

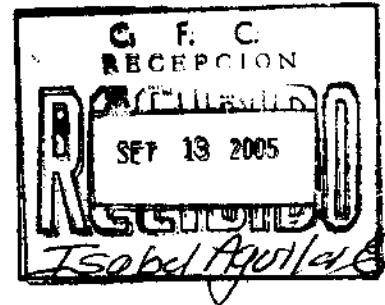


CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

HOLANDA 13 SAN DIEGO CHURUBUSCO DELEG. COYOACÁN 04120 MÉXICO, D.F. TELS.: 5688-20-11 / 22-21 / 24-34
FAX: 5604-3147 / 43-47

México, D. F., a 7 de septiembre del 2005.

Lic. Eduardo Pérez Mota
Presidente
Comisión Federal de Competencia Económica
Monte Líbano Núm. 225 – 3er. piso
Colonia Lomas de Chapultepec
11000 México, D. F.



Distinguido señor Presidente:

Me complace informarle que, el 6 de abril del año en curso, se le hizo entrega formal al Senador Tomás Vázquez Vigil, Presidente de la Comisión de Educación y Cultura, de la iniciativa de **Ley de Fomento para el Libro y la Lectura**, anexa a la presente, y me permito solicitar su opinión sobre el tema, fundamentalmente en lo que se refiere al tema del precio único señalado en el Capítulo VI, Artículos 22 al 27. En la exposición de motivos, páginas 5 a 7, se indican los antecedentes al respecto. Cabe señalar que en más de 10 países de la Unión Europea existe legislación vigente similar a la que ahora se propone.

Lo anterior, a sugerencia de la Senadora Silvia Hernández, Presidenta del Comité de Competitividad, con quien me reuní recientemente para hablar de dicha iniciativa que está en estudio en la Comisión de Educación y Cultura del Senado de la República.

Sin más de momento, quedo a sus órdenes para cualquier información adicional que requiera.

Atentamente

Ing. José Ángel Quintanilla D'Asosta
Presidente
Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana



COMISION FEDERAL
DE
COMPETENCIA



OK Por E-Mail
12 oct. 05

PRESIDENCIA
Oficio PRES-10-096-2005-104

México D.F., 6 de octubre de 2005

ING. JOSÉ ÁNGEL QUINTANILLA D'ACOSTA
Presidente
Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
Presente

Me refiero a su escrito de fecha 7 de septiembre de 2005, mediante el cual solicita la opinión de esta Comisión sobre la *Iniciativa de Ley de Fomento para el Libro y la Lectura* (la Iniciativa).

Al respecto, esta autoridad emite su opinión para salvaguardar las condiciones de competencia y libre concurrencia en los mercados. La presente no prejuzga sobre otros aspectos de cualquier índole que la Iniciativa pudiera tener, toda vez que no son competencia de esta autoridad.

I. Fijación de precios

La Iniciativa propone, en su capítulo VI, establecer un precio único de venta al menudeo (precio único) para cada publicación que se edite o importe en territorio nacional, en los siguientes términos:

- Sólo las personas que editen o importen libros en México podrán fijar, de manera libre, el precio único que será obligatorio previo registro ante la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Sólo se exentan las compras del Estado, bibliotecas públicas e instituciones educativas o de investigación.
- Los descuentos sobre el precio único aplicarán exclusivamente para libros editados por lo menos tres años antes y adquiridos por lo menos un año antes.
- Los competidores, cualquier profesional de la industria editorial, autores u otra organización de defensa de autores están facultados para tomar acciones (no definidas) para detener y reparar las infracciones a las disposiciones anteriores.

Lo anterior tendría un efecto equivalente a una práctica monopólica absoluta prohibida por la Ley Federal de Competencia Económica, consistente en la fijación de precios. Así pues, se eliminaría la competencia en precios en la venta de libros al menudeo.

Am



COMISION FEDERAL
DE
COMPETENCIA

PRESIDENCIA
Oficio PRES-10-096-2005-104

Con el establecimiento de un precio único, los editores e importadores tendrían incentivos para garantizar sus márgenes de ganancia y establecer precios altos en perjuicio de otros participantes de la cadena productiva y de los consumidores finales. En otras palabras, el precio único tiene como objeto proteger a algunos agentes de la cadena productiva del libro, pero a costa de suprimir los beneficios que los consumidores obtienen del proceso de competencia y libre concurrencia: menores precios, mejor calidad, y mayor disponibilidad y variedad de productos.

Por otra parte, al limitar la competencia en el precio de venta al menudeo de libros, se afectaría el desarrollo de formatos de venta que ofrecen portafolios de servicios acorde a las necesidades de distintos grupos de consumidores: existen librerías genéricas, especializadas, con cafetería, como parte de tiendas departamentales y otras.

Los servicios asociados con cada uno de estos formatos muestran distintos atributos y tienen diferentes costos de distribución y comercialización. Así, por ejemplo, las librerías en Internet, mediante ahorros en costos de venta, pueden ofrecer descuentos sobre los precios de referencia a sus clientes que no demandan servicios personales. Por su parte, las librerías tradicionales generalmente atraen lectores que prefieren consultar y adquirir los títulos disponibles con servicio personalizado. En muchos casos, los lectores combinan su compra de libros con la adquisición de otros productos o servicios culturales o de entretenimiento.

Por lo anterior, la fijación de un precio único y obligatorio causaría graves daños al funcionamiento eficiente del mercado del libro: incrementaría los precios; distorsionaría los incentivos para que los oferentes proporcionen servicios diferenciados a los usuarios; y reduciría y eliminaría opciones a los consumidores obligándolos a adquirir paquetes de servicios que no son de su preferencia.

II. Presupuesto obligatorio

El artículo 15 de la Iniciativa propone hacer obligatorio que todas las instituciones oficiales destinen 4% del presupuesto contemplado para la adquisición de libros, a la formación de profesionales que atiendan a los lectores. Esta medida causaría inflexibilidad y una restricción ineficiente al uso de sus recursos.

Las instituciones oficiales se encuentran sometidas a un fuerte programa de restricción presupuestal. Por ello, para optimizar resultados deben asignar sus gastos e inversiones con bases en análisis costo-beneficio que dependerá de sus



COMISION FEDERAL
DE
COMPETENCIA

PRESIDENCIA
Oficio PRES-10-096-2005-104

prioridades, funciones, posibilidades y características particulares. Además, la relación óptima entre el tiempo y el costo de capacitación con la calidad de los servicios es diferente entre instituciones y personas.

Por lo antes expuesto, esta autoridad recomienda suprimir de la Iniciativa las propuestas de establecer un precio único de venta al menudeo de libros y un presupuesto obligatorio a instituciones oficiales para formar profesionales que atiendan a lectores.

La presente opinión se emite con fundamento en los artículos 23, 24, fracción VI, y 28, fracción V de la Ley Federal de Competencia Económica, así como en el artículo 22, fracción VIII del Reglamento Interior de la Comisión Federal de Competencia.

Aprovecho la ocasión para reiterarle la seguridad de mi atenta consideración.

ATENTAMENTE



EDUARDO PÉREZ MOTTA
PRESIDENTE

c.c.p. Senador Tomás Vázquez Vigil, Presidente de la Comisión de Educación y Cultura del Senado de la República. Presente.
Senadora Silvia Hernández Enríquez, Presidenta de la Comisión de Relaciones Exteriores del Senado de la República. Presente.

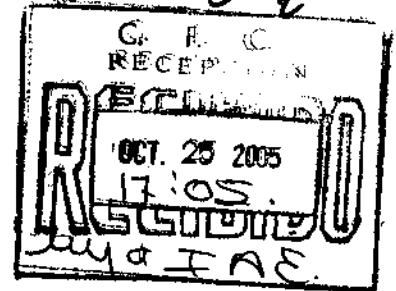


CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

HOLANDA 13 SAN DIEGO CHURUBUSCO DELEG. COYOACAN 04120 MÉXICO, D.F. TELS.: 5688-20-11 / 22-21 / 24-34
FAX: 5604-3147 / 43-47

México, D.F., a 24 de octubre de 2005.

