



HACIA LA REGLAMENTACIÓN DEL PRECIO ÚNICO EN URUGUAY

HACIA LA REGLAMENTACIÓN DEL PRECIO ÚNICO EN URUGUAY

Introducción

A pesar de su tamaño, Uruguay posee un sector del libro muy robusto y con una importante bibliodiversidad. En la comparación regional, el país presenta niveles de lectura y consumo de libros muy relevante en términos relativos respecto a otros países, posee un sector editorial muy variado, que se combina con la presencia de editoriales de prácticamente todo el mundo de habla hispana.

Si bien la normativa que regula al sector no incluye ningún punto vinculado a la fijación de precios, lo cierto es que históricamente se manejó como criterio tácito que el Precio de Venta al Público (PVP) fijado por la editorial y/o el distribuidor se respetara en el punto de venta.

Este acuerdo informal comenzó a perforarse mediante dos procesos independientes: por un lado, la introducción de descuentos otorgados por bancos, a través de sus tarjetas de crédito; y por otro, la aceleración a partir de la pandemia de cambios a nivel de comercio electrónico. En el primero de los casos, si bien el PVP se respeta, la posibilidad de que una librería acceda al descuento de una tarjeta depende de su tamaño y de la capacidad financiera de asumir una pérdida de ingresos, lo que en la vía de los hechos redundó en una mayor concentración del consumo en grandes superficies o cadenas.

En segundo lugar, la consolidación y crecimiento de plataformas como Mercado Libre asimismo alteran las dinámicas de funcionamiento del sector, al tiempo que generan una especie de mercado paralelo en el cual personas físicas o empresas unipersonales comenzaron a vender libros sin tener una tienda física, al que también se sumaron muchas librerías. En este espacio, totalmente desregulado, la dinámica impuesta es la de competir a partir de precios que muchas veces están muy por debajo del PVP ofrecido en librerías.

Este escenario se presenta extremadamente complejo para las librerías independientes más pequeñas, que a su vez redundó en todo el conjunto de actores de la cadena del libro (editores y distribuidores). Es por eso que el presente documento tiene como objetivo argumentar a favor de una regulación de los formatos de fijación de precios en el mercado del libro en Uruguay.

¿Por qué es importante una reglamentación del precio de los libros?

A nivel normativo, es clave partir del reconocimiento de que el libro no es una mercancía cualquiera, sino que su carácter de bien cultural le impone especificidades que deben ser contempladas. De hecho, los países con industrias editoriales más fuertes a nivel internacional como Alemania, España, Francia o Italia, o a nivel regional como Argentina o México, tienen aprobadas leyes que regulan la fijación de precios.

Justamente, entre las particularidades del libro como bien cultural se encuentra el hecho de que los diferentes establecimientos que lo comercializan ofrecen exactamente el mismo producto, a diferencia de lo que ocurre con otros tipos de negocios (vestimenta y gastronomía, particularmente), en los cuales también opera, por ejemplo, la estrategia de ofrecer descuentos elevados con tarjetas de ciertas entidades bancarias. Simplemente, para

ilustrar el argumento: una prenda cualquiera (camisa, vestido, vaquero) ofrecida por un comercio suele ser diferente a las prendas de otros comercios, ya sea por calidad, material y/o diseño. Lo mismo ocurre con los platos ofrecidos en un menú de cualquier establecimiento gastronómico. Sin embargo, un libro cualquiera será el mismo en cualquier librería, por lo que más allá de aspectos vinculados a la experiencia de compra (atención, servicios anexos, etc.), la existencia de precios variables se convierte en el factor central de elección, ya que desde un punto de vista racional no tiene sentido pagar más por un producto al que se puede acceder con descuentos.

Diversos estudios han analizado el impacto de la existencia de una reglamentación del precio fijo sobre la cantidad de ventas, bibliodiversidad y cantidad de librerías independientes. Por ejemplo, Rhys Williams (2024) analiza lo ocurrido en veintiocho países de Europa durante el período 2008-2019. Allí se observa que en los países con legislación que regula la fijación de precios, las ventas totales son mayores que en los países que carecen de regulación y, además, el sector de librerías es más denso y variado.

