

ALFRED MARSHALL Y EL PRECIO FIJO DE LOS LIBROS

*Fernando Méndez Ibisate**
*Carlos Rodríguez Braun**

A raíz de la reciente controversia surgida en diferentes países sobre el precio de los libros de texto, en este trabajo se examina la organización del mercado de los libros y se entra en el debate de la introducción del sistema de precio neto, propiciado y llevado a cabo por Macmillan con *Los Principios de Economía*, de A. Marshall, recordando los argumentos esgrimidos en aquel momento, examinando la repercusión de dicha regulación sobre las ventas y presentado las consideraciones del propio Marshall sobre el sistema.

Palabras clave: *distribución comercial, precios, fijación de precios, descuento comercial, precios de mercado, libertad de precios, competencia, libros.*

Clasificación JEL: *D40, L82.*

El sistema de precio fijo o único tiene su origen en la muy liberal Inglaterra de finales del siglo XIX.

Fue impulsado por el gran economista Alfred Marshall y el editor Macmillan, quienes aplicaron por primera vez este sistema al libro Principios de Economía, escrito por el propio Marshall.

Utilizaron el precio único para conseguir libros más baratos, accesibles a todos los estudiantes y, sobre todo, para garantizar la igualdad de todos los lectores, tanto de las grandes ciudades como en las zonas rurales. Marshall consiguió multiplicar por cinco las ventas de su libro.

*Federación de Gremios de Editores de España,
Octubre de 1997*

1. Introducción

En este trabajo nos proponemos averiguar cuál fue el papel de Alfred Marshall en la limitación del mercado del libro que llevó a cabo la editorial Macmillan en 1890 mediante la fijación del precio final de venta de los *Principios de Economía*.

Recientemente se ha planteado en los mercados editoriales de diversos países, y entre ellos en España, una fuerte controversia entre quienes defienden que hay alguna justificación posible para la existencia y mantenimiento de una restricción en el precio de los libros que, al considerarse un bien de difusión de la cultura y el conocimiento, pudieran ser portadores de economías externas positivas no imputables en el propio precio de mercado, y quienes sostienen que el mercado de libros debería disfrutar de plena libertad para el establecimiento de los precios finales, mediante un sistema de descuentos que convengan tanto a la política comercial de los detallistas, como a los intereses de los compradores, en la creencia de que ello adecuará

* Universidad Complutense de Madrid.

Los autores desean agradecer al profesor Peter D. Groenewegen su valiosa ayuda bibliográfica. Igualmente agradecen los comentarios realizados por los asistentes al Seminario «Lucas Beltrán» organizado por la Universidad San Pablo-CEU y al Seminario del Departamento de Historia Económica e Instituciones de la Universidad Carlos III de Madrid. Agradecen especialmente los comentarios de un evaluador anónimo.

mejor los productos a las demandas de los consumidores, reducirá los precios finales de los libros, mejorará la calidad de los mismos, y fomentará la aplicación de innovaciones tecnológicas y comerciales a dicho mercado.

Los defensores de la fijación de precios para los libros utilizan —injustificadamente, como veremos— la figura del economista Alfred Marshall como el autor que impulsó y defendió dicho sistema, al estar en connivencia con su editor, Frederick Macmillan, para aplicarlo por primera vez a su libro *Principios de Economía*.

En la lucha que mantuvo Macmillan para la implantación de un precio neto a los libros esgrimió varios de los argumentos que se han manejado en la disputa reciente. Inicialmente Marshall no opuso mucha resistencia al plan de Macmillan —su editor, al fin y al cabo— porque éste le aseguraba el menor precio de venta de su libro, y Marshall insistía en abaratar un libro que iba destinado a estudiantes, pero que también quería difundir al máximo entre el público en general. Sin embargo, pronto transmitió a su editor cierta preocupación por lo que consideraba eran fallos del sistema de precio neto aplicado, y que pretendió arreglar desde el propio sistema.

Los argumentos de Marshall contra del sistema de precio neto son que impedía la práctica de descuentos por pagos al contado y en efectivo, y que —en determinados casos— transfería rentas al grupo inadecuado: los libreros en lugar de los escritores. Además, los argumentos que ofrece Marshall sobre los aspectos más críticos del sistema de precio neto lo confirman como un defensor de la libertad de comercio, contrario a las coaliciones monopolistas y a los acuerdos de precios por parte de los productores.

En el artículo presentamos, en primer lugar, una discusión acerca de si el mercado de los libros se halla organizado de manera que la introducción de restricciones o fórmulas organizativas alternativas a la libertad de mercado permitirían un funcionamiento más eficiente del mismo. Las consideraciones que aquí hacemos nos conducen a deducir que no es el caso, y que los libros debieran comportarse, como los discos o los vídeos, en régimen de libertad de descuentos.

Y en segundo lugar, entramos en el debate de la introducción

del sistema de precio neto para los libros que fue propiciado y llevado a cabo por Macmillan, en 1890, con los *Principios de Economía* de Alfred Marshall. Ahí veremos que Marshall no impulsó ni defendió el sistema de precio neto, sino que lo aceptó con reparos y trató de perfeccionar algunos de los fallos que encontró en el mismo; y que en absoluto el sistema de precio neto promovió las ventas del libro de Marshall como han sostenido los defensores de la fijación de precios. Veremos también las condiciones en que Marshall acepta cierta regulación en este mercado, y cómo ve las posibilidades que el propio sistema de precio neto ofrece para la subvención de determinados grupos participantes.

2. Los argumentos del debate actual

La primera reacción lógica de cualquier economista ante la fijación de un precio por ley es que tal restricción genera ineficiencias en la determinación de los valores de mercado, por tanto generará escaseces al restringir las ventas de libros, o elevará los precios artificialmente, y de paso permite un excedente de tipo monopólico, extraído de manera forzada de los consumidores, para el grupo productor del bien, en este caso los editores fundamentalmente. Pero no es menos cierto —como sabemos desde Adam Smith y, principalmente, desde Ronald Coase— que los mercados no funcionan de manera perfecta, sino mediante sistemas de reglas o normas, más o menos explícitas, que permiten los acuerdos entre individuos con menores costes de transacción¹. Lo cierto es que nuestros mercados reales están limitados de muy diversas formas (legalmente, capacidad de acción de los agentes, información de éstos, restricciones de cantidad y de precios, etcétera), y los estudios recientes en el ámbito de la economía institucional nos muestran que no todas esas restricciones o limitaciones son contraproducentes, sino que en muchos casos permiten la existencia de equilibrios

¹ La literatura neo-institucionalista, sobre todo a partir de Oliver Williamson, ha ido señalando cuáles son o en qué consisten esos costes de transacción para cada problema planteado.

o acuerdos próximos o similares a los que proporcionaría el mercado². ¿Ocurre así en el mercado editorial?

En noviembre de 1997 el Gobierno español incluye en la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos Generales del Estado para 1998 la posibilidad de realizar descuentos en el precio de venta al público de los libros de texto por una cuantía máxima del 12 por 100. Inmediatamente los editores y distribuidores de libros manifiestan una fuerte oposición a tal medida y a su posible carácter permanente³. Observará el lector que tan sólo se trata de la posibilidad de descuento sobre una parte de los libros, y no de cualquier descuento sino de la aplicación máxima del 12 por 100. Cabe añadir aquí que, de acuerdo con la legislación (Ley 9/75 de 12 de marzo y RD 484/90 de 30 de marzo), el precio de venta al público y al contado de los libros oscilará entre el 95 y el 100 por 100 de su precio fijo de venta al público establecido por el editor o importador, y en los casos tipificados, como ferias del libro, bibliotecas y centros docentes, el descuento no podrá superar el 15 por 100.

