



# **INFORME SOBRE EL PRECIO FIJO DE LOS LIBROS**

Septiembre 1997

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

## INDICE

<b>SÍNTESIS</b> .....	3
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	5
<b>2. EI SECTOR DEL LIBRO EN ESPAÑA</b> .....	6
2.1. Descripción del sector .....	6
2.2. La ordenación del sector .....	11
2.3. Cambios de escenario en el sector .....	14
<b>3. LA FIJACION EN ORIGEN DE LOS PRECIOS AL DETALL EN EL MERCADO DEL LIBRO EN ESPAÑA</b> .....	16
3.1. La fijación vertical de los precios desde el punto de vista de la competencia .....	16
3.2. La conducta de fijación de los precios al detall en el sector del libro en España.....	17
3.3. Crítica a los argumentos empleados en el debate sobre el precio fijo de los libros.....	19
3.3.1. La protección de los títulos de venta lenta.....	19
3.3.2. La oferta de servicios complementarios.....	20
3.3.3. La protección del pequeño librero.....	20
3.3.4. La doble fijación de márgenes.....	21
3.3.5. La difusión de la cultura.....	21
3.3.6. El estímulo a la creación literaria.....	22
<b>4. EXPERIENCIAS LIBERALIZADORAS DESARROLLADAS EN OTROS PAISES</b> .....	22
<b>5. CONCLUSIONES</b> .....	27
<b>6. RECOMENDACIONES DEL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA</b> .....	29
<b>7. RECOMIENDA</b> .....	30

## CUADROS

Cuadro I, Ventas de libros en España en el año 1995.....	7
Cuadro II, Composición de los grandes grupos editoriales españoles en el año 1993 .....	9
Cuadro III, La cadena de valor del libro .....	12
Cuadro IV, Organización del sector del libro .....	14
Cuadro V, Regímenes de precios en el mercado europeo del libro .....	23

## SINTESIS

La fijación en origen del precio de los libros cuenta con amparo legal en España de acuerdo con la Ley 9/75, de 12 de marzo, de Régimen especial para la promoción, producción y difusión de libros. Esta norma, fiel reflejo del intervencionismo administrativo en la economía, establece en su artículo 33 que: "..el precio de venta al por menor de libros al público se realizará al precio fijo que figurará impreso en cada ejemplar...".

La práctica de descuentos sobre el precio fijo se desarrolló reglamentariamente en el Real Decreto 484/90, de 30 de marzo, sobre el precio de venta al público de los libros, que señala en su artículo 1 que: "... el precio de venta al público al contado podrá oscilar entre el 95 por ciento y el 100 por cien del precio fijo..." .

El Tribunal de Defensa de la Competencia ha manifestado reiteradamente que la fijación de los precios de un bien o servicio, tanto si es de carácter horizontal, por acuerdo entre los competidores, como si es de carácter vertical, por imposición o por simple recomendación de los fabricantes a los revendedores, constituye una de las infracciones más graves de las normas de la competencia. Salvo en casos excepcionales, el Tribunal ha señalado que la fijación vertical de los precios supone una infracción de lo dispuesto en el artículo 1 de la Ley 16/89, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia. No obstante, esta Ley establece en su artículo 2 que sus criterios no serán de aplicación cuando la restricción vertical cuente con amparo legal como ocurre en el caso del libro. En ausencia de precio fijo, la competencia en precios entre los librerías se traduciría en una diversidad de precios, clara expresión de la competencia, que contribuiría a la racionalización del sector y favorecería a los consumidores.

Frente a los argumentos utilizados tradicionalmente en defensa de la fijación en origen del precio de los libros y la prohibición de la práctica de descuentos, el Tribunal considera que estas conductas: no protegen la creación literaria; restringen las ventas de libros; reducen el poder adquisitivo de los ciudadanos; no protegen los títulos de venta lenta y, por tanto, no ayudan ni a los editores ni a los librerías que se especializan en dichos títulos; no incrementan los servicios ofrecidos por el librero vinculados a la venta; no protegen a las pequeñas librerías de su desaparición ni de la amenaza de los grandes establecimientos de distribución al detall; restringen la modernización del tejido comercial librero; perjudican al comprador habitual de libros, pero también al comprador ocasional, limitando la difusión de los hábitos de lectura entre los

## **SÍNTESIS**

(Continuación)

ciudadanos; favorecen la estabilidad del reparto de las rentas derivadas de la no competencia entre los distintos operadores, lo que se materializa, de hecho, en la consolidación de una estructura de mercado similar a un cártel; y, finalmente, constituyen una medida desproporcionada para dar solución al problema de la doble imposición de márgenes.

Por todas estas razones, en opinión del Tribunal, no resulta justificable desde el punto de vista de la competencia mantener la regulación de precio fijo en el sector del libro en España, una regulación cuya supresión podría suponer un ahorro para los ciudadanos superior a los 50.000 millones de pesetas al año.

En conclusión, considera el Tribunal que el reforzamiento de la competencia en el sector del libro constituye un elemento complementario de la política cultural, ya que: por un lado, el abaratamiento de los libros aumentará el número de ejemplares vendidos, favoreciendo el acceso de los ciudadanos a la cultura y estimulando la actividad creadora; y, por otro, la mayor competencia entre los agentes impulsará la modernización del tejido comercial librero e incrementará la oferta de servicios en beneficio de los consumidores y de la cultura, tal como ponen de manifiesto las experiencias liberalizadoras llevadas a cabo en diversos países comunitarios. Adicionalmente, la liberalización del mercado tendrá efectos positivos sobre la inflación.

Por todo ello, el Tribunal propone la retirada del amparo legal a la fijación en origen de los precios en el sector del libro mediante la derogación de la actual regulación de precio fijo y el paso gradual a una situación de libertad de precios en el mercado. El proceso debería iniciarse mediante la sustitución de la regulación actual por un sistema de precios establecidos por el editor sobre los que se puedan practicar descuentos progresivamente crecientes por parte de los detallistas durante un período transitorio de tres años. Tras otro período caracterizado por la libertad de descuentos, debería procederse a la liberalización total, dejando que los mecanismos del mercado determinen los precios de venta al público de los libros. En todo caso, la aplicación de descuentos deberá respetar las prescripciones normativas en materia de venta a pérdida, así como cuanto está previsto en la Ley de Defensa de la Competencia.

## 1 INTRODUCCIÓN.

El acceso de los ciudadanos a los bienes culturales y su participación en la creación de los mismos han sido considerados tradicionalmente dos objetivos primordiales de la acción del Estado en el ámbito de la cultura. La creación literaria y científica, plasmada físicamente en los libros, constituye una manifestación concreta de la riqueza intelectual y la creatividad de una sociedad. Los libros tienen una proyección universal que supera las barreras del espacio y del tiempo y sirven, de este modo, a una mayor difusión del conocimiento.

Sin embargo, en el debate sobre la promoción de la cultura, a menudo se han utilizado argumentos en defensa del desarrollo de marcos reguladores protectores de la industria y del comercio cultural, cuya aplicación ha podido distorsionar el funcionamiento del sector dificultando el logro de los objetivos buscados.

La posición defendida por los libreros londinenses en el año 1829 constituye un antecedente de ello. En aquel año dicho colectivo se erigió en defensor de la prohibición de la práctica de descuentos en los libros, señalando que dichos descuentos estaban dañando la "respetabilidad del negocio" y que debían prohibirse a fin de promover una cooperación cordial y permitir que tanto los editores como los libreros pudieran disponer de "aquellos beneficios a los que respectivamente tenían derecho". Nació así la práctica, y con ella la controversia, sobre el precio fijo de los libros que se convertiría posteriormente en una fuente permanente de debate en la práctica totalidad de los países europeos.

No obstante, lejos del tipo de argumentaciones basadas en el interés privado utilizadas en el pasado por los libreros londinenses, en la actualidad se apela a objetivos culturales en defensa del mantenimiento de la regulación restrictiva de los precios de los libros. De esta forma se enmascara la verdadera esencia del problema. La fijación en origen de los precios es una cuestión económica, no cultural.

En España, la fijación en origen del precio de los libros, también conocida como cláusula de mantenimiento del precio de reventa (en adelante MPR), cuenta con amparo legal de acuerdo con la Ley 9/75, de 12 de marzo, de Régimen especial para la promoción, producción y difusión de libros. Esta norma establece en su artículo 33 que: "..el precio de venta al por menor de libros al público se realizará al precio fijo que figurará impreso en cada ejemplar...".