Según Gerlach (citado en Uribe y García de la Torre, 2006), tener una política de precio fijo trae muchas ventajas, entre ellas:

1. Permite una mayor cobertura de librerías a nivel rural y urbano e impide que unas pocas cadenas de supermercados monopolicen en las ciudades las ventas de libros.
2. Protege los *longsellers*, estos títulos con una rotación más lenta y de menor tiraje, y que representan el 95 % del total del material editado cada año.
3. Garantiza la supervivencia de las editoriales centradas en la producción de títulos más elaborados y no inmersas en dinámicas de reducción de costos y de *bestsellers* numerosos con una corta aparición en el mercado.
4. Favorece mecanismos personalizados y especializados en el momento de la venta, como la asesoría directa de vendedores preparados y la difusión de novedades de tirajes cortos.
5. Aumenta la variedad de títulos extranjeros, pues mantener precios fijos reduce costos en todos los engranajes del mecanismo editorial. Si se privilegia la venta de *bestsellers* a bajo costo, los textos foráneos serán menos atractivos para los editores.

Sin lugar a dudas, la normativa española respecto al precio fijo ha sido ejemplo para otras iniciativas en América Latina. Respecto a su funcionamiento, Uribe y García de la Torre (2006) consideran que:

Se habla de una mayor difusión de los libros científicos y técnicos, dado que el monopolio del mercado no lo manejan los *bestsellers* a muy bajos precios, sino que todos los textos compiten en igualdad de condiciones. Esto apunta a la competencia justa y leal entre los librerías. Así como nadie está vendiendo el último número de una revista a un precio menor que los demás, sería injusto permitir que algunas grandes cadenas quiebren los precios mientras que las pequeñas librerías y editoriales pugnan por no desaparecer. Su naturaleza es desigual y la única forma de que sobrevivan es unificando los precios de los libros. Si no, el público se alejará cada vez más de textos especializados, encantados por los saldos permanentes de

textos que no alcanzan una calidad literaria interesante. Aunque el consumidor se creerá beneficiado por los descuentos de las grandes cadenas de supermercados, en un largo plazo verá la desaparición de las pequeñas librerías y el crecimiento astronómico de los precios, debido a la necesidad de compensar las pérdidas por la competencia desleal (p. 2).

Por otra parte, también es importante tener en cuenta que este tipo de medidas no son nuevas. En Reino Unido, un acuerdo entre editores y libreros derivó en una reglamentación aprobada en el año 1829. Más cercana en el tiempo, la regulación de precios aprobada en Francia (Ley Lang, 1981) ha sido ejemplo para el resto de Europa.¹

En aquellos casos en los que existe competencia por precio, y sobre todo respecto a los *bestsellers*, las librerías más pequeñas tienden a reducir su margen prácticamente a cero para poder mantener la clientela. Sin el volumen que genera esa venta masiva, las librerías carecen de la espalda financiera necesaria para apostar por títulos o editoriales más chicas (subsidio cruzado), lo que termina redundando en el empobrecimiento de la oferta. Cuando existe una reglamentación, la competencia entre librerías no se apoya en la bajada de precios, sino en una serie de dimensiones de calidad del servicio: buena atención, recomendación de títulos menos conocidos, exhibición de un mayor fondo editorial, etc. (Williams, 2024).

¹ Véase: <http://lecturalab.org/story/El-precio-fijo-de-los-libros-segn-los-pases_5910>.

En un sentido similar se han expresado algunos editores españoles, como Juan Casamayor (editorial Páginas de Espuma): «El precio fijo del libro viene a pactar y a pautar un comportamiento en toda la cadena de valor del libro. Esto es fundamental entenderlo: sin un precio fijo del libro hay tal descompensación de cada uno de los eslabones de la cadena de valor del libro, que lo que se ve afectada es toda la industria, desde el sello más grande hasta la editorial más pequeña».²

Alternativas y efectos de la regulación

Más allá de la necesidad de reglamentar la fijación de precios en el sector del libro, la revisión de experiencias internacionales da cuenta de diferentes alternativas que intentan responder a las particularidades de cada caso. En este sentido, los matices existentes se pueden observar en la cantidad de tiempo durante el cual un título debe mantener el precio: en Europa, por ejemplo, el período oscila entre los seis meses —como ocurre en Eslovenia— y los veinticuatro meses —como se encuentra establecido en la legislación de Austria, España y Francia— (Williams, 2024). Por otra parte, también existe heterogeneidad respecto a qué tipo de libros son incluidos en la reglamentación (ediciones de bolsillo, libros de texto, etc.).

