

El precio único del libro: solución frágil para un problema grave

Fabio Sá-Earp y George Kornis*

*“Un gallo solito no teje una mañana:
él necesitará siempre de otros gallos.”*

João Cabral de Melo Neto

“Tecendo a Manhã”

El problema: la cuestión de la libertad económica

El tema de fondo del presente texto es la actualidad centenaria del tema de la libertad de los agentes económicos -productor, comerciante y consumidor final- y, también, la importancia de los acuerdos reguladores de conductas en el interior de las diversas cadenas productivas integrantes de una economía capitalista estructurada y dinámica. En esta perspectiva, la diversidad de los agentes económicos presenta, por un lado, un conjunto de intereses divergentes y, por el otro, aporta una demanda por procedimientos, capaces de convertir potenciales conflictos en cooperación benéfica al conjunto de los agentes.

En el caso de la cadena productiva del libro, tenemos la contraposición entre, por un lado, los defensores de la libertad de editores y libreros, fijando los precios y la libertad del consumidor en tener acceso a libros con descuentos de quien los quiera conceder; y por otro, aquellos que alegan ser grandes minoristas, practican descuentos que llevan a la falencia de los pequeños, por lo tanto, a la eliminación de la libertad de actuación de estos últimos. Aparte de esto, dicen los defensores del precio único, la reducción del número de librerías conduciría a la reducción de la variedad de los libros presentados al público, a la reducción del número de editoriales y, finalmente, al aumento de los precios en un mercado que se haría menos competitivo, trayendo perjuicios para el consumidor. Todo esto exigiría la intervención de alguna instancia reguladora de la competencia –lo que incluye también protección del consumidor-.

Este debate, tal y como está colocado, no lleva a solución alguna –cada una de las partes mantienen sus posiciones sin convencerse y mucho menos convencer el rival-. Es claro que todo esto refleja intereses económicos de cada uno de los grupos envueltos, sin embargo, retrata igualmente el hecho de que el problema de la fijación o no del precio único está mal ubicado. Esto, porque su formulación no aborda todos los componentes del precio del producto. El interés del consumidor es que el precio disminuya y la variedad aumente. Para disminuir el precio de cualquier producto es necesario, de hecho, actuar sobre cada uno de sus componentes.

En el caso del libro, estamos hablando de su costo de producción y de más de un conjunto de márgenes de comercialización practicados por los editores, por los distribuidores y por los libreros.

El debate tradicionalmente se ocupa apenas de la distribución de los márgenes de comercialización; entretanto, si estamos de hecho interesados en disminuir precios en beneficio del consumidor, necesitaríamos, igualmente, poner atención a las posibilidades de reducción del costo de producción, que, si bien sucedía, podría permitir que los libros fueran ofrecidos por precios menores, sin perjudicar los pequeños minoristas.

Veamos en líneas generales como se dio el debate. Este tuvo inicio en 1890, cuando la editorial británica Macmillan lanzó el primer manual moderno de economía en lengua inglesa, *Principles of Economics*, de autoría del profesor de Cambridge, Alfred Marshall. Se cuenta que la editorial decidió no permitir la concesión de descuentos de los libreros al público, lo que provocó la indignación del autor, ardiente defensor del libre movimiento de las fuerzas de mercado. Pues, para la mayor parte de los economistas, y aún hoy, nada justifica que el consumidor sea obligado a pagar por el libro un precio superior a aquel que el librero libremente se propone recibir. ¿Por qué razón, entonces, alguien se opondría a esta verdad elemental?