Lic. Eduardo Pérez Motta
Presidente
Comisión Federal de Competencia
Presente

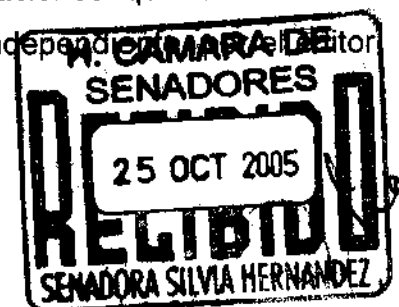


Distinguido Licenciado Pérez Motta:

En atención a su oficio PRES-10-096-2005-104, de fecha 6 de octubre de 2005, relacionado con la opinión que esta Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana solicitó a la Comisión Federal de Competencia (CFC) sobre la *Iniciativa de Ley de Fomento para el Libro y la Lectura* (la iniciativa), nos permitimos solicitar a usted sean considerados los siguientes puntos:

I.- Precio único:

Considera la CFC que, en los términos que está planteada la iniciativa, "...tendría un efecto equivalente a una práctica monopólica absoluta prohibida por la Ley Federal de Competencia Económica, consistente en la fijación de precios. Así pues, se eliminaría la competencia en precios en la venta de libros al menudeo", ante lo que nos permitimos hacer una distinción, la fijación de precios es una práctica comercial indispensable para el comercio; sin precio no hay transacción comercial; la fijación de precios que promueve esta iniciativa no está prohibida, ni representa una práctica monopólica en lo absoluto, dado que, como en ella se señala, este precio es para cada uno de las publicaciones que se editen o importen en territorio nacional, y es fijado, de manera independiente por el editor





CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

HOLANDA 13 SAN DIEGO CHURUBUSCO DELEG. COYOACAN 04120 MÉXICO, D.F. TELS.: 5688-20-11 / 22-21 / 24-34
FAX: 5604-3147 / 43-47

o importador individualmente, es decir, no hay acuerdo, puesta en común o compartir información para determinar el precio.

Cabe recordar que cada título es, en sí mismo, un producto diferente, por lo que no puede haber dos editores que cubran el mismo mercado con el mismo libro, debido a que los libros son protegidos por la Ley Federal del Derecho de Autor, y no pueden ser producidos indistintamente por más de un editor.

Lo que esta propuesta pretende es permitir que los libreros, distribuidores, y en general los comercializadores de los libros, compitan en condiciones de mayor equidad, promoviendo una mayor asequibilidad al libro en todas las regiones de la República Mexicana, tal y como ha sucedido en países como Francia, Alemania y España, que mediante leyes similares han permitido el desarrollo de una cadena de distribución más sólida y diversa, una industria editorial más desarrollada y con más participantes, un mayor número de autores, pero sobre todo, un más amplio número de lectores y un descenso en el precio promedio de venta al público de los libros.

Me permito señalar que el mecanismo que favorece la aplicación de descuentos al público por parte de algunos participantes en la cadena de distribución se genera al aumentar el precio final de venta al público, o menudeo, puesto que tanto editores como comercializadores requieren, para seguir operando, mantener un determinado margen de operación, por lo que es indispensable aumentar el precio de venta al público para ofrecer un descuento al comprador final; este mecanismo propicia que el comprador de referencia se vea perjudicado cuando compra los libros en lugares que no ofrecen, por que no pueden o no les interesa, ese descuento, y que los que adquieren los libros en lugares que ofrecen el descuento, no reciben sino lo que debió haber sido el precio final correcto. Por lo aquí



explicado, vemos que el promover una política de descuentos no apoya al lector (consumidor final) en general, sino que, al contrario, lo perjudica.

El impacto social, está demostrado en los países arriba mencionados, es favorable para el lector, para la cadena de distribución y para la cadena de producción del libro, desde los autores hasta los editores, dado que al leerse más, aunque sea a un precio menor (siempre que se mantengan los márgenes necesarios para operar), aumentan los tiros, mejora la rotación de los inventarios, se incrementa el número de títulos y autores publicados, se abren más librerías y aumenta el número de lectores, todo lo cual redundando en una baja de precios al menudeo en un entorno competitivo más sano y ampliado, en una sociedad más informada y preparada. Como caso contrario, podemos señalar la eliminación del acuerdo que mantenía el esquema de precio único en el Reino Unido, hace apenas siete años, y que ha provocado el cierre de un número importante de librerías (destacadamente pequeñas y localizadas en poblaciones de menor tamaño) y editoriales independientes, así como un incremento desmedido en los precios de venta finales, destacando los índices de inflación de estos bienes contra los índices generales.

Con estos mismos argumentos, señalamos que es equivocada la idea de que el precio único tenga como objeto proteger a algunos agentes de la cadena productiva del libro, en perjuicio de los beneficios (supuestos) que los consumidores obtienen de un proceso de competencia y libre concurrencia que es, en estos momentos, bastante endeble. Al limitar la competencia en el precio de venta al menudeo, se favorece la creación de otros incentivos para los consumidores finales, los lectores, como es la apertura de más librerías especializadas, más librerías genéricas, mayor servicio al contar con un catálogo más amplio cada una de las librerías, al encontrarse las librerías más cercanas al consumidor final.



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

HOLANDA 13 SAN DIEGO CHURUBUSCO DELEG. COYOACAN 04120 MÉXICO, D.F. TELS.: 5688-20-11 / 22-21 / 24-34
FAX: 5604-3147 / 43-47

Por lo anteriormente expresado, podemos afirmar, con absoluta seguridad, que la fijación de un precio único de venta para cada título, mejoraría sustancialmente la disponibilidad de títulos y catálogos, de librerías y distribuidores, de editores y autores en un mayor número de lugares en nuestro país; que dicha presencia incrementaría de manera notable el acceso a este bien cultural tan importante para el desarrollo educativo y productivo de nuestra nación, que reduciría los precios promedio de venta al público, y permitiría al lector no tener que adquirir paquetes de servicios no relacionados con sus preferencias y hábitos lectores, reforzando la calidad en el servicio y la competencia abierta entre los diversos oferentes de estos bienes culturales.

Aprovechamos la ocasión para señalar que la iniciativa fue preparada y es apoyada por, entre otros, miembros directivos de organizaciones como la Sociedad General de Escritores de México (SOGEM), la Asociación de Libreros de México, A.C. (ALMAC), de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), de la Asociación de Editores Mexicanos Independientes (AEMI), de la Academia Mexicana para el Derecho a la Educación y la Cultura, A.C., del Grupo Interamericano de Editores (GIE), del Centro Regional del Libro para América Latina y el Caribe (CERLALC), entre otros muchos, fue consultada con la Universidad Iberoamericana, la Universidad Autónoma Metropolitana, el Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor, S.G.C., el Instituto Mexicano del Derecho de Autor, A.C. la Unión Internacional de Editores (UIE), y que cuenta con el respaldo y beneplácito de organizaciones e instituciones como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Secretaría de Educación Pública (SEP), el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), el Fondo de Cultura Económica (FCE), la Asociación Mexicana para el Fomento del Libro Infantil y Juvenil, A.C. (IBBY México), entre otras muchas.



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

HOLANDA 13 SAN DIEGO CHURUBUSCO DELEG. COYOACAN 04120 MÉXICO, D.F. TELS.: 5688-20-11 / 22-21 / 24-34
FAX: 5604-3147 / 43-47

Agradeciendo la atención prestada a la presente, y deseando sean escuchados los argumentos aquí planteados, nos reiteramos a sus órdenes.

Atentamente,

José Ángel Quintanilla D'Acosta

Presidente

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana

Anexos:

Letras Libres, Agosto de 2005, Librerías y Precio Fijo, Gabriel Zaid.

Leyes relativas de los siguientes países:

Francia

Alemania

España

c.c.p. Senador Tomás Vázquez Vigil, Presidente de la Comisión de Educación y Cultura del Senado de la República, Presente.

Senadora Silvia Hernández Enríquez, Presidenta de la Comisión de Competitividad del Senado de la República, Presente.

Sr. Víctor Hugo Rascón Banda, Presidente de la Sociedad General de Escritores de México (SOGEM), Presente.

Lic. Henoc de Santiago Dulcé, Presidente de la Asociación de Libreros de México, A.C. (ALMAC),

Sr. José María Espinasa, Presidente de la Asociación de Editores Mexicanos Independientes (AEMI), Presente.

Lic. Enrique Vargas Flores, Vicepresidente de la Academia Mexicana para el Derecho a la Educación y la Cultura, A.C., Presente.



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA

HOLANDA 13 SAN DIEGO CHURUBUSCO DELEG. COYOACAN 04120 MÉXICO, D.F. TELS.: 5688-20-11 / 22-21 / 24-34
FAX: 5604-3147 / 43-47

Arq. Gerardo Gally, Presidente del Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor, S.G.C., Presente.

Lic. Gabriel Larrea Richerand, Presidente del Ilustre y Nacional Colegio de Abogados de México, Presente.

Sra. Ana María Cabanellas, Presidenta de la Unión Internacional de Editores (UIE), Presente.

Sr. Gonzalo Arboleda, Presidente del Grupo Interamericano de Editores (GIE), Presente.

Señora Sari Bermúdez, Presidenta del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONCULTA), Presente.

Mtro. Raúl Zorrilla Arredondo, Presidente del Centro Regional del Libro para América Latina y el Caribe (CERLALC), Presente.

Maestra Elisa Bonilla Rius, Directora General de Materiales Educativos, Secretaría de Educación Pública, Presente.

Dr. Gerardo Estrada, Coordinador de Difusión Cultural, Universidad Nacional Autónoma de México, Presente.

Lic. Gerardo Jaramillo Herrera, Director General de Publicaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México, Presente.

Sr. Ricardo Nudelman Chapes, Gerente General del Fondo de Cultura Económica, Presente.