Los argumentos de productores y vendedores para limitar la acción del mercado son de variado cariz. Se suele insistir en la necesidad de subvencionar la cultura para facilitar su difusión que, de otra manera, no sería adquirida por un público que no

percibe de forma inmediata sus beneficios. Se añade a este argumento cultural el que muchos libros minoritarios, cuya salida es más dificultosa, no se publicarían si no fuese gracias al excedente o margen que permite la fijación del precio sobre libros de tirada mayoritaria. Y también dentro de la preocupación cultural y de su difusión se encuentra el principio del «servicio universal de correo»: tal es que se evita el efecto distancia sobre el coste de un bien en regiones remotas y se asegura una prestación mínima del servicio o del bien a un mismo precio para todos los habitantes de un país con independencia del lugar donde vivan⁴.

Por otra parte están argumentos como que la fijación del precio de los libros tiende a reducir el precio de venta al público; que permitirá a los libreros un margen estable y más alto que con el sistema de descuentos, con lo que se protegerá la supervivencia de pequeñas librerías⁵; o que la unificación, mediante la fijación de los precios, disminuirá los costes de información e impedirá una posible discriminación de los mismos.

² «La nueva economía institucional ha sido capaz de explicar en términos de eficiencia muchas pautas organizativas que antaño se consideraba que eran fruto únicamente del monopolio.», ARRUÑADA (1995), página 12. Arruñada profundiza mucho más, generalizando su argumentación para otros servicios profesionales, en ARRUÑADA (1998).

³ Tras no haberse aplicado prácticamente dicho descuento en 1997, la historia se repite de nuevo en septiembre de 1998 con la aprobación de las leyes de acompañamiento de los Presupuestos Generales del Estado para 1999, en los que se vuelve a incluir, esta vez con carácter indefinido, la posibilidad de una aplicación de descuento máximo del 12 por 100 para los libros de texto exclusivamente. En este caso, la Federación de Gremios de Editores de España solicita al Consejo Económico y Social que este descuento tenga un carácter provisional y aduce que, dado que los casos en que se aplican las excepciones (la venta a crédito, los descuentos en ferias de libros, las compras de bibliotecas y el 12 por 100 aplicado a los libros de texto) suponen el 40 por 100 de las ventas del sector, en la práctica «ya no existe un sistema puro de precio fijo», Manifestaciones de Antonio María Ávila, director adjunto de la FGEE, a *La Gaceta de los Negocios*, 22 de octubre de 1998. Véase también *El Mundo*, 22 de septiembre de 1998.

⁴ Puede argumentarse que los habitantes de un remoto pueblo de la Costa de la Muerte, o del interior, en Galicia no tienen por qué pagar un precio más elevado por unos libros que los habitantes de La Coruña, de la misma manera que ocurre con el sistema universal de correos y telecomunicaciones. Lo cierto es que la mejora de las comunicaciones, gracias a importantes avances tecnológicos, permiten que actualmente los precios no sean muy distintos en los medios rurales que en los urbanos. Y, sin embargo, recapacítense en la enorme diferencia de precio existente entre una adquisición de un libro anglosajón en una librería española y la adquisición de ese mismo libro cuando el lector español solicita directamente a la editorial su envío y el pago lo realiza mediante tarjeta de crédito. Dicha diferencia no tiene justificación en los argumentos que estamos dando aquí.

⁵ Se suele añadir que ese margen estable y alto permite a los libreros exponer más títulos para su venta, que de ese modo aumenten la tiradas de libros, se reduzcan, pues, los costes y, a fin de cuentas, los costes y precios de toda la industria editorial se reduzcan a largo plazo. Este fue el argumento empleado por Macmillan en su correspondencia con Marshall.

Nuestro evaluador sugiere que igualmente importante en este sentido es el argumento de que si la libertad de precios hace salir del mercado a muchos pequeños oferentes, la estructura de mercado y su grado de concentración quedan alterados. Tal cambio en la estructura de mercado, con una mayor concentración en el sector, podría potencialmente hacer subir el precio, después de un tiempo. De modo que, aunque se acepta que una regulación del precio en el corto plazo disminuye la competencia y perjudica a los consumidores, es posible que en el largo plazo permita en este mercado un mayor número de vendedores, con menor poder, y mayor competencia.

3. Peculiaridades del mercado de los libros

Especial atención merecen dos características de este mercado editorial que suelen utilizarse como defensa de la fijación de precios: la no homogeneidad del producto y la asimetría de información existente.

Se suele argumentar que los libros no son un producto homogéneo como pueda ser la leche o un barril de petróleo Brent. Por el contrario, en el mercado del libro existe una elevada especificidad de los productos y una gran variedad de públicos distribuidos en compartimentos estancos que «hacen que sea natural una gran variedad de tipos de fijación de precios, por lo que no [se deben] prohibir los precios recomendados o los precios netos»⁶. Al no ser el producto homogéneo, no existe una única demanda del mismo y no es posible afirmar que los lectores-compradores muestren una determinada (la misma) elasticidad-precio para todos los libros que compran, con lo que la competencia en precio queda muy dificultada⁷.

En este sentido, la intervención en el precio o «cláusula de precio impuesto» es vista como elemento que mejora la eficiencia en el caso de existencia de externalidades en la provisión de un bien. Pero la cuestión está en saber si los proveedores del bien homogeneizan la calidad del servicio; es decir, si nos aseguran buenos libros.

Desde luego no parece ser este el caso de los libreros que no suelen ser capaces de aconsejar sobre los libros y su servicio se limita a comprobar sus existencias y encargar las obras que no disponen. Tampoco vale el argumento de acercamiento de la cultura y la ciencia en un mundo crecientemente intercomunica-

do y con mejoras sustanciales en las tecnologías de la comunicación. Tal vez, quienes sí producen efectos externos sean las editoriales, vistas como organizaciones empresariales. Éstas cuentan con consejos asesores, formados normalmente por expertos en las distintas materias, estructurados por áreas de conocimiento, que determinan la calidad de las obras que recomiendan, o no, para su publicación y, por tanto, homogeneizan la calidad del producto que se ofrece.

Sin embargo, no parece que —al menos necesariamente— en el campo de la producción de cultura y ciencia la homogeneidad, o ausencia de variaciones cualitativas, sea un valor en sí mismo. Y en este sentido, los precios impuestos conducen a que el consumidor no pueda satisfacer sus preferencias, que son muy diversas en cuanto a cantidad, calidad y contenido. Con lo que se produce el efecto contrario de posible tendencia a la homogeneización de la calidad, cuando los consumidores-lectores consideran positivamente la existencia de heterogeneidad.

Por otra parte, la heterogeneidad en la demanda configura la existencia de asimetrías informativas, y esta es la otra peculiaridad que impide una solución de mercado puro. La asimetría de información entre proveedores y receptores del servicio, en el caso de los libros, se encuentra claramente a favor del lado de los clientes-lectores, quienes cuentan de forma creciente con servicios de información, selección y reseñas bibliográficas realizadas por especialistas en prensa diaria, en revistas especializadas, en internet, en catálogos, etcétera. Las librerías especializadas en textos profesionales, académicos, libros universitarios o publicaciones extranjeras sí crean ciertas economías externas positivas en cuanto a la unificación de la información, muy tamizadas, no obstante, por la existencia de esos otros servicios de información referidos.

Si acaso, en este sentido, sí se encuentra en manos de los editores el generar cierta asimetría de información promocionando determinados libros, mediante publicidad especial, o creando premios y concursos literarios y científicos, que luego devendrán éxitos editoriales de ventas.

La no homogeneidad del producto «coloca la pelota» sobre el tejado de la distribución y la especialización de las librerías por

⁶ Esta frase aparece en SCHWARTZ (1998), página 77, donde se realiza una crítica a la fijación del precio de los libros, y donde, por tanto, se recogen exhaustivamente los argumentos en favor y en contra de la fijación del precio de los libros. Véanse páginas 74-96.