El MPR es una conducta de mercadotecnia que consiste en que el fabricante de un producto concreto obliga a los distribuidores minoristas a ofertarlo a un precio

determinado establecido por él, ya sea debido a que dispone de poder de mercado o a que existe una regulación específica que ampara dicha conducta.

Por su parte, la prohibición de aplicar descuentos sobre el precio fijo se desarrolló reglamentariamente en el año 1990. En concreto, el Real Decreto 484/90, de 30 de marzo, sobre el precio de venta al público de los libros, señala en su artículo 1 que: "... el precio de venta al público al contado podrá oscilar entre el 95 por ciento y el 100 por cien del precio fijo..."; y, en su artículo 3 que: "...podrán venderse los libros con los descuentos máximos que se especifican en los siguientes casos: en el Día del Libro y Ferias del Libro, Congresos o Exposiciones del Libro,..., con un descuento máximo del 10 por 100,..., y cuando el consumidor final sean Bibliotecas, Archivos, Museos, Centros docentes legalmente reconocidos o las Instituciones o Centros cuyo fin fundacional sea científico o de investigación, con un descuento máximo del 15 por 100". Se admitía, pues, que los márgenes de cada uno de los agentes del sector pudieran ser superiores a los habituales.

El objetivo del presente Informe es analizar los efectos de las normas reguladoras de la fijación en origen de los precios al detall en el mercado del libro español desde el punto de vista de la competencia y formular propuestas de modificación de las mismas al Gobierno, de acuerdo con lo previsto en el artículo 26 de la Ley 16/89, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante LDC), con el ánimo de favorecer un funcionamiento más competitivo y eficaz de dicho mercado. Se tratará de demostrar que el sistema de fijación en origen de los precios al detall no permite obtener los efectos beneficiosos que han justificado su adopción. Y todo ello con el convencimiento de que el impulso a la competencia en el mercado del libro constituye un elemento esencial de la política cultural, ya que: por un lado, la competencia favorecerá el abaratamiento del precio de los libros y el consiguiente aumento de los ejemplares vendidos, hecho que promoverá un mayor acceso de los ciudadanos a la cultura y estimulará la actividad creadora; y, por otro, la mayor competencia entre los agentes que operan en el mercado impulsará la modernización del tejido comercial librero e incrementará la oferta de servicios en beneficio de los ciudadanos y de la cultura.

## **2 EI SECTOR DEL LIBRO EN ESPAÑA**

### **2.1 Descripción del sector**

La cifra de ventas estimada de las empresas editoriales en España se situó en 360.200 millones de pesetas en el año 1995. Sin embargo, este valor resulta claramente infravalorado, dado que incluye exclusivamente las ventas de las editoriales asociadas a la Federación de Gremios de Editores de España (en

adelante, FGEE). Si se considera el resto de pequeñas editoriales que no pertenecen a esta Federación (alrededor de 3.000), dicha cifra superaría los 400.000 millones de pesetas.

**CUADRO I**  
**VENTAS DE LIBROS EN ESPAÑA EN EL AÑO 1995**  
 Millones de pesetas

<u>Tamaño</u> <u>de la empresa editorial</u> (1)	<u>1995</u> (2)	<u>(%)</u>
Grande	225.540	62,6
Media grande	57.490	16,0
Media media	35.650	9,9
Media pequeña	28.540	7,9
Pequeña	12.980	3,6
Total	360.200	100

(1) La dimensión empresarial responde a las siguientes cifras de facturación anual: Grande, más de 3.000 millones de pesetas; Media grande, entre 1.000 y 3.000 millones de pesetas; Media media, entre 400 y 999 millones de pesetas; Media pequeña, entre 100 y 399 millones de pesetas; Pequeña, menos de 100 millones de pesetas.

(2) Cifra de ventas incluyendo el IVA.

Fuente: Federación de Gremios de Editores de España

Un primer hecho destacable es la importancia de las grandes empresas editoriales y de los conglomerados empresariales. Como se puede apreciar en el Cuadro I, las empresas editoriales que facturan más de 1.000 millones de pesetas anuales realizan el 78,6 por ciento de la facturación estimada total. No en vano, a lo largo de las últimas décadas, el sector de la edición ha registrado un proceso de concentración de actividades que se ha materializado en la constitución de grandes grupos empresariales que integran a menudo, junto a las editoriales, a empresas de artes gráficas, de distribución mayorista, e incluso de distribución minorista. Por ejemplo, más del 60 por ciento de las empresas que pertenecen a la FGEE cuya facturación es mayor a 1.000 millones de pesetas anuales están integradas en algún grupo editorial.

Un ejemplo de la relevancia de los grupos editoriales que operan en España puede verse en el Cuadro II. Destaca entre ellos, por su dimensión, el Grupo Planeta, cuya facturación en el año 1995 alcanzó los 130.000 millones de pesetas, seguido a gran distancia por el Grupo Bertelsmann, cuya facturación anual, que ronda los 30.000 millones de pesetas, procede, principalmente, de la Editorial Plaza y Janés y del Círculo de Lectores. Tras ellos se encuentran el Grupo Anaya y el Grupo Santillana, que registraron unas cifras de ventas de alrededor de los 25.000 y 11.000 millones de pesetas respectivamente.

En cuanto a los canales de distribución de los libros, de acuerdo con la FGEE, el 56 por ciento de las ventas de las editoriales se realiza directamente al distribuidor minorista, mientras que el 44 por ciento restante se realiza a través de distribuidora. En el tramo minorista, destacan las librerías tradicionales, que cuentan con una cuota de mercado del 32,2 por ciento, seguidas por las empresas dedicadas a la venta puerta a puerta, con un 17,2 por ciento, los quioscos, con un 15,9 por ciento, las grandes superficies, con un 9,3 por ciento, los clubes del libro, con un 5,8 por ciento, las empresas de venta a crédito, con un 5,2 por ciento, y la venta por correo, con un 4,7 por ciento. Otros canales de distribución minorista de menor importancia acumulan el 9,7 por ciento restante.

Finalmente, acerca de la composición del fondo editorial del mercado español del libro, en el año 1995 la producción del sector editorial contabilizó 43.750 nuevos títulos, situándose el número de títulos vivos en catálogo en 172.380. De ellos, el 20,1 por ciento corresponde a literatura, el 9,4 y el 14,8 por ciento, a libro de texto universitario y no universitario respectivamente, el 15,4 por ciento a ediciones infantiles y juveniles, el 15,1 por ciento a títulos científico-técnicos, y el 14,9 por ciento a ediciones de divulgación general.

Un segmento fundamental del mercado, cuyas características específicas hacen recomendable una mención especial a efectos del Informe del Tribunal, es el del libro de texto. De forma sencilla, puede definirse como aquel libro que corresponde a un programa educativo concreto de estudios obligatorios. Por tanto, se trata de un tipo de libro cuyos contenidos se ven sometidos a la intervención de la Administración, que se demanda de forma estacional (julio-septiembre) y cuya adquisición obligatoria se determina desde el centro educativo. El libro de texto, además, tiene un impacto considerable sobre las economías familiares en los meses de su adquisición, hecho que constituye una de las razones fundamentales de que cada año se reabra el debate público sobre el coste de los libros, algo directamente relacionado con el precio fijo. Por todas estas razones, como se señala en el apartado número cuatro, el Gobierno portugués, por ejemplo, ha dejado recientemente fuera del ámbito de aplicación de la legislación sobre precio fijo a este tipo de libros.

**CUADRO II**  
**COMPOSICION DE LOS GRANDES**  
**GRUPOS EDITORIALES ESPAÑOLES EN EL AÑO 1993**

**Grupo Planeta Editorial**

Ariel, Cívitas, Destino, Deusto, Espasa-Calpe, Forum, Ediciones Insula, Larousse-Planeta, Ediciones Martínez Roca, Ediciones Planeta S.A., Planeta de Agostini, RBA Ediciones, Seix Barral, Temas de Hoy, Multimedia Ediciones, Ediciones Este, Artehogar S.A., Ebrisa, Temáticos Multimedia, Tusquets, Collier, Editores Reunidos, Edicoes Temas de Actualidad, Ediciones Planeta de Argentina S.A.I.C., Ediciones Planeta Chilena S.A., Ediciones Planeta Colombiano S.A., Planeta Internacional S.A., Ediciones Planeta Ecuador, Espasa-Calpe S.A. de México, Planeta Venezolana, Difusión Internacional de México, Ediciones Planeta Mexicana, Ediciones Mosaico S.A., Ediciones Artemisa S.A., Ediciones Joaquín Martínez, Tiempo y Lenguaje y P.F. Collier L.P.