Señora Luz María Sainz, Directora General de la Asociación Mexicana para el Fomento del Libro Infantil y Juvenil, A.C. (IBBY México),





LETRAS LIBRES

Octubre 25

José Ángel Quintanilla

Buscar

Mi Info | Salir | Ayuda

- CARTAS
- CONVIVIO
- TERTULIA
- LIBROS
- LETRILLAS
- ARTES · MEDIOS
- POEMAS
- PERFIL
- ARENA

Buscar en Convivio

Agosto 2005

Gabriel Zaid

Librerías y precio fijo

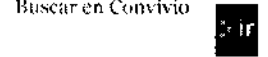
¿Es posible que los grandes descuentos acaben con las librerías? Sí, afirma Gabriel Zaid en este diagnóstico de nuestra industria del libro, porque son irreales y selectivos. Con un precio fijo, las librerías competirían lealmente y en beneficio de todos.

A mediados del siglo XX, los precios de los libros mexicanos eran fijos, sin ley que lo exigiera. El editor fijaba el precio, los libreros compraban en firme (sin derecho a devolución) y su ganancia (si el libro se vendía) estaba en el descuento que le había hecho el editor (menos los gastos de operación). Selectivamente, el librero hacía un descuento del 10% a algunos clientes, lo cual reducía su margen bruto en un porcentaje importante (digamos, del 35% al 25%). Ocasionalmente, lo reducía a cero para rematar los libros que llevaban muchos años sin venderse. Uno podía ver un libro interesante, no comprarlo de momento y decidirse varios años después, porque el libro seguía ahí. (Ahora no se exhiben más que unos cuantos meses, porque prevalece el derecho a devolverlos; con la complicación adicional del plástico retractilado que impide hojearlos, pero hace falta para protegerlos en el viaje de regreso al editor.)

La situación era distinta con los libros importados. Los de otras lenguas, se concentraban en librerías especializadas: la Francesa, la Británica, la American Book Store. Los de Argentina y España se mezclaban con los mexicanos, y no eran tantos. España no era todavía la potencia editorial mundial que ahora es. Para los libros importados en español había mayoristas que tomaban el precio del país de origen con una paridad convencional. Si el dólar estaba a \$8.65, el importador lo fijaba a \$10, \$12, o lo que, a su juicio, compensara sus gastos y riesgos, porque compraba en firme.

México crecía vigorosamente. La agricultura se modernizaba, abastecía el país y exportaba. Sus excedentes (de producción, divisas y mano de obra) facilitaban la industrialización y el crecimiento de las ciudades y el Estado. Se gastaba cada vez más en educación pública. La exportación de libros mexicanos crecía al 10% anual en toneladas (se triplicó de 1945 a 1955). Parecía el despegue del país al desarrollo. Desgraciadamente, aquella economía próspera a cargo de abogados se empantanó cuando la tomaron los economistas. Desgraciadamente, la educación resultó un fraude: costaba mucho y educaba poco. Ahora hay millones de universitarios mexicanos, pero no aprendieron a leer libros. Desgraciadamente, la oportunidad que parecía llegar para el libro mexicano se esfumó.

1. El libro fue una de las primeras manufacturas mexicanas con potencial exportador, sin que algún secretario de Industria y Comercio o de Hacienda dijera (como sus contrapartes en España): Ojo, aquí tenemos una oportunidad internacional. Las autoridades mexicanas, no sólo no apoyaron la oportunidad externa, tampoco apoyaron la interna con una buena red de bibliotecas (apoyo decisivo en muchos países, que en México ha empezado tardíamente). Pero sí



- SUSCRIPCIONES
- HEMEROTECA
- FOROS
- LIGAS
- CHAT
- DIRECTORIO
- OPINA
- PUBLICIDAD

EDICIONES IMPRESAS

LETRAS LIBRES

MÉXICO
CONTENIDOS
SUSCRIPCIONES

LETRAS LIBRES

ESPAÑA

CONVIVIO



SSL Ce

Más de Zaid:

- Tertul univer Octub
- Civil - Octub
- Civil - Septie
- Hidrá Julio 2
- La san cuater Junio

Sobre

- Antolc Gabrie Ferna Ramú 2005
- La cu diáloj mund Gabriel Migue Agosto
- Gabrie que le repóbl por At Heme 1995 (
- Salud por Re Heme Novie
- Carta Heme (PDF)

Her

Let

-- Se

apoyaron los oligopolios de las fábricas de papel. En vez de bajar los costos del libro (por vía de la demanda nacional e internacional), los subieron (por vía del costo del papel).

Una clara muestra de que la industria del libro es más competitiva que la del papel, es que el papel mexicano para hacer libros no es exportable, a menos que se transforme en libros exportados. Pero la oportunidad pasó de noche. Durante muchos años, las autoridades no permitieron la importación de papel, mejor y más barato. Optaron por el desarrollo de la industria del papel, a costa del desarrollo del libro. El apoyo que sí dieron fue la exención del impuesto sobre la renta a la edición de libros (no a las librerías, quién sabe por qué), que después fueron retirando. Poca cosa, en comparación con el decidido apoyo del Estado al libro español.

2. Los libros de texto, que son fundamentales para la industria editorial de todos los países, pasaron en gran parte al sector público, desde que se creó la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos en 1959. Esto redujo el mercado y encareció los libros que no eran de texto, porque estaban apoyados (como en otros países) por el negocio de los libros de texto. Además, afectó el negocio de las librerías, sostenido en buena parte por las ventas de temporada: Navidad y libros de texto.

3. El auge del libro español afectó a México por vía del *dumping*. Las tiendas Aurrerá empezaron vendiendo saldos, sobre todo de ropa, pero no los conseguían de los editores mexicanos, que se negaban a saldar, para no enemistarse con autores y libreros; como le sucedió al Fondo de Cultura Económica cuando remató a Gigante buena parte de su bodega. Fue una barata memorable y una competencia desleal. Los mismos libros que estaban en las librerías, comprados en firme y todavía en exhibición, se ofrecieron al público a precios menores que el que habían pagado los libreros. Muchas librerías dejaron de comprar libros del Fondo.

Alguna vez salió en la primera plana de *Excélsior* que había llegado a México un barco cargado de libros españoles. Era un saldo comprado por Aurrerá. Los editores españoles no tenían problemas, sino incentivos fiscales y comerciales, para saldar en México. El exceso de producción en España, los incentivos para exportar y los precios altos que fijaban los importadores mexicanos creaban una oportunidad ideal para Aurrerá y otros que canalizaron el *dumping* español. Lo hicieron, con éxito espectacular, la Librería Gandhi y la Librería Parroquial (que de hecho acabó con las librerías católicas). Naturalmente, el poder de compra que acumularon los grandes importadores de saldos y las cadenas de tiendas (aunque no entraran al negocio del *dumping*), los hizo fuertes frente a los editores mexicanos. Acabaron comprando también los libros mexicanos en condiciones especiales (descuentos, plazos, derecho a devolución). Esto creó dos niveles de precios al mayoreo: bajos para los fuertes y altos para las otras librerías. Lo cual sirvió para debilitarlas más.

4. La inflación y las devaluaciones desatadas por el presidente Echeverría y sus economistas (que despreciaban el "desarrollo estabilizador") fueron la puntilla para el precio fijo de los libros. Los costos del papel y la impresión subieron mucho, la demanda de libros bajó. Por ambos lados, los precios de los libros se volvieron insostenibles. Muchos editores y libreros trataban



LETRAS LIBRES / José

(absurdamente) de sostener cuando menos los precios de los libros que ya tenían, y se llevaban la sorpresa de que, al venderlos, no recuperaban lo suficiente para editar o comprar nuevos. Hubo un desbarajuste en el mercado. Hasta en la misma librería, era posible encontrar dos ejemplares del mismo libro a precios distintos.

5. Los precios inestables, el mercado revuelto, la desaparición de librerías, rompieron otro tabú: los maestros y directores de escuelas empezaron a actuar como librería para los padres de familia, eliminando al odioso intermediario y ganándose algunos pesos, con el apoyo de los editores, que dejaron a los libreros sin un ingreso fundamental: los libros de texto no gratuitos.

Todo esto ha llevado a las librerías independientes al colapso. Venden poco y con márgenes reducidos que difícilmente sacan los gastos. Muchas han cerrado. Una persona que sepa de libros, que tenga mucha vocación por difundirlos y mucho sentido comercial, puede sobrevivir, hasta que se cansa. El mismo esfuerzo luce más en otras actividades. A pesar de lo cual, nunca faltan entusiastas que sueñan con poner una librería. Hay que decirles: A menos que tengas dinero para pagarte una afición costosa, no te metas. En México, todo está organizado para acabar con las librerías.

Los darwinistas ven todo esto filosóficamente. Si la ley de la selva destruye el medio ambiente en vez de mejorarlo, y convierte la selva en un desierto, el resultado (por definición) es óptimo, inmejorable. Cualquier intervención para que no se extienda el desierto, o para que reverdezca, sería antinatural. Si los bosques, el agua y la vida desaparecen, no hay que lamentarlo: no eran competitivos.