⁷ Arruñada considera que «el poner excesivo énfasis en los precios, considerándolos como la única variable competitiva relevante» es un error, que además puede relegar el papel de las barreras a la entrada que son muy importantes. Se ha de considerar en este sentido «que el legislador puede alterar no sólo la *intensidad* de la competencia sino también las *dimensiones* de la competencia, así como la definición del producto y el grado de integración». ARRUÑADA (1998), *mimeo*, página 11.

temas o bloques. Los defensores del precio fijo de los libros argumentan que, al garantizar dicho sistema un margen más amplio para los libreros, les permite que cuiden más la exposición y venta de los libros y que el sistema de distribución adquiera mayor capilaridad. Este sistema de distribución ahorraría, además, costes de información, ya que al fijar los productores el precio, los consumidores no tienen que perder el tiempo y otros recursos en busca de la librería o distribuidor que ofrezca la mejor oportunidad⁸. Lo cierto es que la existencia de esos costes de información ha permitido la creación de librerías especializadas en precios fijos sin descuento para públicos con prisa y utilidad marginal de la renta baja, y otras con ofertas casi permanentes y variadas «para compras de necesidad y recurrentes»⁹.

En este «río revuelto» que es el mercado editorial no faltan propuestas de todo tipo que incluso llegan a pasar de la liberalización del precio a la gratuidad del bien, lo que es absurdo¹⁰. Esas propuestas para romper la fijación del precio de los libros incluyen desde el cambio del precio fijo por un precio máximo que luego permita incluir descuentos; pasando por la posibilidad de desgravar de la declaración del IRPF una cuantía deter-

minada por hijo en edad escolar obligatoria, que actualmente es de 25.000 pesetas, por concepto de libros de texto y material didáctico; hasta la propuesta de la Confederación Española de Asociaciones de Padres de Alumnos de cargar el precio de los libros a los Presupuestos Generales del Estado, de modo que los libros pertenezcan al centro y no a los alumnos y valgan para cuatro años, que es el período establecido por la ley sobre la duración de los manuales escolares, pasando de unos alumnos a otros, transcurridos los cuales los manuales serían renovados y de nuevo el Estado tendría que asignar una partida por alumno y centro¹¹. Además, se podría cargar a cada alumno que fuese utilizando los textos una cantidad, a modo de alquiler, que contribuyera a la financiación de los libros, lo que evitaría la gratuidad completa.

Por su parte los libreros entran en el doble juego de posicionarse con los editores y defender el precio fijo en los libros, así como solicitar la supresión de los descuentos del 12 por 100 aprobados para los libros de texto, y al tiempo abogar por la «gratuidad» de los libros de texto pero, claro está, con cargo a los Presupuestos Generales del Estado¹².

Los argumentos muchas veces manejados por unos y otros se parecen a los que tuvieron lugar en Gran Bretaña hace más de un siglo, en la disputa habida por el establecimiento de un precio neto o precio fijo por parte de las editoriales a los libreros. El impulsor de la fijación de un precio neto para los libros fue la

⁸ Es lo que denominamos el «efecto gasolineras». El sistema de liberalización del precio de los carburantes, implantado en 1998, puede ser similar al caso que tratamos aquí. Con la liberalización, el consumidor no va a saber exactamente cuánto le va a costar 1 litro. de gasolina de una calidad dada en diferentes estaciones de servicio; e incluso puede ocurrir que estaciones de una misma marca no cobren el mismo precio, variando éste según la localización. El peligro que muchos manifiestan es que este mercado pudiera convertirse en un oligopolio con fijación de precios *por zonas* (de localización espacial). Y algo similar podría ocurrir entre las librerías si se liberalizase completamente el precio. Las de zonas con público más «intelectual o culto», o las que son más conocidas, o más visibles, cargan un precio mayor dada la demanda cautiva de que dispondrían. Alternativamente, también se argumenta que las librerías en puntos remotos y alejados de un cierto núcleo intelectual también se verán forzadas a cargar un precio más elevado por los libros para poder subsistir.

⁹ SCHWARTZ (1998), página 89.

¹⁰ Como se suele decir «*There is no such a thing as a free lunch*». En el caso de los libros la entonces Ministra de Educación, Esperanza Aguirre, lo manifestó con las siguientes palabras: «Las cosas gratuitas no existen. Ni los servicios públicos ni los libros lo serán porque alguien los paga. Y siempre son los contribuyentes. Si los libros de texto son gratuitos, el Parlamento deberá decidir a qué otros servicios se quita ese dinero o si se sube algún impuesto». *La Gaceta de los Negocios*, 22 de enero de 1998.

¹¹ Se estima que el coste de esta operación es de unos 21.000 millones de pesetas, que incluso podrían compartirse entre el gobierno central y las comunidades autónomas. Cada alumno gasta anualmente en libros unas 20.000 pesetas de media según estimaciones de la Unión de Consumidores de España UCE. *El Mundo*, 22 de septiembre de 1998. El hecho de que el descuento del 12 por 100 no sea obligatorio hace que en determinadas comunidades autónomas, como en Galicia, exista un acuerdo tácito entre los libreros para no aplicar ningún tipo de descuento. En algunos pueblos de Castilla-La Mancha los cuadernos de actividades se borran al finalizar cada curso y se entregan a los alumnos entrantes para que los reutilicen. Y algunas asociaciones de padres en Cataluña se han dado de alta en Actividades Económicas y adquieren los libros a su nombre, de modo que el beneficio del librero (un 25 por 100) es el dinero que consiguen ahorrar.

¹² Véanse las posturas de la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL) en *El Mundo*, 22 de septiembre 1998 y *El País*, 15 de septiembre de 1998.

editorial Macmillan y el experimento se realizó con el libro de Alfred Marshall, los *Principios de Economía*.

4. Marshall, Macmillan y los *Principios de Economía*

Hasta 1890 la práctica habitual en Gran Bretaña en el mercado de libros consistió en un sistema en el que los libreros ofrecían a sus clientes descuentos de las listas de precios publicadas por las editoriales, con lo que el precio final de venta al público de un libro no sólo podía variar según la librería donde fuese adquirido, sino que dentro de la misma librería podía variar según el tipo de cliente, su asiduidad, la fórmula o rapidez de pago. El 6 de marzo de ese año, el editor Frederick Macmillan, en una carta abierta dirigida al editor de la revista *The Bookseller*, propone la creación de un sistema de precio neto; esto es, «un precio fijado por el editor, por debajo del cual un librero no podría rebajar el precio a su cliente, bajo la penalización de que le fuesen retirados todos los suministros de libros que en el futuro le fuese a hacer dicha empresa editora»¹³.

Ya en 1852 los libreros hicieron un intento de acabar con los descuentos en el precio de los libros¹⁴. Pero en esta época distinguidos personajes de la ciencia y la literatura apoyaron la posibilidad de poner precios rebajados, y consideraron la propuesta de los libreros como una conspiración ilegal contra la libertad de los agentes de determinar y aceptar los precios establecidos libremente entre ellos. Charles Dickens presidía un grupo que contaba —entre otros— con Owen, Newman, o Babbage, con el apoyo expreso de Thomas Carlyle, John Stuart Mill, Gladstone, Cobden, y el profesor De Morgan.

Pero, en marzo de 1890, Frederick Macmillan sugirió cambios en el sistema imperante e introdujo un cuestionario en su artículo de *The Bookseller* para que fuese rellenado por los distribuido-

res. Inicialmente, las respuestas a dicho cuestionario, así como una encuesta que llevó a cabo la *Pall Mall Gazette*, mostraron un sentimiento mayoritario en contra de introducir cualquier cambio en el sistema de descuentos. Sin embargo, Frederick Macmillan se encontraba plenamente dispuesto a dar la batalla por instaurar un sistema de precio neto —que a la postre se transformaría en un sistema de precio fijo— para los libros, con el doble propósito de reducir el precio final de los libros y de acabar con los descuentos de los libreros¹⁵.

Anteriormente, en abril de 1887, Marshall había propuesto a Frederick Macmillan la publicación de lo que «será la obra central de mi vida... un libro de “Economía” que cubrirá más o menos el mismo terreno que la *Economía Política* de Mill, y que probablemente será de la misma extensión o un poco más corto»¹⁶. Naturalmente se trataba de los *Principios de Economía*, libro que inicialmente Marshall proponía editar en dos volúmenes en octavo, el primero en el otoño de ese mismo año de 1887, y unos dos años después el segundo volumen. En la carta que Marshall envía a Macmillan le indica que le gustaría que el precio del libro no fuese muy elevado ya que los libros de economía van dirigidos principalmente a estudiantes, y éstos no disponen de «posibilidades económicas». Consideraba, pues, su libro como de texto universitario.

