



25
205

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

DISEÑO
DE UN
SISTEMA ADMINISTRATIVO
PARA UNA
EMPRESA EDITORIAL

Seminario de Investigación Administrativa
que en opción al grado de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
p r e s e n t a
CARLOS RODOLFO HERVER DÍAZ

Profesor del Seminario

C.P. HUMBERTO RAMÍREZ IGLESIAS



México, D. F.

1993

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

PAG.

PROLOGO.
INTRODUCCION.
ANTECEDENTES.

CAPITULO I

SEGUIMIENTO LEGAL PARA LA CONSTITUCION Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA EDITORIAL.

1.1. Acta Constitutiva.	11
1.2. Registro Federal de Contribuyentes	14
1.3. Constancia de uso de suelo	14
1.4. Licencia de uso de suelo	15
1.5. Solicitud de visto bueno de prevención de incendios.	16
1.6. Solicitud de Licencia Sanitaria.	17
1.7. Placa para el uso y ocupación de inmuebles	19
1.8. Licencia de anuncio luminoso	20
1.9. Visto bueno del INAH	20

CAPITULO II

DERECHOS DE AUTOR

2.1. Concepto.	22
2.2. Antecedentes	22
2.3. Aspectos legales del Derecho de Autor.	29
2.4. Generalidades sobre contratos de edición	30
2.5. Atribuciones de la Dirección General de Derechos de Autor	33

CAPITULO III

PROCESO PRODUCTIVO DE UN LIBRO

3.1. Diagrama de flujo del proceso productivo de un libro.	35
3.2. Libreto del diagrama de flujo del proceso productivo de un libro	41

CAPITULO IV
ESTRUCTURA ORGANICA PROPUESTA

4.1. Organigrama.	50
4.2. Asamblea de Accionistas.	51
4.3. Consejo de Administración.	52
4.4. Dirección General.	54
4.5. Dirección Administrativa	56
4.5.1. Subdirección de Recursos Humanos.	58
4.5.2. Subdirección de Finanzas.	67
4.5.2.1. Departamento de Contabilidad	69
4.5.2.2. Departamento de Tesorería.	72
4.5.2.3. Departamento de Crédito y Cobran- zas.	74
4.5.2.4. Departamento de Proveedores.	80
4.5.2.5. Departamento de Archivo.	83
4.5.3. Subdirección de Sistemas.	85
4.6. Dirección de Comercialización.	91
4.6.1. Subdirección de Ventas.	92
4.6.1.1. Almacén e Inventarios.	101
4.6.2. Subdirecciones de Mercadotecnia	103
4.6.2.1. Departamento de Publicidad	107
4.6.2.2. Departamento de Promoción.	115
4.6.2.3. Investigación de Mercados.	120
4.7. Dirección de Compras	122
4.8. Dirección Editorial.	126
4.8.1. Subdirección de Producción.	135

CONCLUSIONES.
BIBLIOGRAFIA.

P R O L O G O

En la actualidad las Empresas Editoriales juegan un papel de gran importancia en el desarrollo del País como difusoras de la cultura, considerando que a través de los libros constituyen el medio principal para la preservación y difusión del pensamiento del hombre.

Frente al desarrollo de México a las necesidades cambiantes de la sociedad y a las innovaciones del Sistema Educativo Nacional, las Empresas Editoriales proporcionan un apoyo significativo en la formación académica y cultural en todos los niveles y géneros del conocimiento humano.

Por lo anteriormente expuesto se considera de gran importancia que este tipo de organizaciones cuente con un sistema administrativo adecuado que le permita afrontar dichos cambios logrando una operación más eficaz, por esto es sumamente recomendable que se cuente con una estructura administrativa formal que sea realmente respetada, y que las personas que forman parte de la organización cuenten con conocimientos y experiencia propicios para evitar el mal manejo del centralismo en la toma de decisiones que generalmente recae en los dueños de la Empresa, consecuentemente esto da lugar al empirismo y nepotismo principalmente.

Ante esta perspectiva, es indudable la necesidad del Licenciado en Administración para procurar un buen Desarrollo Organizacional y funcionamientos más sanos evitando al máximo la existencia de un ambiente viciado.

La presente investigación está encaminada a constituir un sistema administrativo básico y flexible que sirva de apoyo a cualquier Empresa Editorial en México, así como para conocer aspectos que rodean este medio y que son de interés para su mejor comprensión, mostrando una visión general de los mismos.

I N T R O D U C C I O N .

En la presente investigación, se efectuó una cuidadosa delimitación del tema en la que se expondrá el diseño de un Sistema Administrativo para una Empresa Editorial, dividiendo - la presente en Antecedentes de las Empresas Editoriales en - México, y cuatro capítulos que se conforman de la siguiente manera:

- Seguimiento legal para la constitución y puesta en marcha de una empresa editorial.
- Derechos de autor.
- Proceso productivo de un libro.
- Estructura orgánica propuesta.

Se utilizó el método deductivo partiendo de lo general a lo particular, procurando de esta manera un mejor entendimiento de la estructura orgánica propuesta, ya que en los anteriores capítulos se muestran cuestiones estrechamente relacionadas con este medio, y sin los cuales difícilmente se captaría una comprensión general de lo que se pretende proyectar.

Se espera que los lectores de esta investigación despierten su interés hacia este tipo de organizaciones, procurando que se difunda mayor información sobre temas afines a éste.

Se debe tomar en cuenta que muchos alumnos y profesionistas ya titulados forman parte de este medio, y deben preocuparse por desarrollar organizaciones con personal profesional, dadas las condiciones del Sistema Educativo Nacional y los cambios actuales que sufre nuestro País, no solo en cambios económicos sino también de tipo social, cultural y académico.

A N T E C E D E N T E S

A lo largo de la historia el hombre ha tenido la necesidad - de expresarse y establecer así comunicación con los demás, - desde los realizadores de dibujos y pinturas rupestres, que por medio del desarrollo de símbolos ó imágenes fueron repre sentando a través de cientos de años letras, palabras, soni- dos ó sílabas que permitieron registrar en la historia diver sas anécdotas.

El alfabeto que se originó desde los semitas 1500 años A.C.- requirió de varios siglos para desarrollarse sufriendo diver sas transformaciones que respondían a los modos de vida y ne cesidades económicas y culturales de los pueblos que lo uti- lizaban, los fenicios, los griegos, etruscos, hasta los roma nos quienes completaron y conformaron de manera definitiva - el alfabeto latino alrededor del siglo II A.C. a partir de - esos momentos se creó la gran preocupación por perfeccionar los trazos, brindando de esta manera una mayor legibilidad y estética en las letras.

En la Edad Media existían monasterios que se constituyeron - como centros copistas que reproducían manuscritos para difun dir la fé católica, formando así los primeros libros que con sistían en hojas de papel papiro encuadernadas con cubiertas

de madera, con esto se permitió un gran avance en la reproducción de textos y se abrió la posibilidad de reproducir imágenes, formando así talleres artesanales de la iglesia.

Posteriormente con el avance de los descubrimientos científicos y técnicos se desarrollan otros sistemas de impresión tales como la imprenta con tipos móviles, primero de madera, después de metal y el grabado en cobre y cinc, en el Siglo XVII se descubre la litografía, que da lugar a las impresiones a color, y a mediados del Siglo XIX se descubre la fotografía y con el tiempo se incorpora a la litografía con lo cual viene el offset y su evolución como sistema industrial de producción editorial del Siglo XX.

En el mundo actual la vida transcurre estrechamente ligada al papel impreso que se utiliza a cada hora del día no solo en libros, sino también en diarios y revistas, en un momento dado si las máquinas de impresión llegaran a quedarse paradas por un buen tiempo su repercusión en la vida actual sería realmente incalculable ya que los negocios y la industria dependen en gran medida de la imprenta, facturas, recibos, propagandas y mil cosas más. Esto ha traído un vertiginoso crecimiento de la industria editorial, perfeccionando la tecnología y aumentando las posibilidades de producción editorial en una extensa variedad de publicaciones.

Una labor editorial no puede iniciarse sin una planeación cuidadosa y un conocimiento real del mercado al que se dirige cada una de las publicaciones, esto se debe planear desde antes de la edición, desafortunadamente no siempre sucede.

Una editorial es una organización creada con el fin de publicar obras por medio de las cuales se difundan las muy diversas ramas del pensamiento humano, desde un libro básico de texto, técnicos, novela, literatura, de tipo científico, de interés general, infantil, etc. satisfaciendo las necesidades del mercado, generando el interés por la cultura y el aprendizaje, haciendo llegar las publicaciones a los lugares más alejados, logrando así una comercialización adecuada, brindando a través de los esfuerzos realizados que los propietarios de las editoriales obtengan ganancias razonables.

Es importante señalar que las editoriales se dedican a la publicación de obras y no necesariamente a la impresión de estas. Es recomendable que exista una buena planeación para obtener información sobre la economía de la región, inflación, índices culturales, necesidad de capacitar y adiestrar sobre los requerimientos que enmarca la latente demanda en la sociedad y actividades económicas preponderantes, competencias, etc.

Cabe señalar que en muchos casos los libros no llegan a tener la demanda adecuada ya que las ediciones varían constantemente año con año, debido a los cambios que se necesitan, de tal modo que las editoriales se ven en problemas muy serios ya que en algún momento llegan a tener compromisos de tipo político, u oportunidades que se llegan a considerar un rotundo éxito, y por diversas causas se tienen los almacenes repletos de material ya inservible, esto produce pérdidas - inimaginables, también es ocasionado por malas distribuciones, mal servicio, falta de oportunidad en la entrega, altos costos y demandas pequeñas para evitar riesgos.

En los últimos años el poder adquisitivo del mexicano es escaso, y en ocasiones solo alcanza para la subsistencia, y en este País se han hecho una gran cantidad de campañas para intensificar la formación de lectores futuros compradores de libros, se ha intentado reducir el costo de los libros aumentando los tirajes, y esto no ha dado el resultado esperado al no crear canales de salida, algunas editoriales mexicanas, casi todas en su mayoría mandan maquilar los libros debido al gran volumen de los mismos, y a la reducción de costos, esto les permite tener una visión más clara de las necesidades, dándose un mejor abasto en su demanda.

Las editoriales mexicanas han crecido ya tanto que hoy en -

día ya no pueden seguir siendo empresas de tipo familiar, re quieren de gentes especializadas que les permitan descentralizar las decisiones, brindando una estructura administrativa bien definida, desapareciendo al máximo los vicios existentes, y proyectando consigo una serie de beneficios claros y consisos que se puedan lograr de esta manera, beneficios - no solo económicos sino también funcionales que arrastren de manera natural el buen funcionamiento de la organización.

CAPITULO I

**SEGUIMIENTO LEGAL PARA LA CONSTITUCION Y -
PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA EDITORIAL.**

I. SEGUIMIENTO LEGAL PARA LA CONSTITUCION Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA EDITORIAL.

Se consideró de gran importancia dar a conocer el seguimiento legal que se requiere para poner en marcha una empresa editorial, puede resultar conveniente que el tipo de sociedad sea anónima ó anónima de capital variable, dependiendo de sus características, de sus necesidades, por el capital que puede ser susceptible de variaciones, ya sea por aportaciones de los socios, por la admisión de nuevos socios ó bien por el retiro parcial ó total de las aportaciones.

Primeramente el nombre ó denominación social deberá ser distinto al de cualquier otra sociedad, y deberá ir precedido por la palabra sociedad anónima ó su abreviatura S.A. y en su caso de capital variable ó su abreviatura de C.V.

La responsabilidad de los socios es limitada, ó sea que solamente responderán por el límite de su aportación.

La ley exige como mínimo dos socios para su constitución, y la disminución del número de socios podría ser motivo de liquidación.

Que el Capital Social no sea menor a N\$ 50,000.00.

Como mínimo el 51% del capital debe ser suscrito por -
mexicanos, o bien presentar una autorización de participa
ción mayor de capital extranjero.

Las aportaciones de los socios estarán representadas -
por acciones y se deberá exhibir como mínimo el 20% del
valor de cada acción.

1.1. ACTA CONSTITUTIVA.

El Acta Constitutiva de una sociedad deberá conte-
ner:

- Los nombres, nacionalidad y domicilio de las per
sonas físicas ó morales que la constituyan.
- El objeto de la sociedad.
- Su razón ó denominación social.
- Su duración.
- El importe del Capital Social.
- La expresión de que cada socio aporte en dinero
ó en otros bienes, el valor atribuído a estos y

el criterio seguido para su valoración.

- Cuando el capital sea variable, así se expresará indicando el mínimo que se fije.
- El domicilio de la sociedad.
- La manera en que haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores.
- El nombramiento de los administradores, y la designación de los que han de llevar la firma social.
- La manera de hacer la distribución de las utilidades obtenidas entre los miembros de la sociedad.
- El importe del fondo de reserva.
- Las bases para practicar la liquidación de la sociedad, y el modo de proceder a la elección de los liquidadores cuando no hayan sido designados anticipadamente.
- Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
- Además de los requisitos anteriores el Acta Constitutiva deberá contener la exhibición del 20% -

en el momento de la constitución quedando en ese momento clasificado en capital suscrito, capital exhibido y capital no exhibido.

- El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divida el Capital Social.
- Forma y términos en que deba pagarse la parte in soluta de las acciones.
- Las facultades de la Asamblea General, las condi ciones para la validez de sus deliberaciones y - el ejercicio de derecho de voto de los socios, - las disposiciones legales que pueden ser modificadas por voluntad de los socios.
- La cláusula denominada "extranjera" ó de "renun-
cia" por lo que los socios extranjeros renuncian a la protección de su País de origen y se some-
ten a las leyes mexicanas bajo la pena en caso -
de faltar a su convenio de perder dicho interés
ó participación en beneficio de la Nación Mexica
na.

Se deberá constituir en comparecencia de los so- -
cios ante un notario público, ó bien por suscrip- -
ción pública en la cual se invita al público a - -

adherirse a la sociedad y a realizar sus aportaciones.

1.2. REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.

Acudir al módulo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público correspondiente, estos módulos se encuentran ubicados en las principales agencias de correos, se deberá llenar el formato HRFC-1 dependiendo si es persona física ó moral, entregando el formato lleno acompañado de todos los datos del interesado en sobres que se recibirán para su análisis; posteriormente el resultado llegará al domicilio del interesado en un plazo aproximado de 20 días, en caso de resultar positivo tendrá ya su Registro Federal de Contribuyentes, de lo contrario deberá averiguar las causas y repetir el trámite en forma apropiada.

1.3. CONSTANCIA DE USO DE SUELO.

Se deberá obtener la constancia de zonificación de uso de suelo acudiendo a la Subdirección de Instrumentación de Ordenamiento Urbano.

REQUISITOS:

- A) Copia fotostática de la boleta predial.
- B) Original y dos copias de la solicitud.
- C) Pago correspondiente a derechos de Tesorería - del D.D.F.

Se debe entregar solicitud con dos copias fotostáticas y recibo de pago en la recepción de la Oficialía de Partes, conservando una copia que servirá como acuse de recibo.

En un término de ocho días deberán presentarse a verificar si hay respuesta a la solicitud buscando el número de folio en los boletines informativos.