**Grupo Bertelsmann**

Plaza & Janés, Círculo de Lectores, Plaza Joven, Debate y Lumen.

**Grupo Anaya**

Grupo Anaya (Ediciones Anaya, Anaya Grandes Obras, Anaya & Mario Muchnik, Anaya Touring, Anaya Educación), Alianza Editorial, Tecnos, Cátedra, Anaya Multimedia, Anaya Interactiva, Pirámide, Bibliograf, Barcanova, Xerais de Galicia, Algaida, Eudema, Ediciones del Prado, Ediciones Altaya, Aura Comunicación, Alinco, América Ibérica, Fénix, Egartorre Libros, Códice, Luca Editorial, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Versal, El Arquero, Losada, Sumadis, Sagunto, Archivos del Prado, Grech, Anaya Editoriales S.R.L. y Anaya Publishers L.T.D..

## **Grupo Santillana**

Aguilar S.A. de Ediciones, Santillana, Mangold, N. Editorial S.A., Ediciones Grazelema, Canal de Editoriales S.A., Grupo Promotor S.A., Zubia Editoriales, Edicions Obradoiro, Ediciones Voramar, Alfaguara, Altea Taurus, El País/Aguilar, Ediciones Santillana Argentina, Santillana Publishing, Santillana del Pacífico S.A., Santillana S.A. de Perú, Editorial Santillana S.A. de Colombia, Constanza Editores, Editorial Santillana S.A. de Venezuela, Distribuidora Fontanar S.A., Lanza S.A., Ediciones Santillana Inc. de Puerto Rico, Meridiano S.A., Editorial Santillana S.A. de México, Santillana S.A. de Ecuador y Santillana Costa Rica.

## **Otros grupos editoriales**

Alhambra Longman (Alhambra-Longman, Edalmex S.A. de C.V., Distribución Española de Ediciones, Estudios Enlace y Editorial Plus Ultra), Masson S.A. (Ediciones científicas y técnicas y Masson), Océano Grupo Editorial (Ediciones Océano y Ediciones Océano-Exito), Grupo Editorial Wolters Kluwer (Práxis, CISS, La Ley-Actualidad y Colex Data), CEP-Groupe de la Cité Havres (Larousse S.A., Marcombo S.A., Larousse-Planeta y Boixareu), Fundación Santa María (S.M., P.P.C. y Acento), Grupo Ceac (Editorial Ceac, Editorial Timun, Edigrup y Cúpula), Grupo Edebe (Giltza, Marjal, Rodeira y Guadiel), Grupo Zeta (Ediciones B y Zeta Multimedia), Rcs-Fabri-Unidad Editorial (Orbis y Unidad Editorial), Grupo Hachette (Salvat Grandes Obras, Salvat Editores, Publicaciones Periódicas Salvat, Europea de Promoción y Fomento), Grijalbo-Mondadori (Grijalbo, Mondadori, Crítica, Junior, Dargaud, Arca de Junior, Grijalbo-Dargaud y Electra España), Club internacional del libro (Club Internacional del Libro, S.A.P.E. y S.A.E. P.A.), Prensa ibérica (Prensa Ibérica, Prensa Ibérica Books S.L. y Alba Editorial S.L.), Libsa (Agata, Zeus y Libsa) y Edicions 62 (Edicions 62 y Península)

Fuente: Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas. Ministerio de Educación y Cultura.

No obstante, a pesar del interés de analizar con mayor profundidad el sector del libro y los distintos segmentos que lo componen, el presente Informe se circunscribe al estudio de los efectos sobre la competencia derivados de la conducta de fijación en origen de los precios al detall amparada por la

legislación. Por ello, las referencias al sector del libro que se realicen en adelante atenderán exclusivamente a este objetivo. En concreto, en los dos próximos apartados se analizan: en primer lugar, la actual ordenación del sector del libro, consecuencia, entre otros elementos, de la permanencia de la legislación que ampara el MPR en el sector; y, en segundo lugar, los cambios que se están produciendo en el sector del libro que delimitan un nuevo marco para el desarrollo de las actividades económicas en el sector y, por tanto, para su regulación.

## **2.2 La ordenación del sector**

La ordenación del sector del libro es la consecuencia tanto de su evolución histórica como de los elementos reguladores a los que se ha visto sometido. Para comprender el comportamiento de los distintos agentes que operan en este sector es aconsejable retroceder hasta el siglo XVI. Fue en esta época cuando se introdujo por primera vez el conocido como contrato estimatorio que consistía en un acuerdo entre los editores y los detallistas mediante el cual estos últimos mantenían los libros en depósito hasta su venta. Los libreros podían devolver los libros no vendidos al editor. Se establecía así un primer concierto vertical entre el fabricante y el detallista. Con el tiempo, la concertación se extendería al resto de las relaciones entre los distintos operadores del sector y terminaría enraizándose en el mismo como parte de los usos y costumbres.

La general aceptación de dichos usos y costumbres favoreció históricamente la estabilidad del sector, basada en un reparto de rentas entre los distintos operadores, y frenó su adaptación a los cambios de la demanda. Sin embargo, más recientemente, la amenaza que suponía un conjunto de circunstancias para el sistema, como la tendencia hacia la concentración de actividades, la progresiva integración vertical o la aparición de nuevas formas de distribución comercial, provocó la demanda por parte de los operadores del sector de una regulación que asegurara el mantenimiento del statu quo. Con la publicación de la legislación sobre el precio fijo de los libros, la concertación vertical en el mercado del libro recibía el amparo de los poderes públicos.

Esta concertación, lograda en el marco del MPR, ha dotado de una gran estabilidad al reparto de los márgenes sobre el precio fijo de venta al público. En concreto, en la determinación del precio del libro, el editor considera aproximadamente las siguientes componentes exógenas: el autor recibe un 10 por ciento del precio, en un 47,1 por ciento se sitúa el descuento para el distribuidor mayorista y en un 29,8 por ciento el del vendedor minorista. El cuadro III describe la cadena de valor del libro en general y los descuentos medios realizados por los editores españoles en el año 1995 a los distintos canales de distribución en particular. En concreto, la encuesta de la FGEE, VIII Estudio sobre el Comercio Interior del Libro, señala que el valor modal, o

descuento que con más frecuencia se aplica por las editoriales se situó, en el año 1995, en el 50 por ciento para las ventas a distribuidora, en el 30 por ciento en las ventas a librerías y en el 40 por ciento en las ventas a las grandes superficies.

La distribución real de los descuentos en la cadena de valor del libro viene determinada tanto por los usos y costumbres como por el poder de negociación de las partes. La aparente estabilidad del sector proviene del citado reparto de rentas que satisface, sobre todo, a los editores y a los distribuidores mayoristas y al detall, y no así a los autores, a los lectores y a un gran número de establecimientos comerciales.

**CUADRO III  
LA CADENA DE VALOR DEL LIBRO**

**Porcentajes (1)**

Creación literaria	10
Edición	40
Distribución mayorista (2)	20
Distribución minorista (3)	30

- (1) Participación de cada segmento en el precio de un libro en porcentaje.
- (2) El descuento medio total obtenido por las distribuidoras mayoristas de los editores se situó en el año 1995 en el 47 por ciento. Este valor incluye el margen del canal de distribución al detall.
- (3) Dentro de la distribución minorista, los porcentajes medios obtenidos por los distintos canales de distribución al detall en sus relaciones directas con los editores fueron en el año 1995 los siguientes: las librería, el 30 por ciento; las grandes superficies, el 36 por ciento, los quioscos, el 37 por ciento; y, finalmente, las organizaciones de venta a crédito, el 60 por ciento.

Fuente: Asociación Nacional de Editores de Libros y Material de Enseñanza y Federación de Gremios de Editores de España

Considera el Tribunal que no es justificable desde el punto de vista de la competencia que unos comercios que obtienen del editor un descuento sobre el precio final del libro del 36,3 por ciento como media no puedan transmitirles, si lo desean, parcialmente éste amplio margen a sus clientes por imperativo legal.