Macmillan responde que está de acuerdo con ciertas condiciones iniciales de Marshall y le envía un contrato que incluye sus peticiones¹⁷. Tres años más tarde, en marzo-abril de 1890, la

¹³ GUILLEBAUD (1965) en WOOD, J. C. (ed.) (1982), página 252. Tanto la carta que recoge la propuesta de Macmillan como un editorial de la revista *The Bookseller* pueden encontrarse en MACMILLAN, F. (1924), páginas 5-10.

¹⁴ Véase GREYER (1934) en WOOD, J. C. (ed.) (1982), página 61. Por cierto, en esta ocasión fueron los libreros, y no los editores, los que propusieron acabar con las rebajas en el precio, concordando sus intereses con los de los editores.

¹⁵ Véase MACMILLAN, F. (1924), página 13. Dentro de los sistemas de fijación de precio de los libros, Schwartz diferencia entre precio neto, en el que «los editores coaligados acuerdan marcar los precios de cesión de sus libros a los detallistas o libreros,... [quienes] modulan el margen comercial que juzgen oportuno. El libro, sin embargo, nunca se venderá por debajo del neto». Y precio fijo, en el que «la ley deja en manos del editor el señalar el precio de venta al público del libro, y atribuye al librero unas posibilidades estrictamente limitadas de descuento». Creemos que en la práctica no hay diferencias, ya que la primera fórmula se convertirá —antes o después— en la de precio fijo. Citas tomadas de SCHWARTZ (1998), página 75.

¹⁶ GUILLEBAUD (1965), páginas 253-4.

¹⁷ En 1887 Marshall le pregunta a Macmillan si aceptaría «un sistema de *royalty* con la condición de que el *copyright* desaparezca pasados unos cuatro (o cinco) años de la publicación del segundo volumen». GUILLEBAUD (1965), página 253.

discusión acerca de la edición del libro, ya próximo a su publicación, se sitúa en torno al precio de salida, y siempre dentro del sistema de descuento por parte de los libreros.

Inicialmente, Macmillan insinúa un precio de 18 chelines como el más alto sin perjuicio en las ventas, si bien le dice a Marshall que considerará como definitivo fijar el precio en 16 chelines, sugerido por Marshall en una conversación anterior. Cuatro días después, Marshall responde agradeciendo que fije el precio del libro a 16 chelines, en lugar de a 18 chelines, pero afirma que «hubiese preferido 14 chelines; pero soy consciente de que usted ha ido todo lo lejos que yo podía esperar en mi petición»¹⁸.

Hasta aquí la discusión en el terreno del sistema antiguo de descuento. Observará el lector que una preocupación primordial de Marshall era el abaratamiento del libro. Más adelante veremos a Marshall insistir en esta preocupación, guiado, creemos, tanto por la razón «altruista» que él mismo aduce de facilitar al máximo el acceso de su libro a un público sin medios materiales muy elevados, como por la razón más «crematística» de asegurarse un número de ventas mayor.

Tan sólo diecinueve días después de la discusión anterior, el 15 de abril de 1890, Macmillan escribe a Marshall sugiriéndole un precio neto para su libro de 12 chelines 6 peniques, en lugar de los 16 chelines y transmite a Marshall su preocupación por los dos males que aquejan al sistema de descuentos en el precio de los libros sobre el precio anunciado: encarece el precio de partida de los libros «de forma ridícula», ya que deben proporcionar un margen suficiente después del descuento, y, en segundo lugar, el sistema de descuentos ha creado tal espíritu de competencia entre los libreros «que el negocio de los libros no deja suficiente beneficio como para mantener *stocks* adecuados, o como para vivir únicamente de la venta de los libros»; teniendo el librero que «complementar su negocio con la venta de “caprichos o chucherías”, de lana de Berlín (*sic*), etcétera»¹⁹.

Para entonces, Macmillan admite que había llegado a «la conclusión de que lo más prudente para la introducción del sistema de precio neto era proceder por etapas, dada la *ausencia de una opinión uniforme al respecto entre los editores, libreros y autores*»²⁰.

Como se observará, pese a la ausencia de opiniones comunes entre los afectados, los argumentos dados por los defensores del sistema de precio neto eran muy similares a los expuestos en nuestro debate actual. La introducción del precio neto permitiría a los editores abaratar los libros ya que, en lugar de tener que marcar precios muy elevados para que los libreros apliquen sus descuentos, marcan un precio de venta de salida con el 25 por 100 de descuento de mayorista para el librero y, de paso, aseguraría un beneficio adecuado al librero que vendiese el libro al precio marcado por la editorial.

Por supuesto, dada su preocupación por conseguir el precio más bajo posible, al parecer Marshall aceptó inicialmente de buen grado la propuesta de Macmillan, si bien se plantearon algunos inconvenientes. Primero hubo un problema con el precio neto inicial de salida al público. Macmillan, tras proponer los 12 chelines 6 peniques, quiso elevar dicho precio a 14 chelines. dada la extensión del libro, mayor de lo que inicialmente se esperaba, y debido a las múltiples y tediosas correcciones que Marshall había introducido en las pruebas de imprenta. Puesto que Marshall parecía inquieto por conseguir el precio más bajo, propone a Macmillan contribuir con 20£ para los gastos extra de edición a cambio de no mover el precio final. A lo que Macmillan accede recordándole de nuevo a Marshall que «como usted ya sabe, los costes de las correcciones han sido cuantiosos»²¹.

Además, como subraya Guillebaud, Marshall se mostró tempranamente crítico, o al menos renuente, con ciertos aspectos del sistema que Macmillan estaba empeñado en instaurar. Prin-

²⁰ GUILLEBAUD (1965), página 256. Cursivas nuestras. Guillebaud recoge en estas dos líneas lo expresado por Sir Frederick MACMILLAN (1924), páginas 5-13. Relata Macmillan que, en general, los profesionales (editores, libreros, escritores,...) mostraron hostilidad inicial a su plan y la opinión general parecía ser que Macmillan era un reformador con buenas intenciones pero un tanto utópico.

²¹ Carta de 9 de julio de 1890 de Macmillan a Marshall. Véase GUILLEBAUD (1965), páginas 259-60.

¹⁸ GUILLEBAUD (1965), página 256.

¹⁹ MACMILLAN, F. (1924), páginas 14-15. Se reproduce íntegra la carta de Macmillan a Marshall en GREY (1934), página 59, y GUILLEBAUD (1965), páginas 256-257.

principalmente en lo referente a la nula posibilidad que dejaba a los libreros para ofrecer descuentos en las compras al contado²².

Antes de pasar a narrar cómo estas dudas de Marshall le llevaron a sugerir el abandono del sistema de precio neto para su libro, quisiéramos plantear por qué se escogió el libro de Marshall y si el sistema de precio neto tuvo que ver o no con las ventas del libro, tal como sostienen los defensores actuales del sistema de fijación de precios.

5. Establecimiento de un precio neto y las ventas de los *Principios*

El precio de salida de los *Principios de Economía* fue, finalmente, de 12 chelines 6 peniques, y en el catálogo de julio de 1890 que hizo la editorial Macmillan se advierte que: «Debe añadirse que el precio del libro es neto, de modo que los libreros no están en condiciones de ofrecer descuentos a los compradores»²³. Hasta la aparición de la octava edición, en 1920, dicho precio no se modifica, y entonces pasa a ser de 18 chelines.

En su propuesta a Marshall, Frederick Macmillan reconoce que ya se había aplicado el establecimiento de un precio neto a algunos libros, pero siempre se había hecho con grandes obras, más bien caras, y de forma aislada. Nunca anteriormente se había tratado de poner en práctica con un libro popular, «de interés general» y que no «vaya a parar a las estanterías de saldos» o liquidaciones²⁴. Por tanto, los *Principios de Economía* no es el primer caso de precio neto, aunque sí parece ser el primer libro de texto, con un precio moderado y elevadas expectativas de venta, en el que se experimenta.