Si aparece el número de folio se deberá recoger el resultado en la Oficialía de Partes.

1.4. LICENCIA DE USO DE SUELO.

El resultado podrá ser de uso permitido, condicionado ó prohibido.

Una vez obtenido el resultado de la constancia de zonificación de uso de suelo se deberá acudir a la Delegación Política correspondiente, llenando a las Oficinas de la Dirección General de Reordenación -

Urbana y Protección Ecológica a solicitar la Licencia de Uso de Suelo permitido ó condicionado llenando la solicitud correspondiente.

Existen diversos tipos de uso tales como:

USO INDUSTRIAL: - Industria ligera (talleres).
- Industria mediana.
- Industria pesada.

USO COMERCIAL:

USO MIXTO.

1.5. SOLICITUD DE VISTO BUENO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Se realizará en la Dirección General de Operaciones de la Dirección de Siniestros y Rescate.

Para obtener esta solicitud se deberá presentar el alta de la SHCP.

Para su revalidación presentar el último Vo. Bo.

Todo cambio de propietario, razón social ó domicilio, así como aumento de actividades deberá presentarse hecho ante la SHCP.

Deberá ser hecho por el propietario ó responsable del local, pudiendo delegar los derechos por medio de una carta poder únicamente.

Este trámite es completamente gratuito.

Los inspectores serán enviados al local, y deberán presentar una identificación, además tendrán la obligación de aclarar cualquier duda que se tenga respecto al informe de dictaminación de prevención de incendios, dicho informe lo deberán firmar el causante y el inspector, anotando también la hora de inicio y terminación de la inspección.

Una vez cumplido todo lo anterior se podrá otorgar el Vo. Bo.

1.6. SOLICITUD DE LICENCIA SANITARIA.

Se debe acudir a la Secretaría de Salud en las Oficinas de Servicios de Salud Pública del D.F.

De acuerdo a las normas sanitarias existen tres tipos de establecimientos:

LIBERADOS: Aquellos que por la naturaleza de su -

actividad no requieren Licencia Sanitaria, Únicamente se les otorga una constancia de liberación, este trámite tarda ocho días aproximadamente.

DE BAJO RIESGO: Aquellos cuyo riesgo no representa la necesidad de tener altas medidas de higiene, se lleva aproximadamente dos meses.

DE ALTO RIESGO: Aquellos que requieren estrictas medidas higiénicas, por lo regular aquellos locales que se dedican a la venta de alimentos.

Este trámite llega a tardar de tres a seis meses.

Para obtener la constancia de liberación en caso de giros liberados se deberán presentar dos copias del alta de la SHCP, y la solicitud de la Licencia Sanitaria.

Una vez que el negocio fué dado de alta, se tiene un plazo de treinta días para tramitar la Licencia Sanitaria, de lo contrario se dará lugar al cobro de recargos por cada mez que transcurra, dicho pago se realiza en la Receptoría de la SHCP.

1.7. PLACA PARA EL USO Y OCUPACION DE INMUEBLES.

Requisitos para edificaciones ya construídas:

- Vo. Bo. de Seguridad y Operación.
- Licencia de Construcción.
- Alta de la SHCP.
- Autorización de Operación.
- licencia de Funcionamiento.
- Manifestación de Terminación de Obra.
- Planos de Construcción autorizados por Profesionistas legalmente reconocidos.
- Registro del INAH.
- Registro del Vo. Bo. de Seguridad y Operación.
- Contrato de Arrendamiento registrado por la Tesorería.

Una vez entregada la documentación en dicha Oficina, en un plazo de ocho días se presentará un verificador al inmueble para certificar los datos y en caso de ser aprobada la solicitud en plazo de tres meses, se hará la expedición y colocación de la placa dejando el verificador un recibo de pago de derechos a la tesorería, mismo que deberá ser liquidado en un plazo máximo de treinta días.

1.8. LICENCIA DE ANUNCIO LUMINOSO.

Se requiere:

- Solicitud de licencia firmada por el propietario y/o Director responsable de la obra según el caso.
- Dos fotografías del anuncio (frente y perspectiva).
- Apertura de la SHCP con sello del padrón delegacional ó Licencia de funcionamiento según el caso.
- Croquis del anuncio en caso de ser nuevo.
- Copia del Registro del Director responsable de la obra (en su caso).
- Copia del contrato de arrendamiento o copia de la boleta predial.
- Memoria descriptiva y dictamen estructural (en caso de anuncios mayores a seis metros cuadrados).

1.9. VISTO BUENO DEL INAH.

Registro de marca de la SECOFI para texto de anuncio en otro idioma (en su caso).

La manifestación estadística se hará en el INAH -

para cuestiones de censos ó estadísticas reales, -
para usos oficiales, culturales y académicos.

Finalmente se acude a la Delegación Política co-
rrespondiente únicamente para hacer la manifiesta-
ción de apertura y puesta en marcha del negocio.

CAPITULO II

DERECHOS DE AUTOR

II. DERECHOS DE AUTOR.

Se consideró de gran interés hacer mención a aquellos - aspectos que se contemplan en el manejo de los derechos de autor, para que no solo se conozca la parte de edito rial y el trato al autor, sino también los derechos y - obligaciones con que este cuenta al contratar con las - editoriales, mostrando así una visión general sobre - - este tema.

2.1. CONCEPTO.

Derecho de autor es la disciplina que se encarga - de la protección correspondiente a las manifesta-- ciones del espíritu, que se expresan concretamente en las obras literarias, artísticas, científicas, - técnicas ó de otro tipo que consten por escrito en cualquier forma de objetivación perdurable, que - sea susceptible de reproducirse ó hacerse de cono- cimiento público.

2.2. ANTECEDENTES.

Durante más de quinientos años los hombres se han preocupado por la protección de su propiedad inte- lectual.

El derecho autoral es tan antiguo como el hombre - mismo, nace con su pensamiento e inteligencia creadora, las primeras muestras de estas manifestaciones se podrían encontrar propiamente en las primeras pinturas rupestres de las que se tiene conocimiento, aquellas representaciones de las cacerías realizadas por seres humanos, esfinges ó pirámides.

El mismo derecho romano a pesar de sus esplendores no reconoció el derecho de autor, únicamente castigaba el robo de manuscritos, pero no protegía a su autor.

Como ya se ha mencionado anteriormente la invención de la imprenta acelera la producción de obras poniendo al alcance de todos la cultura, que como ya se sabe estaba estrictamente reservada para el clero y la burguesía; así comenzaron las leyes que amparaban a los creadores de obras, privilegiando en primer término al editor y posteriormente al autor.

Los primeros privilegios fueron conferidos en 1470 a los impresores a manera de exclusividades, en 1495 el Senado de Venecia otorga el privilegio a Aldo, inventor de los caracteres itálicos para edi

tar las obras de Aristóteles, estas ediciones llevan el nombre de Aldinas, y era revocable en cualquier tiempo por quien lo hubiera concedido.

En el mes de abril de 1710 el parlamento inglés dictó el Estatuto de la Reyna Ana contra la piratería de obras reconociendo por primera vez el derecho autoral, esto es practicamente el antecedente de lo que ahora se llama Copy Right o derecho de copia en donde se tiene también como primer plano el interés del titular del derecho de copia que es el editor y como segundo término la autoría intelectual.

En 1716 el Consejo de Estado Francés reconoció derechos a los autores, siendo los primeros beneficiarios los herederos de la Fontaine y Fenelón. En 1777 se proclamó la libertad del arte.

El derecho español de la época de la colonia no protegía el autor, establecían censura, y solamente los Reyes podían conceder la autorización para imprimir, por lo cual era definitivamente un privilegio real.

El 30 de diciembre de 1836 en las leyes constitu--

cionales se promulgó como derecho del mexicano el poder imprimir y circular sin necesidad de previa censura, solo se garantizaba la libertad de imprenta, más no se amparaba a los autores.

En 1846 se publica un decreto sobre la propiedad literaria, y en 1857 se reconoció la libertad de prensa, y hasta se concedían premios y recompensas por servicios prestados a la patria ó a la humanidad, gozando de diversos privilegios los inventores ó perfeccionadores de alguna mejora.

Se hicieron normas relativas a la propiedad literaria, y reglas para aclarar falsificaciones, penas a los que las cometieran, así como disposiciones generales, se reconocía como propiedad literaria el derecho exclusivo de los habitantes de la República, de publicar y reproducir sus obras originales por cualquier medio, por lo que el autor disfrutaba su derecho durante su vida y a su muerte pasaba a manos de sus herederos durante un lapso de treinta años, al terminar ese período la obra pasaba a ser del dominio público.

En los contratos celebrados para la publicación de la obra debía fijarse el número de ejemplares que

debían tirarse, si no se especificaba esto tampoco podía elaborarse ninguna clase de demanda acusando falsificación.

Los autores, traductores y editores deberían poner su nombre, fecha de publicación y condiciones ó advertencias legales.

Cuando una obra era hecha por varios autores los derechos correspondían a todos, salvo pacto en contrario que cada uno demostrara su parte, sobre su propiedad elaborada.

Era necesaria la autorización del autor (es) para efectuar la producción de un extracto ó compendido de su obra.

El editor de una obra que estaba bajo el dominio público, solo gozaba de los derechos de autor el tiempo que tardaba en publicar su edición, más un año.

En 1947 se creó la Sociedad General Mexicana de Autores, estaba constituida por autores mexicanos y autores mexicanos y autores extranjeros domicilia-domiciliados dentro de la República Mexicana, los

fines de esta sociedad eran los siguientes:

- Unir a los autores para la evaluación intelectual y el mejoramiento de la cultura nacional.
- Si le fuera encomendado por la sociedad representarla en materia de derechos de autor.
- Intervenir como mediadora cuando existan conflictos.

La Secretaría de Educación Pública tenía facultades legales para corregir irregularidades.

Esta sociedad nunca pudo constituirse y sus fines fracasaron, en la actualidad solo existen dos sociedades generales de autores, una en España y otra en Italia.

La Secretaría de Educación Pública creó un Departamento de Derechos de Autor, llevaba un registro de obras, documentos y constancias de dichas obras, escrituras, pactos y convenios.

Las autoridades judiciales estaban obligadas a dar a conocer al Departamento de Derechos de Autor la iniciación de cualquier juicio de derechos de autor por medio de una copia de la demanda ó denun-

cia.

Bajo la administración del Presidente Adolfo Ruíz Cortines, se expidió el 29 de diciembre de 1956 la Ley Federal sobre Derecho de Autor publicada en el Diario Oficial del 31 de diciembre del mismo año, - en esta ley la SEP únicamente podía juzgar no estando a favor de los registros de obras cuando estos estuvieran en contraposición al Código Penal, - haciéndolo del conocimiento del Ministerio Público.

Los sistemas de Derechos de Autor se dividen en - dos grandes bloques dependiendo de su naturaleza - legal, aquellos países en los que se aplica el sistema "common law" es denominado "copyright" ó derecho de copia como ya se mencionó anteriormente llevando la preferencia el editor y posteriormente el autor, y en aquellos países de tradición civilista lo denominan Derecho de Autor, en los cuales el - principio fundamental lo conforma el hecho de reconocer la participación en los frutos producidos - por la explotación de su (s) obra (s).

En México se reconocen derechos de tipo moral y patrimonial a los autores como derechos inherentes a él, en este se contempla el derecho de crear y con

tinuar, así como de terminar las obras y publicar en la forma en que el autor la ha creado, de hecho a retirarla del mercado, corregirla, modificarla ó destruirla, e impedir su reproducción incompleta ó imperfecta.

2.3. ASPECTOS LEGALES DEL DERECHO DE AUTOR.

El Derecho de Autor constituye hoy en día un derecho de propiedad.

El Derecho de Autor protege un objeto inmaterial - representado por las ideas de los autores.

Por mandato expreso de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos no está sujeto a limitaciones ni restricciones.

Las ideas de los autores serán en sí intransferibles, inmodificables e indestructibles.

Para que el Derecho de Autor represente un beneficio a su titular, deberá divulgar la obra en publicaciones, y por mucho tiempo que alguien la edite no hará que dicho editor ostente el nombre de autor.

El Derecho de Autor es ahora una disciplina jurídica que deberá tomar en cuenta aspectos de conservación, reproducción, divulgación, difusión y explotación de obras y su perfeccionamiento, por lo cual se denota que esto ha traído consigo consecuencias que trascienden en ámbitos económicos, políticos y sociales.

2.4. GENERALIDADES SOBRE CONTRATOS DE EDICION.

Existirá contrato de edición cuando el autor de una obra se obligue a entregarla a un editor, y este se obliga a reproducirla, comercializarla y distribuirla por cuenta propia, existiendo de antemano prestaciones convenidas.

El editor solo tendrá los derechos estipulados en el contrato.

El autor deberá comunicar al editor si su obra ha sido publicada con anterioridad, ó si se han celebrado otros contratos, esto con el fin de evitar cualquier acusación a que tenga derecho el editor por daños y perjuicios ocasionados.

No podrá publicarse la obra con abreviaturas, adi-

ciones u otras modificaciones sin el consentimiento del autor.

El autor sí podrá hacer correcciones ó mejoras que considere convenientes antes de que la obra entre en prensa.

Si dichas correcciones aumentan el costo de la adición el autor estará obligado a cubrir dichos gastos, excepto a cualquier otro convenio establecido.

Los gastos de edición, distribución, promoción y - publicidad correrán por cuenta del editor.

En los casos en que no se estipule el lapso en que deberá quedar concluída la edición y ser puestos - los ejemplares a la venta se entenderá un término de un año, una vez transcurrido el año el autor podrá exigir el cumplimiento del contrato ó darlo - por terminado mediante aviso escrito al editor, - quien resarcirá los daños y perjuicios causados - que de ningún modo podrán ser menores de las cantidades recibidas por el autor en virtud del contrato.

Si no se fijara el precio de venta el editor ten--

drá la facultad de fijarlo sin existir despropor--
ción entre la calidad de la obra y su precio, pro-
curando facilitar su venta.

Si no se fija la calidad de la edición se dará por
cumplido este requisito haciéndola, mínimo de cali-
dad media.

Si termina el plazo fijado del contrario y no se -
han terminado de vender las obras, el autor podrá
adquirirlas al precio de costo más un 10% adicio--
nal.

Si el autor tiene más de una obra, el editor nece-
sitará su autorización para publicarlas en conjun-
to.

Se deberá constatar en lugar visible el nombre, ra
zón social y dirección del editor, el año de edi--
ción, número ordinal correspondiente a la edición
a partir de la segunda, número de ejemplar y su se
rie.

En los casos en que participen terceras personas -
en la elaboración de obras, se gozará del derecho
de autor, y se deberá mencionar el nombre de di- -

chos colaboradores, y cada uno de estos conservará su derecho de autor sobre su propio trabajo, y de así desearlo podrá reproducirla por separado indicando únicamente la obra ó colección de dónde proceda sin poder utilizar el título de la obra.

2.5. ATRIBUCIONES DE LA DIRECCION GENERAL DE DERECHOS - DE AUTOR.

- Proteger el derecho de autor dentro de los términos de la Legislación Nacional y de los Convenios ó Tratados Internacionales.
- Intervenir en conflictos que se susciten entre autores, entre sociedades de autores ó sus miembros, ya sean nacionales ó extranjeros.
- Llevar, vigilar y conservar el Registro Público de Derecho de Autor.

