

ANT.: Denuncias por atentados a la libre competencia relativa a textos escolares. Rol N° 2273 - 14 FNE.

MAT.: Minuta de archivo.

Santiago, 25 AGO 2014

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFE DIVISIÓN DE ABUSOS UNILATERALES (S)

Por la presente vía, recomiendo a usted el archivo de las denuncias del Antecedente, en virtud de las razones que se exponen a continuación:

I. ANTECEDENTES

I.1. Denuncia

1. Con fecha 28 de febrero de 2014, ingresó a esta Fiscalía una denuncia contra el colegio subvencionado Santa María de Maipú Limitada por atentados a la libre competencia. Posteriormente, los días 3, 5 y 10 de marzo se recibieron otras tres denuncias del mismo tenor contra el referido establecimiento. Luego, con fecha 19 de marzo, se interpuso una denuncia por similares hechos contra el colegio particular Alborada de Curauma de la Sociedad Educacional Hugo Casanueva S.A.
2. En términos generales, las denuncias señalan que los referidos colegios estarían exigiendo comprar el "Pack Santillana Compartir" (el "**Pack SC**")¹ sólo a través de la página *web* de Santillana del Pacífico S.A. ("**Santillana**")². De esta manera, se impediría a los apoderados adquirir los textos escolares mediante otro canal de distribución, como librerías o *retail*,

¹ Según la empresa el Pack SC se compone de libros de asignatura y de lectura complementaria, materiales para trabajo en el aula y contenidos digitales como plataforma de contenidos pedagógicos, pruebas online, entre otros.

² Esto es: <<http://www.santillana.cl/>> [última visita: 27 de junio de 2014].

o reutilizar los textos que ya poseían de sus hermanos mayores o familiares. Asimismo, esta modalidad de venta, obligaría a los apoderados a comprar el Pack SC completo, sin posibilidad de adquirir por separado los elementos que componen el mismo. Por tanto, solicitan a la Fiscalía Nacional Económica (“FNE”) que investigue si se estaría incurriendo en conductas contrarias a la libre competencia.

I.2. Proyecto Santillana Compartir

3. Según información remitida por Santillana a esta Fiscalía, Santillana Compartir (“SC”) es un *“proyecto integral que tiene por objeto cambiar la forma en que los estudiantes están aprendiendo y que cuenta con el acompañamiento y apoyo de profesionales de Santillana (...) los profesores de cada uno de los colegios participantes, se incorporan a un programa de consultoría tecnológica y pedagógica cuyo fin es desarrollar con ellos competencias que se integren a su metodología de clases”*³.
4. El Proyecto SC considera una Plataforma de Gestión del Aprendizaje *“donde los estudiantes pueden complementar, profundizar o reforzar los contenidos de la clase; los profesores pueden usar estrategias diferenciadas de apoyo a sus alumnos; los apoderados pueden informarse de los compromisos estudiantiles de sus hijos y de sus resultados; y los directivos pueden supervisar el avance del programa curricular por asignatura y curso entre las principales funciones”*⁴.
5. El Pack SC comprende contenidos impresos (libros de asignatura y de lectura complementaria), digitales (pruebas online, plataformas, etc.) y materiales para la sala de clases.
6. El año 2013 Santillana comienza con SC como programa piloto a nivel nacional en once colegios particulares. En la actualidad, el referido proyecto

³ Respuesta al Oficio Ord. N° 496 FNE de fecha 20 de marzo de 2014.

⁴ *Ibid.*

abarca 41 establecimientos (32 colegios pagados, siete subvencionados y dos municipales)⁵.

7. Si bien el Proyecto SC comprende todos los niveles educativos, los colegios adscritos a SC pueden escoger los cursos y las materias con las que trabajaran, así, por ejemplo, una escuela puede implementar el programa SC para los alumnos de quinto básico en matemáticas y lenguaje o para todo el ciclo de media en ciencias naturales⁶. Debido a lo anterior, los precios del Pack SC varían según los niveles y las materias escogidas, alcanzado a la fecha un precio promedio de [2] pesos chilenos.

II. DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA Y DEL MERCADO RELEVANTE

8. Para determinar si las conductas imputadas a las denunciadas constituyen o no una infracción a la normativa de libre competencia, corresponde identificar el mercado en el cual éstas incidirían. La FNE entiende por mercado relevante el de “[u]n producto o grupo de productos, en un área geográfica en que se produce, compra o vende, y en una dimensión temporal tales que resulte probable ejercer a su respecto poder de mercado”⁷.
9. En particular debido a los avances tecnológicos, en el último tiempo se han incorporado al aprendizaje no sólo nuevos formatos de textos escolares, sino también herramientas digitales que se integran al proceso educativo. En el contexto de otorgar plataformas virtuales que auxilien a los profesores y a los alumnos en el proceso pedagógico se insertaría el Proyecto Santillana Compartir y otros programas similares como “SM Conecta” de Editorial SM Chile S.A. (“SM”)⁸. Así, dentro de la industria de herramientas

⁵ Los siguientes colegios son parte del programa SC [1].

⁶ Respecto de los textos Bicentenario, en los niveles Inicial, Pre-Kínder y Kínder, las asignaturas comprendidas en el Pack son las de lenguaje, matemáticas y ciencias Naturales. Mientras que, en los textos para 1° básico a 4° medio las asignaturas son las de lenguaje, matemáticas, ciencias naturales y ciencias sociales e historia.

⁷ Fiscalía Nacional Económica. Guía Interna para el Análisis de Concentraciones, Octubre, 2012. Disponible en: <www.fne.cl> [última visita: 13 de junio de 2014].

⁸ SM Conecta es una “propuesta pedagógica de Ediciones SM, que apoyada en un conjunto en recursos digitales, tecnologías y servicios, enriquece las interacciones que favorecen el aprendizaje

relevantes para el proceso de enseñanza escolar, se distingue hoy en día, por un lado, el mercado de los textos escolares, y por otro, el de las plataformas digitales complementarias a ellos.

10. El texto escolar es un libro diseñado con el objeto de contribuir al proceso de aprendizaje en el sistema escolar formal⁹. Está dirigido al estudiante como destinatario directo y al docente como un apoyo a su tarea en el aula. Dicho texto es una herramienta fundamental en el proceso de aprendizaje de los alumnos, contribuyendo decisivamente al enriquecimiento cualitativo del proceso pedagógico¹⁰.
11. En este mercado en particular, es posible reconocer tres tipos de agentes: los establecimientos educacionales, los apoderados y las empresas que confeccionan, editan y comercializan los libros que apoyan el proceso de educativo.
12. En Chile los establecimientos educacionales se dividen principalmente en particulares, subvencionados y municipales. Aun cuando la utilización de textos escolares se efectúa transversalmente, tanto en colegios municipales, particulares y subvencionados, las diferencias relacionadas a los mecanismos de elección del texto, su adquisición y comercialización, hacen posible identificar dos segmentos independientes en la industria: el sector público y el sector privado.
13. En el sector público es el propio Ministerio de Educación (“**Mineduc**”) quien, adquiere los libros escolares, que son posteriormente entregados de manera gratuita a los estudiantes de establecimientos municipales y subvencionados, a través de licitaciones convocadas anualmente.

de los estudiantes” Para más detalle véase: < <http://www.smconecta.cl/>> [última visita: 13 de junio de 2014].

⁹ En este sentido véase: <<http://www.redalyc.org/pdf/761/76111892004.pdf>> [última visita: 4 de julio de 2014].

¹⁰ Se ha señalado, de igual modo, que: “*La necesidad del texto escolar como instrumento de educación se fundamenta en la concepción de que representa un recurso clave, no solo para la transferencia de conocimiento y el desarrollo de competencias en los alumnos, sino que también porque facilitaría un acceso equitativo a la educación*”. González, C.: La noción de discurso público en textos escolares de cuarto año de Enseñanza Media. Universidad Católica de Valparaíso, Revista Signos, v.40, N°63, Valparaíso 2007.

14. En el sector privado los textos son utilizados en colegios particulares y, eventualmente, subvencionados, cuando opten por no usar los libros distribuidos gratuitamente por el Mineduc. En este caso, el colegio debe fundamentar pedagógicamente esa opción e informar oportunamente al Centro de Padres y Apoderados, tal como lo establece el Ord. N° 85 de la Superintendencia de Educación de 11 de febrero de 2014¹¹.

15. A diferencia del sector público, en el segmento privado quienes eligen finalmente los textos que deberán utilizar los alumnos son agentes distintos a los que efectivamente pagarán por éstos, pues es el propio establecimiento que decide qué texto utilizar, siendo obligatoria su compra por parte de los apoderados.