Macmillan sabía —y así ocurrió— que se encontraría con el rechazo frontal de la mayor parte de los libreros a su plan. Por tanto, quería asegurarse un autor que aceptase realizar el experimento con su libro, y «que el libro escogido fuese bueno» y se vendiese; «porque si el primer libro con sistema de precio neto no se vendía, su fracaso se atribuiría sin duda alguna no a su calidad sino a su precio neto»²⁵. Por aquel entonces la editorial Macmillan se encontraba preparando la edición de los *Principios* de Marshall, «reconocido economista y catedrático de Economía Política en la Universidad de Cambridge. Existía poca duda de que este libro ocuparía enseguida un lugar destacado en la literatura económica, y se mostraba como el más apropiado para el experimento que deseábamos poner en marcha»²⁶. Parece, pues, que la intención de Macmillan era retorcer el argumento de modo que lograrse dar con una obra cuyas altas ventas estuviesen aseguradas para luego afirmar que el sistema de precio neto había contribuido a asegurar las ventas del libro.

Marshall aceptó inicialmente el sistema de precio neto para su libro, a pesar de sus dudas, ya comentadas. La insistencia de Macmillan en que «se trata, no obstante, de un experimento y no deseáramos llevarlo a cabo sin su pleno consentimiento», así como su indicación de que «no existe temor alguno de que el experimento vaya a tener repercusiones negativas en las ventas del libro»²⁷, pudieran haber tranquilizado las dudas de Marshall. Ello junto con el favorable precio de salida, según los deseos de Marshall.

La oposición inicial al plan de Macmillan provino de los libreros que venían practicando con asiduidad el sistema de descuento. Pero Macmillan relata:

«Esperaba completamente esta reacción y permanecí impasible. En primer lugar estaba seguro que la demanda que tendría

²² En fecha tan temprana como el 28 de julio de 1890 expresa Marshall esta duda acerca del sistema, tan sólo a la semana siguiente de la publicación de los *Principios*. Ver GUILLEBAUD (1965), páginas 260-1. Véase también, GROENEWEGEN (1995), páginas 421-22.

²³ MACMILLAN, D. (1942), en WOOD, J. C. (ed.) (1982), página 128. Sir Frederick Macmillan relata cómo se notificó a los libreros que según los términos en los que se comercializaba el libro no se admitiría descuento alguno sobre el precio anunciado en catálogo. Ver MACMILLAN, F. (1924), página 15.

²⁴ MACMILLAN, F. (1924), página 15.

²⁵ MACMILLAN, F. (1924), página 14. Esto aparte de utilizar todo tipo de trucos comerciales con los libreros que mostraban su descontento con el sistema, como obligarles a firmar un compromiso de que no modificarían el precio, retirar las cuentas de la editorial a los libreros que no firmaban, o conseguir cooperación de la división mayorista de la propia editorial para retirar también las cuentas de ésta. Véase GREYER (1934), página 60.

²⁶ MACMILLAN, F. (1924), página 14.

²⁷ MACMILLAN, F. (1924), página 15.

el libro del profesor Marshall iba a ser tal que ningún librero podría lograr ignorarlo; aunque si —únicamente para fastidiar a los editores— alguno insistía en adquirir ejemplares sueltos en lugar de comprarlos de diez en diez, sacrificando así el 5 por 100 de sus beneficios, únicamente se perjudicaba a sí mismo y a nadie más. En segundo lugar, el nuevo libro disfrutaba de tantas adhesiones incondicionales entre los libreros de primera fila, tales como Mr. Bumpus de Oxford Street, mi primo Robert Bowes de Cambridge, mis amigos Robert y James MacLehose de Glasgow y tantos otros, que ningún intento de boicotear los libros de precio neto o a sus editores podría haber resultado duradero.»²⁸

Y cuando, tras el éxito obtenido con los *Principios* de Marshall, Macmillan introdujo el sistema de precio neto en otros libros, tomó sumo cuidado de «que en cada caso el autor estuviese de acuerdo en que su libro se vendiese a precio neto, y que si éste expresaba la más ligera objeción —y algunos autores objetaron mucho— su libro se publicaba, manteniendo el sistema antiguo, sujeto a descuento»²⁹.

Lo cierto es que Frederick Macmillan acertó, ya que los *Principios de Economía* de Alfred Marshall fueron un éxito editorial. A los cinco años de su publicación, en 1895, iba ya por la tercera edición, con 7.000 copias, y 5.347 ejemplares vendidos. Sin embargo, el libro alcanza, de hecho, su máxima circulación en su cuarta década de existencia, en la octava edición, y ya con la discusión sobre el sistema de precio neto muy olvidada³⁰. Macmillan logró con ello no sólo «tapar la boca» a los críticos sino además, en buena parte, la defensa del sistema de precio neto. Éstos no podrían aducir que hundía las ventas de un buen libro.

Por tanto, quienes afirman en la actualidad que el sistema de precio fijo sirvió para multiplicar por cinco las ventas de los *Principios* cometen un doble error. No fue el precio neto la causa de éxito en las ventas del libro, sino que era un libro exce-

lente, con vocación de ser tanto un libro de texto para los estudiantes de economía de futuras generaciones como un libro de lectura para los hombres de negocios, diseñado para ser popular y —como dice el propio Macmillan— «de interés general» y para no terminar en las estanterías de liquidaciones. Y, además, Macmillan jamás pensó en si la aplicación del sistema de precio neto iba a aumentar o no las ventas del libro, sino que utilizó a sabiendas un gran libro, con ventas aseguradas y con las características mencionadas anteriormente, como eran los *Principios*, para consolidar el sistema de precio neto que pretendía instaurar y para que, cuando menos, no se pudiese achacar a dicho sistema un fracaso de ventas.

6. Marshall y el sistema de precio neto

Lo que planteó Marshall fueron ciertas objeciones a algunos aspectos de dicho sistema, especialmente con algunas rigideces que imponía para la aplicación de descuentos por pronto pago. Marshall no fue favorable a la fijación de precios y «adoptó una actitud muy crítica ante el sistema de «precios netos» o fijados por el editor sin opción a descuentos en librería, especialmente para libros de texto universitarios como sus *Principios de Economía*³¹. Si bien suaviza su postura mediante la propuesta de subvencionar a los escritores de libros científicos y de texto universitario con los excedentes que el sistema de precio neto pudiese generar.

Guillebaud recoge que, ya el 28 de julio de 1890, Marshall se queja en una misiva a Macmillan de algunas confusiones que el propio sistema de precio neto ha generado, incluso en periódicos importantes como el *Western Morning Review*, que confunde el precio del libro, anunciado en catálogo, con el precio al por mayor; al tiempo que le transmite algunas dudas acerca de si los libreros que venden libros editados a precio neto «podrán cargar diferentes precios a clientes que pagan en efectivo y al contado» frente a aquéllos que paguen a crédito o con letra de cam-

²⁸ MACMILLAN, F. (1924), página 16.

²⁹ MACMILLAN, F. (1924), página 17.

³⁰ Se pueden ver las cifras que aporta MACMILLAN, D. (1942), páginas 130-1.

³¹ SCHWARTZ (1998), página 97. En general véanse las páginas 96-9.

bio. Marshall, quien se declara «serio defensor de los incentivos que otorgan los minoristas a los clientes que pagan al contado», parece entender que es posible aplicar esa discriminación aunque admite que puede resultar complicado. Por lo que pasa a realizar las siguientes recomendaciones para perfeccionar el sistema, después de afirmar que no entiende de asuntos comerciales y que habla desde la ignorancia:

«... estaría inclinado a recomendar que (i) el precio publicado debería ser el que permitiese al librero vender el libro a crédito a corto plazo; es decir, cuando tenga todo el gasto anotado en sus libros de contabilidad, pero no tenga su capital inmovilizado por mucho tiempo. (ii) El comprador que pagase al instante en efectivo debería obtener un penique por cada chelín como descuento. (iii) El comprador que solicitase un crédito a largo debería pagar un 5 por 100 adicional por cada *medio* año; el recargo usual del 5 por 100 al año es, considero, del todo insuficiente; pero no creo que sea muy fácil lograr que el público adopte esta última sugerencia.