Esta Dirección tendrá a su cargo el Registro de Derecho de Autor en donde se suscribirán las obras a proteger prestaciones por sus autores, los convenios en los que se creen, modifiquen ó extingan derechos de autor, lo mismo en contratos establecidos.

Pactos y convenios que se celebren entre socieda--

CAPITULO III

PROCESO PRODUCTIVO DE UN LIBRO

des mexicanas y extranjeras.

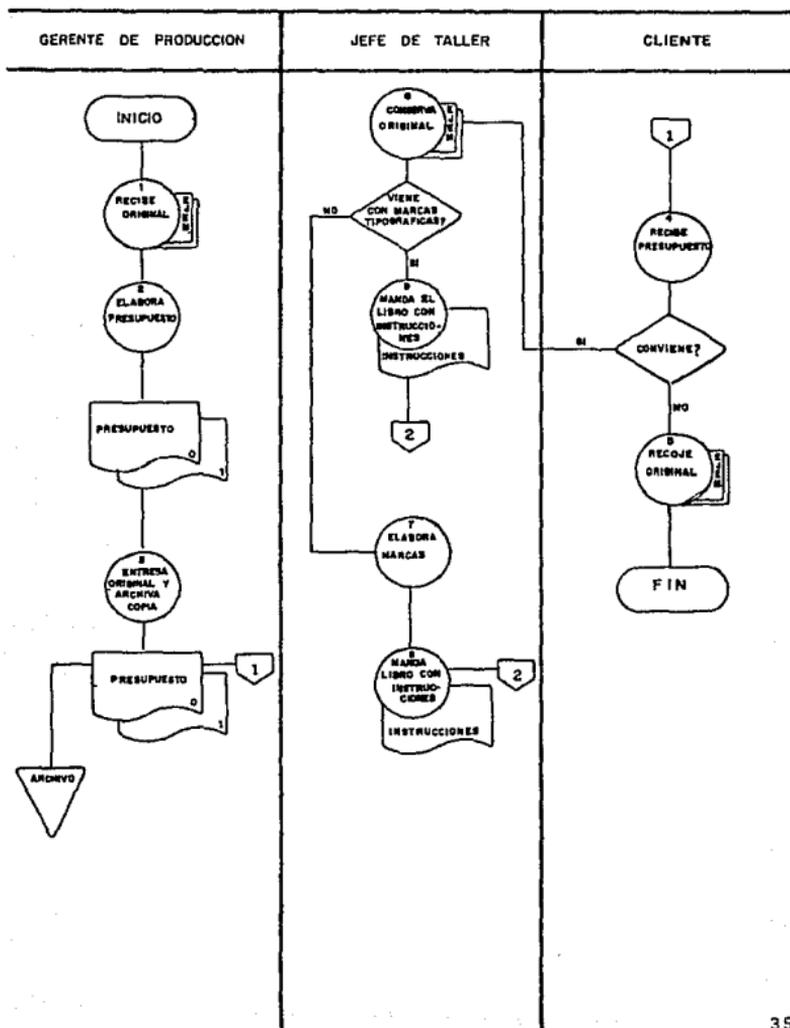
Los poderes que se otorguen para el cobro de percepciones derivadas de los derechos de autor.

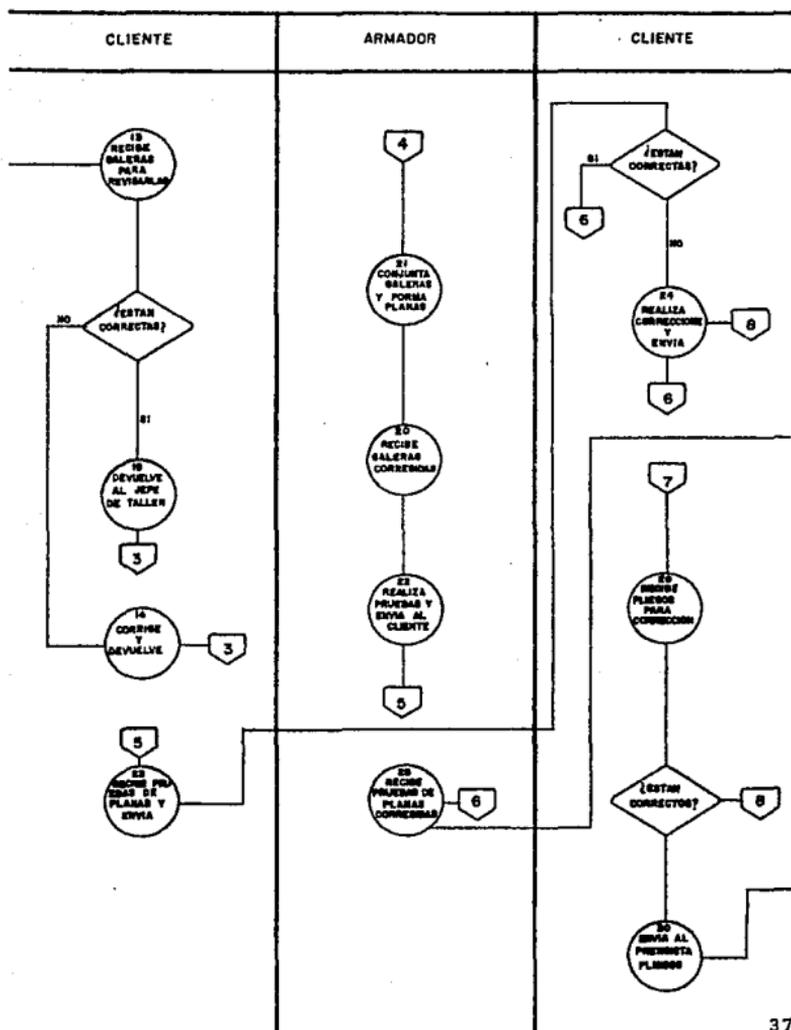
Se inscribirán en el Registro los compendios, ó arreglos de obras para efectos de protección.

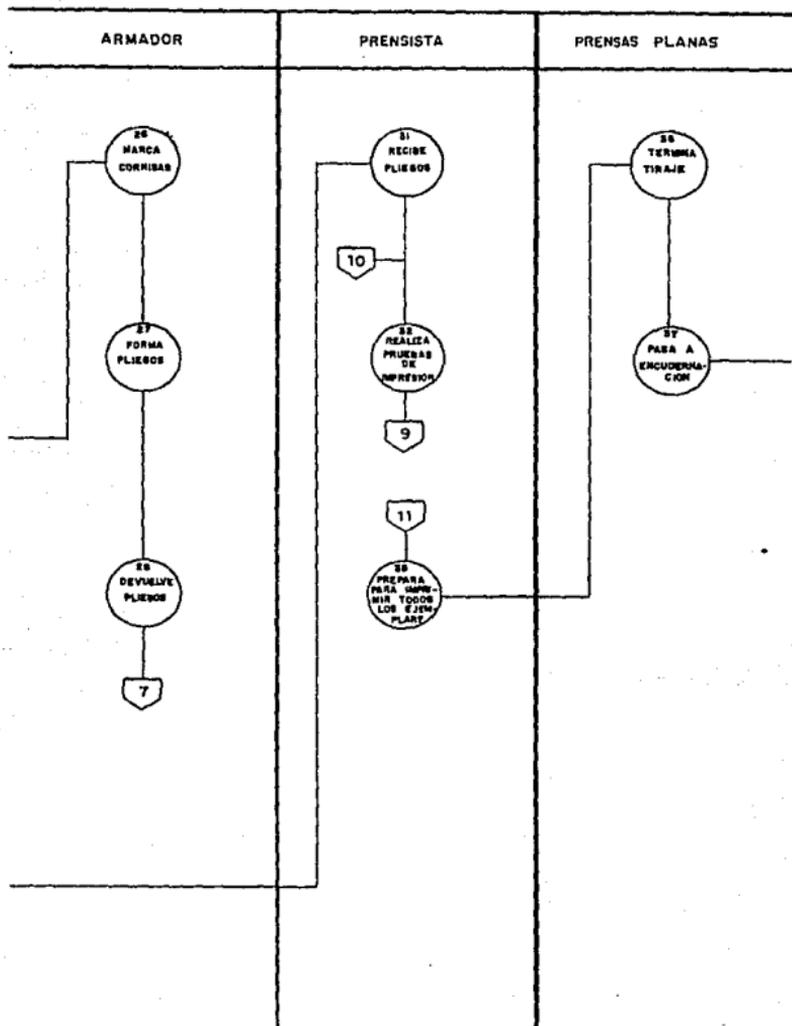
Para registro de obras con seudónimo, se acompañará a la solicitud en sobre cerrado los datos de identificación del autor, abriendo dicho sobre el encargado del Registro, se efectuará ante testigos cuando así se solicite, con el fin de comprobar la identidad del autor y su relación con la obra, levantando acta de apertura y las certificaciones correspondientes.

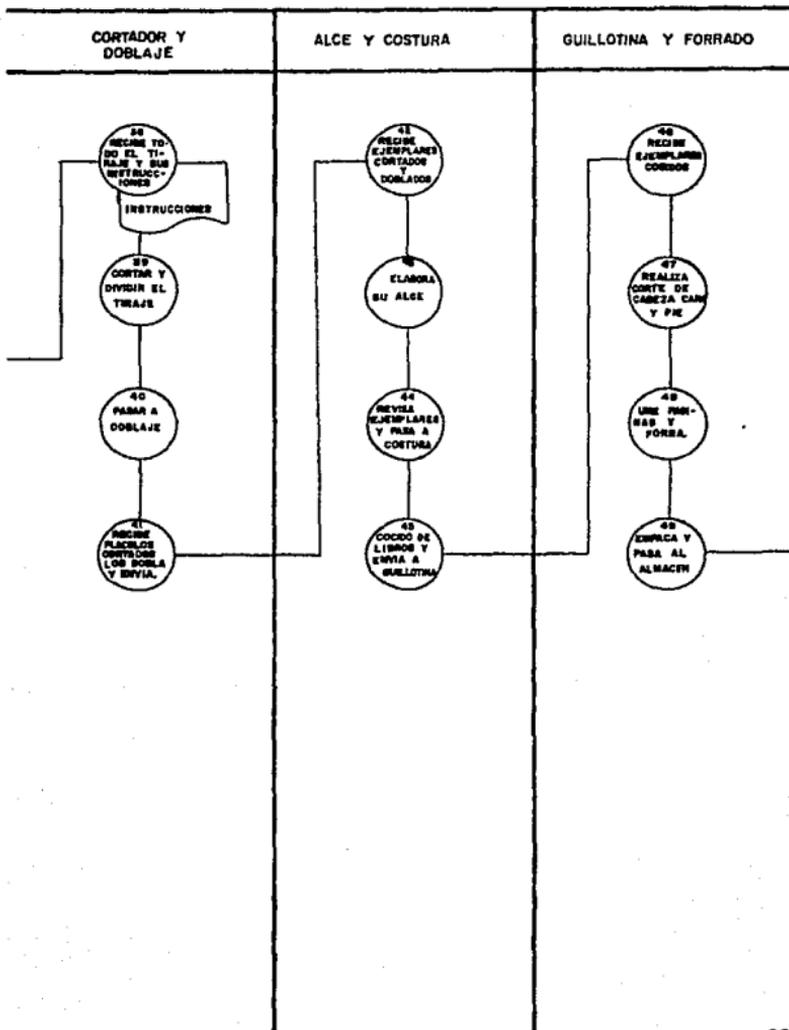
La Dirección General de Derechos de Autor publicará un boletín en el cual se incluirá una lista de las inscripciones efectuadas.

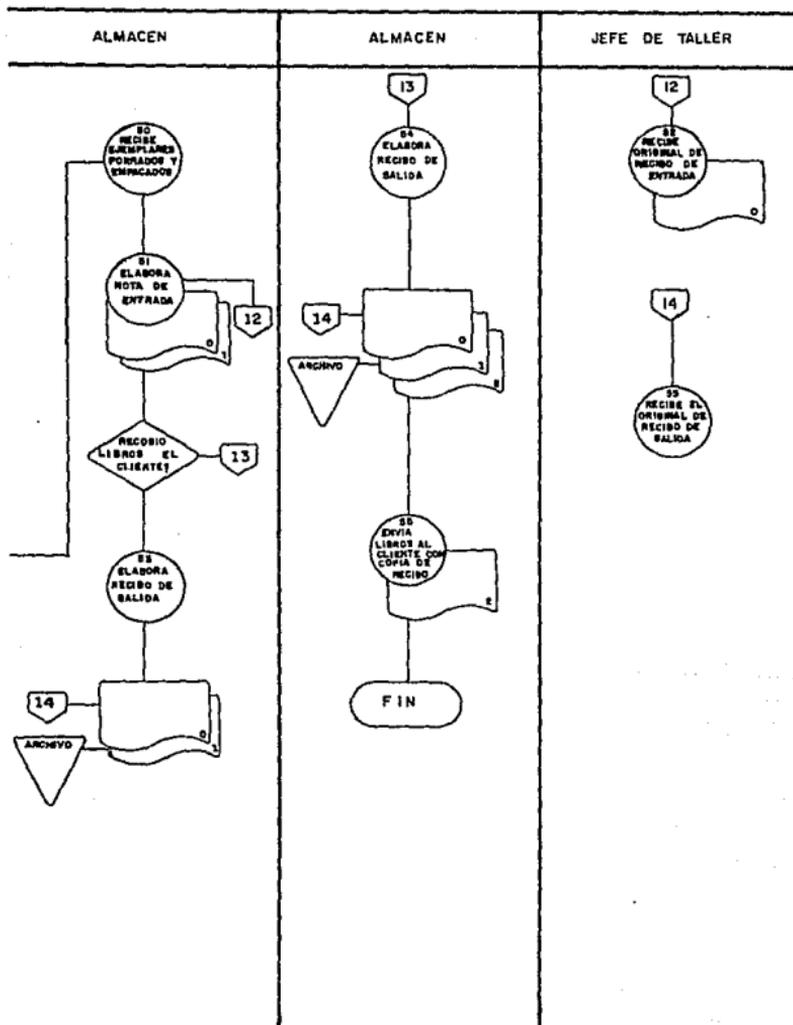
3.1. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO DE UN LIBRO











3.2. LIBRETO DEL DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO DE UN LIBRO.

ACTOR	No. ACTIV.	DESCRIPCION
GERENTE DE PRODUCCION	1	Recibe el original mecanografiado si es una primera impresión, y en caso de ser una reimpre- - sión recibe un ejemplar de la - obra.
	2	Elabora presupuesto con origi-- nal y copia.
	3	Entrega original de presupuesto al cliente y archiva la copia - para su posible utilización.
CLIENTE	4	Recibe el original de presupue <u>s</u> to y analiza.
	5	Si no le conviene, por tanto re <u>g</u> oge su original mecanografiado ó su ejemplar y termina proceso.
JEFE DE TALLER	6	Acepta presupuesto, sí convino al cliente, por tanto se retie <u>n</u> e original mecanografiado y co <u>m</u> ienza el proceso productivo.