Lo competitivo de una librería está en el surtido (amplitud, foco), el lugar (agradable, de fácil acceso), el personal (conocedor, cumplidor, ayudador, sin ser metiche) y, desde luego, el precio, si no es igual en todas partes. Una librería que está lejos, casi no da servicio y ni sabe lo que tiene, pero vende con el 20% o 30% de descuento, se vuelve muy competitiva. Pero ¿cómo es posible dar el 30% de descuento al lector, si la librería recibe 35%? No es posible. Excepto, claro, si algunas librerías consentidas reciben descuentos altísimos. Y ¿cómo es posible para el editor dar descuentos altísimos? Subiendo los precios. Con lo cual resulta que el descuento es puro cuento.

En los tratados de comercio internacional, suele haber una cláusula por la cual ninguno de los países contratantes puede negar a los otros las condiciones que ofrezca al país más favorecido. Si todos los editores ofrecieran a todas las librerías las condiciones que ofrecen a la más favorecida, hasta la más pequeña podría dar los descuentos de las grandes, y entonces se vería cuál es la más competitiva: la más cercana y agradable, la mejor atendida, la que tiene un surtido más amplio y enfocado, la que de veras cumple, consiguiendo el libro que se le encargue. No sólo eso: bajaría el nivel general de precios, porque los descuentos altísimos son artificiales. Aparecieron para proteger a las librerías consentidas de las que no los son, y, sin esa función, salen sobrando.

Los grandes descuentos distorsionan la economía del libro. Un pequeño editor llega a dar hasta el 70% de descuento a su distribuidor (que todavía es menos que pagar el sueldo de un vendedor, mientras su volumen sea bajo) porque el distribuidor, a su vez, tiene que dar hasta el 50% a los clientes consentidos. Y ¿cómo es posible dar el 70%? Subiendo los múltiplos.

A mediados del siglo XX, el precio al público de un libro se fijaba multiplicando por cuatro el costo de su producción industrial (composición, formación, papel, impresión, encuadernación). Los libros de texto podían bajar el múltiplo a tres, por su venta grande, rápida y segura. El Fondo de Cultura Económica, gracias al subsidio, se daba el lujo de hacer lo mismo, en beneficio de los lectores, aunque sus libros no eran de gran demanda, ni de salida rápida. Los careros multiplicaban por cinco. Con un múltiplo de cuatro, un libro que el lector pagaba en \$100 dejaba como ingreso bruto para el librero \$35, la imprenta \$25, el autor \$10 y el editor \$30, lo cual era muy buen negocio, si el tiraje se vendía todo y pronto, cosa poco común. Si se le quedaba la mitad, el costo real de

producción por ejemplar vendido subía a \$50, lo cual dejaba \$5 para el editor, \$35 para el librero y \$10 para el autor.

A partir del desbarajuste, los múltiplos de tres, cuatro y cinco se volvieron insostenibles. Subieron, digamos, a cuatro, cinco y seis. Con los grandes descuentos, subieron todavía más. Si un pequeño editor da 70% al distribuidor y 10% al autor en un libro cuya producción cuesta \$25, el precio ya no puede ser de \$100, que dejaría una pérdida bruta de \$5 al editor, si el tiraje se vende todo y pronto; y de \$30, si no vende más que la mitad. ¿Debe, entonces, subir el precio, digamos, a \$150? No basta, porque el 80% del aumento de \$50 se lo llevan el distribuidor y el autor. Aunque el lector pague \$50 más, al editor no le tocan más que \$10 más, que es insuficiente. Para que el editor reciba \$30 más, el aumento tiene que ser del triple. O sea que el libro tiene que venderse a \$250, con un múltiplo de diez, no de cuatro.

Los grandes descuentos inflan el múltiplo: obligan a subir el nivel general de precios. Es algo artificial, que sirve para forzar a los lectores a concentrarse en unas cuantas librerías, donde les bajan los precios previamente inflados. Para que el gran descuento parezca realidad es indispensable que las otras librerías no lo puedan dar, lo cual es fácil de lograr. Basta con que los editores obliguen a las otras a vender más caro, negándoles el trato que dan a sus clientes consentidos. Las obligan a ser, de hecho, paleras involuntarias, que montan un escaparate para que la gente vea los libros, tome nota y vaya a comprar con el consentimiento del editor. Las pequeñas librerías existen (mientras existan) para que se luzcan las consentidas. Cuando desaparezcan, no habrá comparación de precios y el truco de los grandes descuentos resultará obvio. Es el mismo que funciona en multitud de ofertas, baratas y promociones: subir los precios para bajarlos, y que la gente se vaya muy contenta.

No hace falta aclarar que, en ningún momento, hubo una conspiración de los editores a favor de la Gandhi. Por el contrario, había molestia porque choteaba los precios. Sin embargo, finalmente, uno a uno, se fueron rindiendo, y acabaron subiendo los precios para que la Gandhi pudiera bajarlos. Y ¿qué ganaron los lectores? Un país cada vez más desierto de librerías. Con oasis como la Gandhi, que es un inmenso basurero, aunque nos da la felicidad de andar de pepenadores en el caos, buscando maravillas. La Gandhi puede darse el lujo de no saber lo que tiene (ni en su página de internet, ni por teléfono, fax o correo electrónico, ni yendo a preguntar personalmente) porque no necesita competir en servicio.

En el mercado de los libros, no hay, ni puede haber, competencia para un título, porque cada uno es monopolio de su autor y editor. Hay excepciones: los títulos de dominio público (varias ediciones del *Quijote*) y, en cierta forma, los libros de texto (compiten varios para cada curso). El monopolio lleva, naturalmente, a la regulación de precios. En el caso de los libros de texto, el contenido y los precios tienen que ser autorizados. Para los demás títulos, que son infinitos, el editor fija el precio al público y, en varios países, está obligado a estamparlo en cada libro. Paralelamente, la ley obliga a los libreros y cadenas de tiendas a respetarlo, limitando el descuento a un máximo de 5%. Esto tiene como efecto bajar los precios y ampliar la red de librerías, favoreciendo la competencia en surtido, servicio y ubicación.

En México, hay ahora un proyecto de Ley de Fomento para el Libro y la Lectura que promueve algo semejante. Ojalá que se apruebe, y que el desierto reverdezca. -

Este texto ha recibido 5 comentarios de nuestros lectores. Si desea redactar uno propio o revisar los que nuestros lectores han hecho antes haga click aquí.

GRATIS

➤ MÁS DE CONVIVIO

➤ COLUMNAS

LOIS

LOI n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre (1).

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Art. 1^{er}. — Toute personne physique ou morale qui édite ou importe des livres est tenue de fixer, pour les livres qu'elle édite ou importe, un prix de vente au public.

Ce prix est porté à la connaissance du public. Un décret précisera, notamment, les conditions dans lesquelles il sera indiqué sur le livre et déterminera également les obligations de l'éditeur ou de l'importateur en ce qui concerne les mentions permettant l'identification du livre et le calcul des délais prévus par la présente loi.

Tout détaillant doit offrir le service gratuit de commande à l'unité. Toutefois, et dans ce seul cas, le détaillant peut ajouter au prix effectif de vente au public qu'il pratique les frais ou rémunérations correspondant à des prestations supplémentaires exceptionnelles expressément réclamées par l'acheteur et dont le coût a fait l'objet d'un accord préalable.

Les détaillants doivent pratiquer un prix effectif de vente au public compris entre 95 p. 100 et 100 p. 100 du prix fixé par l'éditeur ou l'importateur.

Dans le cas où l'importation concerne des livres édités en France, le prix de vente au public fixé par l'importateur est au moins égal à celui qui a été fixé par l'éditeur.

Art. 2. — Par dérogation aux dispositions de l'article 37 (1^{er}) de la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 modifiée, les conditions de vente établies par l'éditeur ou l'importateur, en appliquant un barème d'écart sur le prix de vente au public hors taxes, prennent en compte la qualité des services rendus par les détaillants en faveur de la diffusion du livre. Les remises correspondantes doivent être supérieures à celles résultant de l'importance des quantités acquises par les détaillants.

Art. 3. — Les dispositions du quatrième alinéa de l'article 1^{er} ci-dessus ne sont pas applicables aux associations facilitant l'acquisition des livres scolaires pour leurs membres.

Elles ne sont pas non plus applicables au prix de vente des livres facturés pour leurs besoins propres, excluant la revente, à l'Etat, aux collectivités locales, aux établissements d'enseigne-

Loi n° 81-766 TRAVAUX PRÉPARATOIRES (1)

Sénat :

Projet de loi n° 318 (1980-1981) ;
Rapport de M. Carat, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 328 (1980-1981) ;
Avis de la commission des affaires économiques n° 329 (1980-1981) ;
Discussion et adoption le 29 juillet 1981.