Pero quizás resulta más injustificable si cabe desde el punto de vista de los consumidores, que una familia no pueda beneficiarse de descuentos superiores al 5 por ciento en la adquisición de los libros de texto que está obligada a comprar cada año para atender a la educación de sus hijos, cuando un gran número de comercios estarían dispuestos a ofrecerle descuentos muy superiores. Un margen del 43 por ciento sobre el coste es suficientemente elevado como para permitir que haya competencia en precios en el sector.

La concertación imperante en el sector del libro ha prevalecido a lo largo de los años por distintas razones. En primer lugar, porque los agentes intervinientes, con la excepción de los consumidores, que son la mayoría de los ciudadanos, no tienen grandes incentivos para sustituirla por una competencia activa en el mismo, tal como ponen de manifiesto sus reiteradas declaraciones a los medios de comunicación. En segundo lugar, porque el concierto vertical entre los operadores ha sido protegido por elementos reguladores. En tercer lugar, porque ambos hechos han frenado el desarrollo de nuevas formas de comercialización que pusieran en cuestión, desde dentro del sector, su funcionamiento. Y, en cuarto lugar, porque las argumentaciones contrarias a esta organización del sector han sido rebatidas por los operadores concertados mediante la apelación a la defensa de la cultura, y ello cuando, generalmente, lo que se cuestionaba era la mayor o menor eficiencia de esta estructura sectorial cartelizada.

En conclusión, se puede afirmar que el mercado del libro constituye un caso específico de mercado que se comporta como un cártel. La mayoría de los comerciantes librerías y de los editores, y en particular los representantes de sus asociaciones, defienden el mantenimiento de la actual organización y regulación del sector, y no es de esperar de los distribuidores mayoristas la crítica a un sistema que les permite disponer de una red de puntos de venta muy fina y que les asegura la estabilidad de sus márgenes sin alterar su vida tranquila.

El Tribunal ha manifestado en numerosas ocasiones que las asociaciones empresariales pueden constituir unos foros idóneos para alcanzar acuerdos restrictivos de la competencia. A este respecto, el sector del libro está bien organizado en sus distintos niveles (creación, edición, distribución mayorista y comercialización al detall) y cuenta con agrupaciones representativas de los intereses de cada grupo que a su vez se integran verticalmente en la Federación Española de Cámaras del Libro (Cuadro IV). Esta Federación constituye para los distintos operadores del mercado el foro de discusión acerca de los problemas que afectan al mismo. No obstante, resulta evidente que se trata también de un marco idóneo para defender la "estabilidad" y el "orden" en el sector.

## CUADRO IV ORGANIZACION DEL SECTOR DEL LIBRO

### Agentes

### Gremios y Agrupaciones

<b>Organizaciones verticales</b>	Federación Española de Cámaras del Libro
<b>Organizaciones horizontales</b>	
- Autores	Asociación Colegial de Escritores
- Editores	Federación de Gremios de Editores de España
- Impresores	Federación Empresarial de Industrias Gráficas de España
- Distribuidores mayoristas	Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones
- Vendedores al detall	Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros

### 2.3 Cambios de escenario en el sector

La progresiva globalización de la actividad económica y la rápida incorporación de los avances tecnológicos a los procesos productivos, de distribución y a la vida cotidiana de los ciudadanos está configurando un nuevo escenario para las actividades industriales y comerciales que exige una rápida adaptación por parte de los operadores de los mercados. El sector del libro no es inmune a esta nueva realidad que está modificando los procesos de impresión, de edición y de distribución de libros. A continuación se analizan algunas de estas modificaciones que evidencian la necesidad de formular nuevas propuestas para solucionar nuevos problemas en el ámbito de la política cultural en general y de los programas de promoción del libro y de la creación literaria en particular.

Durante los últimos años han tenido lugar cambios fundamentales en el proceso tecnológico de la impresión que han sido rápidamente incorporados por la industria. Estos cambios han favorecido la reducción de los costes unitarios de la impresión y han atenuado la importancia de las economías de escala en la actividad de impresión de libros. En la actualidad, es necesario un número menor de libros para llevar a cabo una edición rentable, se ha reducido el coste de la reimpresión y del almacenamiento y, con ello, han aumentado la facilidad y velocidad con las que un título puede ser reimpresso para satisfacer la demanda. De esta forma, los editores han visto disminuir considerablemente los costes en los que incurrían como consecuencia de la incertidumbre acerca de la dimensión

adecuada de la impresión inicial de un título concreto.

Asimismo, la introducción progresiva de catálogos informatizados y de sistemas electrónicos de búsqueda y reserva de libros en los puntos de venta está permitiendo al comercio de librería controlar sus ventas y sus existencias más eficientemente, así como identificar qué títulos se venden con mayor rapidez. Si los distribuidores de libros al detall informan a los editores a través de estos sistemas acerca de las ventas que realizan, las empresas editoriales disponen de una información útil que les permite ajustar sus reimpresiones a la demanda.

Por otra parte, también se han modificado las condiciones de la competencia en el sector, ya que han entrado nuevas empresas en la industria o en la distribución de libros, con conductas y estrategias empresariales diversas, así como nuevos productos que compiten directa o indirectamente con el libro.

En primer lugar, en cuanto a los nuevos competidores, el redimensionamiento de las empresas europeas como consecuencia de la consolidación del mercado único ha afectado también a la industria del libro y a las actividades de distribución de productos editoriales, tanto al por mayor como al detall. Frente a las nuevas formas de distribución comercial al por menor, ya se trate de grandes establecimientos especializados en productos de este tipo o de cadenas de librerías integradas verticalmente en grupos editoriales, los comercios de librería tradicionales han optado por aunar sus esfuerzos o por diversificar sus actividades. Por ejemplo, en la actualidad un gran número de comercios de librería son además papelerías, y viceversa, mientras otros comercios están estudiando posibles sistemas de cooperación en múltiples ámbitos relacionados con la actividad de distribución de libros al detall como la realización de ventas o la oferta de información mediante la red internet.

En segundo lugar, en cuanto a los productos que compiten con una intensidad creciente con los libros, cuyo precio, no se ha de olvidar, no está fijado, se pueden distinguir dos grupos: por una parte, se encuentran aquellos bienes que entran en competencia con los libros como fuente de información, es decir, las informaciones editadas en páginas electrónicas en la red internet, los discos y las ediciones de CD ROM, etc, productos que contienen bases de datos u otros trabajos de referencia; y, por otra parte, se encuentran aquellos bienes que, si bien no ofrecen contenidos equivalentes a los de los libros, sí compiten con ellos por la proporción de la renta de los consumidores que éstos dedican al ocio y al entretenimiento, como por ejemplo, los discos compactos, las cintas magnéticas de cassette o de vídeo, etc..

En resumen, el escenario ha cambiado para el sector del libro. En el nuevo contexto, delimitado por los factores enunciados anteriormente, es necesario remover aquellas regulaciones inadecuadas que obstaculizan la mejora de la competitividad de las empresas e impiden la maximización de la satisfacción de

los ciudadanos, entre ellas, en particular, la legislación sobre la fijación en origen de los precios al detall.

### **3 LA FIJACION EN ORIGEN DE LOS PRECIOS AL DETALL EN EL MERCADO DEL LIBRO EN ESPAÑA**

#### **3.1 La fijación vertical de los precios desde el punto de vista de la competencia**

La fijación de los precios de un bien o servicio, tanto si es de carácter horizontal, por acuerdo entre los competidores, como si es de carácter vertical, por imposición o por simple recomendación de los fabricantes a los revendedores, constituye una de las infracciones más graves de las normas de la competencia. Cualquiera que sea el sistema por el que se impida, o se dificulte, que las ofertas a los consumidores puedan consistir en los mismos productos con precios diferentes es contrario a la libre competencia, no sólo porque la altera, sino porque repercute negativamente sobre los consumidores, impidiendo que puedan disponer de bienes o servicios a precios más bajos.

El Tribunal de Defensa de la Competencia ha manifestado reiteradamente que la fijación vertical de los precios supone una infracción de lo dispuesto en el artículo 1 de la LDC. La fijación en origen de los precios al detall, ya sea inspirada por los fabricantes o por los distribuidores, es una conducta que, de no contar con amparo legal, excepción prevista en el artículo 2 de la LDC, constituye una actividad prohibida por sus efectos claramente restrictivos de la competencia. Sin embargo, no puede hablarse de restricción vertical en el caso del contrato estimatorio, dado que los libros continúan siendo propiedad del editor y permanecen en depósito en los comercios de librería.