- 7 No viene con marcas tipográficas (selección de tipografías), por tanto las elabora.
- 8 Envía instrucciones respectivas al capturista.
- 9 Envía original mecanografiado u original con instrucciones respectivas al capturista.
- CAPTURISTA 10 Recibe libro u original con marcas tipográficas e inicia compsición de galeras (conjunto de letras que conforman un párra--fo).
- CAPTURISTA 11 Elabora galeras y las envía al jefe de taller.
- JEFE DE TALLER 12 Recibe galeras y las envía al cliente para su corrección.
- CLIENTE 13 Recibe las galeras para revi--sarlas.

- 14 Marca las correcciones pertinentes.
- 15 Devuelve las galeras al Jefe de Taller una vez corregidas.
- JEFE DE TALLER** 16 Recibe las galeras revisadas y las envía al capturista.
- CAPTURISTA** 17 Recibe las galeras revisadas por el Jefe de Taller.
- 18 Corrige las líneas que así lo requieren y en su caso recorre espacios ó párrafos.
- 19 Envía las galeras corregidas al Departamento de Armado.
- ARMADOR** 20 Recibe las galeras ya corregidas.
- 21 Conjunta las galeras para intercalar las líneas corregidas en el lugar que les corresponde y forma las planas al tamaño que

se solicite.

CLIENTE

22 Realiza pruebas de las planas y las envía al cliente para su revisión.

23 Recibe las pruebas de las planas revisadas y verificará si están correctas.

24 En caso de no estar correctas - las pruebas de las planas, realiza las correcciones y envía estas al armador.

ARMADOR

25 Recibe las pruebas de las planas ya corregidas.

26 Manda marcar cornisas (conjunto de palabras que conforman el nombre del autor y el título del libro en las partes superiores del mismo).

27 Forma pliegos (pruebas de página).

- 28 Devuelve pliegos al cliente.
- CLIENTE
- 29 Recibe los pliegos para su corrección.
- 30 Envía al prensista los pliegos una vez que están correctos.
- PRENSISTA
- 31 Recibe los pliegos.
- 32 Realiza pruebas de impresión y las muestra al Jefe de Taller.
- JEFE DE TALLER
- 33 Recibe y revisa las pruebas de impresión y si hay algo que corregir ó modificar se repite el proceso.
- 34 Aprueba las pruebas de impresión si están correctas, y las envía al prensista para ordenar su impresión.
- 35 Prepara todo lo necesario para proceder a imprimir, y hace una impresión de todos los ejempla-

res.

PRENSAS PLANAS

36 Termina el tiraje de los ejemplares.

37 Procede a efectuar la encuadernación.

CORTADOR Y DOBLAJE

38 Recibe todo el tiraje además de las instrucciones de encuadernación.

39 Corta y divide el tiraje en - - pliegos conforme los requisitos de encuadernación.

40 Se pasan a doblaje todos los - pliegos que conforman el tiraje.

Recibe los pliegos cortados - - para doblarlos y enviarlos a al ce y costura.

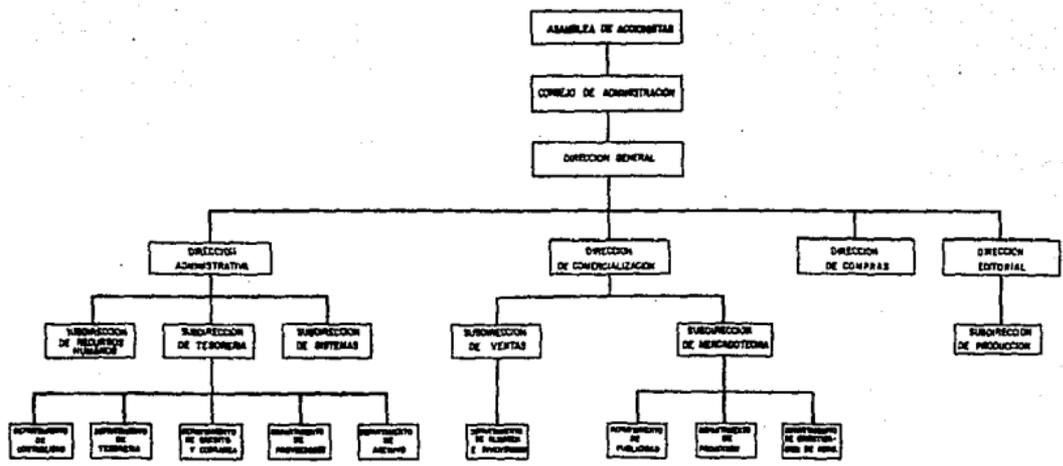
42 Recibe ejemplares cortados y do blados.

- 43 Los pliegos pasan a la elaboración de su alce (pliegos ya en orden para coserlos).
- 44 Revisa los ejemplares para enviarlos a costura.
- 45 Elabora el cosido de libros, se presan para bajarles el lomo y se envían a guillotina.
- GUILLOTINA Y FORRADO** 46 Recibe los ejemplares cosidos y prensados.
- 47 Realiza el corte de cabeza, - cara y pie, es decir se refina el libro.
- 48 Se unen las páginas se empastan y forran libros.
- 49 Efectúa el empaque de libros y los pasa al almacén.
- ALMACEN** 50 Recibe los ejemplares forrados y empacados.

- 51 Elabora una nota ó recibo de entrada al almacén con original y copia, enviando la original al Jefe de Taller.
- JEFE DE TALLER 52 Recibe el original de recibo de entrada al almacén.
- ALMACEN 53 Recoge libros el cliente y se elabora un recibo de salida con original y copia.
- 54 Si el cliente no recoge los libros se elabora el recibo de salida con su original y dos copias, el original al Jefe de Taller, una copia se archiva y otra el cliente.
- JEFE DE TALLER 55 Recibe el original del recibo de salida.
- 56 Envía los libros al cliente, con la copia del recibo de salida de almacén. Fin de proceso.

CAPITULO IV

ESTRUCTURA ORGANICA PROPUESTA



4.2. ASAMBLEA DE ACCIONISTAS.

Esta parte de la estructura organizacional deberá estar conformada por los accionistas que tendrán - el mayor grado de jerarquía, y por tanto como consecuencia inmediata de la constitución de toda sociedad anónima podrán determinar los órganos administrativos y representativos del poder ejecutivo de la organización.

Deberán reunirse por lo menos una vez al año.

Discutirá, aprobará ó modificará informes elaborados por el Consejo de Administración sobre criterios e informaciones de tipo contable, cambios de partidas que integren el patrimonio de la sociedad, ó comprobantes que hayan sido solicitados.

Podrán realizar asambleas de tipo extraordinario - en las que se traten diversos asuntos tales como:

- Prorroga de la duración de la sociedad.
- Disolución anticipada de la sociedad.
- Aumento ó reducción de Capital Social.
- Cambio de objeto de la sociedad.
- Cambio de nacionalidad de la sociedad.

- Fusión con otra sociedad.
- Amortización por la sociedad de sus propias acciones.
- Cualquier modificación que se considere pertinente al Contrato Social.
- Todos los demás asuntos para los cuales la ley ó el Contrato Social exijan un Quórum especial.

Los accionistas tendrán derecho a separarse de la sociedad y obtener el reembolso de sus acciones.

Podrán determinar porcentajes en la repartición de utilidades que les correspondan.

4.3. CONSEJO DE ADMINISTRACION.

Podrá estar conformado por socios ó personas extrañas a la sociedad.

Será Presidente del Consejo de Administración el - Consejero primeramente nombrado y a falta de este el que le siga en el órden de la designación.

El Consejo de Administración podrá nombrar un comisario quien podrá ser renovable y en su caso podrá ser miembro de junta de accionistas ó del consejo

de administración.

El Consejo de Administración podrá nombrar uno ó varios Gerentes sean ó no accionistas, y los nombramientos de dichos Gerentes podrán ser revocables en cualquier tiempo por el Consejo de Administración ó en su caso por la Asamblea de Accionistas.

Los intereses de los miembros del Consejo de Administración deberán ser favorables a los fines que convengan a la organización.

Los integrantes de este Consejo cesarán en el desempeño de sus actividades inmediatamente después que la Asamblea de Accionistas lo exija.

Dictaminar la autorización a la Dirección General para la expedición de cheques avalando la Razón Social de la Compañía.

Revisar y analizar cuando se considere conveniente la contabilidad, procedimientos, planes y sugerencias y aquellos aspectos que solicite la Dirección General.

Aprobará estrategias de tipo administrativo que -
convengan a lograr óptimos resultados.

4.4. DIRECCION GENERAL.

Los Directores tendrán las facultades que expresa-
mente se les confieran, no necesitarán autoriza- -
ción del Consejo de Administración para los actos
que ejecuten dentro de la órbita de las atribucio-
nes conferidas.

La Dirección General será el eje de unión en la or-
ganización, y quien la represente deberá tener la
capacidad necesaria para poder interpretar y coordi-
nar las funciones de las demás Direcciones, así
como de representar al Consejo Administrativo ante
ellas, por lo cual es de vital importancia que - -
este representante cuente no solo con conocimien--
tos académicos, sino también con una amplia expe--
riencia en el ramo, y dotes personales tales como
carisma, liderazgo, creatividad de innovar y facul-
tades para la toma de decisiones.

Sus funciones serán las siguientes:

Representar legalmente al Consejo de Administra- -

ción en todos los asuntos que así lo requieran,

Como representante del Consejo de Administración - se encargará de otorgar su firma para autorización y expedición de cheques.

Interpretará y vigilará la ejecución de acuerdos y disposiciones emanadas del Consejo de Administra-- ción.

Revisar y mostrar después de su aprobación los nue vos planes y proyectos al Consejo de Administra- - ción.

Auxiliará a las áreas que conforman la organiza- - ción, coordinando las funciones a realizar por las diversas Direcciones y Subdirecciones.

Recibirá informes periódicos de los resultados, - problemáticas y sugerencias que requieran comuni-- car las Direcciones con el objeto de brindar efi-- ciencia en la ejecución de funciones.

Convocará a las Direcciones a realizar juntas pe-- riódicas para comunicar las decisiones tomadas por el Consejo de Administración, y analizar las pro--

blemáticas y sugerencias elaboradas por cada Dirección y dar a conocer el resultado al Consejo de Administración para su aprobación.

Someterá al juicio del Consejo de Administración - las nuevas designaciones de personal tratándose de cargos superiores y de confianza después de haber realizado un somero análisis del mismo, así como - de aumentos de remuneraciones, antes calculados - por la Subdirección de Recursos Humanos.

Supervisará y elaborará las investigaciones operativas pertinentes a los diversos Departamentos.

Vigilará el estricto cumplimiento de los procedimientos de control interno.

4.5. DIRECCION ADMINISTRATIVA.

Elaborará reglas de operación que deberán contener las disposiciones que se estimen convenientes para la total consecución de objetivos, las cuales se - comunicarán a la Dirección General cuando ella ó - el Consejo de Administración lo soliciten.

Coordinará, supervisará y propondrá sugerencias y

blemáticas y sugerencias elaboradas por cada Dirección y dar a conocer el resultado al Consejo de Administración para su aprobación.

Someterá al juicio del Consejo de Administración - las nuevas designaciones de personal tratándose de cargos superiores y de confianza después de haber realizado un somero análisis del mismo, así como - de aumentos de remuneraciones, antes calculados - por la Subdirección de Recursos Humanos.

Supervisará y elaborará las investigaciones operativas pertinentes a los diversos Departamentos.

Vigilará el estricto cumplimiento de los procedimientos de control interno.

4.5. DIRECCION ADMINISTRATIVA.

Elaborará reglas de operación que deberán contener las disposiciones que se estimen convenientes para la total consecución de objetivos, las cuales se - comunicarán a la Dirección General cuando ella ó - el Consejo de Administración lo soliciten.

Coordinará, supervisará y propondrá sugerencias y

estrategias tendientes al funcionamiento óptimo de las Subdirecciones de Recursos Humanos, Finanzas y Sistemas, procurando facilitar el logro de los objetivos propuestos y proyectar los beneficios, ventajas y desventajas que traerían consigo la introducción de dichas estrategias permanentes ó transitorias.

Repartirá tareas jerárquicas y funcionales se deberán ajustar las Subdirecciones a su cargo.

Elaborará y supervisará auditorías administrativas cuando se considere pertinente, esto permitirá detectar anomalías ó beneficios que convengan al progreso de la organización ó que permitan identificar posibles contingencias, previniéndolas adecuadamente.

Efectuará reuniones ó juntas periódicas en las que traten aquellos asuntos referentes a problemáticas, sugerencias, ó realización de resultados, evaluando los reportes informativos que realice la Subdirección de Sistemas, y se comentarán, contemplando los recursos con los que cuente la organización, realizando investigaciones que sirvan a una mejor toma de decisiones y ejecución de métodos -

funcionales aptos para coordinar las actividades, y en su caso propondrá la creación ó modificación de organigramas, manuales de organización, de procedimientos y técnicas de gestión para asegurar la difusión de informaciones y cumplimiento óptimo, - eficaz y eficiente de las decisiones y control de resultados.

4.5.1. SUBDIRECCION DE RECURSOS HUMANOS.

La Subdirección de Recursos Humanos dependerá de las funciones delegadas por la Dirección Administrativa, aprobará, coordinará y supervisará al Departamento de personal dándose a la tarea de conseguir y preservar un adecuado grupo de trabajo acorde a las necesidades, características y capacidad de la empresa, ya que el recurso humano es de vital importancia, porque posee características tales como: ideas, creatividad innovadora, habilidad, inteligencia, posibilidad de desarrollarse.

Lo anterior, aunado a los recursos técnicos, materiales y financieros de toda organización permite una buena coordinación y fun-

cionamiento entre los mismos, coadyuvando a los objetivos que se proponen a través de sus actividades diarias.

Para ello, esta Subdirección deberá supervisar, coordinar, hacer cumplir políticas y estrictos programas de administración de personal, remuneraciones, empleo, vacantes, contrataciones y relaciones laborales, auxiliándose en ocasiones de la Dirección Administrativa cuando esta determine nuevos procedimientos, estos programas deberán ser elaborados por el Departamento de personal.

La estricta selección de personal eficiente y calificado es esencial para el buen funcionamiento de la empresa.

Una buena selección disminuirá el número de cambios en el personal y aumentará lógicamente su rendimiento, pues mientras menos rotación exista, más sólido será su funcionamiento.

El primer paso para conseguir personal nuevo es plantear un programa de selección el

cual constará de los siguientes puntos:

- Determinar el número y tipo de personas -
deseadas (descripción de puesto y requisi
tos de la contratación).
- Una vez determinado el tipo de personas -
que se necesitan, se procede al recluta--
miento.
- Reclutar un adecuado número de solicitantes. Se deberá entender por reclutamiento, la obtención de los candidatos para -
ocupar los puestos en la empresa.
- Seleccionar a las personas calificadas -
dentro de aquellos solicitantes, es de -
cir, mediante la utilización de ciertas -
técnicas, elegir entre los diversos candid
datos al más idóneo para el puesto, de -
acuerdo a los requerimientos del mismo.