Marshall probablemente no sabía que se trataba de un ácido debate sobre esta cuestión, a más de seis décadas, cuando Dinamarca adoptó un sistema de precio fijo, a través de un acuerdo firmado entre la Asociación de los Editores y la Asociación de los Libreros, actuantes en aquel país. Lo mismo se repitió poco más tarde en los países de lengua alemana. La razón para esta práctica es el hecho de que algunos libreros, generalmente de mayor envergadura y propietarios de cadenas de tiendas, ofrecían a los clientes descuentos en algunas obras, principalmente best sellers. Estos descuentos podrían originarse en una reducción de sus márgenes, pero en general reflejaban una reducción de los precios pagados a los editores. Como la mayor parte de las librerías tenía –como aún tienen– sus rentas concentradas en best sellers, pues aquellas que no estaban en capacidad de ofrecer los mismos descuentos, terminaban por no resistir y cerraban sus puertas. Con esto, disminuía la competencia y las librerías sobrevivientes aumentaban su market share del mercado, después de lo cual podrían dejar de ofrecer aquel tipo de descuentos. En consecuencia: “...los editores irían siendo progresivamente sometidos a la voluntad del oligopolio de grandes minoristas, incluso con la reducción de la importancia de las librerías frente a los supermercados y tiendas de departamentos. Con esto, los vendedores serían llevados a concentrar sus estoques en los libros de gran venta, con consecuentes deseconomías de alcance, que al mismo tiempo, producirían una fuerte competencia entre editores, por el espacio reducido para exponer sus obras. Aparte de esto, habría una reducción del tiraje de la mayoría de los libros, resultando en deseconomías de escala y, consecuentemente, precios más elevados para una oferta de títulos más diversificada. El resultado final sería la carencia de editoriales y la concentración de la propiedad en el sector, lo que se constituye en una falla de mercado, que debe ser impedida por una política pública”. (Sá-Earp y Kornis, 2005:95).

Marshall –un brillante economista del siglo XIX– no acataría esta proposición, puesto que en su mundo, las empresas eran pequeñas, atomizadas y destituidas del poder del mercado, no quedándoles más alternativa que operar en régimen de competencia perfecta. Fue, por lo tanto, necesario esperar hasta los años 30, para que los discípulos de sus discípulos formularan las primeras teorías de competencia imperfecta, tratando de soportar un régimen de competición, en el cual la gran empresa concentra capacidad de control sobre las porciones expresivas de los diversos segmentos de la economía capitalista y es capaz de imponerse a los competidores.

En este sentido, vale la pena anotar que el análisis marshalliano, centrado en el régimen de competencia perfecta, es el producto del siglo XIX dado que, a partir del desarrollo capitalista del siglo XX, la prioridad analítica fue conferida al examen del régimen de competencia imperfecta. Este último, al reclamar de la presencia activa de procesos de regulación, generó la universalización de los órganos de defensa de la competencia y del consumidor, mientras que los instrumentos aptos convirtieron potenciales conflictos en cooperación benéfica al conjunto de los agentes económicos.

A lo largo de todo el siglo XX, defensores y opositores de la tesis de la fijación o no de un único precio para el libro contendieron en diversos países de Europa¹. El primer país en adoptar el precio único fue Dinamarca,

1 Para una visión sucinta de estas experiencias ver Sá-Earp y Kornis (2005).

como fue visto en 1837; el sistema fue reexaminado en los últimos años, considerado bien sucedido y mantenido con una pequeña alteración, quedando la práctica restringida a los dos años siguientes al lanzamiento². De una manera general, se puede decir que hasta mediados del siglo XX, los países adoptaron el sistema y lo hicieron por acuerdos entre entidades empresariales. Se trataba de países del centro y norte de Europa, en que la regulación de los mercados por las antiguas corporaciones profesionales se convirtió en una tradición, que remonta a la Edad Media. Ya en los países del sur de Europa, donde existe un sistema de fijación de un precio único para el libro, su implantación fue hecha a través de ley, la más importante, de las cuales es aquella adoptada en Francia a partir de 1981.

La ley francesa muestra claramente su preocupación en compatibilizar la defensa del consumidor con la de la competencia, teniendo como objetivos declarados promover: “- la igualdad de los ciudadanos frente al libro, que será vendido por el mismo precio en todo el territorio nacional; - el sostenimiento de una red descentralizada muy densa de distribución, sobretodo en las zonas menos favorecidas; - la sustentación del pluralismo en la creación y edición, principalmente para las obras difíciles.” (Francia, 2003:4)

Con este objetivo, la ley determina que los descuentos concedidos por los libreros sobre el precio fijado por el editor (o importador) no deben sobrepasar el 5%. Tanto libreros tradicionales, como vendedores virtuales que actúan en la Internet, deben obedecer a esta disposición, existiendo excepciones para los casos especiales³.