Otro punto que pudiera precisar explicación adicional es la relación del nuevo sistema de precio neto con las revistas mensuales. Éstas se venden con un 25 por 100 de descuento en Londres, pero a todo su precio —incluso pagando al contado—, según tengo entendido, en Cambridge y otros lugares. Esto siempre me ha confundido.»³²

Macmillan elude «entrar al trapo» que le propone Marshall, afirmando que no cree prudente establecer ni dictar reglas de descuento para el pago al contado, a crédito, etcétera. Opina que «sería imposible obligarles [a los libreros] a cumplirlas y consideramos que estas cosas es mejor dejar que se establezcan entre los libreros y sus clientes»³³.

La correspondencia entre ambos personajes sobre la materia se suspende hasta siete años después, en diciembre de 1897, cuando se reinicia como consecuencia del ataque sistemático a la venta de libros con descuento que lanza la Publisher's Association, creada apenas un año antes, en 1896, y apoyada por los

Associated Booksellers of Great Britain and Ireland formada en 1895. Como parte de dicha campaña algunos editores miembros enviaron, al parecer, una circular a sus autores más importantes, indagando sus puntos de vista sobre la materia. La respuesta de Marshall al requerimiento de Macmillan reproduce básicamente los puntos del texto citado anteriormente, argumentando que los descuentos para pagos al contado son «un servicio al progreso económico y moral» logrado originalmente por el movimiento cooperativo que lo impuso por encima de la resistencia de los comerciantes. En esta ocasión, la nueva campaña para restringir, primero, y acabar, después, con los descuentos en el precio de los libros se encontró con la oposición de la Sociedad de Autores.

Pero Marshall se hallaba a las puertas de publicar la cuarta edición de su libro. Para entonces el éxito del libro estaba asegurado y las ventas eran elevadas. Incluso Marshall le propone a Macmillan que esta cuarta edición tenga una tirada inicial de unas cuatro o cinco mil copias, por lo que hace la siguiente sugerencia:

«Crece mi opinión de que los pagos al contado debieran favorecerse y no penalizarse. No deseo interferir con la manera en la que usted considera deben llevarse a cabo sus negocios. Pero tengo la más fuerte objeción de ser cómplice de una imposición, si bien con un método indirecto, de castigos a los libreros que venden libros al contado a precio más bajo de lo que venden a crédito. Entiendo que esta dificultad surge tan sólo con respecto a los libros que se publican a precio neto. ¿No sería lo mejor volver con el antiguo plan en mi nueva edición: es decir a 15 ó 16 chelines no neto?»³⁴

La respuesta de Macmillan no se hace esperar y tan sólo dos días después contesta:

«Lamentaría mucho tener que alterar el precio publicado [en catálogo] de su libro después que ha dado tan buen resultado, durante tanto tiempo, como libro a precio neto. Sin embargo estoy dispuesto a acatar sus deseos si usted se mantiene en su opinión cuando la nueva edición esté lista.»

³² GUILLEBAUD (1965), página 261. Cursivas en el original.

³³ GUILLEBAUD (1965), página 262.

³⁴ GUILLEBAUD (1965), páginas 264-5.

En septiembre de 1898 Marshall realiza un último esfuerzo para que Macmillan introduzca en el sistema de precio neto una rebaja en el libro que sea abonado en efectivo y al contado. Y deja entrever sus preocupaciones cuando escribe:

«Sigo sin ver por qué es razonable que el inactivo librero deba obtener hasta dos veces más de cada copia de mi libro de lo que usted o yo obtenemos. Se trata, sin embargo, de un simple asunto de dinero, y no me preocupa demasiado.

Me preocupa mucho más la cuestión de obligar al librero a que cargue precios iguales por servicios diferentes, aquéllos que presta al cliente que paga al contado y no le acarrean riesgo alguno, frente a aquéllos que presta al cliente que paga una vez al trimestre.»³⁵

A partir de esta carta de 10 de septiembre de 1898, la correspondencia posterior entre Macmillan y Marshall muestra más crudamente las diferencias de criterios entre ellos, y saca a la luz los razonamientos más sólidos de ambas partes.

La respuesta de Macmillan, el 15 de septiembre de 1898, argumenta tanto contra la idea de que el librero minorista obtenga demasiado beneficio de los libros vendidos a precio neto, como contra la introducción de descuentos por pronto pago, que conducirían al suicidio del plan y a volver al sistema de descuentos de forma generalizada. De hecho, defiende Macmillan, lo que ocurre es que con el sistema de precio neto al librero le queda algo de beneficio para su sustento —incluidos sus salarios de gestión—, en tanto que con el sistema de descuento ni siquiera le llega para su sustento. Macmillan añade:

«El único plan seguro es tratar toda la venta de libros como si fuese un negocio al contado (cosa que en su mayor parte es) y

no hacer provisión alguna para el crédito a largo plazo. El precio neto es un precio al contado y si un cliente desea realizar la compra aplazada a crédito debería estar de acuerdo en pagar un porcentaje adicional dependiendo de la extensión del crédito...

Estoy completamente de acuerdo con usted respecto a las ventajas que tiene hacer negocios al contado y me parece que la forma más práctica de favorecerlo es publicar libros de acuerdo con un sistema que no permita otra cosa.»³⁶

Tan sólo dos días después Marshall aceptó muy a regañadientes los argumentos de Macmillan como los del experto, y al fin y al cabo su editor. Y aunque observa que Macmillan «se opone firmemente a cualquier cambio en los términos en los que mi libro se facilite a los libreros y, si es así, yo no considero que deba presionarle más, al menos por lo que a esta edición concierne»; sin embargo, lanza una segunda andanada de críticas contra el sistema de precio neto, esta vez orientadas a la subvención de la ciencia y la cultura rigurosas.

Considera ahora que, en el caso de los libros científicos y más densos, el sistema pudiera beneficiar injustamente a los libreros porque están obteniendo unos beneficios extraordinarios que remunerarían un servicio que no prestan, y de esta forma el sistema perjudicará a los autores de este tipo de libros:

«Estos [los libros científicos] no le ocasionan al librero trastorno alguno ya que jamás sabe nada acerca de ellos, y nunca mantiene existencias de los mismos; sus servicios son comparables en este caso con los que ofrece un quiosquero más que con los de un proveedor especializado. En los libros de literatura y arte de puro entretenimiento, y especialmente en aquéllos que se ajustan al prototipo de libros de regalo, es difícil [elegir]. Aquí puede ser útil como consejero, y su *stock* es algo casi esencial...

El público debería subsidiar sólo a los pocos que resisten la tentación de escribir rápidamente, y que les gusta más hacerlo lo mejor posible y despacio... De modo que a quienes el público debiera subvencionar es precisamente a quienes los libreros

³⁵ GUILLEBAUD (1965), páginas 265-6. Vemos aquí a Marshall razonando como economista, diferenciando productos y servicios e incluyendo riesgos. Pero a continuación del texto justifica de nuevo el descuento sobre los pagos al contado porque dicho sistema ha contribuido al desarrollo, moral y económico, de la sociedad. En su defensa del sistema de comercio a crédito, Marshall pone el énfasis en el descuento que debería aplicarse al cliente que paga al contado, en tanto que Macmillan, observando que ello hundiría el sistema de precio neto, lo pone en la carga que debería penalizar a todo el que pague a crédito.