De acuerdo con el Profesor B.S. Yamey (B.S. Yamey, *Resale Price Maintenance*, Aldine Publishing Company, Chicago, 1966), el MPR es "...una práctica restrictiva que limita o elimina la competencia en precios en los canales distributivos afectados: en una situación típica aumenta los precios al detall y restringe la elección de los consumidores...".

En general, los distintos análisis realizados acerca de los mercados afectados por este mecanismo concluyen que el MPR suele traducirse en el desarrollo de cárteles o, lo que suele ser más común, de comportamientos similares a un cártel. La implantación del MPR puede deberse a la actitud de los fabricantes, de los detallistas, o de ambos agentes a la vez. Caben dos hipótesis. La primera sostiene que el MPR suele indicar la existencia de una práctica concertada de

los minoristas. Los detallistas ortodoxos, tratando de protegerse contra los recortes de precios u otras formas de competencia dentro de su actividad, presionan a los fabricantes para que establezcan los precios y los márgenes, asegurándose así la estabilidad de sus rentas. Una segunda hipótesis atribuye el MPR a los fabricantes, que quedarían mediante el acuerdo protegidos de cualquier distorsión derivada de la competencia de precios entre detallistas.

En cualquier caso, la importancia de eliminar la legislación de MPR en los sectores afectados por esta conducta descansa en sus efectos sobre los precios de productos específicos y sobre la asignación de recursos entre diferentes actividades económicas.

### **3.2 La conducta de fijación de los precios al detall en el sector del libro en España.**

La legislación sobre el precio único de los libros vigente en la economía española constituye una cláusula de MPR amparada por la ley destinada a asegurar que en la relación vertical entre la empresa editorial y los librereros la primera fija los precios de venta al público y los segundos están obligados a respetar los precios fijados por las editoriales para la venta de sus libros.

Esta obligación impone, de hecho, dos restricciones a los librereros: en primer lugar, les obliga a vender a los mismos precios que sus competidores; y, en segundo lugar, les prohíbe discriminar en precios a sus clientes a través de descuentos. Además, todos los clientes reciben el mismo trato, tanto si son compradores habituales u ocasionales, grandes o pequeños compradores, clientes individuales o asociaciones de padres de alumnos, por citar algunos ejemplos.

Todo este esquema se complica si se considera que además de los fabricantes y los detallistas, en el mercado del libro operan los distribuidores mayoristas. La distribución del libro a través de una empresa ajena a la editorial, supone la introducción de un eslabón adicional entre ésta y el comerciante minorista y, por tanto, de un margen comercial suplementario que repercute en menores márgenes para el editor y/o en precios mayores de venta al público. Aparece así el problema de la doble marginalización de los precios, que consiste en que cada una de las empresas, editorial y distribuidora mayorista, fija su precio ignorando la pérdida de beneficios que origina a la otra o el incremento de precios resultante. No obstante, este problema puede solucionarse por otros métodos sin necesidad de amparar legalmente la fijación vertical de los precios.

La protección de los establecimientos comerciales menos eficientes que caracteriza al MPR, perjudica a los consumidores sin favorecer el progreso o la mejora de la eficiencia global de las empresas de distribución al detall. En

ausencia de precio fijo, la competencia en precios entre comercios de librería se traduciría en una diversidad de precios, clara expresión de la competencia, como resultado tanto de las distintas estructuras de costes como de los comportamientos de la demanda y de las estrategias empresariales. La competencia en precios y en servicios, simultáneamente, contribuiría a la racionalización del sector y supondría la satisfacción del consumidor.

En el sector español del libro, los detallistas defienden el MPR porque con ello esperan conservar sus márgenes actuales e, incluso, en determinados casos, su negocio. Y los fabricantes, es decir, los editores, apoyan el MPR porque consideran que a pesar de que los precios de venta al público son superiores a los que prevalecerían en una situación de competencia en precios entre los minoristas, existen elementos que les favorecen, a saber. En primer lugar, los editores disponen de una base amplia de distribución minorista que controlan tanto mediante el MPR como mediante la eventual integración vertical de sus negocios. En segundo lugar, el actual statu quo retrasa el desarrollo de otras formas de distribución de libros que cuentan con un mayor poder de negociación frente al editor, y cuya proliferación podría erosionar su margen. Basta a este respecto comparar el margen medio obtenido del editor por los librerías tradicionales y el que consiguen las grandes cadenas de distribución minorista de libros. Y, en tercer lugar, el editor considera que la cantidad demandada es una función de los servicios ofrecidos por el detallista y que la oferta de estos servicios puede aumentar si se incrementa el margen del detallista.

La libre práctica de descuentos por parte de los comerciantes minoristas podría tener considerables efectos positivos sobre un mercado en el que la elasticidad precio de la demanda se sitúa por encima de valor de 0,5 como demostraron los profesores De Grauwe y Gielens en un estudio reciente (P. De Grauwe et Geert Gielens, *De prijs van het boek en de leescultuur*, Centrum voor Economische Studiën, KUL, 1993). De acuerdo con esta estimación de la elasticidad al precio de la demanda de libros, una reducción del precio de los libros del 10 por ciento, incrementaría las ventas totales de libros en más de un 5 por ciento.

En resumen, el amparo legal a la práctica de fijación en origen de los precios al detall de los libros constituye una restricción de la competencia en precios cuyo coste para los consumidores y para la sociedad es relevante. Resulta difícil estimar el presupuesto de restricciones a la competencia en un sector en el que existe tal diversidad de productos y tan pocos datos. En un escenario de libre competencia los libros de texto o los de venta rápida pueden registrar descuentos que superen el 20 por ciento, mientras que en otros tipos de libros de venta más lenta, es previsible que los descuentos practicados sean más modestos.

En cualquier caso, el impulso de la competencia en el sector con motivo de la supresión de la regulación sobre precio fijo favorecerá la reducción de los

precios de los libros y, en un contexto dinámico, estimulará a todos los agentes del sector, incrementando su eficiencia. El mayor grado de competencia generará efectos positivos tanto sobre las empresas como sobre los consumidores. Ante la amenaza de otros competidores, la libre iniciativa de los empresarios, despojada de obstáculos innecesarios, promoverá una mayor eficiencia. Todo ello se traducirá en reducciones de los costes y, con ello, de los precios. La materialización de recortes de los precios generará un ahorro para los ciudadanos superior a los 50.000 millones de pesetas anuales. En definitiva, la competencia se traducirá en menores precios, mejoras cualitativas y cuantitativas de la oferta, eliminación de los beneficios no justificados y mayor eficiencia de las empresas.

### **3.3 Crítica a los argumentos empleados en el debate sobre el precio fijo de los libros**

Los argumentos más comunes esgrimidos en defensa del precio único de los libros se basan en sus efectos difusores de la cultura y la protección de la actividad literaria y de la pequeña librería tradicional. El Real Decreto 484/1990 señala en su exposición de motivos que: "la existencia de un precio fijo para cada libro asegura, al darse dicho precio en todos los puntos de venta, que las ediciones de rápida rotación no desplacen a las de vida más larga, hecho imprescindible si se quiere mantener una oferta editorial culturalmente plural, heterogénea y rica"; y que, "el precio fijo permitirá que la competencia entre establecimientos detallistas de distinto tamaño se establezca sobre factores diferentes del precio, permitiendo una oferta plural y un mayor número de puntos de venta". Curiosos argumentos que parecen olvidar cuanto ocurre en los mercados cuando la competencia y el ejercicio de la creatividad comercial sustituyen a la rigidez.

A continuación se analizan dichas argumentaciones valorando su consistencia desde el punto de vista de la competencia.

#### **3.3.1 La protección de los títulos de venta lenta**

En primer lugar, se suele defender que el precio fijo protege a los títulos de "venta lenta", ya que al asegurar a los librerías un margen comercial elevado en todos sus títulos se les incentiva a mantener una rotación más lenta de los stocks y de este modo se consigue una oferta más amplia de títulos en el punto de venta.

Este argumento no es consistente, ya que sea cual sea el precio de venta, los comerciantes librerías tienen incentivos para ofrecer sus servicios al mínimo coste y, con o sin precio fijo, tratarán de optimizar la gestión de su inventario de títulos. En su intento de maximizar sus beneficios en competencia, tenderán a

aumentar la velocidad de rotación del stock y a sustituir en oferta aquellos títulos de venta más lenta por otros de venta rápida, apareciendo un sesgo en favor de las novedades y en contra de los títulos más antiguos y disminuyendo la vida media de los títulos en catálogo.