Así, tenemos en Europa países que adoptaron desde el siglo XIX la fijación de un precio único para el libro, con base en el acuerdo corporativo –destacándose en este grupo Dinamarca y Alemania– así también, países como Francia y España, que adoptaron tardíamente la fijación de precio único para el libro, con base en una imposición legal. Existen también experiencias, como la británica, de adopción y de posterior rechazo –fundada en la crítica de su ineficiencia en la defensa de la competencia y en la reducción de los precios practicados– de una fijación de un precio único para el libro. La diversidad de estas experiencias históricas recomienda un examen de aliento de los datos existentes en sus respectivos cuadros institucionales, considerando también las experiencias japonesas y americanas.

Este esfuerzo no podrá ser hecho en los estrechos límites de este artículo, pero es de importancia crucial para que el debate pueda adquirir la necesaria robustez económica.

Lo que haremos acá es apenas un pequeño esfuerzo en esta dirección. De nuestro punto de vista, una hipótesis central para ampliar y condensar el debate alrededor de la fijación o no del precio único para el libro es que éste sea tomado como una política de defensa de la competencia, que integra una forma de regulación del mercado que necesita contemplar, tanto una protección al pequeño empresario como al consumidor. La libertad del consumidor no puede ser sacrificada en nombre de la defensa de la competencia, que supuestamente debería garantizar la libertad y la supervivencia del librero independiente. Tampoco es tolerable lo contrario con el consumidor, beneficiándose de descuentos que resulten en la eliminación del pequeño empresario. Como superar esta dificultad es el gran desafío, que ya comienza por la constatación de que los términos del debate no reflejan las experiencias que conseguimos mensurar, como veremos enseguida.

2 La experiencia de liberalización del Reino Unido fue examinada y se pudo concluir que el resultado era indeseable, pues en aquel país la competencia entre las librerías disminuyó y el precio aumentó.

3 Así estarían exento de la ley. Los libros adquiridos por el librero ha más de seis meses y que hayan sido lanzados ha más de dos años; asociaciones de estudiantes y de padres de alumnos, bibliotecas, comités de empresa y establecimientos de enseñanza. Los clubes del libro pueden conceder descuentos solamente sobre las obras que reeditaran y por lo menos nueve meses después del lanzamiento.

El mercado de precios: breve análisis estadístico del mayoreo

Presentar la hipótesis del debate reclama, por lo tanto, el estudio de tres puntos fundamentales: (i) si la cantidad de títulos y la variedad de temas aumentó o disminuyó; (ii) si hubo, en un determinado intervalo de tiempo, cambios hechos en las tajadas del mercado, controladas por librerías independientes y por grandes superficies; (iii) si los precios variaron y en que intensidad y sentido. El estudio del primer punto, a saberse, la cantidad de títulos y la variedad de temas, exige la disponibilidad de informaciones que están más allá de los límites de este trabajo. De esta forma, las consideraciones a seguirse, se refieren apenas a los otros dos tópicos arriba mencionados.

Pasemos al examen de los datos sobre la decisión del mercado entre las librerías independientes y grandes superficies, así como sobre la evolución de los precios de los libros para una decena de países, mitad de los cuales adopta cada uno de los sistemas – precio único y precio libre– en los años de 1982 a 2002. Sabemos que series de cinco años pueden ser demasiado limitadas, pero por lo menos, proveen una base más concreta para una discusión que puede fácilmente declinar a un aburrido debate de carácter puramente doctrinario.

Veamos lo que dicen estos datos. En la tabla 1, podremos observar que las ventas de libros realizadas por las grandes superficies avanzaron entre 1998 y 2001, en el conjunto de los países que adoptan el precio único. La excepción fue España, único país a conocer una expansión de las ventas realizadas por librerías independientes en el periodo considerado. Observando ahora la tabla 2, podremos notar que las ventas realizadas por las grandes superficies crecieron, en el periodo en cuestión, para el conjunto de países que no adoptaron el precio único. La excepción aquí fue Japón, que experimentó una discreta reducción en el porcentaje de las ventas realizadas por librerías independientes.

Comparando las tablas 1 y 2 abajo, podremos observar que las ventas realizadas por las grandes superficies crecieron tanto en países donde existe la ley, como en aquellos donde inexiste la práctica del precio fijo. Entretanto, en estos últimos años, las grandes empresas minoristas poseen una tajada más grande del mercado (51%), que el 31% de *market share*, de las grandes empresas minoristas en los países donde se practica el precio único. Vale la pena destacar el hecho de que en los países practicantes del precio único, la caída en la porción de las ventas de las librerías independientes fue más acentuada que en aquellos que no adoptan la fijación de un precio único⁴ y que la expansión de las grandes superficies también haya sido más grande⁵.