16. Dado que los apoderados se encuentran obligados a comprar los textos solicitados por la escuela, la única alternativa que tienen para optar por otros libros es cambiar a sus hijos de establecimiento. Sin embargo, se ha observado que *“constituye una barrera a la salida la circunstancia de que el cambio de colegio no es una decisión simple ya que, adicionalmente al costo económico que implica, tal decisión requiere de la incorporación del alumno a otro colegio en medio de un proceso instructivo o educativo ya iniciado, con las consecuencias previsibles de adaptación del educando a un proceso al que se incorpora en forma tardía”*¹². De esta manera, una vez elegido el texto por parte del colegio, la decisión de los apoderados se reduce a la forma en que adquirirán dichos textos.

17. Con la finalidad que el establecimiento pueda elegir el libro que utilizará en sus clases, las diversas editoriales despliegan distintos planes de promoción. El proceso de publicidad de los textos escolares comienza los últimos meses del año anterior a su utilización, con la formación de equipos de trabajo constituido por profesionales de la educación. Dicho equipo se distribuye territorialmente y desarrolla funciones en terreno, visitando

¹¹ Como la especie, uno de los colegios denunciados era subvencionado -Santa María de Maipú Ltda.-, con fecha 5 de marzo de 2014 se remitieron los antecedentes a la Superintendencia de Educación, para efectos de que realizara las gestiones correspondientes.

¹² Sentencia N° 21/2005 del H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. Disponible en: http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Sentencia_21_2005.pdf [última visita: 13 de junio de 2014].

diversas escuelas. Por regla general se reúnen con la Jefatura de la Unidad Técnica Pedagógica, para posteriormente presentar, de un modo técnico, los textos al profesorado del establecimiento.

18. De considerar el colegio que aquellos textos promocionados son óptimos para el desempeño académico de sus estudiantes, los exigirán para el año siguiente. En el caso del Proyecto SC, una vez que el colegio decide trabajar con SC, se programan capacitaciones a los docentes y asimismo se le asigna a cada escuela un especialista educativo que auxilia al establecimiento frente a cualquier requerimiento que necesite. Según declaración dada por la empresa a esta Fiscalía, el soporte tecnológico es parte del Proyecto SC, por lo que el costo se encuentra incluido en el precio del Pack. Si bien, los textos escolares son comercializados directamente al público por diversos canales de distribución, como las librerías, grandes tiendas, supermercados e incluso las mismas editoriales cuando efectúan venta directa¹³, en el Proyecto SC, esos canales de distribución serían opciones más costosas, en la medida que aparte de los textos, los apoderados deben adquirir el acceso digital, el cual estaba condicionado a la compra del Pack completo, cuyo precio es equivalente al precio de venta de los textos que lo componen.
19. Esto no sólo limita los canales alternativos de distribución, sino que también la posibilidad de comprar los libros en un mercado secundario, es decir, adquirirlos usados o de segunda mano, opción viable cuando la edición solicitada por el colegio tiene más de un año de vigencia, de tal forma que los textos usados no se encuentran obsoletos.
20. Respecto a los textos, en Chile existe una serie de empresas que se dedican a la confección, edición y comercialización de textos escolares, como Santillana, SM, Editorial Don Bosco S.A., Empresa Editora Zig-Zag S.A., Pearson Chile, MN Editorial Limitada, Mc-Graw Hill e Interamericana de Chile Ltda.

¹³ Dichos canales adquieren los textos de las editoriales directamente o de distribuidores mayoristas, tales como Librería Antártica Ltda., Cencosud Retail S.A., Feria Chilena del Libro Ltda.