Una comparación interesante que permite valorar la validez de esta argumentación es el análisis del sector de la música grabada, en el que existen también muy diversos géneros de música y cada grabación es tan única y exclusiva como un título editorial. Sin embargo, en este sector no hay un decreto de precio fijo que restrinja la competencia, y a pesar de prevalecer muy distintos precios en el mismo, la música clásica, por ejemplo, no ha desaparecido y cada vez es mayor el número de versiones de cada obra disponibles en el mercado.

### **3.3.2 La oferta de servicios complementarios.**

En segundo lugar, una estrategia comercial de los vendedores eficientes de libros es la incorporación de diversos servicios a su oferta. Entre ellos destacan el mantenimiento de un número elevado de títulos en inventario en el punto de venta, el acceso informatizado a los catálogos de las publicaciones, el servicio a domicilio, o el asesoramiento técnico especializado. La tendencia a aumentar las ventas por parte de los minoristas mediante la oferta de dichos servicios como respuesta a las restricciones impuestas por el MPR ha sido uno de los argumentos utilizados en defensa de esta práctica vertical. No obstante, en la medida en la que la oferta de servicios complementarios constituye un elemento clave de diferenciación para el detallista, los incentivos a ofertarlos existirán con o sin MPR.

### **3.3.3 La protección del pequeño librero.**

En tercer lugar, se argumenta que el precio único protege a los pequeños libreros, que son los que ofrecen más servicios a los clientes, frente a las grandes cadenas de distribución minorista. Implícita en este argumento está la idea de que los costes medios de una librería pequeña son mayores que los de una grande y que a precios competitivos las primeras quebrarían.

Sin embargo, además de que son dudosas las premisas sobre los costes y sobre el nivel de servicios ofrecidos en el punto de venta según la dimensión empresarial, la evidencia empírica pone de manifiesto que el precio fijo no protege de forma efectiva a la pequeña librería. El aumento de las ventas de libros en las grandes superficies, los quioscos y a través de la venta directa (por teléfono, a domicilio, por internet, etc...), pese a la existencia del precio único, evidencia esta afirmación.

La progresiva globalización de las economías y la generalización del uso de las nuevas tecnologías de las comunicaciones en las transacciones comerciales

suponen un gran reto para el comercio de librería. La competencia proveniente de la red internet es ya una realidad que exige la reacción competitiva del comercio librero. Por ejemplo, AMAZON.COM, entidad que se anuncia en la red internet como la mayor librería del mundo, ofrece descuentos entre el 20 y el 40 por ciento en un gran número de libros. En un contexto como éste, el MPR, al retrasar la modernización del tejido comercial librero, actúa como un elemento restrictivo de la competitividad del sector de la distribución al detall y, con ello, pone en cuestión su supervivencia.

### **3.3.4 La doble fijación de márgenes.**

En cuarto lugar, se suele defender que el MPR permite dar solución al problema de la doble fijación de márgenes al garantizar al editor la capacidad para imponer el precio a la distribuidora y al vendedor minorista. Sin embargo, esto podría ser así sólo si la distribuidora no dispone de una posición que la permita influir en la política de precios de la editorial. Por ello, a pesar de la permanencia de la legislación que ampara la fijación de precios por parte de las editoriales, éstas han optado, en muchos casos, por integrarse verticalmente, realizando sus ventas a través de una distribuidora propia o mediante la venta directa desde la editorial.

En cualquier caso, para solucionar el problema de la doble marginalización basta con el establecimiento de un precio máximo o de un precio recomendado, y no se justifica en absoluto la fijación del mismo y la prohibición de la práctica de descuentos. En este sentido, la Comisión Europea afirma en el "Libro verde sobre restricciones verticales en la política de competencia comunitaria", que: "...este fenómeno de doble fijación de márgenes se deriva del hecho de que cada empresa adopta sus decisiones sobre fijación de precios de forma independiente, sin tener en cuenta la repercusión que éstas puede tener sobre sus socios dentro de la estructura vertical,..., esta situación puede resolverse mediante la fijación, por parte de los productores, de los precios máximos al por menor...".

A este respecto, el Tribunal defiende las ventajas de la libertad de precios frente al establecimiento de precios máximos. Cuestión distinta es que a corto plazo se introduzca un sistema de precio establecido por el editor con libertad de descuentos como preludeo del objetivo final de plena libertad de precios.

### **3.3.5. La difusión de la cultura.**

En quinto lugar, se suele defender que el MPR incrementa las ventas y contribuye de esta forma a la difusión de la cultura. Sin embargo, muy al contrario, la desaparición del MPR, al favorecer la práctica de descuentos, aumentaría el número de ejemplares vendidos, dada la sensibilidad de la demanda de los libros al precio de los mismos.

Por otra parte, no cabe duda de que un objetivo fundamental de la política cultural es la incorporación de un mayor número de ciudadanos a la lectura. En ausencia del MPR, la competencia en precios en el comercio al detall en el sector del libro beneficiaría a los compradores habituales y a los ocasionales, que cuentan con una demanda más elástica, favoreciendo así el desarrollo y la consolidación de los hábitos de lectura entre los ciudadanos menos interesados por la cultura.

### **3.3.6 El estímulo a la creación literaria.**

Se ha argumentado en ocasiones que en el sector del libro, los elevados márgenes y precios derivados del MPR son necesarios para incentivar la creación literaria. Esta justificación sólo sería razonable si fuera el escritor y no el editor el agente que se apropiase de las rentas de monopolio y, además, de ser así, sólo sería aplicable a un segmento relativamente reducido del mercado, el del libro de autor. En todos los demás casos sería preferible inducir reducciones de los precios mediante el fomento de la competencia.

## **4 EXPERIENCIAS LIBERALIZADORAS DESARROLLADAS EN OTROS PAISES**

En algunos Estados miembros de la UE, la regulación de los precios de venta es similar a la española, si bien, en la mayoría de los casos, el precio fijo no está amparado por una norma legislativa, sino que se articula mediante acuerdos formales entre las asociaciones de editores y librerías (Cuadro VI). Sólo en Francia, Portugal y España existe una legislación específica que ampara la determinación del precio único por parte de los editores. En otros países como Austria, Dinamarca, Alemania, u Holanda, el MPR se articula mediante un acuerdo entre editores y librerías. Por el contrario, en Bélgica, Suecia, Grecia, Reino Unido, Irlanda y Noruega existe libertad de fijación de precios. Finalmente, Finlandia, Luxemburgo y Suiza disponen de un sistema de precios aconsejados. Además, está el ejemplo de los Estados Unidos, donde la libertad es total y el ciudadano dispone de una amplia capacidad de elección sobre la base de múltiples combinaciones de precios y servicios.

La Comisión Europea, dada la diversidad de sistemas nacionales y los diferentes intereses económicos y culturales en juego, ha aceptado hasta hoy estos sistemas nacionales como excepción al principio general de libertad comercial. No obstante, el Comisario de competencia comunitario remitió recientemente una nota a los Estados miembros en la que manifestaba "serias dudas" acerca de los sistemas de precio fijo de los libros por sus efectos anticompetitivos contrarios al derecho comunitario.

**CUADRO V**  
**REGIMENES DE PRECIOS EN EL MERCADO EUROPEO DEL LIBRO**

País	Régimen de precio	País	Régimen de precio
<b>Austria</b>	Fijo (Acuerdo formal)	<b>Irlanda</b>	Libre
<b>Bélgica</b>	Libre	<b>Italia</b>	Libre (Legislación en discusión)
<b>Dinamarca</b>	Fijo (Acuerdo formal)	<b>Luxemburgo</b>	Libre (Aconsejado)
<b>Finlandia</b>	Libre (Aconsejado)	<b>Noruega</b>	Libre
<b>Francia</b>	Fijo (Legislación concreta)	<b>Holanda</b>	Fijo (Acuerdo formal)
<b>Alemania</b>	Fijo (Acuerdo formal)	<b>Portugal</b>	Fijo (Legislación concreta)
<b>Grecia</b>	Libre	<b>España</b>	Fijo (Legislación concreta)
<b>Reino Unido</b>	Libre	<b>Suiza</b>	Libre (Aconsejado)
<b>Suecia</b>	Libre		

Fuente: Dirección General de Asuntos Económicos, Fiscales y de la Empresa. OCDE

La importancia que algunas autoridades nacionales han concedido tradicionalmente a estos mecanismos de protección y el intenso debate desarrollado en diversos Estados miembros acerca de las consecuencias sociales y culturales de los procesos de liberalización de este sector dificultan la discusión de estos temas en el ámbito comunitario.