Assemblée nationale :

Projet de loi, adopté par le Sénat, n° 251 ;
Rapport de M. Pesce, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 252 ;
Discussion et adoption le 30 juillet 1981.

Sénat :

Projet de loi, modifié par l'Assemblée nationale, n° 344 (1980-1981) ;
Discussion et adoption le 31 juillet 1981.

Assemblée nationale :

Projet de loi, adopté avec modifications, en deuxième lecture par le Sénat, n° 303 ;
Rapport de M. Pesce, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 304 ;
Discussion et adoption le 31 juillet 1981.

NOTA. — Les documents parlementaires indiqués dans les travaux préparatoires rappelés à la fin des textes législatifs sont vendus ou expédiés par la Direction des Journaux officiels, 26, rue Desaix, 75227 Paris CEDEX 15, au prix de 1,50 F l'exemplaire ; ne pas régler la commande à l'avance mais attendre d'avoir reçu la facture.

ment, de formation professionnelle ou de recherche, aux syndicats représentatifs, aux comités d'entreprise, aux bibliothèques accueillant du public pour la lecture ou pour le prêt, notamment celles des associations régies par la loi du 1^{er} juillet 1901.

Art. 4. — Toute personne qui publie un livre en vue de sa diffusion par courtage, abonnement ou par correspondance moins de neuf mois après la mise en vente de la première édition fixe, pour ce livre, un prix de vente au public au moins égal à celui de cette première édition.

Art. 5. — Les détaillants peuvent pratiquer des prix inférieurs au prix de vente au public mentionné à l'article 1^{er} sur les livres édités ou importés depuis plus de deux ans, et dont le dernier approvisionnement remonte à plus de six mois.

Art. 6. — Les ventes à prime ne sont autorisées, sous réserve des dispositions de la loi n° 51-356 du 20 mars 1951 modifiée et de la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 modifiée, que si elles sont proposées, par l'éditeur ou l'importateur, simultanément et dans les mêmes conditions à l'ensemble des détaillants ou si elles portent sur des livres faisant l'objet d'une édition exclusivement réservée à la vente par courtage, par abonnement ou par correspondance.

Art. 7. — Toute publicité annonçant des prix inférieurs au prix de vente au public mentionné à l'article 1^{er} (alinéa 1^{er}) est interdite hors des lieux de vente.

Art. 8. — En cas d'infraction aux dispositions de la présente loi, les actions en cessation ou en réparation peuvent être engagées, notamment par tout concurrent, association agréée de défense des consommateurs ou syndicat des professionnels de l'édition ou de la diffusion de livres ainsi que par l'auteur ou toute organisation de défense des auteurs.

Art. 9. — Les dispositions de la présente loi ne font pas obstacle à l'application, le cas échéant, de l'ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 modifiée relative aux prix, à l'exception toutefois des premier et deuxième alinéas du 4^o de l'article 37 de ladite ordonnance.

Art. 10. — Un décret détermine les modalités d'application de la présente loi aux départements d'outre-mer, compte tenu des sujétions dues à l'éloignement de ces départements.

Art. 11. — La présente loi entrera en vigueur à la date du 1^{er} janvier 1982, y compris pour l'ensemble des livres édités ou importés antérieurement à cette date.

Le Gouvernement présentera au Parlement, avant le 1^{er} juin 1983, un rapport sur l'application de la loi ainsi que sur les mesures prises en faveur du livre et de la lecture publique.

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Paris, le 10 août 1981.

FRANÇOIS MITTERRAND.

Par le Président de la République :

Le Premier ministre,
PIERRE MAUROY.

Le garde des sceaux, ministre de la justice,
ROBERT BADINTER.

Le ministre de l'économie et des finances,
JACQUES DELORS.

Le ministre du commerce et de l'artisanat,
ANDRÉ DELELIS.

Le ministre de la culture,
JACK LANG.

Le ministre de la consommation,
CATHERINE LALUMIÈRE.

La loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre (modifiée par la loi n° 85-500 du 13 mai 1985)

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Art. 1er - Toute personne physique ou morale qui édite ou importe des livres est tenue de fixer, pour les livres qu'elle édite ou qu'elle importe, un prix de vente au public.

Ce prix est porté à la connaissance du public. Un décret précisera, notamment, les conditions dans lesquelles il sera indiqué sur le livre et déterminera également les obligations de l'éditeur ou de l'importateur en ce qui concerne les mentions permettant l'identification du livre et le calcul des délais prévus par la présente loi.

Tout détaillant doit offrir le service gratuit de commande à l'unité. Toutefois, et dans ce seul cas, le détaillant peut ajouter au prix effectif de vente au public qu'il pratique les frais ou rémunérations correspondant à des prestations supplémentaires exceptionnelles expressément réclamées par l'acheteur et dont le coût a fait l'objet d'un accord préalable.

Les détaillants doivent pratiquer un prix effectif de vente au public compris entre 95 % et 100 % du prix fixé par l'éditeur ou l'importateur.

Dans le cas où l'importation concerne des livres édités en France, le prix de vente au public fixé par l'importateur est au moins égal à celui qui a été fixé par l'éditeur.

[Loi du n° 85-500 du 13 mai 1985] "Les dispositions de l'alinéa précédent ne sont pas applicables aux livres importés en provenance d'un État membre de la Communauté économique européenne, sauf si des éléments objectifs, notamment l'absence de commercialisation effective dans cet État, établissent que l'opération a eu pour objet de soustraire la vente au public aux dispositions du quatrième alinéa du présent article."

Art. 2 - Par dérogation aux dispositions de l'article 37 (1°) de la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 modifiée, les conditions de vente établies par l'éditeur ou l'importateur, en appliquant un barème d'écart sur le prix de vente au public hors taxes, prennent en compte la qualité des services rendus par les détaillants en faveur de la diffusion du livre. Les remises correspondantes doivent être supérieures à celles résultant de l'importance des quantités acquises par les détaillants.

Art. 3 - Les dispositions du quatrième alinéa de l'article 1er ci-dessus ne sont pas applicables aux associations facilitant l'acquisition des livres scolaires pour leurs membres.

Elles ne sont pas non plus applicables au prix de vente des livres facturés pour leurs besoins propres, excluant la revente, à l'État, aux collectivités locales, aux établissements d'enseignement, de formation professionnelle ou de recherche, aux syndicats représentatifs, aux comités d'entreprise, aux bibliothèques accueillant du public pour la lecture ou pour le prêt, notamment celles des associations régies par la loi du 1er juillet 1901.

Art. 4 - Toute personne qui publie un livre en vue de sa diffusion par courtage, abonnement ou par correspondance moins de neuf mois après la mise en vente de la première édition fixe, pour ce livre,

un prix de vente au public au moins égal à celui de cette première édition.

Art. 5 - Les détaillants peuvent pratiquer des prix inférieurs au prix de vente au public mentionné à l'article 1er sur les livres édités ou importés depuis plus de deux ans, et dont le dernier approvisionnement remonte à plus de six mois.

Art. 6 - Les ventes à prime ne sont autorisées, sous réserve des dispositions de la loi n° 51-356 du 20 mars 1951 modifiée et de la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 modifiée, que si elles sont proposées, par l'éditeur ou l'importateur, simultanément et dans les mêmes conditions à l'ensemble des détaillants ou si elles portent sur des livres faisant l'objet d'une édition exclusivement réservée à la vente par courtage, par abonnement ou par correspondance.

Art. 7 - Toute publicité annonçant des prix inférieurs au prix de vente au public mentionné à l'article 1er (alinéa 1er) est interdite hors des lieux de vente.

Art. 8 - En cas d'infraction aux dispositions de la présente loi, les actions en cessation ou en réparation peuvent être engagées, notamment par tout concurrent, association agréée de défense des consommateurs ou syndicat des professionnels de l'édition ou de la diffusion de livres ainsi que par l'auteur ou toute organisation de défense des auteurs.

Art. 9 - Les dispositions de la présente loi ne font pas obstacle à l'application, le cas échéant, de l'ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 modifiée relative aux prix, à l'exception toutefois des premier et deuxième alinéas du 4° de l'article 37 de ladite ordonnance.

Art. 10 - Un décret détermine les modalités d'application de la présente loi aux départements d'outre-mer compte tenu des sujétions dues à l'éloignement de ces départements.

[Loi du n° 85-500 du 13 mai 1985] Art. 10 bis - "Un décret en Conseil d'État déterminera les peines d'amendes contraventionnelles applicables en cas d'infraction aux dispositions de la présente loi."

Art. 11 - La présente loi entrera en vigueur à la date du 1er janvier 1982, y compris pour l'ensemble des livres édités ou importés antérieurement à cette date.

Le Gouvernement présentera au Parlement, avant le 1er juin 1983, un rapport sur l'application de la loi ainsi que sur les mesures prises en faveur du livre et de la lecture publique.

La présente loi sera exécutée comme loi de l'État.

Fait à Paris, le 10 août 1981.