Estos resultados sugieren que el precio único no sería un antídoto eficaz contra la concentración del mercado minorista, necesitando ser asociado a otras formas de protección para las librerías independientes. En esta perspectiva, políticas de ámbito local aptas a concentrar las compras públicas en las librerías regionales, podrían ser altamente eficaces. Las soluciones aún no son obvias, pero los estudios secuenciados y la creatividad de los interesados podrían proporcionar alternativas en este sentido.

4 En los países que practican el precio único, las independientes tenían 39% de las ventas en 1998, mientras que en 2002 estaban reducidas al 27% de las mismas; ésto representa una pérdida de 12% del market share, es decir, una caída de 31% sobre las ventas practicadas en 1998. Ya en los países que no tienen reglas de precio único, las independientes tenían el 25 de las ventas en 1998 y cayeron para aproximarse al 20% en 2002, perdiendo (redondeando) 4% del market share, es decir, 17% del que tenían. Es decir, las independientes perdieron más en los países que practican el precio único.

5 En los países con precio único, la expansión del market share de las grandes superficies fue de 24% en 1998 para el 31% de 2002, por lo tanto, un crecimiento de 29%. Al mismo tiempo, en los países que no adoptaron la regla, las grandes superficies elevaron su tajada del mercado de 49% a 51%, por lo tanto, una alta de 4%.

TABLA 1
DISTRIBUCIÓN % DE LAS VENTAS EN PAÍSES CON PRECIO ÚNICO

	Ventas hechas por librerías independientes		Ventas hechas por grandes superficies	
	1998	2002	1998	2002
Alemania	54	45	20	27
Austria	46	42	30	34
Holanda	39	37	33	37
España	33	39	24	20
Francia	24	22	30	34
PROMEDIO	39	27	24	31

Fuente: Datos Euromonitor (2003), nuestra elaboración.

TABLA 2
DISTRIBUCIÓN % DE LAS VENTAS EN PAÍSES SIN PRECIO ÚNICO

	Ventas hechas por librerías independientes		Ventas hechas por grandes superficies	
	1998	2002	1998	2002
Bélgica	33	29	38	43
Estados Unidos	32	26	46	48
Italia	13	11	44	47
Japón	25	23	56	55
Reino Unido	16	12	59	69
PROMEDIO	24	20	49	51

Fuente: Datos Euromonitor (2003), nuestra elaboración.

¿Y qué fue lo que pasó con los precios de los libros en los dos grupos de países? Las tablas 3 y 4 presentan estos datos. Podremos observar que hubo una caída de precios en cuatro de los cinco países que practican el precio único. La excepción nuevamente fue España, donde los precios permanecieron estables. Ya en los países que tienen precios liberados, hubo resultados opuestos: hubo una caída en los precios de los libros en Bélgica y Reino Unido y aumento en los Estados Unidos, Italia y Japón. En promedio, en los países que no practican el precio fijo hubo un pequeño aumento de precios del orden del 1%, mientras que en el otro grupo hubo una caída del 10%.

Tomando como base estos datos, no habría razón para levantar la hipótesis de que la implantación del precio único contribuiría para la reducción del precio del libro. Cuidado. Nuestros datos no permiten concluir apresuradamente que esta hipótesis es verdadera. Estos datos permiten apenas afirmar que la cuestión merece ser mejor estudiada. ¿Y qué significa estudiar mejor una cuestión económica compleja? Obviamente, partir de un levantamiento del comportamiento de cada mercado nacional, como mínimo en la última década, y analizar la manera por la cual, diversas políticas pudieron haber influenciado en la variación del precio del producto.

TABLA 3
PRECIOS PROMEDIOS DE LOS LIBROS EN PAÍSES CON PRECIO ÚNICO

	1998	1999	2000	2001	2002	1998-20 %
Alemania	19,1	18,2	16,9	15,0	16,5	-13
Austria	15,7	16,1	14,3	14,1	15,4	-2
Holanda	16,1	15,3	13,3	13,9	13,6	-15
España	10,5	11,4	10,5	10,2	10,6	0
Francia	7,1	6,8	6,0	5,7	5,4	-24
PROMEDIO	13,7	13,6	12,0	11,7	12,3	-10

Fuente: Datos Euromonitor (2003), nuestra elaboración.