21. Dentro de éstas, Santillana destaca por su participación en el mercado con un [3] % de las ventas. Este porcentaje se ha mantenido relativamente estable en los últimos años, con una leve tendencia al alza. Luego de Santillana, viene SM con una participación relativamente menor.
22. En lo que se refiere al tamaño del mercado, en Chile las ventas anuales de Santillana en textos el año 2013, alcanzaron los [4] de dólares americanos, lo que da una perspectiva de la magnitud del mercado. De estas ventas, un [5] % se realiza a través de supermercados, cadenas de librerías, librerías y consignatarios, mientras que un [6] % vía canales propios de la editorial¹⁴.
23. Respecto al mercado relevante, en primer lugar, cabe señalar que las denuncias hacen referencia a las limitaciones que la editorial Santillana ha impuesto a la venta del Pack SC, en particular pues la única modalidad de compra disponible en su *web* no permitiría adquirir los textos escolares por separado o únicamente el acceso digital. En este sentido, la incidencia de las conductas denunciadas sería sobre el mercado de los textos y el de las plataformas digitales, por lo que cabe determinar el mercado relevante para cada uno de estos componentes.
24. En lo relativo al mercado de los textos, la FNE ha hecho notar *"que el texto que es utilizado en el sector público no puede ser utilizado en el sector privado y viceversa, por lo que ambos segmentos han de ser considerados mercados relevantes diversos"*¹⁵.
25. Por otra parte, un establecimiento al momento de elegir la editorial con que trabajará, enfrenta un mercado distinto al de los padres que compran dichos textos. En efecto, pues en el primero participan todas las editoriales que ofrecen textos escolares, y en el segundo, se restringe la compra al libro elegido por la escuela.

¹⁴ Información remitida por Santillana como respuesta al Oficio Ord. N° 496 FNE de fecha 20 de marzo de 2014.

¹⁵ Informe de esta Fiscalía a la H. Cámara de Diputados respecto de las condiciones de competencia en el mercado de textos escolares, en el marco del Rol 1911-11 FNE.

26. Tomando en cuenta lo anterior y que las denuncias se efectuaron por parte de apoderados de un colegio particular subvencionado que elige textos distintos a los del Mineduc y un apoderado de un colegio particular, se estima que el mercado relevante relativo a los textos estaría dado por la comercialización de textos escolares escogidos por un colegio particular, o eventualmente uno particular subvencionado determinado.
27. Por último, en cuanto a las condiciones de entrada, en el mercado de los textos, la instalación de una editorial no requeriría una inversión muy elevada. Específicamente, según actores del mercado, se requería un capital aproximado de [7] de dólares americanos¹⁶. Sin embargo, dadas las características del mercado, es probable que para alcanzar una escala eficiente de producción se necesite una inversión importante en términos de venta, lo que implicaría una barrera para potenciales entrantes. Además, cabe destacar que los textos escolares deben cumplir con los contenidos mínimos obligatorios exigidos por el Mineduc, es decir, deben ajustarse a las bases curriculares vigentes¹⁷.
28. Como se mencionó anteriormente, en la industria de herramientas relativas a la enseñanza no sólo se distinguía el mercado de los textos, sino que también se encontraba el de las plataformas digitales complementarias al contenido impreso. En el sector privado este mercado es bastante reducido¹⁸, teniendo como principales oferente a las editoriales que han desarrollado una plataforma. Sin embargo, es previsible que este mercado adquiera relevancia en el futuro, sobre todo considerando las tendencias observadas a nivel mundial¹⁹.

¹⁶ Declaración prestada por un actor del mercado a esta Fiscalía con fecha 19 de marzo de 2014, en el marco del Rol 2273-14 FNE.

¹⁷ De acuerdo a la Ley General de Educación, Ley N° 20.370, las bases curriculares constituyen el documento principal del currículum nacional. Para más detalle véase: <<http://www.curriculumenlineamineduc.cl/605/w3-propertyname-550.html>>. [última visita: 13 de junio de 2014]. Asimismo véase el Decreto Ley N° 220 del Ministerio de Educación que "Establece objetivos fundamentales y contenidos mínimos obligatorios para enseñanza media y fija normas generales para su aplicación". Disponible en: <<http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=120871>> [última visita: 4 de julio de 2014].

¹⁸ Santillana, la editorial con mayor participación en el mercado, trabaja sólo con 32 colegios particulares en el proyecto SC.

¹⁹ A modo de ejemplo, en Estados Unidos el año 2013 un total de 24 Estados más Washington DC contaban con las llamadas *blended schools*, las cuales integran la enseñanza presencial con