³⁶ GUILLEBAUD (1965), página 267.

explotarían para así evitarse tener que hacer un poco más de negocio en papelería, etcétera, de lo que hacen ahora.»³⁷

El argumento de Marshall ahora no es el de una defensa de la libertad en la determinación del precio de los libros o de la libre aplicación de descuentos, sino que, en el caso de los libros científicos y de texto (como era el suyo), el precio regulado y garantizado ha elevado las rentas de los libreros por un servicio que, en realidad, no prestan y tales rentas deberían ser desviadas hacia los autores. Especialmente, dice Marshall, cuando estos autores son jóvenes y no encuentran fácilmente una subvención o un puesto universitario. Por tanto, el sistema de fijación de precio está otorgando una renta extraordinaria a la persona no adecuada, según Marshall. La labor de los libreros ha sufrido modificaciones en el tiempo y éste ha dejado de prestar un servicio especializado, pasando a ser un trabajo que puede realizar cualquier persona con algo de cultura, y para el que no se precisa una remuneración elevada; al contrario que ocurre con los jóvenes científicos:

«Usted afirma que los costes de los libreros son muy elevados en proporción a sus ingresos. Desde luego lo son por ley económica. No están mal pagados porque la competencia sea dura, sino que la competencia es intensa porque poco de su trabajo precisa hoy en día un pago muy elevado. La creciente especialización del conocimiento y la proliferación de revistas especializadas han desplazado al librero de su posición de mentor, y hacen imposible para él mantener un *stock* de cualquier servicio salvo en la literatura que se compra por parte del público en general más que por especialistas. Un movimiento amplio y moderado para mejorar la posición del librero en el manejo de libros de arte, bellas letras, y esa importante forma de arte aplicado, cual es la papelería, colocarían a las fuerzas económicas de su lado... Pero el intento de clasificar los libros científicos con los libros de arte en lugar de con los libros de texto me parece ir contra las leyes económicas; exactamente igual que una ordenanza que estableciese que los cocheros de Londres

debieran recibir dos chelines por milla. Tal ordenanza no enriquecería a los cocheros, ya que su trabajo es sencillo. Disminuiría el número de viajeros, aumentaría un poco el número de calesas, y un mucho el número de las que circulan en busca de clientes...

Los libreros quizá puedan aumentar las ventas *agregadas* de una literatura general barata. No podrían aumentar mucho las ventas *agregadas* de literatura científica cualificada aunque lo intentasen; y rara vez lo intentan. Ellos pueden desviar muy poco la demanda de libros que ofrecen un bajo descuento a otros libros que dan un descuento elevado. Aunque esta influencia jamás ha sido muy fuerte en ningún país salvo, creo, en América; e incluso allí casi ha desaparecido recientemente debido al desarrollo de buenas revistas [científicas]. Pero usted sabe más de esto que yo.»³⁸

Marshall observa que con el sistema de descuentos los libros científicos y de texto pueden tener mejor salida de venta, lo que beneficia a sus autores aunque los márgenes de los libreros queden afectados para estos libros, y esto es un escollo para el sistema de precio neto. Pero en este caso sus argumentos quedan muy matizados y pueden interpretarse como una aceptación, aunque no como una defensa, del sistema de precio neto, ya que defiende que los márgenes comerciales de los libreros sobre publicaciones científicas se disminuyan, para así proveer de ingresos adicionales a los autores jóvenes y desconocidos, mediante la fijación de precios netos más bajos para estos libros. E incluso llega a proponer que sean los jóvenes autores científicos quienes disfruten del posible beneficio extraordinario que permite el sistema de precio neto, en lugar de ser los libreros los beneficiarios. Marshall parece proponer, igual que argumentan hoy en día los defensores de la fijación del precio de los libros, que con los mayores márgenes de los libros que tienen gran tirada y se venden bien se cubra o subvencione a los «graves libros científicos», de menor tirada y venta. Sin embargo, su opinión sobre el sistema que fija los precios en los libros

³⁷ GUILLEBAUD (1965), página 268. Es notorio que Marshall escribía muy lento y con numerosas revisiones.

³⁸ GUILLEBAUD (1965), página 268 y 272. Cursivas en el original.

científicos y los de texto queda meridianamente clara cuando los equipara con una fijación en el precio de los taxis, que produciría —aplicando la más elemental teoría económica— una disminución en la demanda, como consecuencia del encarecimiento en el precio, y un aumento en la oferta, consecuencia de las ganancias extraordinarias que percibirían los oferentes como resultado de la tarifa fijada. En definitiva, un mercado mal ajustado.

Sus máximas críticas llegan cuando Marshall se percata de que el público tiende a protegerse, en la medida de sus posibilidades, de los efectos perjudiciales que el sistema de precio neto tiene sobre los bolsillos de los lectores. Y que dichas actuaciones van también, y principalmente, en perjuicio de los autores; ya que —en este caso— las rentas extraordinarias que proporciona el sistema de precio neto, y que pudieran perder los libros, no van a parar a manos de los jóvenes autores científicos:

«Aprobé cordialmente el sistema de precio neto para mi libro cuando se me sugirió. Pero fue porque malinterpreté la propuesta... La única persona a quien he oído defenderlo es un hombre que gasta varios cientos [de libras] al año en libros. Me quedé sorprendido, hasta que me lo explicó rápidamente: «¡Oh! Generalmente la gente está de acuerdo en pagar precios elevados por sus libros. Pero yo soy pobre. No puedo pagar los altos precios que cuestan los libros nuevos. Y nunca los pago. Espero por un libro nuevo hasta que las copias de presentación aparecen en los catálogos de segunda mano.» Eso es bueno para algunos librerías, pero no para los autores.»³⁹

Y Marshall añade que cree haberle expresado claramente a Macmillan cómo debe reformarse el sistema de precio neto de los libros si se pretende que éste haga más beneficio que daño.

Una carta posterior de Marshall a Macmillan, que Guillebaud fecha en torno al 15 de octubre de 1898, dado que la primera página está perdida, revela —finalmente— interesantes datos sobre la postura de Marshall en este asunto. Ciertamente en dicha misiva Marshall se lamenta de las prácticas oligopolísticas

o colusivas que atentan contra lo que denomina la formación de los precios de manera natural, y añade que en la industria editorial los más débiles, y por tanto quienes salen más perjudicados, son «los escritores de libros científicos serios». Pero en la segunda parte de esa misma carta, tras conocer la maniobra defensiva que algunos lectores pueden adoptar para eludir un precio neto elevado, utilizando las copias de presentación de los libros científicos que aparecen meses más tarde en catálogos de segunda mano, la reacción inmediata del «viejo zorro» —como le llamaban algunos de sus discípulos— fue reducir al máximo las copias de presentación de su libro. Además, lógico valedor de sus intereses como autor, no duda Marshall en tratar de captar la demanda cautiva y lamentarse cuando ello no es posible:

«Como economista que soy siento que el progreso del mundo se está dañando seriamente por el reciente aumento de los acuerdos para controlar los precios en muchas actividades; por lo que los precios se ajustan no de manera natural y en proporción a los servicios prestados, sino artificialmente en proporción a la superioridad de la fortaleza táctica de las partes contendientes. Nadie es más débil tácticamente que los escritores de solemnes libros científicos; y considero que supone un gran daño el que se ayude a los librerías a obtener una parte desproporcionada de sus beneficios de las pequeñas ganancias —que con frecuencia son todas— de individuos a quienes el público debiera subvencionar en lugar de seleccionarlos para colgarles cargas especialmente pesadas...

Le envió una lista escueta de copias de presentación que me gustaría sugerir. Consultando me encontré con que la lista para la tercera edición era larga en lugar de corta, como le había prometido. De modo que he recortado ésta.

Lamento que usted no viese manera de anunciar la nueva edición a tiempo para que los estudiantes comprasen sus libros... Supongo que ahora ya no hay mucha diferencia si esperamos unos pocos días más.»⁴⁰

Marshall y Frederick Macmillan volvieron a cartearse sobre

³⁹ GUILLEBAUD (1965), página 269.

⁴⁰ GUILLEBAUD (1965), páginas 269-70.

este asunto nueve años después, en octubre de 1907, como consecuencia de los últimos coletazos en la lucha por la instauración del sistema de precio neto.

En 1899 se había alcanzado un acuerdo general sobre la aplicación de un precio neto para los libros que fue aceptado por las asociaciones de editores y libreros casi de forma generalizada, logrando Macmillan su objetivo. Pero el Club del Libro del *Times* se opuso a su aplicación y se negó a firmar el acuerdo, manteniendo así una disputa con la Asociación de Editores, especialmente fuerte entre 1906 y el 18 de septiembre de 1908, fecha en que dio por perdido el conflicto sin obtener, según relata Macmillan, concesión alguna.