Journal Officiel (11 août 1981 ; 14 mai 1985)

Ley que regula la fijación de los precios de los productos editoriales del 2 de septiembre de 2002

El Parlamento decreta la siguiente Ley:

Artículo 1°. Ley sobre la fijación de los precios de los libros

§ 1. Objeto de la Ley

La Ley fomenta la protección del bien cultural llamado libro. La fijación de precios obligatorios en la venta al comprador final asegura la obtención de una amplia oferta librera. Al mismo tiempo, la Ley garantiza que esta oferta sea asequible para un amplio público puesto que estimula la existencia de un mayor número de sitios de venta.

§ 2. Ámbito de aplicación

(1) Dentro del marco de esta Ley, son también libros:

1. las partituras musicales,
2. los productos cartográficos,
3. aquellos productos que reproducen o sustituyen libros, partituras musicales o productos cartográficos o que de acuerdo con la apreciación general son considerados de manera preponderante como típicamente editoriales o del comercio librero, así como
4. los objetos combinados, en los que alguno de los productos mencionados constituye la materia principal.

(2) De los libros en lengua extranjera, sólo aquellos destinados de manera predominante para su venta en Alemania caen dentro del ámbito de la presente Ley.

(3) Se considera comprador final, en el marco de esta Ley, a quien adquiere libros con cualquier fin que no sea su ulterior venta.

§ 3. Fijación de precios

Quien venda libros de manera comercial o industrial al comprador final está obligado a observar el precio establecido de acuerdo con el § 5. Esto no rige para la venta de libros usados.

§ 4. Ventas al exterior

- (1) La fijación de precios no rige las ventas al exterior dentro del Mercado Común Europeo.
- (2) El precio final establecido según el § 5 será aplicado en las ventas de libros al exterior dentro del Mercado Común Europeo cuando las circunstancias objetivas den como resultado que los libros en cuestión hayan sido exportados para su reimportación con el solo propósito de sustraerse a esta Ley.

§ 5. Establecimiento de precios

- (1) Quien edite o importe libros está obligado a establecer un precio que incluya el impuesto al valor agregado (precio de venta al público) para la salida de un libro para su venta al comprador final y a hacerlo del conocimiento público de manera adecuada. Lo mismo rige para las modificaciones al precio de venta al público.
- (2) Quien importe libros no puede, al establecer el precio final, abatir el precio de venta al público recomendado para Alemania por el editor en su país de origen incluyendo el impuesto al valor agregado vigente en Alemania en ese momento. Si el editor no ha recomendado un precio para Alemania, tampoco puede el importador, al establecer el precio final, abatir el precio neto establecido o recomendado por el editor para el consumidor en su país de origen, más el impuesto al valor agregado vigente en Alemania en ese momento.
- (3) Quien como importador compre libros en uno de los Estados firmantes del acuerdo del Mercado Común Europeo a un costo distinto y menor al habitual en el Estado donde realice la compra, puede disminuir el precio final de acuerdo con el inciso 2 en la misma proporción de beneficio comercial alcanzada conforme al costo habitual en el Estado donde realice la compra; además, son válidos los descuentos al mayoreo y las condiciones de venta típicas del ramo como componentes del costo habitual.
- (4) Los editores o importadores pueden establecer los siguientes precios finales:
 1. precios de serie,
 2. precios al mayoreo,
 3. precios de suscripción,
 4. precios especiales estipulados para instituciones cuya colaboración en la edición de determinadas obras sea decisiva para su finalización,

5. precios especiales para los suscriptores de un periódico en relación con un libro que la redacción de dicho periódico haya concebido o editado, y
 6. fascículos de venta a plazos.
- (5) El establecimiento de precios finales distintos para un título específico está permitido al editor, importador o su concesionario cuando sea objetivamente justificado.

§ 6. Distribución

- (1) Para establecer sus precios y cualquier condición de venta hacia los comerciantes, las editoriales tienen que considerar la contribución proporcionada por las pequeñas librerías en las superficies provistas de libros, así como sus servicios libreros. No están autorizadas a ajustar por su cuenta los descuentos en las operaciones comerciales establecidas con un comerciante.
- (2) Las editoriales no pueden ofrecer a los comerciantes ajenos al ramo precios inferiores o condiciones más favorables que al comercio librero.
- (3) Las editoriales no pueden establecer precios mayores o peores condiciones a los libreros intermediarios que a los vendedores finales a quienes abastezcan directamente.

§ 7. Excepciones

- (1) El § 3 no rige la venta de libros
 1. a los editores o importadores de libros, libreros o a sus empleados y colaboradores fijos para su consumo personal,
 2. a los autores de publicaciones independientes de una editorial para su consumo personal,
 3. a los maestros cuyo propósito sea probar su utilización en la enseñanza,
 4. si se trata de ejemplares defectuosos, sucios o dañados o que presenten cualquier otro error.
- (2) En la venta de libros, se concederá un descuento de hasta 5 por ciento a las bibliotecas científicas públicas, mientras que para las bibliotecas comunales, estatales y escolares, así como confesionales y militares del ejército federal y de la policía fronteriza, será hasta de 10 por ciento.
- (3) En los pedidos de libros al mayoreo para la enseñanza escolar, que sean financiados con recursos predominantemente públicos, los vendedores concederán los siguientes descuentos:

1. en pedidos con un valor total de hasta 25 000 euros por título con
 - más de 10 ejemplares 8 por ciento de descuento
 - más de 25 ejemplares 10 por ciento de descuento
 - más de 100 ejemplares 12 por ciento de descuento
 - más de 500 ejemplares 13 por ciento de descuento
2. en pedidos con un valor total de más de
 - 25 000 euros 13 por ciento de descuento
 - 38 000 euros 14 por ciento de descuento
 - 50 000 euros 15 por ciento de descuento

Los libros escolares adquiridos por las escuelas dentro del marco de su propio presupuesto recibirán en su lugar un descuento general del 12 por ciento en todos sus pedidos al mayoreo.

- (4) El vendedor final no viola su obligación de acuerdo con el § 3 si, con motivo de la venta de un libro,
1. entrega artículos de un valor reducido o artículos que, en consideración del valor del libro vendido, no tienen importancia económica,
 2. asume gastos ordinarios del comprador final por su visita al sitio de venta,
 3. asume gastos de envío o de suministro, o
 4. brinda otras prestaciones secundarias habituales en el comercio.

§ 8. Duración de la fijación de los precios

- (1) Los editores e importadores están autorizados a poner fin a la fijación de precios de aquellos libros que pertenezcan a una impresión realizada cuando menos 18 meses antes, dándola a conocer de forma adecuada.
- (2) En aquellos libros que sean reeditados en un periodo menor a 18 meses o cuyo contenido, al llegar a determinada fecha o suceso, pierda valor de forma considerable, cabe la posibilidad de que el editor o el importador ponga fin a la fijación de precios haciendo caso omiso del término señalado en el inciso 1 vencido el plazo acordado desde su aparición.

§ 9. Reclamaciones de indemnización y por omisiones

(1) Quien infrinja las disposiciones de esta Ley puede ser requerido por omisión. Quien proceda con premeditación o de manera negligente está obligado a la reparación de los daños resultado de su infracción.

(2) Sólo podrán acogerse a la reclamación por omisión:

1. los titulares de licencias que comercien libros,
2. los consorcios con derecho a reclamar intereses industriales, en la medida en que les corresponda un número importante de licencias, que comercien mercancías o productos industriales del mismo tipo o similar en el mismo mercado, en la medida en que estén particularmente capacitados por sus dotaciones personales, materiales o financieras, para salvaguardar efectivamente sus deberes establecidos en la demanda de los intereses industriales, y el hecho afecte de manera fundamental a la competencia en el mercado relevante.
3. un abogado que haya sido comisionado por los editores, importadores o fabricantes que realicen la venta al consumidor final, como su fideicomisario común en la fijación de sus precios (fideicomisario para la fijación de precios).
4. instituciones que acrediten encontrarse inscritas en la lista de instituciones calificadas de acuerdo con el § 4 de la Ley de reclamaciones por omisión o en el registro vigente de la Comisión de la Comunidad Europea según el Artículo 4° de la Norma 98/27/CE del Parlamento Europeo y la recomendación del 19 de mayo de 1998 sobre reclamaciones por omisión para la protección de los intereses del consumidor (ABI. CE, Nr. L 166, pág. 51).

Las disposiciones del Inciso 1 núm. 4 sólo permiten hacer válida la reclamación por omisión cuando la reclamación involucre a un hecho que afecte los intereses fundamentales del consumidor final.

(3) Los procedimientos judiciales están regidos, para las reclamaciones procedentes, de acuerdo con el Inciso 2 núms. 1 al 3 de las disposiciones de la Ley contra la competencia desleal, y, para los arreglos, de acuerdo con el Inciso 2 núm. 4 de las disposiciones de la Ley de reclamaciones por omisión.