En cualquier caso, el análisis de la evolución del mercado del libro en otras latitudes permite acceder a valiosas evidencias empíricas acerca de los efectos de la liberalización de este sector. En primer lugar, el caso de Suecia constituye una excelente referencia que contradice los argumentos a favor del MPR. En este país, dicha práctica fue abolida el día 1 de abril del año 1970.

Las autoridades de competencia suecas apoyaron con intensidad la abolición del MPR en el largo período de tiempo en el que este mecanismo y sus fundamentos se sometieron a debate, argumentando que el amparo a este sistema suponía preservar una estructura de mercado ineficiente que se materializaba en precios injustificablemente altos para los consumidores, así como que los márgenes brutos fijos de los detallistas tenían efectos horizontales que podían limitar el crecimiento de la producción. Además, señalaron que el argumento cultural utilizado en defensa del MPR era falso ya que antes de la liberalización las ventas de libros escritos en sueco catalogables como de interés cultural ascendían tan sólo al 2 por ciento del total.

Los resultados de la libertad de precios en el mercado sueco de libros, analizada desde 1970 por sucesivos estudios e informes, pone de manifiesto que tras la

liberalización la estructura del mercado ha cambiado considerablemente. Ciertas tiendas de libros cerraron y emergieron nuevas formas de distribución. El cambio más significativo ha sido el aumento de la cuota de mercado de las compañías de venta por correo (especialmente los conocidos como Clubes del Libro) y de las grandes superficies comerciales. Asimismo, el número de librerías especializadas, así como las ventas de todo tipo de libros, a excepción de los libros de texto, ha aumentado considerablemente.

Por tanto, de acuerdo con las autoridades suecas, se pueden resumir los principales efectos de la liberalización del mercado del libro en Suecia como sigue:

1. Las ventas de literatura general han aumentado al menos en un 50 por ciento en términos reales entre los años 1970 y 1990. El volumen de ventas total se ha incrementado considerablemente. El porcentaje que significa la literatura general con respecto al total de las ventas ha permanecido constante;
2. De acuerdo con el Consejo Nacional de Asuntos Culturales el número de títulos publicados ha aumentado pasando de 6.383 en el año 1970 a 12.893 en el año 1993;
3. Las existencias de los libreros no han descendido desde el año 1970 y el número de libros de venta lenta en stock es aproximadamente el mismo, en parte como resultado del programa de subsidios para la edición introducido en el 1975. El espacio medio dedicado a ventas en las librerías ha crecido un 35 por ciento;
4. La reducción del número de librerías ha seguido aproximadamente la misma tendencia que el número de puntos de venta en el resto del sector comercial desde el año 1970. En algunas pequeñas ciudades y municipios las librerías se han transformado en lo que se conoce como librerías de servicios (service bookstores) y ofrecen in situ un número menor de libros. La mayoría de las librerías que han cerrado se encontraban en las tres principales ciudades del país. En la actualidad, existe una recuperación del número de puntos de venta en las ciudades de 10.000 a 30.000 habitantes;
5. Los precios de los libros han seguido una tendencia similar a la del resto de los bienes. En términos reales, el precio medio de los libros ha disminuido suavemente, probablemente como consecuencia de las nuevas formas de distribución, sobre todos los Clubes del libro. Sin embargo, un análisis más desagregado muestra un comportamiento muy distinto según el tipo de libro de que se trate;

6. Las nuevas formas de distribución han permitido a los consumidores suecos un mayor acceso a los libros;

7. El nivel de concentración del mercado ha permanecido aproximadamente en el mismo nivel durante las últimas décadas. A pesar de la citada disminución del número de librerías, el comercio minorista continúa dominado por las librerías que ofrecen una amplia gama de títulos. Este tipo de librerías cuenta con un 75 por ciento del mercado. Por su parte, las librerías que ofrecen una gama reducida de títulos detentan un 5 por ciento del mismo, las grandes superficies un 10 por ciento, y otras formas de distribución el 10 por ciento restante. El número de editores no ha registrado ningún cambio significativo.

Pero Suecia no es el único país en el que el MPR ha sido abolido. Otros ejemplos interesantes son Finlandia, Irlanda, Gran Bretaña, Bélgica, y, durante un corto período de tiempo, Francia.

En Finlandia, el MPR fue sustituido en el año 1971 por un sistema de precio recomendado. Las ventas de libros han aumentado considerablemente entre los años 1970 y 1994, y el número de títulos publicados aumentó desde 3.350 en el año 1970 a 12.400 en el año 1994, datos que comparados con la población finesa, alrededor de cinco millones de habitantes, constituyen una cifra elevada. En una reciente encuesta, el 80 por ciento de la población declaró haber leído un libro en los últimos seis meses.

En cuanto a la estructura del mercado, los supermercados, las grandes superficies comerciales y los Clubes del libro han aumentado su cuota. En concreto, en la actualidad, los dos primeros detentan un 20 por ciento del mercado, mientras los Clubes del libro disponen de una cuota del 15 por ciento. Por su parte, las librerías subsidiadas por el Gobierno son responsables del 16 por ciento de las ventas (de ellas 220 son librerías móviles). El resto corresponde a librerías tradicionales.

En Francia, tras un período en el que prevaleció un sistema de precios recomendados por los editores que fueron seguidos fielmente por los detallistas, en el mes de julio de 1979 las recomendaciones de precios fueron abolidas en favor de un sistema de libertad de precios. En el año 1982, fue introducido el MPR mediante la conocida como Ley Lang. De acuerdo con las autoridades francesas, el período de precios libres fue demasiado corto como para poder establecer conclusiones definitivas sobre la bondad de esta experiencia. En cualquier caso, en el año 1978 había en Francia 2.000 librerías tradicionales, 3.400 en el año 1981 y 2.500 en 1983, no pudiéndose concluir que estas tendencias se deban exclusivamente a las modificaciones de la regulación.

Generalmente, se ha argumentado que como consecuencia de la libertad de

precios, las librerías tradicionales francesas cedieron cuota de mercado en favor de las grandes superficies comerciales, especializadas o no. Sin embargo, esta tendencia continuó tras la introducción del MPR en el año 1982. De acuerdo con un informe de Euromonitor del año 1995, las librerías tradicionales detentan una cuota de mercado en Francia del 33 por ciento, frente a sendas cuotas del 25 y del 13 por ciento para los supermercados y las grandes superficies comerciales, y para la cadena Fnac, respectivamente.

El estudio de Euromonitor, que cubre los primeros años 90, pone de manifiesto que los precios de los libros son muy altos en Francia en comparación con otros países y que el mercado está estancado en términos de ventas. Los supermercados e hipermercados han iniciado en el año 1992 una política de precios bajos mediante la publicación de sus propios productos (reediciones). De esta forma vadean la Ley Lang que no les permite vender libros de otros editores a precios menores a los estipulados. Este hecho ha favorecido un incremento de las ventas de libros basado en las reediciones, a diferencia de lo ocurrido en otros segmentos del mercado que permanecen estancados.

En Irlanda el Net Book Agreement (NBA) fue abolido en el año 1994, a raíz de una decisión del Tribunal de primera instancia de la Unión Europea acerca de la prohibición de la Comisión Europea del conocido como UK-Irish Net Book Agreement. Todavía no se dispone de información sobre las consecuencias de esta decisión en el mercado del libro irlandés.

En Gran Bretaña, el NBA fue abolido en el mes de septiembre de 1995. En este país, además de las razones señaladas para el caso irlandés, existen otras que permitieron poner en cuestión el sistema con antelación. Es el caso del comportamiento de las editoriales Reed Books y Hodder Headline que en el año 1993 decidieron abandonar el acuerdo por considerarlo "...anómalo y anacrónico...", y que en definitiva venía a "...proteger los márgenes de las grandes casas editoriales y libreros a expensas del consumidor...". Alrededor de un año después del abandono del NBA, la gran mayoría de los libreros británicos deseaba volver al viejo sistema. Sin embargo, la abolición del NBA no parece haber tenido un gran efecto en el número de libreros según un reciente informe de Francis Fishwick, comisionado de la Asociación de Editores.