III. ANÁLISIS DE LA DENUNCIA

29. De acuerdo a los antecedentes descritos, corresponde determinar si las presentes denuncias dan cuenta de hechos, actos o convenciones que pudieran impedir, restringir o entorpecer la libre competencia, o tender a producir dichos efectos, al tenor del artículo 3 del DL 211.
30. La conducta denunciada consistiría en que Santillana, dada la forma en que vende el Pack SC estaría imponiendo una venta atada, al comercializar los servicios digitales asociados al Pack SC conjuntamente con los libros requeridos, estableciendo un único canal de adquisición.
31. Al respecto, se debe considerar que el artículo 3 letra b) del Decreto Ley N° 211 de 1973 (“DL 211”), establece que se considerarán como hechos, actos o convenciones que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia, o que tienden a producir esos efectos: *“La explotación abusiva por parte de un agente económico (...) de una posición dominante en el mercado, fijando precios de compra o de venta, imponiendo a una venta la de otro producto”*.
32. Sobre el particular, la literatura especializada ha señalado que la venta atada corresponde a la *“práctica de vender un producto (atante) condicional a la compra de otro producto (atado)”*²⁰. En la especie, se denuncia a Santillana pues condiciona la adquisición de la plataforma digital, a la compra de los libros sólo a través de los canales propios de la empresa, es decir, mediante su página *web*.
33. Al respecto, el TDLC ha señalado como requisitos para que la venta atada sea una conducta contraria a la libre competencia que:²¹
- a. Los productos o servicios sean diferentes y no se vendan por separado;
 - b. Que la empresa tenga poder de mercado en el servicio que sólo vende en forma empaquetada;

métodos digitales. Keeping Pace with K-12 Online & Blended Learning, Evergreen Education Group, 2012.

²⁰ Tirole, Jean. “The Analysis of Tying Cases: A Primer”. Competition Policy International, 1, 2005. (Traducción libre).

²¹ Sentencia N°97/2010 del TDLC.

- c. La vinculación produzca o tienda a producir el efecto de inhibir el ingreso o de excluir competidores en el mercado del producto atado; y,
 - d. La modalidad de comercialización debe carecer de una justificación o explicación alternativa.
34. Antes de examinar si cumplen los requisitos de la conducta descrita, cabe señalar que lo denunciado, difiere de las condiciones existentes en la actualidad, pues con fecha 2 de abril de 2014, Santillana informó a esta Fiscalía *“que desde el 5 de marzo es posible adquirir por separado los componentes. Santillana abrió la posibilidad de desglosar los contenidos digitales de los textos impresos, de tal forma, que hoy es posible adquirir el contenido digital de forma separada de los textos impresos, para quienes no quieran adquirir el pack completo”*²².
35. Asimismo, Santillana señaló que desde el 27 de marzo se puede comprar el acceso digital individualmente vía página *web*. Lo cual fue corroborado por esta División mediante comunicación telefónica con una denunciante.
36. Para efectos de materializar lo anterior, Santillana con fecha 13 de marzo de 2014, modificó 33 de los 41 acuerdos de cooperación celebrados con los colegios que forman parte del referido Proyecto, permitiendo a los apoderados la adquisición de forma separada de los recursos digitales. Respecto de los ocho colegios restantes, Santillana no modificó los contratos, ello pues en estos establecimientos, quien debía adquirir los pack educativos, conforme a los contratos, era el colegio y no los apoderados²³.

²² Respuesta al Oficio Ord. N° 496 FNE de fecha 20 de marzo de 2014.

²³ Sobre el particular, es posible distinguir las siguientes situaciones:

a. Fundación Educacional Instituto O'Higgins y Cooperativa de Servicios Educativos Windsor School Limitada: los contratos señalan que es el establecimiento el obligado a adquirir los pack educativos (cláusula tercera y primera, respectivamente).

b. Liceo Politécnico San Luis, Colegio Polivalente San Andrés de Colina, Colegio Politécnico Santa Ana de la Congregación Hija de Santa Ana y Colegio José Arrieta de Marta Rosa Eleana Dittus Bayer e Hija: la contratación de Santillana Compartir la realizó directamente el colegio con cargo a los fondos de la Ley de Subvención Escolar Preferencial.

c. Escuela Básica Abraham Lincoln: adquirió SC previa licitación pública de la Municipalidad de Quillota.

c. Colegio Concepción San Pedro: no se realizó la modificación de su contrato porque éste se celebró con el Centro de Padres del Colegio, quien era el obligado a adquirir los libros. Esta fue la situación con el proyecto piloto del año pasado. Este año el establecimiento decidió seguir adelante con el referido proyecto y por lo tanto el contrato siguió vigente, sin que se le hubieran hecho modificaciones. Sin perjuicio de lo anterior, a diferencia del 2013, este año los padres compraron