Las dos misivas de Marshall a Macmillan que se conservan no hacen sino abundar en los argumentos anteriormente esgrimidos por aquél⁴¹. Marshall insiste en la necesidad de corregir el que los libreros, que hacen poco o nada por difundir el conocimiento, obtengan «una participación demasiado grande del precio de aquellos libros que interesan relativamente a pequeñas audiencias»⁴². Para ello propone, esta vez de forma explícita, que una parte del exceso que obtiene el librero por el precio neto se otorgue al escritor:

«Considero que el autor debería recibir una *parte* (no necesariamente la mitad) del exceso del precio neto *al contado* (no del precio de crédito a tres meses) sobre los gastos reales de imprenta y encuadernación. Y todos los gastos de manipulación de los libros, bien sea al por mayor o al detalle, deberían imputarse a la parte del editor. Si el editor quisiese participar del negocio del librero como socio, eso *podría* estar bien; pero no espero que suceda.»⁴³

⁴¹ Sin duda alguna Marshall echa mano de la no constancia en la utilidad marginal del dinero cuando llega a afirmar que: «Mantengo que cuando no se subvenciona a un joven escritor con un puesto universitario, cada chelín que sale de su bolsillo —suponiendo que tiene elevados propósitos— supone un daño nacional mayor que la pérdida de cinco chelines por parte de un próspero artesano o la pérdida de varias libras esterlinas por un hombre rico. Y el sistema actual enriquece a los (relativamente) ricos libreros muy a expensas de los pobres estudiantes.» GUILLEBAUD (1965), página 274.

⁴² GUILLEBAUD (1965), página 272.

⁴³ GUILLEBAUD (1965), página 274. Cursivas en el original.

7. Conclusiones

No parece estar justificada en el mercado de los libros una intervención que permita fijar a los oferentes el precio final del producto, pese a ser los libros una mercancía que cuenta con ciertas características de bien cultural y científico, posible portadora de economías externas positivas, no homogénea, y con ciertas asimetrías de información. El hecho de que las asimetrías de información se encuentren principalmente del lado de los demandantes, la heterogeneidad del producto sea percibida como positiva por los participantes en el mercado cultural y científico y que las externalidades finalmente reviertan en favor de una sociedad mejor formada intelectualmente, y ello dentro de un posible escenario con creciente competencia entre proveedores de libros (escritores, editores y libreros), impiden que la fijación en el precio de los libros permita su producción de manera más eficiente, con menos costes y mayor calidad de producto, de lo que lo haría un sistema de descuentos.

Pese a todo, el empeñamiento de quienes defienden la fijación del precio de los libros les lleva a mencionar el nombre de Alfred Marshall como el gran economista que, junto a su editor Frederick Macmillan, aplicaron por vez primera el sistema de precio neto a los *Principios de Economía*, en 1890, y a utilizar los argumentos que en aquella época esgrimieron los defensores del sistema que ideó Macmillan.

La oposición de Marshall al sistema de precio neto fue clara aunque estuvo, en ocasiones, débilmente argumentada. Su primera y principal crítica era que el sistema, tal y como se aplicaba, no permitía la posibilidad de realizar descuentos por pronto pago, lo que rechazaba fundamentalmente no por razones teóricas de inclusión de riesgos o de diferenciación de servicios según la forma de pago, sino porque ello atentaba contra el progreso económico y moral que siempre ha supuesto el sistema de pago al contado con descuento frente a los pagos a crédito o diferidos y que, en consecuencia, el primero no debía ser penalizado.

Su otra crítica era que al ser el precio neto un sistema de fijación de precios no competitivo, se permite algún tipo de apro-

piación del excedente de los consumidores que va a parar, a veces inadecuadamente, a manos de los libreros. Ya que si bien en el caso de libros generalistas, obras de referencia, o de regalo, remunera un servicio que el librero presta por consulta, consejo y mantenimiento de existencias, en el caso de obras técnicas, libros científicos y de texto, el librero no presta servicio especial alguno, en tanto que el autor precisaría de esa renta para poder seguir produciendo. Además, aquí sí emplea Marshall argumentos teóricos de no constancia en la utilidad marginal del dinero o de la renta para defender que un chelín que no gana un escritor de este tipo, más pobre, genera mayor pérdida para la sociedad que una libra perdida por un comerciante o una persona rica y, de este modo, justificar una redistribución mediante subvención.

Parece, pues, que Marshall, viendo la imposibilidad de vencer a Macmillan, estaba dispuesto a no desestimar las ganancias «extraordinarias» que el propio sistema de precio neto pudiera reportar, para llevar a cabo una redistribución de la renta en favor de los escritores de libros técnicos, científicos y de texto. Intentó realizar propuestas a Macmillan para que éste flexibilizase algo el sistema de precio neto, en las dos vías indicadas. Pero Macmillan se opuso obstinadamente a cualquier mínima flexibilización de un sistema de fijación del precio que veía como suyo propio. Marshall no enfrentaba un problema abstracto: negociaba la publicación de su propio libro con el principal editor de obras de economía. En este contexto, su oposición al sistema de precio fijo resulta quizá más destacada.

No le faltaba cierta razón a Macmillan al pensar que si en los años iniciales del plan se introducían descuentos por pago al contado, como pidió Marshall desde el principio, se abría la puerta para practicar descuentos más generales que precisamente el sistema pretendía evitar. Habría supuesto la defunción del propio sistema.

Referencias bibliográficas

- [1] ARRUÑADA, B. (1995): *Análisis económico del notariado*, Madrid, Ed. del Consejo General del Notariado.
- [2] ARRUÑADA, B. (1998): «La organización de los servicios profesionales: una guía para las decisiones públicas en tiempos de cambio», mimeo. Próxima publicación en SCHWARTZ, P. y FEBRERO, R. (eds.), *Racionalidad individual y economía no convencional*, Barcelona, Ariel.
- [3] AVILA ALVAREZ, A. M. (1998): «Defensa del precio fijo en el comercio del libro», en IDELCO, *El precio de los libros. Argumentos para una polémica*, Madrid, Unión Editorial.
- [4] GREY, E. T. (1934): «Alfred Marshall's Role in Price Maintenance in Great Britain», *The Quarterly Journal of Economics*, volumen 48, febrero, páginas 348-52. Reimpreso en WOOD, J. C. (ed.), *Alfred Marshall. Critical Assessments*, Londres, Croom Helm, 1982, volumen II, páginas 58-61.
- [5] GROENEWEGEN, P. (1995): *A Soaring Eagle: Alfred Marshall, 1842-1924*, Aldershot, Edward Elgar.
- [6] GUILLEBAUD, C. W. (1965): «The Marshall-Macmillan Correspondence over the Net Book System», *The Economic Journal*, volumen 75, septiembre, páginas 518-38. Reimpreso en WOOD, J. C. (ed.), *Alfred Marshall. Critical Assessments*, Londres, Croom Helm, 1982, volumen II, páginas 252-277.
- [7] MACMILLAN, D. (1942): «Marshall's *Principles of Economics*: A Bibliographical Note», *The Economic Journal*, volumen 52, diciembre, páginas 290-3. Reimpreso en WOOD, J. C. (ed.), *Alfred Marshall. Critical Assessments*, volumen II, Londres, Croom Helm, 1982, páginas 127-131.
- [8] MACMILLAN, F. (1924): *The Net Book Agreement 1899, and the Book War 1906-1908*, Impreso por el autor, Glasgow, University Press.
- [9] SCHWARTZ, P. (1998): «En defensa del libro. Inconvenientes y ventajas de la libertad de comercio en el mercado bibliográfico», en IDELCO, *El precio de los libros. Argumentos para una polémica*, Madrid, Unión Editorial.
- [10] TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (1997), *Informe sobre el precio fijo de los libros*, septiembre, en IDELCO, *El precio de los libros. Argumentos para una polémica*, Madrid, Unión Editorial, 1998.
- [11] WOOD, J. C. (ed.) (1982): *Alfred Marshall. Critical Assessments*, Londres, Croom Helm, volumen II.