§ 10. Inspección de libros

- (1) Si existen sospechas fundadas de que un fabricante ha violado el § 3, el titular de una licencia que también venda libros puede solicitar que un consultor económico o un perito fiscal profesional, obligado a guardar discreción, acceda a los libros de cuentas y comprobantes comerciales de dicho fabricante. El informe del revisor deberá hacer referencia exclusivamente a las violaciones halladas contra lo establecido por esta Ley.
- (2) En caso de establecerse una infracción, el titular de la licencia puede reclamar al fabricante infractor el reembolso de los costos necesarios para la revisión contable.

§ 11. Disposición transitoria

- (1) Los precios finales de libros estipulados por sus editores o importadores y puestos en circulación antes del 1 de octubre de 2002 son válidos como precios de acuerdo con el § 5 inciso 1.

Artículo 2°. Reforma de la Ley contra las limitaciones en la competencia

El título y el inciso 1 del § 15 de la Ley contra las limitaciones en la competencia de acuerdo con el texto promulgado el 26 de octubre de 1998 (BGBl. I, pág. 2546), modificado por última vez mediante el artículo 7 de la Ley del 10 de noviembre de 2001 (BGBl. I, pág. 2992), serán establecidos como sigue:

“§ 15. Fijación de precios de periódicos y revistas

- (1) El § 14 no rige, en la medida en que un fabricante de periódicos o revistas esté obligado con los compradores de estos productos, ya sea de manera legal o económica, a ajustar en la venta determinados precios o a imponer a sus compradores la misma obligación hasta la venta al último consumidor. Se toman también como periódicos y revistas aquellos productos que reproducen periódicos y revistas o que los sustituyen y que para la apreciación general son considerados como típica y preponderantemente editoriales, así como aquellos productos combinados en los que predomina un periódico o revista.”

Artículo 3°. Entrada en vigor

La presente Ley entra en vigor el primer día del mes siguiente a su promulgación.

Los derechos constitucionales del Parlamento han sido ratificados.

La Ley precedente queda así promulgada.

Se publicará en el Diario Oficial.

Berlín, a 2 de septiembre de 2002.

El Presidente Federal

Johannes Rau

El Canciller Federal

Gerhard Schröder

El Ministro de Economía y Tecnología

Müller

EL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LIBROS: PRECIO FIJO

*REAL DECRETO 484/1990, de 30 de marzo,
sobre precio de venta al público de libros.*

1. ¿QUE ES EL PRECIO FIJO?

Es el precio que establece para cada libro el editor o importador y que debe darse en todos los establecimientos comerciales al público, no pudiéndose efectuar descuentos más que en casos concretos y delimitados.

El editor o importador puede modificar el precio en cualquier momento y en ese sentido los libros tienen *precio libre pero es fijo* (es decir, idéntico) en los diferentes puntos de venta.

2. ¿POR QUE ES NECESARIO EL PRECIO FIJO?

La práctica totalidad de los bienes y servicios tienen precios libres en la economía de mercado. Existe una diferencia fundamental entre los libros y cualquier otro producto: un libro cualquiera es un producto distinto a los restantes libros y así si una editorial lanza al mercado 500 títulos, está ofertando 500 productos totalmente diferentes entre sí, mientras que un fabricante de lavadoras o zapatos lanza al mercado una gama de productos —por muchos modelos que haya— infinitamente más reducida.

En cifras globales, en España cada año se editan 40.000 títulos, o lo que es lo mismo 40.000 productos distintos totalmente entre sí. No existe ningún otro sector de la economía que oferte al año una cantidad semejante de modelos o tipos de productos distintos entre sí. Estas cifras hay que compararlas con los 100 ó 200 títulos/año que figuran en la lista de los libros más vendidos. Estos últimos se encuentran en pilas impresionantes en las librerías, los hipermercados y en los grandes almacenes. Ningún problema por lo tanto para estos libros.

Pero, ¿y los 15.000, 20.000, 30.000 títulos restantes? ¿dónde encontrarlos? Porque lógicamente el comerciante, gran almacén o librería intenta rentabilizar al máximo los metros lineales de estantería, beneficiando unos títulos en perjuicio de otros.

En esta lógica ¿estorbarían los títulos que se venden una o dos veces al año; que no reportan solos casi nada y que ocupan un espacio precioso? ¿No sería mejor limitarse a esos 500 libros de venta rápida y de éxito? y puesto que se venden mucho, se pueden ofertar con descuentos sustanciosos que se recuperan por las cantidades vendidas, por las economías de personal, por la mayor rotación del stock, etc.

No se necesitan grandes luces económicas para deducir que tal sistema —la libertad de descuentos— conduciría a la desaparición progresiva de los miles de títulos de venta lenta.

Este hecho cuantitativo alcanza tales dimensiones que exige que en el mercado del libro se den determinadas condiciones que impidan el desplazamiento de unos títulos en favor de otros.

De ahí la necesidad del sistema del precio fijo, vigente en la práctica totalidad de los países de la C.E.

3. ¿CUALES SON LOS ASPECTOS MAS DESTACADOS DEL REAL DECRETO 484/1990 SOBRE PRECIO DE VENTA AL PUBLICO DE LIBROS?

PRECIO FIJO

- Todo editor o importador establece para cada libro el PRECIO FIJO de venta al público o consumidor final. (Art. 1.º, 1).

EXENCIONES

- Están exentos del régimen del PRECIO FIJO los siguientes libros:
 - a) Bibliofilia.
 - b) Artísticos o artesanales.
 - c) Antiguos o ediciones agotadas.
 - d) Usados.
 - e) Descatalogados por el editor.
 - f) El librero o detallista *PUEDA* aplicar precios inferiores al precio fijo a los libros que tengan *más de dos años desde su última edición* y los tenga en oferta *más de seis meses*. La oferta de estos últimos libros y la de los descatalogados, debe realizarse *SEPARADA Y SUFICIENTEMENTE INDICADA* de la de los libros sujetos a PRECIO FIJO.

El editor, en su caso, y respecto a los libros de los aparatos e), f), deberá dar cumplimiento al artículo 67 de la Ley de Propiedad Intelectual (Art. 2.º, 1 y 2).

DESCUENTOS

AL PUBLICO

- 5%. El P.V.P. al contado puede oscilar permanentemente entre el 95% y el 100% del PRECIO FIJO. (Art. 3.º, a)
- 10%. Día del Libro, Ferias del Libro, Congresos o Exposiciones del Libro. (Art. 3.º, a).

A INSTITUCIONES CULTURALES Y EDUCATIVAS

- 15%. A Bibliotecas, Archivos, Museos, Centros Docentes e Instituciones científicas o de Investigación. (Art. 3.º, b).

OFERTA ANUAL

- Las Asociaciones de Editores, Distribuidores y Libreros *PUEDEN* establecer una OFERTA ANUAL con *descuentos sin límites para fondos específicos y períodos concretos*. (Art. 4.º).

INDICACION DEL PRECIO EN CADA LIBRO

- El editor o importador está obligado a indicar en sus libros el precio. (Art. 6.º).
- El librero, o cualquier detallista, es el responsable de que figure el precio de los libros que oferte. (Art. 7.º).
- A petición del cliente, el librero o detallista está obligado a mostrarle el catálogo de precios, facturas o cualquier documento mercantil donde se especifique el PRECIO FIJO. (Art. 7.º).

INCUMPLIMIENTO DECRETO

- Responsabilidades administrativas: las previstas en la Ley del Libro 9/1975 ante las Comunidades Autónomas.
- Acciones legales ante la jurisdicción ordinaria al amparo de la legislación de competencia desleal para los supuestos de la obtención de ventajas competitivas adquiridas mediante la infracción de una norma jurídica. (Art. 8.º).

* * *

REAL DECRETO 484/1990, de 30 de marzo, sobre precio de venta al público de libros.

El sistema de precio fijo en la oferta y venta al público de los libros está establecido por la Ley 9/1975, de 12 de marzo, del Libro, y fue objeto de posterior desarrollo por Real Decreto 2828/1979, de 26 de octubre, y la Orden de 10 de diciembre de 1980.

La experiencia acumulada ha puesto de manifiesto una serie de lagunas y disfunciones en relación con la realidad de un mercado complejo y de importancia cultural y económica indudable.

Por otro lado la integración en la Comunidad Económica Europea ha significado unas normas y reglas de funcionamiento en el mercado interior que aconsejan establecer un marco de referencia similar al de la Comunidad y que, simultáneamente, aseguren los objetivos de compatibilizar al máximo los intereses legítimos de los diversos sectores del libro y de los ciudadanos. Asimismo, la práctica totalidad de los países comunitarios tienen establecido el sistema de precio fijo para los libros, como uno de los medios principales que favorecen una oferta editorial y librera plural.

En esta línea, la existencia de un precio fijo para cada libro asegura, al darse dicho precio en todos los puntos de venta,

que la 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.

Por otra parte el precio fijo permitirá que la competencia entre establecimientos detallistas de distinto tamaño se establezca sobre factores diferentes al precio, permitiendo una oferta plural y un mayor número de puntos de venta en beneficio del consumidor final, esto es, del lector.