37. Para ello, acordó con los colegios suscritos al Proyecto una modificación a sus contratos, incorporando una cláusula del siguiente tenor: *“Aquellos apoderados que por distintas razones no adquieran el “pack educativo”, podrán adquirir en forma separada los recursos digitales del proyecto, los que consisten en una “Llave de Acceso Digital” que tendrá un costo equivalente al 40% del “pack educativo” correspondiente al nivel y asignaturas del alumno”*.
38. Este cambio de conducta implica que la venta atada ya no se lleva a cabo, pues ahora al adquirir el acceso digital, los apoderados no se ven forzados a comprar los textos escolares directamente de Santillana, sino que lo pueden hacer a través de otros canales, incluyendo el mercado secundario. Por tanto, no procede efectuar el análisis de si concurre en la especie los requisitos de la venta atada, pues no hay evidencia de que Santillana esté vendiendo conjuntamente productos diferentes.
39. Ahora, en cuanto al mercado secundario, los canales alternativos constituyen efectivamente una opción cuando comprar los libros por ese medio y adquirir el acceso digital a través de Santillana, es más conveniente que obtener el Pack SC. De otra manera la práctica podría seguir constituyendo una venta atada, pues Santillana podría eventualmente cobrar un precio tal por el acceso digital, que la única alternativa real, sea comprar el referido Pack.
40. Al respecto, Santillana señaló a esta División que el valor del acceso digital, si se compra individualmente, corresponde a un **[8]** % del precio de los libros. Luego de un análisis, esta División observó que el precio del acceso digital equivale en promedio al **[9]** % del precio de los libros. Por otra parte si se compran los textos mediante la *web* de SC, el valor del Pack equivale al precio de los libros. Así, para que adquirir los libros por otros canales sea

de manera directa los textos y contenido digital. Según Santillana *“por una inadvertencia involuntaria no se modificó el contrato, a pesar que el colegio cambió la modalidad de pago. No obstante, atendido que los cambios en la plataforma de venta de Santillana Compartir, en la cual se habilitó la opción para adquirir los componentes en forma separada, estaba operativa para todos los colegios; en los hechos, los apoderados de este colegio de todas formas contaban con la opción para comprar los productos separadamente. De todas formas estamos tomando los resguardos para modificar el contrato el año entrante, en la medida que el Colegio siga en el proyecto Santillana Compartir”*.

más conveniente, éstos tienen que costar no más de un [10] % del Pack SC.

41. Para verificar lo anterior, funcionarios de esta Fiscalía, con fecha 29 de abril del 2014, efectuaron una visita inspectiva a las librerías ubicadas en la calle San Diego de Santiago, considerando como referencia los precios de los textos del Pack SC solicitados para un determinado curso al año 2014²⁴. El análisis arrojó que el precio promedio en este canal de venta alternativo es un [11] % menor que el promedio del costo del Pack SC, por lo que efectivamente esta sería una opción viable para los apoderados.
42. Por lo tanto, en atención a que: a) el objeto de la denuncia, esto es, la eventual venta atada por parte de Santillana no estaría ocurriendo al cambiar la conducta la empresa denunciada y poder comprar separadamente el acceso digital de los libros; y b) que dichos libros pueden adquirirse tanto en el sitio web de Santillana, como incluso en el mercado secundario, esta División estima que no resulta necesario iniciar una investigación adicional sobre el particular.
43. Sin perjuicio de lo anteriormente señalado y en consideración a que el Proyecto Santillana Compartir sería una experiencia piloto que conlleva, por una parte, innovación de la empresa denunciada; y por otra, un compromiso educativo de los establecimientos educacionales, será necesario analizar la evolución de esta plataforma en el tiempo, así como eventuales respuestas competitivas por parte de otras editoriales existentes en el país.

²⁴ Los precios de venta de los textos escolares, entre las librerías consultadas, no presentan una mayor variación, puesto que, según señalaron, adquieren los textos directamente de Santillana.

IV. CONCLUSIONES

En definitiva, y salvo mejor parecer del señor Fiscal Nacional Económico, debido al cambio de conducta observado por Santillana, esta División sugiere archivar los antecedentes, ello sin perjuicio de velar por las condiciones comerciales de los textos escolares a inicios del próximo año lectivo.

Saluda atentamente a usted,


GASTÓN PALMUCCI
JEFE DIVISIÓN DE ABUSOS UNILATERALES (S)


MCC