TABLA 4
PRECIOS PROMEDIOS DE LOS LIBROS EN PAÍSES SIN PRECIO ÚNICO

	1998	1999	2000	2001	2002	1998-20 %
Bélgica	18,4	18,0	15,9	15,8	15,8	-7
EUA	12,0	12,1	12,9	13,3	13,7	14
Italia	12,2	13,1	11,2	11,6	12,7	4
Japón	7,5	8,7	9,1	8,1	7,8	4
Reino Unido	12,2	11,8	11,2	10,8	11,5	-6
PROMEDIO	12,5	12,7	12,1	11,9	12,6	1

Fuente: Datos Euromonitor (2003), nuestra elaboración.

A manera de conclusión

Nuestro punto de vista es que la fijación del precio único del libro puede –o no– resultar en una cooperación benéfica entre los agentes económicos. Entretanto, es necesario tener claro que, a pesar de ser necesaria, la fijación no es per se suficiente para promover esa cooperación virtuosa entre los agentes económicos. En este sentido, la fijación de precio único puede –o no– venir de un amplio conjunto de medidas orientadas para la construcción de nuevos horizontes para el libro.

Mientras que en el siglo XIX se desarrolló la teoría de la competencia perfecta, que proclamaba la superioridad de los mercados libres, y en el siglo XX se desarrolló la de la competencia imperfecta, que justificaba la regulación del tipo de la fijación de precios, el inicio del nuevo siglo nos coloca la tarea de actualizar las lecturas económicas sobre el libro, para hacer frente a la nueva realidad. Estamos entrando en un mundo en que la difusión y el abaratamiento de las tecnologías de información permiten la división del trabajo no material en escala internacional. Esto significa la posibilidad del brutal abaratamiento de los costos de producción y de distribución, en paralelo con el surgimiento de los nuevos productos, tal como el e-book, cuyas perspectivas económicas aún son objeto de especulación. Desde ya, sin embargo, se sabe que las nuevas generaciones, acostumbradas desde la infancia a la lectura en monitores, tendrán mucha más facilidad que sus padres al recurrir a portales de obras literarias digitalizadas. Paralelamente, se hizo más fácil comprar libros por la Internet, dispensando al consumidor de desplazarse hasta la librería. Aparte de esto, las nuevas formas de sociabilidad hacen que las librerías hayan dejado de ser un mero centro de comercio de libros y pasen a ser un punto de encuentros y de consumo de productos que van de la música a la electrónica hasta la alimentación.

Esto significa que ni siquiera los libros, y tampoco las empresas, mucho menos los consumidores, son exactamente los mismos en el presente siglo. Debemos tener la humildad de reconocer que nuestras tesis antiguas no contemplan este nuevo mundo y, movidos por esta postura, es más que imperativo empezar a estudiar cuidadosamente lo que está pasando, país por país. Y ahí, tal vez en una década, tengamos masa crítica suficiente para adoptar algo nuevo u sustancial.

BIBLIOGRAFÍA

- . Ales, Ramon M. (2000). ¿Precio fijo del libro por que? Madrid: FEDECALI.
- . Asociación Estatal de Librerías de Rio de Janeiro (2000). Austria. Mimeo.
- . ----- (2000a). Dossiê leis do livro. Mimeo.
- . Euromonitor International (2003). The world market for books and publishing.
- . France (2003). Pris du livre, mode d'emploi. Ministère de la Culture et la Communication, Directio du Livre et de la Lecture, Département de l'Économie du Livre.
- . Friedman, Thomas F. (2005). O mundo é plano. Uma breve história do século XXI. Rio de Janeiro: Objetiva.
- . Sá-Earp, Fabio y Kornis, George (2005). A economia da cadeia produtiva do livro. Rio de Janeiro: BNDES. Disponible en <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/ebook/ebook.pdf>.
- . Rouet, François (2000). Le livre. Mutations d'une industrie culturelle. Paris: La Documentation Française.
- . Toledo, Alain y Faibis, Laurent (2001). Du coût du livre au prix dès idées. Tirages, coûts de fabrication et prix dans l'édition de sciences humaines et sociales et de sciences et techniques 1988-1998. Paris: Ministère de la Culture et Communications.