Los sistemas que se emplean para seleccio--
nar personal son:

- * Análisis del "Curriculum Vitae". Dónde -
se van descartando a las personas que no
llenan las condiciones mínimas requeridas
poniendo mayor atención a aspectos como -

educación, entrenamiento especial y tra--
vectoria profesional.

- * Entrega de la descripción del puesto y -
perfil del empleo a los candidatos.
- * Entrevista preliminar.
- * Solicitud de empleo.
- * Entrevistas posteriores que podrán ser -
las que la empresa considere necesarias.
- * Exámenes de conocimientos y de tipo psico-
lógico.
- * Verificación de referencias.
- * Examen médico físico.

El Departamento de Personal iniciará el pro
ceso de selección con la entrevista prelimi
nar, y la Subdirección de Recursos Humanos
se encargará posteriormente de las demás ac
tividades, pero la decisión final la dará a
conocer el Departamento de Personal, una -
vez que los futuros Jefes directos y la Di-
rección Administrativa dé la última palabra.

Es en el momento de la contratación cuando
firman ambas partes los documentos y contra
tos que contienen las cláusulas y normas -
que tanto legal como particularmente se de-

berán observar. Una vez contratado el empleado ó trabajador seguirá el paso de integración.

La integración ó inducción corresponde a aquellos esfuerzos que la empresa debe realizar para lograr la adaptación del empleado a su nuevo trabajo y en sí a la empresa en general.

Se propondrá la capacitación y desarrollo para optimizar el desenvolvimiento e incremento de las capacidades de los mismos, para lograr la máxima eficiencia en la ejecución de actividades.

Es un desarrollo integral que la empresa deberá proporcionar para mejorar en cuatro áreas básicamente:

- Conocimiento.
- Actitud.
- Método.
- Ejecución.

Entre otras actividades de la Subdirección

de Recursos Humanos se encontrarán:

- Formular y cumplir con las normas de higiene y seguridad que se consideren pertinentes a la organización, previniendo riesgos de trabajo y perjuicios para el trabajador, accidentes y enfermedades en el centro de trabajo en el que se ejecuten las labores encomendadas.
- Disponer en todo tiempo de medicamentos y materiales de curación indispensables para poder prestar oportuna y eficazmente los primeros auxilios, además de lo anterior se deberán adoptar medidas necesarias para evitar al máximo el desperdicio inadecuado de papel y otros materiales que de alguna manera se pueden expresar como contaminación.
- Llevará un estricto control de asistencia, horas laboradas, pago de sueldos y tiempo extra laborado, ausentismo, pago de primas (vacacionales, de seguro, etc.) y que dicha información concuerde con las tarjetas de asistencia presentadas por los trabajadores.

- Revisará los tabuladores de sueldos y salarios; así como atenderá lo relativo al pago de estos ya que todo salario deberá ser menor al estipulado como Salario Mínimo General.
- Se vigilará que el salario y sueldos se otorguen en dinero ó cheque, el cual deberá estar integrado por el total de días trabajados, gratificaciones, otras percepciones, habitación, alimentos, comisiones, prestaciones en especie (si las hubiere), y cualquier otra cantidad ó prestación que se entregue al trabajador por su desempeño laboral.
- Entre otras prestaciones se encuentra existente el S.A.R. "Sistema de Ahorro para el Retiro", que es una prestación de ley para todo trabajador, este consiste en agregar el 2% del sueldo total del trabajador, que irá destinado a un fondo de ahorro a cuenta del trabajador para cuando este decida retirarse ó jubilarse, este dinero será controlado por el Banco que la Compañía haya elegido para tal efecto, el cual abrirá una cuenta indivi-

dual por cada uno de los trabajadores y -
enviará la emisión de comprobantes desde
su primer aportación.

- El Banco a elegir deberá brindar sencillez y eficiencia en sus sistemas de ahorro, distintas opciones que se adapten a los sistemas administrativos de la empresa, prestará asesoría continua y materiales informativos, manejo claro, seguro y productivo de sus ahorros, confiable en sus operaciones.

En esta Subdirección se atenderá el cumplimiento de todo lo relativo a la:

- Ley Federal del Trabajo.
- Ley del IMSS para asistencia médica a los trabajadores y afiliación a su familia.
- INFONAVIT. Para préstamos provenientes del Fondo Nacional de la Vivienda para los trabajadores, y se descontará del sueldo de los trabajadores de acuerdo a la Ley Federal del Trabajo el 1% para cubrir gastos por concepto de administración, mantenimiento y operación del conjunto habitacional, se podrá destinar a

- la adquisición, construcción, reparación, ampliación ó mejoras de casas habitación.
- FONACOT. Fondo Nacional de los Trabajadores. Se prestará en almacenes y tiendas dónde se expendan ropa, comestibles y artículos para el hogar (que se convendrá entre patrones y trabajadores), otorgando créditos y descuentos en las compras que realicen los trabajadores.
 - La Subdirección de Recursos Humanos deberá actualizarse en cuanto a la información referente a nuevos artículos que sean de su interés.
 - Organizará y elaborará el cálculo de horarios, sueldos y salarios, así como actividades a desarrollar por trabajadores nuevos ó promovidos a nuevos puestos.
 - Elaborará y analizará la documentación necesaria para la liquidación de personal y pagos correspondientes en los casos de renuncia voluntaria ó liquidaciones necesarias, a las que designe la Dirección Administrativa en puestos de confianza.
 - Se auxiliará de la ayuda de la Subdirección de Sistemas en la elaboración del cálculo de nóminas, pago de aguinaldos, -

etc., recibiendo información ya procesada, misma que en ocasiones será de utilidad para la elaboración de informes que se necesiten dar a la Dirección Administrativa, cuando así lo determine.

4.5.2. SUBDIRECCION DE FINANZAS.

Toda organización labora en base a constantes movimientos de recursos y precisamente ésta área deberá encargarse de la obtención de fondos y suministros de capital, por lo anterior la gestión financiera constituye uno de los mayores cuidados para la empresa ya que se debe disponer de una organización financiera y contable eminentemente funcional capaz de proporcionar todo género de informes claramente elaborados y suficientemente rápidos que serán de gran utilidad para la eficiencia en la toma de decisiones, procurando disponer de los medios necesarios para poder cubrir los requerimientos existentes.

Recibirá informes del Departamento de Contabilidad.

Supervisará la elaboración de estafos finan
cieros.

Recibirá informes de saldos de clientes, -
así como de la elaboración de Estados de -
Cuenta, de los totales de ventas, de pagos
realizados, para poder así elaborar presu--
puestos y estar en condiciones de prevenir
contingencias.

Deberá verificar el control de ingresos y -
egresos realizados.

Gestionará con el auxilio de la Dirección -
de compras los créditos convenientes para -
efectuar adquisiciones de bienes ó servi- -
cios que coadyuven al desarrollo de la orga
nización, éstas se deberán consultar con la
Dirección General en el caso de que se re--
quiera alguna autorización ó el análisis de
los riesgos que puedan correrse.

Coordinará las funciones que se realicen en
el archivo, en el Departamento de Contabili
dad, en el Departamento de Crédito y Cobran
zas (referente a todo lo que son clientes)

y al Departamento de Proveedores.

Auxiliará al Departamento de Contabilidad - en todos aquellos asuntos que requieran de su asesoría, recibiendo informes de las actividades que Contabilidad coordina dirigiéndose a los Departamentos mencionados anteriormente.

En esta Subdirección se buscará la manera - de obtener mayores beneficios con los ingresos obtenidos, derivados de la correcta ejecución de operaciones bursátiles y bancarias buscando siempre el mayor rendimiento de su capital.

Asesorará a la Subdirección de Recursos Humanos en lo referente a inversiones de Fondo de Ahorro y Sistema de Ahorro para el Retiro.

4.5.2.1. DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD.

Este Departamento dependerá de la Subdirección de Finanzas, respondiendo ante ella de la operación -

de sus funciones.

Se encargará de coordinar y recibir información emanada de los Departamentos de Archivo, Crédito y Cobranzas, Proveedores y Tesorería.

Podrá pedir informes a dichos Departamentos cuando así lo requiera la Dirección General, ó en su caso el Consejo de Administración.

Recibirá diarios elaborados por la Subdirección de Sistemas, estos informes contendrán la información procesada y concentrada que haya realizado cada uno de los Departamentos para proceder a su revisión y a su registro contable.

Su labor principal será registrar y clasificar todos los movimientos financieros y contables, con el propósito primordial de brindar información e interpretaciones de los resultados obtenidos, en los

Estados de Resultados y Balances -
Generales, mostrando una visión -
clara de su situación, para la to-
ma de decisiones.

Presentar periódicamente a la Sub-
dirección de Finanzas, estados fi-
nancieros, balances mensuales y de
cierre.

Elaborar el catálogo de cuentas y
la guía contabilizadora.

Efectuar la elaboración de las po-
lizas para contabilidad en las que
se registren todos los cargos y -
abonos que hubieran de realizarse.

Deberá encargarse de obtener toda
la información pertinente para - -
brindar una proyección de la situa-
ción de la organización.

Recibirá notas de gastos y documen-
tos que respalden siempre cual- -
quier salida de dinero, por adqui-

sición de bienes ó servicios.

Una de las funciones diarias y de gran importancia será la de recibir todas las facturas del día anterior, que pasará al Departamento de Crédito y Cobranzas, analizando y registrando en asientos contables el tipo de venta, ventas gravables, gastos de envío, portes, paquetes, etc.

4.5.2.2. DEPARTAMENTO DE TESORERIA.

De este Departamento dependen todos aquellos depósitos e ingresos, identificados y relacionando todos los gastos, y se enviarán las copias de las facturas de caja al Departamento de Crédito y Cobranzas para su registro y codificación correspondiente.

Se elaborará una hoja de bancos en donde se registrarán los depósitos por las ventas diarias y otros in-

gresos distintos a las ventas tales como cobro a clientes, cheques devueltos, pagos de deudores diversos, etc.

Se revisarán los depósitos.

Se hará un respaldo para la hoja de bancos, y se elaborarán fichas de depósito para comprobar que se depositó ese dinero, dependiendo el tipo de cheques, si son locales, foráneos, ó de qué Institución Bancaria.

Se realizarán conciliaciones bancarias comparando los movimientos contables y el Estado de Cuenta Bancario, para detectar cualquier movimiento extraño erróneo, ó sin contabilizar en su caso.

Al elaborar la hoja de bancos también se analizará la relación de egresos ó cheques expedidos en cada día.

Se separarán los ingresos locales, de mayoreo, menudeo, reembolso, giros, etc.

4.5.2.3. DEPARTAMENTO DE CREDITO Y COBRANZAS.

Este Departamento deberá encargarse de la recepción de todo tipo de información relacionada con las ventas realizadas, y los pagos otorgados, así como cualquier otro ingreso de parte de los clientes, estando al día de todos los créditos, anticipos y pagos al contado que existan para poder aclarar cualquier duda en los saldos de los clientes.

Para lograr lo anterior, es de gran utilidad darle un código ó número de cliente a cada uno de ellos para su rápida identificación, siendo importante contar con los datos completos de los clientes tales como nombre ó razón so-

cial, domicilio, este deberá especificar su población y código postal correspondiente, su Registro Federal de Contribuyente, el tipo de cliente (particular, librero, gobierno u otros).

Se deberá recibir diariamente el conjunto de facturas con copia de contabilidad y copia de caja, así como notas de crédito, notas de cargo y acuses de recibo que se hayan realizado durante el día anterior, ordenándolos por número de factura, procediendo a elaborar su compensación, esto consiste en:

* Acomodamiento de facturas procedentes de la caja en orden progresivo en estos habrá algunos pagos de facturas de clientes que cuenten con crédito, también algunos acuses de recibo que contengan facturas pagadas con su número y su importe.

* Acomodamiento de facturas (copia

de contabilidad) en orden progresivo, aquí tal vez se encuentren algunos pagos de facturas de - - clientes que cuenten con crédito y que probablemente no estén pagadas.

Una vez que se han acomodado los - dos tipos de copia se procederá a identificar el total de ingresos - recibidos separando las facturas - que se encuentren tanto en las facturas de contabilidad como en las de caja, y realizando su suma comprobatoria que tendrá que coincidir en los dos tipos de copia. En caso de que dicha suma no cuadre - se deberá hacer un análisis en el que se averigüe el motivo por el - cual no checó, procediendo a su - corrección.

Una vez que la cantidad ha cuadrado en las dos partes, deberán codificarse, colocando el número de - cliente correspondiente a cada - -

una, con esto podrá obtenerse un resultado óptimo, auxiliándose de un catálogo de clientes que podrá realizar el Departamento de Sistemas que contendrá todos los datos del cliente, este catálogo servirá también al Departamento de Promoción y en su caso a la Subdirección de Ventas para consultarlo ó conocer el mercado existente.

Al mismo tiempo que se va codificando se deberán ir revisando, rectificando los datos del cliente, número de factura e importe, separando de una vez las facturas que llegasen a estar canceladas ó que no tengan cuenta para saber si es pertinente abrirsela.

Se deberán pasar al Departamento de Contabilidad y las facturas de caja al Departamento de Tesorería para realizar su análisis, cuándo las hayan desocupado se pasarán a la Subdirección de Sistemas en dón

de se procesará toda esa informa--
ción obtenida.

También deberán recibirse todos -
aquellos cheques correspondientes
a pagos de facturas, cheques de---
vuelto, anticipos, etc.

El encargado de este Departamento
deberá supervisar la correcta ope-
ración y aplicación de facturas -
con el fin de estar informado de -
los acontecimientos, y obtener sal-
dos precisos y oportunos.

Otras funciones serán:

- * Apertura de cuentas a clientes.
- * Elaboración de conciliaciones.
- * Elaboración de estados de cuenta.
- * Informes de saldos.
- * Depuraciones de cuentas.
- * Aplicaciones de cuentas.
- * Traspasos de cuentas.
- * Mantenimiento y análisis de cuen-
tas.

ESTA TESIS NO DEBE
QUEDAR DE LA BIBLIOTECA

- * Informar todas aquellas peticiones que elaboren la Subdirección de ventas y el Departamento de Promoción.
- * Elaboración de antigüedades que contengan historiales contables de clientes auxiliados por la Subdirección de Sistemas.
- * Información a clientes sobre saldos a cargo ó a favor.
- * Información a clientes sobre cheques devueltos y su cobro correspondiente.
- * Calendarización de ventas a crédito para programar la entrada de ingresos.
- * Supervisará el análisis y programación de rutas para los cobradores que hayan de visitar a clientes deudores, para proceder a su revisión de facturas originales y la programación de pagos res-pectivos.
- * Enviar mensajes a clientes con facturas pendientes, procurando siempre su pronto pago.

Recibirá las solicitudes de crédito, que se analizarán y verificarán, pidiendo su visto bueno a la Subdirección de Finanzas.

Informará a la Subdirección de Ventas los pedidos que se hayan de de tener ó cancelar por falta de pago para evitar riesgos innecesarios a la organización.

4.5.2.4. DEPARTAMENTO DE PROVEEDORES.

En este Departamento hemos de referirnos a la recepción de todas las facturas que amparen cuentas por pagar y que tengan que liquidarse.