Por otro lado, la expectativa es fortalecer al sector del libro en su conjunto, garantizando una mayor diversidad de la oferta de títulos y sellos, y generando como externalidad positiva la promoción de la lectura en el conjunto de la sociedad. Al respecto, Carlos Armenta (Impronta Casa Editora, México) considera: «Lo cierto es que el ecosistema del libro debe estar regulado de tal manera que se pueda preservar la diversidad cultural. Los libros no existen solamente para salir al mercado y ser vendidos. Los libros salvaguardan la diversidad cultural de comunidades, de lenguas, de identidades diversas. Como dice un amigo librero: los libros sirven para evitar el monocultivo de la mente».

Bibliografía

Uribe, R. y García de la Torre, M. (2006). «El Precio Fijo: una estrategia en pro de las librerías», en *Pensar el libro*, n.º 4. Disponible en: <<https://acortar.link/ErhqMd>>.

Williams, R. (2024). «Empirical Effects of Resale Price Maintenance: Evidence from Fixed Books Price Policies in Europe», en *Journal of Competition Law & Economics*, n.º 20, pp. 108-136.

² Véase: <<https://acortar.link/1vXOW3>>.

Tomando como base la Ley n.º 25542 del 8 de enero de 2002 de la República Argentina, se proponen a continuación cambios a introducir en la Ley del Libro de Uruguay

ARTÍCULO 1.º — Todo editor, importador o representante de libros deberá establecer un precio uniforme de venta al público (PVP) o consumidor final de los libros que edite o importe.

ARTÍCULO 2.º — A los fines de la presente ley se considerará *consumidor final* a la persona física o jurídica que adquiera los libros para su propio uso o los entregue a una persona distinta sin que medie operación comercial. Se considerará *importador* al depositario principal de los libros de una determinada empresa editorial del exterior. El Instituto de Letras (o el organismo que se entienda oportuno por parte de las autoridades correspondientes) arbitrará los medios a fin de llevar un registro de editores, importadores y representantes.

ARTÍCULO 3.º — Cuando el libro constituya una oferta editorial que se venda con complementos tales como discos, bandas magnéticas, fotografías, diapositivas, casetes, películas, cuadernos de ejercicios, cedés, o cualquier otro elemento, será considerado una unidad comercial y el precio se fijará para el conjunto, lo que impedirá la venta por separado de sus complementos o la no inclusión de algunos de ellos.

ARTÍCULO 4.º — **ARTÍCULO 4.º** — Los descuentos al PVP podrán ser de hasta un diez por ciento (10 %) del PVP para las ventas de libros según la definición dada en el artículo anterior.

ARTÍCULO 5.º — Solamente se podrán dar descuentos mayores sobre el PVP luego de que transcurran dieciocho (18) meses de la edición o importación del libro. El plazo se contará desde cada edición del mismo o desde cada importación de este (texto original). Las librerías podrán saldar en librerías libros que se compraron luego de dieciocho (18) meses de cada una de sus ediciones. En estos casos no se podrán vender los referidos libros a través de webs o plataformas masivas de venta.

ARTÍCULO 6.º — Será autoridad de aplicación de la presente ley la Dirección Nacional de Cultura a través de su Instituto Nacional de Letras. La reglamentación determinará la forma de control, las sanciones correspondientes que podrán llegar a la clausura del establecimiento, así como el monto de las multas que serán establecidas en Unidades Reajustables (UR).

ARTÍCULO 7.º — Quedan exentos del PVP único:

- A) Los libros editados en número limitado para un público restringido y de calidad formal.
- B) Los libros artísticos, entendiendo por tales los editados total o parcialmente mediante métodos artesanales o artísticos.
- C) Los libros antiguos y de colección.
- D) Los libros usados.
- E) Los libros que hayan quedado fuera de catálogo por decisión del editor.
- F) Los libros importados a precio de saldo, siempre que hayan sido saldados previamente en su país de origen por el editor, de acuerdo a las disposiciones legales vigentes en él.
- G) Las ventas previas que se hagan para costear la edición de un determinado libro.
- H) Libros de estudio.