

La ley de precio fijo y la experiencia argentina. Ni tanto ni tan poco

Ecequiel Leder Kremer, Director Librería Hernández y Vicepresidente de CAPLA, Argentina

La ley 25.542, llamada Ley de defensa de la actividad librera, sancionada el 27 de noviembre de 2001 y promulgada de hecho el 8 de enero de 2002 viene a satisfacer una demanda largamente expresada por los libreros argentinos: El cese de la competencia por precio.

El respeto por el precio fijado por el editor ha sido siempre de uso y costumbre en Argentina. Un canal comercial tradicional demarcado por el circuito Editor-distribuidor-librero lo mantenía vigente en la práctica. Sin embargo, los cambios en los canales de venta, también alcanzaron al libro, y la aparición de las grandes superficies o supermercados vino a alterar este acuerdo no escrito. Los libreros asistimos así al desarrollo de estrategias comerciales por parte del supermercadismo, consistentes en vender libros casi al costo o bajo el mismo, difundiendo esto muy fuertemente mediante campañas publicitarias. Muchas veces desde CAPLA constatamos que la campaña de promoción de un libro a precio bajo, 30% o 40 % bajo lista, no tenía relación ninguna con la cantidad de ejemplares disponibles en los puntos de venta, evidenciando que el interés comercial no era vender bajo costo, a pérdida, grandes cantidades de ese libro, sino utilizarlo para instalar el concepto en el público consumidor de que en la gran superficie todo es más barato. El libro viene como anillo al dedo para esto, porque es uno de los pocos productos que tiene precio uniforme en la cadena de venta. Así, los libreros éramos utilizados como “testigos”, exhibiendo en vidriera los precios fijados por el editor ante los consumidores, que podían establecer la comparación con los precios de góndola destacados en la campaña, en una estrategia que podríamos llamar “libros baratos para vender más mayonesa”. En ese momento no contábamos con ley y muchos editores había “comprado” la panacea del supermercadismo. Nos explicaban que expandía el mercado y que esos compradores cuando ampliaran su demanda bibliográfica, acudirían masivamente a las librerías al no encontrar en las góndolas lo que buscaban.

Pues bien, eso no pasó nunca y por lo que recogíamos de los clientes en nuestros puntos de venta, más bien se daba que el trasvasamiento era al revés, porque la mayor parte de los concurrentes a la gran superficie no viene a las librerías, pero probablemente la mayor parte de los clientes de librería pasan por el súper en busca de alimentos, o acompañando a alguien de la familia, etc. Los libreros no sólo perdíamos la venta de los títulos fáciles y de alta rotación, sino que deteriorábamos la relación con nuestro cliente lector que comenzaba a sospechar de la honestidad de nuestra conducta comercial, al querer cobrarle a 10 que veía en el supermercado a 6.

En la evolución del conflicto de la fijación de los precios y su respeto, las reuniones libreros-editores fueron cosa de prácticamente todos los días. Terminaban con un compromiso por parte de los editores de hacer respetar el precio a toda la cadena, so pena de no vender. Pero por no poder, por no querer, o por lo que fuera, este compromiso nunca pudo ser honrado. En mayo de 2000, una importante editorial argentina edita uno de los sucesos editoriales del año y una gran superficie sale a hacer una gran campaña muy agresiva de venta bajo el costo. Los libreros reunidos y organizados devolvimos a la editorial en cuestión ese título y los que lo acompañaban en el servicio de novedades. Fue el momento en que las discusiones librero - editor llegaron al punto más alto en su grado de fricción. La editorial intentó retirar el libro de la venta en la gran superficie, pero la misma se negó a entregarlos. Creo que fue en este punto que maduró la situación y que todos tomamos conciencia de algo que veníamos hablando hace rato. La lógica del mercado y el diálogo bien intencionado de sus actores no alcanza. Necesitábamos una ley de precios uniformes.

La ley 25.542 es una ley de aplicación blanda, no hay inspectores que recorran los comercios verificando su cumplimiento. Opera por denuncia ante la autoridad de aplicación; sin embargo, su sanción sirvió para contribuir enormemente a la normalización de la política de precios del canal. Nadie que desarrolle seria y profesionalmente una política comercial quiere estar fuera de la ley, aunque esto suene un poco pueril y las grandes empresas comercializadoras fueron las primeras en respetar esta nueva situación. No todo es alentador en este sentido, por supuesto, hay problemas y continuará habiéndolos. Las editoriales texteras que practican la venta directa a establecimientos educativos (en Argentina, la venta de textos primarios y secundarios, a diferencia de otros países, se realiza a través de las librerías en buena parte), compitiendo al interior de los mismos con una verdadera guerra de precios, siguen sin respetar la ley, lo mismo que algunas páginas de venta por Internet y algunos libreros improvisados. También continúan los problemas de precio cuando algunas editoriales saldan remanentes de títulos, sin cumplimentar los plazos que para ello marca la ley, ni avisar al canal tal como se prevé en su artículo 7. La aparición de políticas de reintegro sobre las compras por parte de algunos bancos a usuarios de tarjetas de crédito, en grandes superficies o cadenas, también constituye un problema para el pequeño librero y no ha sido contemplado en la ley, porque no era de práctica al momento de su redacción.

Conseguir la sanción de esta ley no fue fácil, porque en ese momento muchos de los legisladores se inclinaban por aceptar la “libertad de mercado” como el paradigma único y absoluto de la regulación de las relaciones comerciales al interior de la sociedad. Explicar que en materia de comercio de libros; garantizar la libertad de elegir pasa por legislar, tipificando algunos comportamientos sumamente dañinos para autores, editores libreros y lectores; llevó su tiempo. ¿Por qué voy a impedir que alguien me venda un libro más barato si quiere hacerlo? ¿Si alguien decide vender los libros a mitad de precio y lo difunde, esto no producirá la ampliación y profundización de la base lectora? Estos y otros temas fueron motivo de extensas conversaciones con legisladores y autoridades.

La ley no es claramente la completa solución del problema, ni el remedio para otros males tan graves como el de la competencia por precio que aquejan al sector y de los cuales nos hemos ocupado en su momento.

Siempre hemos considerado que leyes, tecnología, facilidades tributarias y otros recursos son de gran ayuda en nuestro trabajo diario pero la herramienta y capital fundamental sigue siendo el oficio librero o como lo dicen algunos muy simplemente, el saber de libros.