La función de este Departamento es aparentemente sencilla, pero en realidad es sumamente laboriosa, y de su buen funcionamiento dependerá gran parte de la buena imagen de la Compañía ante los proveedores, para evitar quedar como clientes morosos ante ellos, esto permi

tirá el buen trato y atención de -
los proveedores hacia la Compañía.

Se deberá tener un catálogo de pro
veedores que contenga todos sus da
tos y primordialmente el plazo de
crédito existente.

Se coordinará la recepción de fac-
turas originales acordando un día
determinado de la semana, en que -
se verificará que contengan el se-
llo de recibido del Almacén y la -
firma del responsable del mismo, -
para poder proceder a su revisión,
una vez recibidas y revisadas las
facturas se elaborará un contrare-
cibo relacionando en él las factu-
ras con sus datos respectivos, y -
su total, fijando en él el día en
que habrá de pagarse las facturas
al proveedor.

Al tener las facturas dentro de la
organización se revisarán detalla-
damente verificando su fecha de en

trada al Almacén, y su importe, -
checándolo con la copia del contra
recibo que deberá ser tan legible
como el original, en aquellos ca--
sos en que existiera alguna anoma-
lía en los datos de las facturas -
tales como descuentos erróneos, o
más cantidades de unidades a las -
recibidas, etc., se procederá a -
exigir una nota de crédito, ó repo
sición de la mercancía, y en caso
de que todo esté correcto se pro--
gramará el pago, elaborando los -
cheques correspondientes, y una re
lación que contenga a todos los -
proveedores que hayan de liquidar-
se y el importe del pago, la cual
irá acompañada de los cheques, de
su póliza respectiva, y de la co--
pia del contrarecibo, dicha rela--
ción se pasará a la Subdirección -
de Finanzas para su análisis y re-
visión, firmando únicamente la pó-
liza bancaria, y posteriormente se
dirigirá a la Dirección General -
para que se firmen ya los cheques.

La Dirección General devolverá los cheques ya firmados al Departamento de Proveedores, procediendo a la entrega de cheques al proveedor, que será de preferencia en el mismo día en que hayan de tomarse las nuevas facturas de revisión, y en dónde la persona que represente al Proveedor, firmará en la póliza del cheque de recibido, los cheques sobrantes se guardarán para la siguiente semana y la póliza de los que sí se hayan entregado se dirigirán al Departamento de Contabilidad para proceder a su registro contable.

4.5.2.5. DEPARTAMENTO DE ARCHIVO.

El Departamento de Archivo, se encargará de ordenar todos aquellos documentos que sean de interés para la organización y que requieran de su constante consulta, nos referimos a facturas, notas de carga, notas de crédito, estados de -

cuenta y correspondencia, ordenando expedientes para cada cliente, - estos expedientes deberán encontrarse perfectamente bien acomodados, y las facturas de igual manera en orden consecutivo y cronológico, así como de las demás copias de facturas (las de contabilidad y caja) por separado, adjuntándolas con las pólizas de cheques expedidos y todos aquellos movimientos contables que se realicen, como facturas de proveedores, acuses de recibo que amparen pagos de facturas, comprobantes de cheques devueltos, etc., los cuáles deberán ir separados día por día, teniendo los en un lugar disponible y de fácil localización, para esto, será conveniente colocarlos en orden alfabético y cronológico, pudiendo prestar así un buen servicio a aquellos Departamentos que requieran de la realización de alguna consulta.

El encargado de este Departamento será el responsable de los documentos custodiados y del buen uso que se les dé, vigilando que los documentos que llegaran a salir del lugar, se amparen con vales, asegurando así su regreso al archivo, y protegiéndose de cualquier extravío de documentos.

Revisará los documentos que ya por su antigüedad no se usen y no sean de ninguna utilidad, pidiendo autorización a la Subdirección de Finanzas para su destrucción, ó de lo contrario recibir instrucciones pertinentes.

4.5.3. SUBDIRECCION DE SISTEMAS.

Esta Subdirección es de gran importancia ya que de ella dependerá el procesamiento adecuado de toda la información que afecte a la organización, por lo que se deberán definir perfectamente bien las funciones de todas las áreas que conforman la organiza-

ción, y las funciones que deberán desempeñarse para atender y satisfacer las necesidades de las mismas de una manera eficaz y eficiente.

Decidirá si es pertinente la creación y - - aplicación de programas, analizará el motivo por el que se desean crear, porqué, de - que manera y para que Departamento es, y - consultará con la Dirección Administrativa aquellos programas que resulten muy costosos, o que no tengan mucho caso por su poca utilidad.

Se deberá contar con personal profesional - que se encuentre capacitado para crear, y - poner en marcha programas de procesamiento que solventen todas aquellas situaciones - que se puedan presentar, así como prevenir contingencias posteriores y encontrarse preparados para darle una solución adecuada.

La Subdirección de Sistemas dirigirá, coordinará y supervisará las actividades que de desempeñen los analistas, programadores, operadores y capturistas.

Al autorizar que el programa se llevará a cabo, se comunicará a los analistas, quienes como su nombre lo indica, elaborarán un análisis de las necesidades que demanda la creación del programa, y comunicará al programador las características con que deberá contar el programa, el beneficio que ha de brindar, y el programador buscará la forma de crearlo de manera sencilla pero eficaz.

Los operadores se encargarán de utilizar los programas, verificando su funcionamiento y comunicando al analista cualquier anomalía existente, para que este a su vez lo comunique al programador y se realicen las correcciones correspondientes.

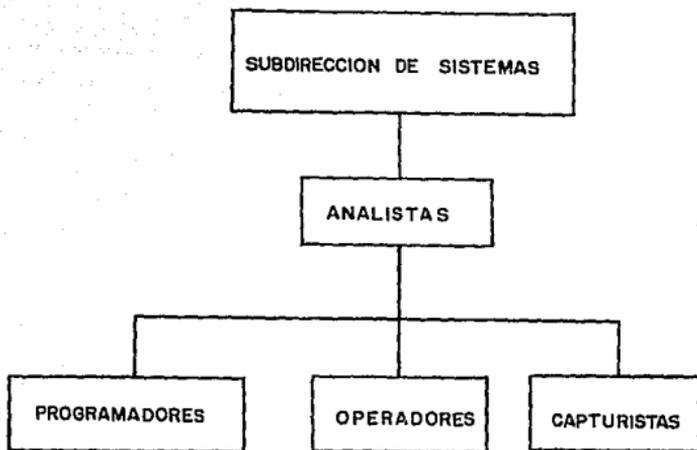
Los capturistas se encargarán única y exclusivamente de introducir toda aquella información que se requiera para el funcionamiento óptimo de los programas, y recibirán instrucciones de los analistas y en su caso su gerencias del programador.

Las actividades que aquí se desempeñarán serán las siguientes:

- * Elaboración de programas que coadyuven al desarrollo de la organización.
- * Procesar información recibida por los demás Departamentos, procurando brindar informes precisos, objetivos y oportunos a dichas áreas, informes que presenten:
 - * Reportes de movimientos contables.
 - * Reportes de ajustes de dichos movimientos.
 - * Diagnósticos de venta.
 - * Reportes de pagos de clientes.
 - * Estadísticas.
 - * Reportes de cheques expedidos.
 - * Antigüedades de saldos.
 - * Elaboración de archivos tanto alfabético como por zonas geográficas.
 - * Informes contables.
 - * Elaboración de Estados Financieros.
 - * Elaboración de nóminas y cálculo de incentivos.
 - * Informes de tipo bibliográfico que contengan todos los datos de la obra tales como título, autor, páginas, edición, - fecha, peso, medida, etc.
 - * Elaboración de archivos bibliográficos

que permitan la búsqueda eficaz de las obras por título, por autor ó por materia.

† Elaboración de negativos para enviar a las imprentas.



4.6. DIRECCION DE COMERCIALIZACION.

De esta Dirección dependerá el buen funcionamiento del flujo del capital invertido, ya que en él se reflejará la rentabilidad que pueda tener la empresa con las ventas realizadas, coordinando a la Sub dirección de Ventas y de Mercadotecnia quienes serán subalternos directos de esta Dirección.

Delimitará responsabilidades y asignará autoridades a los representantes de las Subdirecciones de Ventas y Mercadotecnia respectivamente.

Analizará y aprobará planes de venta, políticas y elaboración de pronósticos de venta y mercadotecnia, verificará controles de comercialización elaborados por las Subdirecciones respectivas.

Verificará el cumplimiento adecuado de objetivos, políticas fijados por las Subdirecciones a su cargo que coadyuven al desarrollo eficaz de las funciones.

Establecerá medidas que permitan minimizar errores y maximizar beneficios.

Tomará medidas correctivas y preventivas en aquellas contingencias que pudieran presentarse en sus Departamentos subalternos.

4.6.1. SUBDIRECCION DE VENTAS.

Esta Subdirección dependerá directamente de la Dirección de Comercialización y deberá fijar planes de venta, políticas y la elaboración de pronósticos de venta, supervisar a la fuerza de ventas en coordinación con el Departamento de Promoción, se encargarán de la importante labor de hacer llegar la mercancía al cliente en el momento que se requiera.

Entre otras funciones deberá:

Tener facultad de determinar los contratos de venta internos, formas de pago y entregas de mercancía.

Elaborará rutas a los choferes que se encarguen de entregar los pedidos enviados, coordinando la entrega oportuna de los mismos.

Estará al pendiente de los trabajos que se encuentren en proceso para cumplir oportunamente con los requerimientos solicitados, - de esta manera podrá proporcionar información pertinente a los clientes.

Supervisará las ventas de mayoreo tanto locales como foráneas, y en su caso las de menudeo.

En las ventas de mayoreo locales se verificará la elaboración de cotizaciones, facturas, notas de crédito, notas de cargo y documentos afines a las actividades de esta - Subdirección.

Supervisará las tareas de entrega de mercancía tanto envíos, como entregas personales, en las entregas personales al contado verificará que se liquida la cuenta a la hora - de entregar, y en los envíos a crédito, regularizará que la factura original contenga - la firma del cliente y el sello de su almacén, lo cual servirá para poder enviar las facturas a su revisión y programación del - pago correspondiente.

Supervisaré al personal que entregue los li
bros ya sean envíos ó personales, para que
brinden un buen servicio y atención al - -
cliente, y en los pedidos a enviar que ten-
gan crédito también se pedirá su firma y se
llo correspondientes.

Supervisar a los trabajadores que ejecuten
tareas de surtido de pedidos para entregar-
los lo más rápidamente posible.

Autorizar cheques de clientes que paguen -
sus facturas y enviar informes a los mismos
en caso de que existan cheques devueltos, -
habiendo ya elaborado el Departamento de -
Crédito y Cobranzas documentos que avalen -
el pago del 20% correspondiente a daños y -
perjuicios y porcentajes por comisiones ban
carias.

Recibiré devoluciones de libros ya sea por
defecto u otras causas si se considerara -
pertinente, y realizara su reposición ó no-
ta de crédito correspondiente.

Notificaré a los clientes cambios de pre- -

cios o existencia de novedades que hayan salido a la venta, así como reimpressiones, - para esta tarea se coordinará del Departamento de Promoción.

Notificará a la Subdirección de Recursos Humanos los requerimientos de personal para esta Subdirección, y ahí se estudiará el caso y se tomarán medidas pertinentes.

Las ventas foráneas se auxilian de un área de certificados que será parte de esta área (ventas foráneas), y ahí se deberán realizar las siguientes:

Recibir correspondencia, separarla identificando pedidos, pagos anticipados, notificación de devoluciones para su autorización, y entregará los demás tipos de correspondencia a los Departamentos correspondientes.

Mandar surtir, cotizar, facturar y empaclar pedidos.

Revisar los datos contenidos en las facturas.

Verificar en el Departamento de Crédito y Cobranzas el saldo de los clientes, y en caso de existir fondos suficientes para enviar el pedido se elaborarán etiquetas de embarque, se sacarán los portes (gastos de envío), y se consultarán las tarifas de correos, en su caso deberán actualizar las mismas, se enviarán a correos con su copia correspondiente y su etiqueta de empaque (copia de caja).

Elaborará relaciones de las remesas de correos de acuerdo al orden de las facturas.

Sumarán las facturas incluyendo descuentos, separando también gastos aduanales (en su caso) y gastos de envío.

En su caso acudir a la aduana y entregar documentos que contengan:

- * Recibo de documentación.
- * Relación de remesa.
- * Copia de facturas.
- * Tiras contables que indiquen el total de las facturas.

* Boleta aduanal por cada país.

Al salir la mercancía se deberá elaborar un informe al cliente que contenga los títulos faltantes y agotados acompañados de copia - de factura.

Los envíos foráneos se llevarán a la línea de autobuses que el cliente haya elegido.

Al llegar el importe del pedido se enviarán al cliente, por correo certificado, express aéreo, recibiendo un talón de embarque, - - este talón contendrá el número de guía para que el cliente pueda recoger su pedido.

Para los pedidos que se hagan por correo - reembolso, después de haberse facturado, se enviarán avisos que notifiquen al cliente - el importe de su pedido para que pague en - la agencia de correos correspondiente a su zona postal, de esta manera el correo le cobra al cliente al momento de entregar la - mercancía, el importe de la misma más el - porcentaje que se indique en gastos de en--vío, ya posteriormente el correo liquidará

a la organización la cantidad necesaria.

Se deberán entregar las copias correspondientes a los Departamentos respectivos - - para efectos contables y de archivo, procurando ordenarlas consecutivamente.

En aquellos casos que no existan fondos suficientes se informará al cliente el importe de su pedido, y la cantidad de dinero a enviar, ya sea por carta, fax ó telegrama.

CANALES DE DISTRIBUCION.

Una labor que no puede pasar desapercibida para la Subdirección de ventas es la determinación de sus canales de distribución, en tendiéndose estos como el grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar la mercancía a los consumidores finales, ó la ruta que sigue la mercancía para llegar de la editorial al consumidor.

En las decisiones sobre los canales de distribución va implícito el beneficio de lugar y tiempo para el consumidor.

El beneficio de lugar se refiere al hecho de hacer llegar la mercancía lo más cerca posible al consumidor, para que este no tenga que recorrer grandes distancias para poder satisfacer sus necesidades.

El beneficio de tiempo es consecuencia del anterior y consiste en llevar la mercancía al consumidor en el momento oportuno y adecuado.

Al hacer una valoración de las alternativas para elegir el canal de distribución adecuado se debe comenzar por considerar sus consecuencias en las ventas, en los costos y en las utilidades.

Deberá existir un gran equilibrio entre las ventas y los costos.

Es por lo anterior que la organización elaborará sus canales de distribución tomando en consideración a los intermediarios pertinentes para cada canal.

Los intermediarios son grupos independien--

tes que se encargan de transferir la mercancía del productor al consumidor, obteniendo por ello una utilidad.

- Mayorista librero. Su función es hacer llegar las publicaciones al consumidor final.

- Mayorista distribuidor. (Local ó Foráneo). Tendrán la función de hacer llegar las publicaciones a los mayoristas librerías.

- Consumidor final. Como su nombre lo indica será quien utilizará la obra para satisfacer sus necesidades de tipo académico, cultural, etc. y la compra será sin ningún descuento por ser de menudeo.