Establecido el principio del precio fijo, el vigente Decreto establece una serie de excepciones claramente delimitadas, así como un margen de oscilación máximo que permita un tratamiento diferenciado según la naturaleza del consumidor final u otras circunstancias de promoción y se introduce la figura potestativa de la Oferta Anual para fondos específicos y períodos concretos.

Por último, el Decreto remite todas las medidas sancionadas por infracciones a las establecidas con carácter general por la legislación vigente y en la específica sobre competencia desleal.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Cultura, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión de 30 de marzo de 1990.

DISPONGO:

Artículo 1.º 1. Todo editor o importador de libros, está obligado a establecer un precio fijo de venta al público o consumidor final de los libros que se editen o importen con independencia del lugar en que se realice la venta o del procedimiento a través del cual se efectúe la misma.

El precio de venta al público al contado podrá oscilar entre el 95 por 100 y el 100 por 100 del precio fijo.

Se entiende por consumidor final la persona física o jurídica que, sin asumir obligaciones de compra o determinados pagos de cuota, adquiere los libros para su propio uso o los transmite a persona distinta sin que medie operación comercial.

2. Cuando el libro se venda formando una unidad o conjuntamente con discos, bandas magnéticas, cassettes, películas, fotografías, diapositivas, microformas o cualquier otro elemento y constituya una oferta editorial el precio fijo se determinará para la totalidad de los elementos que integren dicha oferta.

3. El editor podrá establecer un precio fijo distinto para la venta de colecciones completas, inferior al resultante de la suma de cada uno de los títulos que componen dicha colección.

4. En los casos de venta a plazos o a crédito se podrán establecer precios diferentes de acuerdo con aquellos.

Art. 2.º 1. Quedan exentos de la obligación de venta al precio fijo:

a) Los libros de bibliófilo, entendiéndose por tales los editados en número limitado para un público restringido, numerados correlativamente y de alta calidad formal.

b) Los libros artísticos, entendiéndose por tales los editados total o parcialmente mediante métodos de artesanía para la re-

producción de obras artísticas, los que incluyan ilustraciones ejecutadas en forma directa o manual o aquellos en los que hayan utilizado encuadernaciones de artesanía.

c) Los libros antiguos o de ediciones agotadas.

d) Los libros usados.

e) Los libros descatalogados.

Se entiende que un libro ha sido descatalogado por el editor cuando no aparezca en su último catálogo o lo comunique por escrito a sus canales de distribución y venta.

La oferta y exposición de estos libros deberá realizarse separada y suficientemente indicada de la de los libros sujetos a precio fijo.

f) El librero o detallista podrá aplicar precios inferiores al de venta al público a los libros editados o importados transcurridos dos años desde la última edición siempre que hayan sido ofertados por los mismos durante un período mínimo de seis meses.

La oferta y exposición de estos libros deberá realizarse separada y suficientemente indicada de la de los libros sujetos a precio fijo.

g) Las suscripciones en fase de prepublicación.

2. A efectos de lo dispuesto en los apartados e) y f), el editor deberá dar cumplimiento, en su caso, a lo establecido en el artículo 67 de la Ley de Propiedad Intelectual.

Art. 3.º Podrán venderse los libros con los descuentos máximos que se especifican en los siguientes casos:

a) En el Día del Libro y Ferias del Libro, Congresos o Exposiciones del Libro, siempre que así lo determinen sus Entidades organizadoras, cuando éstas pertenezcan a los sectores de la edición y comercialización del libro, con un descuento máximo del 10 por 100 del precio fijo.

b) Cuando el consumidor final, de acuerdo con el artículo 1.º de este Real Decreto, 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 del precio fijo.

Art. 4.º Podrá establecerse una oferta anual con descuentos previamente acordados entre editores, distribuidores y libreros a través de sus respectivas asociaciones profesionales representativas para fondos específicos, períodos concretos y delimitados en el tiempo.

Art. 5.º Los ejemplares de las ediciones especiales destinadas a instituciones o entidades deberán ostentar claramente dicha especificación.

En el caso de su comercialización, tales ediciones sólo podrán ser objeto de venta a los miembros de las Instituciones o Entidades a las que van destinados y al precio fijado por el editor de aquéllas.

Las Instituciones o Entidades culturales de base asociativas que actúen como editores podrán fijar libremente un precio especial para los ejemplares destinados a sus miembros o asociados, debiendo figurar claramente esta especificación en dichos ejemplares. El resto de la edición quedará sometido a régimen general de precio fijo de venta al público que establece el presente Real Decreto.

Art. 6.º Todo editor o importador quedará obligado a indicar en los libros por él editados o importados el precio fijo mediante impresión en cada libro, incorporación de etiquetas adhesivas, en forma de encarte o mediante la entrega de sus catálogos, listas de precios, o cualquier otro documento mercantil donde se especifique el precio fijo de venta al público.

La consignación del número ISBN según lo establecido por el Decreto 2984/1972, de 2 de noviembre, y la Orden de 25 de marzo de 1987, podrá también cumplimentarse mediante sistemas de identificación codificados.

Art. 7.º A requerimiento del consumidor, el librero o detallista quedará obligado a mostrarle el catálogo o listas de precios, facturas o albaranes, o cualquier otro documento mercantil donde se especifique el precio fijo de venta al público.

El librero o cualquier otro detallista, será responsable de que figure la indicación del precio en los libros que oferte desde su establecimiento, de acuerdo con las disposiciones en vigor sobre la materia.

Asimismo, el librero o cualquier otro detallista estará obligado a que figure en lugar visible del establecimiento un extracto del contenido del presente Real Decreto en los términos y características que se desarrollen por Orden ministerial.

Art. 8.º Las responsabilidades administrativas por el incumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente Real Decreto se entenderán sin perjuicio de las acciones legales que puedan ejercitarse al amparo de la legislación específica de competencia desleal, para los supuestos de la obtención de las ventajas competitivas adquiridas mediante la infracción de una norma jurídica.

DISPOSICION DEROGATORIA

Queda derogado el Real Decreto 2828/1979, de 26 de octubre, sobre precio de venta al por mejor de libros al público, y la Orden de 10 de diciembre de 1980 que desarrolla el Real citado.

DISPOSICION FINAL

El presente Real Decreto entrará en vigor a partir de los treinta días de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, 30 de marzo de 1990.

JUAN CARLOS R.

El Ministerio de Cultura
JORGE SEMPRUM Y MAURA

MINISTERIO DE CULTURA

Dirección General del Libro y Bibliotecas

Impresión: Artep, S.A. Depósito Legal: M-39096-90



<http://www.terra.es>

Fecha de la noticia: 21-Junio-2005

Fecha de impresión: 25-Octubre-2005

http://actualidad.terra.es/cultura/articulo/carmen_calvoPrecio_fijo_libro_364019.h

□ FOMENTO LECTURA

Carmen Calvo: El precio fijo del libro, la gran decisión

La ministra de Cultura, Carmen Calvo, dijo hoy que 'el precio fijo es la gran decisión para que el libro no sea un mero producto de mercado', y señaló que habrá ocasión de volver a abordar tal cuestión con vistas a la futura Ley del Libro.

La ministra compareció hoy ante la Comisión de Cultura del Congreso a petición del Grupo Popular, para informar sobre el Plan de Fomento de la lectura.

Calvo señaló que el plan 2004-2005 se ha desarrollado dando continuidad a lo heredado del gobierno anterior -como en lo relativo a inversiones en infraestructuras- y que, para próximos ejercicios, 'estamos trabajando en un nuevo formato, acorde con la futura Ley del Libro'.

En cualquier caso, del plan aún en curso, la mayor novedad ha sido dar 'un giro social' y aumentar las inversiones destinadas a facilitar el acceso a la lectura a sectores con dificultades, como personas con discapacidad, población carcelaria e inmigrantes.

En este sentido explicó que se han invertido casi 2 millones de euros en acciones de concienciación como talleres de lectura para inmigrantes y para reclusos, o compra de libros en otras lenguas y alfabetos.

También se ha puesto especial énfasis, dijo la ministra, en tratar de hacer calar entre los jóvenes que la lectura no es sustituible o reemplazable por otros hábitos relacionados con las nuevas tecnologías.

De los 30,5 millones de presupuesto, casi 4,5 millones de euros han sido para campañas en medios de comunicación y con algunos ayuntamientos; 500.000 para estudios de diagnóstico con editores y con fundaciones como la Germán Sánchez Ruipérez, y 205.000 euros para acercar a los institutos, con sus conferencias, a escritores españoles actuales.

El número de bibliotecas públicas ha crecido considerablemente por todo el territorio nacional en los últimos 30 años y las visitas a las mismas han crecido un 12 por ciento en los últimos doce años, por lo que de lo que se trata ahora, dijo Calvo, no es de tener más, sino de tener mejores instalaciones, dotadas de nuevas tecnologías, y mejores fondos.

Terra Actualidad - EFE

Resolución mínima de 800x600© www.terra.es Copyright 2005, Terra Networks, S.A.