escogido los siguientes textos escolares para las asignaturas curriculares determinadas por el Ministerio de Educación:

Asignatura	Editorial	Precio	Canal de Venta
Lenguaje	Editorial B	\$35.000	Librería 1
Matemática	Editorial D	\$37.000	Venta en Colegio
Ciencias Sociales	Editorial A	\$36.000	Librería 2
Ciencias Naturales	Editorial B	\$38.000	Supermercado 1
Inglés	Editorial A	\$34.000	Venta en Colegio

El gráfico que se presenta a continuación muestra la diferencia entre el gasto monetario en que debe incurrir usted para la compra de estos textos, y la alternativa de menor costo distribuida directamente al colegio (canal más económico en 20% a 25%):



### II. Análisis por Asignatura

En esta sección se presenta, para cada asignatura: el texto escogido por el colegio, su alternativa más económica, y la justificación entregada por el colegio.

Un catálogo completo de los textos disponibles para cada asignatura, comparada con la alternativa más económica se encuentra disponible en [www.catalogotextos.cl](http://www.catalogotextos.cl).

#### 1.- Lenguaje

Las características generales de la opción más económica y la escogida por el colegio son:

Opción	Precio	Editorial	Calificación MINEDUC	Muestra
Más Económica	\$7.000	C		
Elegida por colegio	\$35.000	B		
<b>Gasto Adicional:</b>	<b>\$28.000</b>	-	-	-

Calificación MINEDUC: Verde (Aprobada), Rojo (No aprobada), Gris (No evaluada).

El Colegio escogió el texto de la Editorial B por sobre las otras opciones de textos basándose en los siguientes criterios: (1) enfoque de enseñanza; (2) metodología; (3) diseño; y (4) canal de distribución.

Justificación sobre enfoque: \_\_\_\_\_

Justificación sobre metodología: \_\_\_\_\_

Justificación sobre diseño: \_\_\_\_\_

Justificación sobre canal de distribución: \_\_\_\_\_

## IMPACTO RECOMENDACIONES

### Mercado público

- Ahorro de entre un 20% y 30% en la impresión: USD 3,6 MM a 5,4 MM.
- Ahorro por mayor competencia y eficiencia de editoriales.
- Aumento en calidad de los textos.

### Mercado privado

- Libros con rebaja de 25% de descuento a corto plazo y hasta 70% del precio actual en largo plazo.
- El segmento privado ahorra entre USD 2 MM y 14 MM.
- Colegio representativo cerca de \$63 MM.
- Familia entre \$ 87.000 (1 hijo) y 260.000 (3 hijos).
- Ahorro en tiempo para apoderados.

**Impacto total anual**

Entre **USD 5,6 MM**  
y **USD 19,4 MM.**