4.6.1.1. ALMACEN E INVENTARIOS.

Su función primordial será la guarda y recepción de mercancía ó productos terminados (libros), verificando que el estado y las cantidades sean las convenidas, una vez -
checada la cantidad, en caso de -
faltar algo, se pedirá al proveedor la elaboración de una nota de crédito, de una reposición de material, ó elaboración de una nueva -
factura, una vez estando en orden se procederá a sellar y firmar la factura original, para que de esta manera el proveedor pueda traerla a su revisión, y hacer su contrarecibo, esto será función del Departamento de Proveedores.

Deberá identificar la mercancía, -
separarla y acomodarla en su lugar respectivo acomodándola de manera tal que se proteja y se conserve -
en buen estado, llevando un control de localizaciones, para esta

actividad se podrán auxiliar de fi
chas bibliográficas que contengan
todos los datos y su localización.

Deberán conservar en buen estado -
las instalaciones del almacén, pa-
ra facilitar la búsqueda de mercan-
cía, elaborando órdenes de requeri
mientos cuando se necesite dar man
tenimiento a alguna instalación y
avisar a la Dirección de Compras -
para su abastecimiento.

Las copias de las facturas deberán
dirigirse antes de llegar a provee-
dores a inventarios, en donde se -
elaborarán estrictos controles de
registros de entradas y salidas de
material, auxiliándose de tarjetas
kardex que contenga la descripción
del material, entradas y salidas -
realizadas y total en existencia,-
brindando información a quien lo -
requiera, y previniendo la existen-
cia de mercancía, avisando a la -
Dirección Editorial cuestiones que

sean de su interés.

Deberán elaborar y supervisar el levantamiento de inventarios, que servirá para fines estadísticos, y para valorar el volúmen de libros que queden aún para efectuar nuevos presupuestos, nuevas adquisiciones y producciones, así como de terminar el volúmen de ventas obtenido.

4.6.2. SUBDIRECCIONES DE MERCADOTECNIA.

En esta Subdirección se desempeñará una función trascendental a través de la cual la organización logrará la mayor parte de sus propósitos, tomando en cuenta que uno de los principales fines por los que se debe crear es la distribución de los libros, y la obtención de utilidades, pero detrás de esto se encuentran los clientes que son en realidad de quien depende el éxito ó fracaso de la empresa, y a quienes deberá dirigirse la labor de mercadotecnia, en su esfuerzo por satisfacer las necesidades de

los clientes reales y potenciales con que se cuente, así mismo realizará un plan coordinado de actividades de promoción y venta, desarrollo e innovación para ofrecer calidad y buen servicio en lo que se ofrece al mercado.

Para que la organización cumpla con su objetivo mercadológico deberá:

Investigar cuáles son las necesidades del cliente para crear productos (libros) que cooperen a su satisfacción, para esto nos auxiliaremos del Departamento de Investigación de Mercados, quien será subalterno directo de esta Subdirección al igual que promoción y publicidad.

Buscará la forma de hacer llegar las publicaciones a los consumidores en el lugar y momento oportuno (distribución) siendo realistas del lugar en que se encuentra realmente.

Sugerir la actualización de obras cuando se considere pertinente, con el propósito de -

mantenerlas acordes con los cambios y necesidades del mercado, permitiendo así la preferencia de los lectores.

La Subdirección de Mercadotecnia tiene que ocuparse que la comercialización de su producto se lleve adecuadamente, para ello debe tener un control del manejo de las funciones de mercadotecnia: Producto, precio, plaza y promoción, ya que a través de éstas se logrará minimizar errores en la administración de la mercadotecnia y por ende un máximo de beneficios tanto para los clientes y la organización al satisfacer sus necesidades y obtener así, un posicionamiento adecuado en la mente del mismo para fomentar nuevamente la compra en los hábitos de los lectores.

Estudiar las posibilidades y recursos de la organización, así como la fijación de objetivos y estrategias para poder llevar a la práctica los planes y programas que se haya propuesto, así como su control, ya que a través de estos se verán reflejados los resultados a fin de que la organización conoz

ca anticipadamente cual es y será su situación al finalizar cada período planeado.

Realizará pronósticos de ventas a fin de efectuar una estimación de las ventas, en nuevos pesos ó unidades físicas (libros) para un período efectivo, esto ayuda a calcular los recursos y posibilidades de producción, comunicando a la Dirección Editorial con anticipación el mercado que desea abarcarse y las obras que desean difundirse, para que exista la cantidad suficiente, y se cumpla con el promedio calculado.

Se deberán coordinar la Subdirección Editorial y la de Finanzas a fin de elaborar presupuestos tendientes a la realización de campañas publicitarias y de promoción, así como de investigación de mercados.

Coordinará y supervisará a los Departamentos de Promoción, Publicidad e Investigación de Mercados quienes serán sus subalternos, y deberán encontrarse estrechamente para lograr los objetivos fijados.

4.6.2.1. DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD.

Con el fin de llegar a fortalecer una posición en el mercado y en el ámbito académico y cultural del país, se establecerá como objetivo fundamental dar a conocer no solo las "novedades" sino el fondo bibliográfico en general, mediante el diseño y seguimiento de estratégias adecuadas de publicidad y promoción.

Se considera que la publicidad y promoción deberán manejarse en forma integral. Debido a que las dos constituyen un apoyo indispensable para:

- La difusión de eventos que se consideren necesarios a realizar.
- Como vehículo para proyectar una imágen permanente de la editorial.
- Estimular las ventas de forma inmediata o en el futuro.

- Superar desprestigios originados de la organización hacia el - - cliente.
- Ayudar a la fuerza de ventas - - para llegar a la gente inaccesible para los vendedores.
- Combatir a la competencia.
- Dar a conocer nuevas publicaciones, cambios e innovaciones en - las ya existentes.
- Desarrollar la imágen de la organización.
- Mejorar las relaciones con los - clientes.
- Entrar en nuevos mercados y - - atraerlos a la organización.
- Crear buenas relaciones de la empresa y mejorar su reputación.

Además tendrán como tareas específicas:

- 1) Registro de novedades (fecha - de entrada, comercialización y precio).
- 2) Elaboración del proyecto de pu

blicidad y promoción.

- 3) Calendarización de publicidad.
- 4) Elaboración de textos publicitarios.
- 5) Elaboración de originales (publicidad y material de apoyo).
- 6) Envío de anuncios.
- 7) Organización de eventos.
- 8) Elaboración de un informe mensual.
- 9) Control de presupuesto.
- 10) Reuniones periódicas con las -
diversas áreas.

La relación que deberán tener los Departamentos de Promoción y Publicidad con las diversas áreas de la organización, serán:

- Relación con los responsables ó jefes de cultura de medios impresos y audiovisuales.
- Relación con agentes de publicidad a fin de establecer convenios de intercambio.
- Relación con responsables de los

diversos foros para organización de eventos.

- Relación con autores de la editorial para coordinar entrevistas y presentaciones.
- Relación con la Dirección Editorial: Se solicitará el plan editorial e información sobre la etapa en el proceso de los libros.
- Relación con la Dirección Administrativa y Subdirección de Finanzas: Se llevará el control de gastos.
- Relación con la Subdirección de Ventas: Se solicitará el plan de comercialización de las novedades para la elaboración del calendario de publicidad. Se proporcionará la relación mensual de actividades y el calendario para la programación de los anuncios.
- Se realizarán reuniones periódicas para analizar la curva de ventas, necesidades y propuestas.

- Relación con la Dirección General: Se presentarán nuevos proyectos de promoción y calendarios de actividades.

Para llevar a cabo una campaña publicitaria, se deberá elegir el tipo de publicidad acorde al contenido del mensaje.

Esta tendrá como características:

La estimulación de ventas, dando información sobre publicaciones que se deseen dar a conocer; así como para recordar la existencia de las obras publicadas con anterioridad.

La publicidad constante atraerá nuevos clientes.

Logrará introducirse a grupos de clientes diferentes.

La organización deberá valerse de determinados medios de difusión de

pendiendo de:

- Los hábitos de los consumidores (meta en cuanto a medios para llegar a los consumidores).
- El grado de eficiencia de los me di os para anunciar.
- El costo del medio en sus diversas categorías.

De acuerdo a lo anterior se seleccionarán como medios publicitarios los siguientes:

- * La radio (como medio masivo) y,
- * La publicidad directa (como complemento).

LA RADIO: Es un medio económico - en comparación con otros medios ma si vi vo s.

Medio adaptable, es decir, que pue de ca mb ia r se el mensaje con rapidez.

Mayor difusión, gran audiencia.

Alto grado de captación.

Selectividad geográfica.

Selectividad desde el punto de vis
ta económico y social.

La radio dentro de los medios masivi
vos es el más idóneo para el cum--
plimiento de los objetivos publicita
rios que se propongan este tipo
de organización para la difusión -
de su información.

El Departamento de Publicidad estable
cerá el número de Spots (anun-
cios), duración de los mismos que
puede ser de cinco, diez, veinte,-
treinta, cuarenta ó sesenta segun-
dos ó por palabras, la calendarizaci
ón frecuencia y período en que -
se transmitirán, días y meses du--
rante el año, y la elección de es-
tación ó radiodifusora en la que -

se dará a conocer el anuncio.

PUBLICIDAD DIRECTA: Comunmente conocida como correo directo, en la que se enviará al posible cliente ó consumidor catálogos, folletos y trípticos que contengan información acerca de la organización y sus nuevas publicaciones, ó de modificaciones en las ya existentes y otras obras que se quieran publicar.

Se podrán elaborar carteles que se les proporcionan a los clientes mayoristas para que sean colocados en los puntos de venta y se dé a conocer más la organización.

Para lo anterior se podrán elaborar requisiciones que se enviarán al Departamento de Compras para investigar precios, tiempos de entrega, etc., ya que por tratarse de cuestiones publicitarias el término de oportunidad es muy importan-

te.

4.6.2.2. DEPARTAMENTO DE PROMOCION.

Este Departamento dependerá directamente de la Subdirección de Mercadotecnia, y se encargará de buscar estrategias adecuadas para dar a conocer las novedades y el fondo editorial con que se cuente, auxiliándose de la cooperación de los Departamentos de Investigación de Mercados y Publicidad.

Se deberá proponer la constante búsqueda de prospectos que puedan llegar a ser clientes, promocionando no solo las obras sino también el buen servicio y la imagen que se desee darse a la Compañía, para esto se tendrá que conocer perfectamente el fondo y contenido de las obras, así como el servicio a ofrecer, garantías y condiciones para evitar cualquier mala interpretación que pudiera llegar a

existir, y asegurando al máximo la creación de adopciones de obras.

Para lo anterior se tendrán que efectuar visitas periódicas, concertar citas, procurando crear interés en el cliente, para esto las personas que cubran estos puestos contarán con ciertas características tales como presencia, educación, buenos modales, facilidad de palabra, don de convencimiento, amabilidad, y sobre todo expresarse sin demostrar actitudes negativas como presiones ó insistencias inadecuadas que puedan llegar a molestar ó incomodar al prospecto, dejando siempre las puertas abiertas a otra visita, si el prospecto no se prestara a los intereses de nuestro promotor él no deberá mostrar desinterés hacia el prospecto.

Deberá adecuar las posibles adquisiciones a las políticas impuestas por la organización, refiriéndose

a descuentos, créditos y tiempos -
de entrega a las necesidades de -
los clientes.

Buscará la manera de averiguar las
acciones realizadas por la compe--
tencia, así como las obras que se
intenten colocar, identificando -
posteriormente puntos claves que -
sirvan de apoyo al momento de de--
sempeñar sus funciones.

Será importante que después de co-
locar las obras, se vuelva a visi-
tar a los clientes para conocer -
sus inquietudes, y verificar nues-
tra situación en el mercado, dando
pauta a tomar medidas correctivas
y preventivas sobre contingencias
posteriores, permitiendo así el me-
joramiento del servicio.

Buscará la manera de enterarse de
las quejas ó inconformidades que -
reporten, haciéndolo del conoci- -
miento de la Subdirección de Mercau

dotecnia, para que esta a su vez -
lo comente con Ventas ó Comerciali-
zación para tomar las medidas per-
tinentes.

Se elaborarán planes y presupues-
tos de viaje, determinando perfec-
tamente bien el mercado que se de-
see abarcar, pidiendo que los pro-
motores traigan comprobantes de to
dos los gastos hechos a nombre de
la razón social de la Compañía.

Como medida preventiva se podrán -
escribir los datos completos de --
las visitas para comprobar que - -
realmente se hayan efectuado di- -
chas visitas, y aparte podrán ser
de utilidad para completar el catá
logo de clientes.

Elaborará reportes que contengan -
fecha, razón social del cliente, -
nombre del responsable y persona -
que atendió con el fin de calenda-
rizar las actividades y no fallar

a las citas concertadas.

Será importante conocer la zona geográfica correspondiente y estudiar la ruta a desempeñar, auxiliándose de mapas Guía Roji, con esto se evitarán pérdidas de tiempo que pueden convertirse en ausencias a citas.

Se encargarán de la distribución de folletos, trípticos y carteles en puntos estratégicos.

En caso de existir ferias que se consideren de interés, deberán ir bien preparados, conociendo el material expuesto, estando dispuestos a brindar un excelente servicio y atención al público existente.

Mantener respeto y lealtad a la organización, quedando estrictamente prohibida la exhibición ó promoción de cualquier otro tipo de ma-

terial ó mercancía, así como productos diferentes al de la Compañía.

4.6.2.3. INVESTIGACION DE MERCADOS.

Su objetivo principal será suministrar información referente a necesidades, preferencias por contenido, precio, legibilidad, etc., tomando en cuenta aquellos factores que puedan afectar la colocación de obras, buscando siempre ser objetivos y realistas, procurando disminuir costos, contando con personal especializado para su formulación y su aplicación.

Se efectuarán investigaciones preliminares, hipótesis, pruebas piloto, análisis e interpretaciones, así como elaboración de pruebas finales, de tipo formas, evaluación de resultados para comunicarlos a la Dirección de Mercadotecnia, y así ésta podrá tomar decisiones -

adecuadas.

Podrá auxiliarse de la observación, de interrogatorios y entrevistas personales, de tipo telefónico ó por correo.

Se deberán elaborar preguntas diversas de tipo introductorio, abiertas, cerradas, de opción múltiple de foltro (en las que se puede elegir cualitativamente a los interrogados) de evaluación (el cuestionado expresa su juicio u opinión), de control (se evaluará exactitud y coherencia de las respuestas obtenidas).

Se verificará por medio de las pruebas piloto el aseguramiento de la utilidad de los cuestionarios, que el orden de las preguntas sea el adecuado, conocer el tiempo en que se realizan las entrevistas y limitarlo si se considera necesario.

Entre otras cuestiones se considera necesario averiguar si las obras contienen los atributos deseados, que su contenido brinde un rendimiento seguro, que su producción no creará el estancamiento en almacenes, identificar en qué medio será conveniente realizar las promociones y publicidad, si el precio es el que el cliente está dispuesto a pagar, etc.

4.7. DIRECCION DE COMPRAS.

Deberá contarse con una persona especializada al cargo, que conozca las necesidades generales de la organización, para saber qué, cuándo y dónde se debe comprar lo que se necesita.