En cualquier caso, de acuerdo con las autoridades británicas la mayoría de las librerías afectadas por la abolición del MPR eran puntos de venta que disponían de catálogos reducidos de títulos reeditados. En este segmento del mercado, los puntos de venta no tradicionales, como los supermercados, y cadenas de librerías como W.H. Smith, han iniciado una "guerra de precios". Por ejemplo, W.H. Smith ofreció descuentos de alrededor del 25 por ciento en 133 títulos, sobre todo de venta rápida, mientras los descuentos de los supermercados alcanzaban el 35 por ciento.

Por otra parte, según el informe Fishwick, es demasiado pronto para establecer

los efectos del abandono del NBA sobre el número de títulos publicados, si bien éste ha crecido más rápidamente en la primera mitad del año 1996 en relación con el mismo período del año 1995. En cambio, sí se puede afirmar que las ventas de libros en los seis meses siguientes al ocaso del sistema, desde el mes de octubre de 1995 hasta el mes de marzo de 1996, crecieron un 7,4 por ciento.

En cuanto a la situación en Bélgica, no se dispone de información concluyente sobre los efectos de la libertad de precios. No obstante, este mercado es muy distinto al resto de los casos analizados, ya que el 80 por ciento de los libros que se leen en francés y algo más del 50 por ciento de los que se leen en neerlandés se importan de otros países, en especial de Francia y Holanda.

Finalmente, en los últimos meses Portugal e Italia han iniciado el debate sobre la modificación de la regulación del sector del libro. En Italia, la legislación sobre precio fijo se encuentra en fase de debate parlamentario. En Portugal se aprobó, el día 21 de septiembre de 1996 el Decreto-Ley 175/96, norma similar a la española que sitúa los descuentos máximos practicables al consumidor en el 10 por ciento. Además, esta norma limita la restricción de los descuentos a los 18 meses de la primera edición o la importación y excluye a los libros de texto de la aplicación del Decreto-Ley.

En resumen, las experiencias liberalizadoras desarrolladas en un gran número de países ponen de relieve los efectos nocivos del sistema de precio fijo y la inconsistencia de las argumentaciones contrarias a la libertad de precios. A pesar de dicha libertad, y de su ejercicio en los mercados analizados, hay evidencia suficiente para sostener que las pequeñas librerías no han desaparecido, el tejido librero se ha modernizado, han mejorado los servicios de atención al cliente, el número de títulos publicados ha aumentado y los índices de lectura se han incrementado. Por tanto, no parece que la regulación de precio fijo de los libros sea un buen instrumento para defender la creación literaria y la cultura. Se trata, en todo caso, de un mecanismo regulador de la distribución de las rentas, con un claro efecto inflacionista, en beneficio de los operadores económicos y en perjuicio de los consumidores.

## **5 CONCLUSIONES**

La evidencia empírica y los análisis teóricos ponen de manifiesto que el mantenimiento de un sistema de fijación de precios en el sector del libro como el amparado por la Ley 9/75, de 12 de marzo, de Régimen especial para la promoción, producción y difusión de libros, así como por el Real Decreto 484/90, de 30 de marzo, sobre el precio de venta al público de los libros, es injustificable desde el punto de vista de la competencia.

En conclusión, la regulación sobre precio fijo de los libros en general, y la prohibición de la práctica de descuentos en particular:

- a. No protege la creación literaria.
- b. No favorece la lectura y la difusión de la cultura y el conocimiento.
- c. Restringe las ventas de libros.
- d. No protege a los títulos de venta lenta y, por tanto, no ayuda ni a los editores ni a los librerías que se especializan en dichos títulos.
- e. No incrementa los servicios al cliente ofrecidos por el librero en el punto de venta.
- f. No protege a la pequeña librería de su desaparición, ni tampoco de la amenaza de las grandes establecimientos de distribución al detall.
- g. Restringe la modernización del tejido comercial librero.
- h. Perjudica al comprador habitual de libros pero también al comprador ocasional limitando la difusión de la cultura entre aquellos ciudadanos con menores hábitos de lectura.
- i. Constituye una medida desproporcionada para dar solución al problema de la doble imposición de márgenes.
- j. Favorece la estabilidad del reparto de las rentas derivadas de la no competencia entre los distintos operadores, lo que se materializa, de hecho, en la consolidación de una estructura de mercado similar a un cártel, en perjuicio de los consumidores.
- k. Disminuye la renta de los ciudadanos.
- l. Pero, sobre todo, encarece lo que podría ser más barato.

Todos estos efectos nocivos de la actual regulación suponen un coste elevado para la sociedad española. De hecho, es posible cuantificar un presupuesto de las restricciones a la competencia en el sector que situaría el coste de la no competencia en precios en el sector del libro en el entorno de los 50.000 millones de pesetas anuales.

Muchos países han cuestionado en el pasado el sistema de precio fijo de los libros y otros lo están cuestionando en la actualidad. Las experiencias liberalizadoras desarrolladas en multitud de países corroboran el conjunto de

conclusiones enunciadas anteriormente sobre los efectos del sistema de precio fijo y la inconsistencia de las argumentaciones contrarias a la libertad de precios.

Finalmente, de llevarse a cabo las acciones liberalizadoras propuestas en este Informe, la introducción de competencia, que se traducirá en una mejora de la eficiencia en el funcionamiento del mercado del libro, debería ir acompañada de una mayor vigilancia del mismo, ya que, dada la tradición de concertación que existe en este mercado, es de esperar que si se procede a la liberalización, los operadores reaccionen tratando de alcanzar un acuerdo que, en sustitución de la legislación vigente, permita mantener el actual statu quo.

## **6 RECOMENDACIONES DEL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

El Tribunal de Defensa de la Competencia ha manifestado a través de sus Resoluciones la importancia de la libertad de precios como expresión cabal de la competencia, ha valorado la fijación de precios como una restricción grave de la competencia y ha considerado el precio como un elemento imprescindible en el proceso de elección de un bien o servicio.

En este contexto, el Tribunal no puede sino recomendar el levantamiento de las restricciones impuestas a la libertad de establecimiento de los precios de venta al público en la Ley 9/75, de 12 de marzo, de Régimen especial para la promoción, producción y difusión de libros, y en el Real Decreto 484/90, de 30 de marzo, sobre el precio de venta al público de los libros.

Sin embargo, el Tribunal no es partidario de llevar a cabo acciones drásticas, inclinándose por medidas graduales que permitan a los mercados engrasar sus engranajes oxidados tras largos períodos de competencia imperfecta.

Por ello, de acuerdo con lo argumentado en este Informe, y en el sentido de las recomendaciones de la Comisión Europea en su "Libro verde sobre restricciones verticales en la política de competencia comunitaria", es razonable iniciar la estrategia liberalizadora mediante la sustitución de la regulación actual por un sistema de precios establecidos por el editor sobre los que se puedan practicar descuentos progresivamente crecientes por parte de los detallistas.

En cualquier caso, se impone reformar la regulación de precio fijo de los libros, ya que, en la actualidad, la práctica de descuentos en cuantía superior a la permitida legalmente, determina su persecución por la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (artículo 15, violación de normas).

Por todo ello, y al amparo de lo previsto en el artículo 26 de la Ley 16/1989, de

Defensa de la Competencia, el Tribunal de Defensa de la Competencia recomienda:

## **7 RECOMIENDA**

1. La supresión de la actual regulación que ampara la fijación en origen del precio de los libros y el paso a una situación de libertad de precios. Para ello, propone la modificación del artículo 33 de la Ley 9/75 y de los artículos uno a ocho del RD 484/90 en cuanto a la obligación del editor y del importador de libros a fijar un precio de venta al público en tapa para los libros y la restricción a la práctica de descuentos en el comercio al detall.

2. El proceso debería iniciarse mediante la sustitución de la regulación actual por un sistema de precios establecidos por el editor sobre los que se puedan practicar descuentos progresivamente crecientes por parte de los detallistas durante un período transitorio de tres años. Tras otro período caracterizado por la libertad de descuentos, debería procederse a la liberalización total, dejando que los mecanismos del mercado determinen los precios de venta al público de los libros. En todo caso, la aplicación de descuentos deberá respetar las prescripciones normativas en materia de venta a pérdida, así como cuanto está previsto en la Ley 16/89, de Defensa de la Competencia.

Madrid, septiembre de 1997.