Deberá recibir requisiciones elaboradas por las Direcciones, Subdirecciones y Departamentos que lo necesiten, autorizando a la Dirección de Compras la adquisición de insumos ó servicios que cubran las necesidades ahí indicadas, será conveniente que dicha requisición contenga:

Nombre de la Dirección, Subdirección ó Departamento solicitante.

Número de requisición.

Fecha de elaboración.

Lugar dónde se requiere.

Descripción de características de bienes o servicios.

Cantidad

En caso de ser urgente ó especial describir los motivos.

Firma y nombre de la persona que autoriza.

Costo estimado.

Las funciones de ésta Dirección deberán ser las siguientes:

Obtención de precios.

Elaboración y entrega del pedido al proveedor.

Elaboración de solicitud de cotización.

Selección de proveedores.

Dar seguimiento al pedido.

Hacer negociaciones con proveedores.

Llevar buenas relaciones con proveedores.

Es muy conveniente llevar actualizado el catálogo de proveedores.

Aprobar presupuestos, apoyándose en consultas a la Subdirección de Finanzas.

Llevará una estrecha relación con la Dirección Editorial, ya que tal vez ésta sea la que más requiera la ayuda de ésta Dirección, y de quien más instrucciones reciba.

Constatará el tiempo de entrega, informando a Editorial y Ventas, así como quien lo necesite.

Informar cuando no exista el material necesario - para ver si se puede sustituir por otro, ó por el contrario verificará que ya no se cuente con ese material dentro de la Compañía para evitar duplicaciones.

Elaborará órdenes de compra para formalizar si operaciones ante los proveedores, ésta deberá contener:

Número de requisición.

Razón social del proveedor.

Instrucciones de entrega.

Descripción, calidad, precio total, descuentos, lugar y fecha de entrega.

Instrucciones de facturación, especificando el número de copias de la factura y nuestra Razón Social.

Condiciones de pago.

Tipo de material.

Firma que autorice.

Al seleccionar proveedores se podrán incluir en la elección a proveedores no conocidos, ya sea por necesidad, por ser la primera compra que se hace, por romper con un proveedor conocido que está fallando se entrega ó calidad, ó por investigación como alternativa para casos de urgencia.

Es importante que el comprador conozca a los encargados del lugar que nos provea, evitando hacer otro tipo de compromisos con ellos.

4.8. DIRECCION EDITORIAL.

Se encargará de llevar un control, sobre las obras existentes, estando al día en lo que se refiere a cantidades, auxiliándose del almacén, previniendo los agotamientos de libros, coadyuvando así a la menor cantidad de faltantes dentro del fondo editorial.

Coordinará funciones con la Dirección de compras y el Departamento de Producción.

Se encargará de la recepción de originales de - -

obras nuevas que sean prospectos de nuevas publicaciones, verificando su contenido y elaborando un diagnóstico de conveniencia, dicho diagnóstico se prestará a la autorización de la Dirección General ó en su caso del Consejo de Administración, una vez autorizada la publicación se procederá a efectuar acuerdos con los autores respecto al porcentaje que la editorial está dispuesta a otorgar, dando un plazo razonable para que el autor comunique su decisión.

Una vez obtenido el consentimiento del autor, se elaborará el contrato correspondiente especificando la relación de la razón social de la Editorial con el nombre del autor ó Institución que elaboró la obra.

Cláusulas que contendrán la declaración del autor autorizando a la Editorial la publicación de la obra.

- Cantidad del tiraje.
- Número de edición.
- Permiso del autor para imprimir un determinado porcentaje de obras para prevenir defectos de impresión, encuadernación, realización de promoción

nes etc. sin derecho a participar en la garantía de los mismos.

Los gastos de impresión y encuadernación en rústica quedarán cubiertos en su totalidad por la Editorial.

En aquellos casos en que el autor exprese su deseo de que la obra se empaste en tela, los gastos de encuadernación correrán por su cuenta descontándose del pago correspondiente a sus regalías.

Según el acuerdo de las partes contratantes se efectuarán pagos correspondientes a sus derechos de autor, los cuales podrán variar; en ocasiones se liquidará el total del importe correspondiente al salir la obra a la venta. En otros casos se otorgará a cuenta el primer pago al salir la obra a la venta, el segundo pago se elaborará al haber transcurrido el primer mes después de salir la publicación a la venta, y la liquidación final cubriendo ya el importe total del adeudo se realizará al finalizar el segundo mes después de haber salido a la venta la obra publicada.

Otra forma de acordar el pago es de manera mensual,

dependiendo del volúmen de ventas obtenido.

El precio de venta se deberá acordar entre las dos partes contratantes tomando en cuenta el costo y - características de la obra, y en caso de desacuerdo prevalecerá la opinión del editor.

Es importante fijar que la Editorial quedará en libertad de definir el descuento que acuerde otorgar a otros comerciantes del ramo.

Especificar la cantidad de obras sin cargo que se deberá otorgar al autor para los fines que el re- quiera en su caso.

La editorial deberá entregar recibos comprobantes en cada pago que se realice al autor, el título de la obra, número de edición, el importe del pago - correspondiente especificando con número y letra, - descuentos correspondientes al registro de contra- to en la Dirección General de Derechos de Autor.

Otro descuento se hará al exceder el pago a 39 ve- ces el Salario Mínimo General del área metropolita na, descontando el importe correspondiente al 10% por concepto de ISR.

Cuando sean pagos al extranjero se descontará el -
15% por concepto de retención de pagos al extranje
ro que se acordará con anticipación.

En aquellos casos de autores finados se pagarán -
los derechos del libro a sus herederos ó albacea,-
agregando a dicho pago el 10% por concepto de IVA.

Esta Dirección recibirá informes de costos, obras
en proceso, y tiempos de entrega.

Se deberá informar a la Dirección General ó Conse-
jo de Administración aquellos requerimientos ó au-
torizaciones, así como sugerencias en trato de au-
tores especiales.

Se autorizarán todas aquellas requisiciones de com
pra que se deban efectuar para los fines que con--
vengan a la producción oportuna, existiendo una es
trecha relación con la Dirección de Compras.

Una vez firmando el contrato, las partes contratan
tes podrán proceder al registro en las oficinas de
derechos de autor, en donde se entrega una forma -
que deberá llenarse y entregarse con una copia - -
acompañada de su contrato original y copia, así -

como de dos ejemplares de la obra sellados y firmados por el representante legal, en caso de que el contrato se celebre con un heredero ó albacea se - deberá llevar también una copia de la sucesión testamentaria señalando al sucesor de derechos y su - aceptación de poder.

SOLICITUD DE REGISTRO

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA CONTROL _____
 DIRECCION GENERAL DEL DERECHO DE AUTOR
 DEPARTAMENTO DE REGISTRO PUBLICO
 MARIANO ESCOBEDO No. 438 1er. PISO
 11590.- MEXICO, D.F.

(Nombre y apellidos completos o razón social del solicitante)

Representado por _____
 (Llénese en caso de que promueva el Representante legal)

Con domicilio para recibir notificaciones o toda clase de documentos: Anótese la calle, número, colonia, Entidad Federativa y Código Postal.

TEL: _____

Solicita el registro a favor de _____

De la obra titulada: _____

Para lo cual acompañó _____ ejemplares debidamente firmados.

Al efecto manifiesto que dicha obra _____
 (Indicar sí es inédita o la fecha en

que se dio a conocer y en su caso, el número de la edición)

Así como el contrato de EDICION () AUTORIZACION () SESION DE DERECHOS ()

Celebrado entre _____
 (Mencionese en primer término el nombre de quien -

(es) de (n) derecho(s), y a continuación el nombre del cesionario)

Nombre del (de los) Autor(es) _____

Domicilio _____ Tel: _____

Lugar de nacimiento _____ Nacionalidad _____

Nombre(es) del (de los) coautor(es) colaborador(es) _____

EN CASO DE SER COLABORADOR ESPECIFICAR SI LA COLABORACION SE REALIZO EN FORMA GRATUITA O REMUNERADA? SI NO ES SUFICIENTE - EL ESPACIO, ANEXAR HOJAS CON LOS DATOS DE LOS COLABORADORES.

SEÑALE CON (X) LA CLASE DE TIPO DE OBRA DE CONFORMIDAD CON LAS CARACTERISTICAS DE LAS RAMAS SIGUIENTES:

LITERARIA ()	CUENTO, POESIA ()	PLASTICO ()
PEDAGOGICA ()	TEATRO Y GUIONES ()	ARQUITECTURA ()
DIDACTICA ()	ARTISTICA ()	FOTOGRAFIA ()
CIENTIFICA ()	DANZA, PANTOMIMA ()	CINE Y T.V. ()
TECNICA ()	COREOGRAFICA ()	MUSICAL ()
JURIDICA ()	FICTORICA ()	CON LETRA ()
COMPUTACION ()	DIBUJO GRABADO ()	SIN LETRA ()
	ESCULTORICA Y DE CARACTER ()	

EN CASO DE QUE LA OBRA CUYO REGISTRO SE SOLICITA SER ALGUNA
VERSION DE LAS QUE SE INDICAN A CONTINUACION SEÑALE CON UNA
(X)

ARREGLO () AMPLIACION () ADAPTACION () COMPENDIO ()
TRANSFORMACION () TRADUCCION () COMPLICACION () OTROS ()

UNICAMENTE EN EL CASO DE QUE LA OBRA CUYO REGISTRO SEA ALGU-
NA VERSION DEL SUPUESTO ANTERIOR, DEBERA PROPORCIONAR LOS -
DATOS SIGUIENTES:

NOMBRE DEL AUTOR PRIMISENTO _____

TITULO ORIGINAL DE LA OBRA EN QUE SE BASO _____

IDIOMA ORIGINAL _____

MEXICO, D.F. A _____

PROTESTO LO NECESARIO _____

(FIRMA Y NOMBRE DEL SOLICITANTE O -
REPRESENTANTE LEGAL)

NOTA IMPORTANTE: Después de realizar el pago correspondien-
te deberá presentar los comprobantes res-
pectivos ante la Dirección General, en la
inteligencia de no hacerlo así, se declara
abandonado el presente trámite.

NO ESCRIBIR EN ESTOS ESPACIOS

EXPIDASE ORDEN DE COBRO POR LA CANTIDAD DE \$ _____

POR CONCEPTO DE: _____

RECEPCION, ANALISIS Y ESTUDIO () INSCRIPCION ()
COTEJO DE DATOS ()

PARA LO CUAL SE RECIBIERON:

EJEMPLARES _____ COMP. MUS. _____ FONOGRAMAS _____

CONTRATOS _____

FONOGRAMA OBJETO ()

COMBINACIONES ()

AMBOS PROGRAMAS ()

TIPO DE SOPORTE MATERIAL _____

ANEXOS _____

UTILIZANDO LA FORMA _____

ARTICULOS _____

DICTAMINADOR _____

INFORMAUTOR TELS. 545 04 46 250 75 69

La solicitud anterior se debe elaborar con el fin de obtener el registro otorgado por la Dirección - General de Autor del Departamento de Registro Público.

Lo anterior se liquidará en la Tesorería del Departamento del Distrito Federal, esto finalizará en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

4.8.1. SUBDIRECCION DE PRODUCCION.

Se encargará de elaborar las requisiciones pertinentes, con el fin de obtener presupuestos de cotizaciones realizadas por los proveedores, en muchos casos será conveniente obtener el papel con el fin de reducir costos, para esto deberá existir como ya se mencionó anteriormente una estrecha relación con la Dirección de Compras, que deberá elegir al proveedor más adecuado, una vez hecho esto, se procede a informar a la Dirección Editorial el importe de la cotización, y comunicando a la Subdirección de Finanzas para consultar el presupuesto deseado, recibiendo una requisición por parte de la imprenta en la cual se manifieste la cantidad requerida de papel y cartulina para proceder a su entrega ó a su adquisición si así se requiere, dicha requisición deberá ir acompañada de una orden de pedido para formalizar la transacción, y poder dar seguimiento al pedido.

Sería de gran utilidad la elaboración de una orden de producción que deberá contener:

Título.

Autor.

Tipo de papel.

Cartulina.

Número de páginas.

Medidas requeridas.

Datos del impresor y en su caso del encuadernador tales como: Dirección, población, C.P., fecha, teléfono y fecha de entrega.

Descripción de unidades, cantidades, precio unitario y observaciones del papel, cartulina, de la impresión de libros, de la impresión de forros, el laminado ó barnizado, encuadernación y otros, con datos como éstos será sencillo determinar costos y porcentajes correspondientes a Derechos de Autor, y así podrán realizarse comparaciones con costos anteriores en caso de ser libros que no son de primera impresión.

En los casos en que haya de proporcionarse el papel al impresor será conveniente indicar el tipo de papel, el costo por millar, el total y el costo del libro, el nombre del autor, el número de edición y el número de ejemplares, así como la firma del responsable que autoriza.

Se deberá efectuar la elaboración de costos mensuales para determinar cantidades a descontar a autores en casos de pastas en tela, ó en caso de necesitar obtener informes comparativos con ventas, esto en coordinación con la Subdirección de Ventas, Inventario de Mercados y Promoción.

C O N C L U S I O N E S

En base a la presente investigación se ha concluído que es importante poner énfasis a la estructura administrativa con que cuentan las Empresas Editoriales en México, por tal motivo se presenta un diseño de Sistema Administrativo en el cual se describen actividades y funciones inherentes a este tipo de organización, definiendo puestos que se consideran claves para cualquiera de ellas.

Para un mejor entendimiento y para la obtención de una visión clara de este tipo de organizaciones se muestran los trámites legales lo más actualizados que fué posible, lo referente a Derechos de Autor y el proceso productivo que se sigue por lo regular, que son aspectos necesarios para conocer y tener una idea real no solo de este tipo de organizaciones sino de lo que rodea permanentemente desde su constitución hasta la publicación de cada una de sus obras.

Para finalizar diremos que es sumamente satisfactorio el hecho de haber realizado la presente investigación, dado que en lo personal es un tema de interés, de actualidad y del que existe muy poca información al respecto; por lo anterior se espera sea considerada no solo de interés, sino también de utilidad para quienes conforman este medio, y a quien corresponda para fines de consulta académica.

B I B L I O G R A F I A

- LEY DE SOCIEDADES MERCANTILES Y COOPERATIVAS.

Colección Leyes y Códigos de México.

46a. Edición.

México, 1992.

Editorial Porrúa, S.A.

- LEGISLACION SOBRE DERECHOS DE AUTOR.

Colección Leyes y Códigos de México.

13a. Edición.

México, 1992.

Editorial Porrúa, S.A.

- HARTLEY E. JACKSON.

Introducción a la Práctica de las Artes Gráficas.

8a. Reimpresión.

México, 1990.

Editorial Trillas.

- LOREDO HILL, Adolfo.

Derecho Autoral Mexicano.

1a. Edición.

México, 1982.

Editorial Porrúa, S.A.

- ZORRILLA, Santiago.
Guía para elaborar la Tesis.
1a. Edición.
México, 1990.
Editorial Mc Graw Hill.

- FISCHER, Laura.
Mercadotecnia.
Nueva Edición Revisada.
México, 1988.
Nueva Editorial Interamericana.

- STONER, James A.F.
Administración
Segunda edición
México, 1984.
Prentice-Hall Hispanoamericana.