

# LA VALORACIÓN EN EL MERCADO FILATÉLICO (II): EL EMPLEO DEL PRECIO DE CATÁLOGO EN ANÁLISIS EMPÍRICOS

José Torres Pruñonosa, [jose.torres@actuarios.org](mailto:jose.torres@actuarios.org), Universitat Autònoma de Barcelona

Camilo Prado Román, [camilo.prado.roman@urjc.es](mailto:camilo.prado.roman@urjc.es), Universidad Rey Juan Carlos

## RESUMEN

Dado que el precio de subasta no es el candidato idóneo para realizar análisis empíricos, el objetivo perseguido es analizar si el precio de catálogo puede ser empleado como precio de referencia del mercado secundario filatélico para realizar análisis empíricos. Tras analizar tanto sus bondades como sus limitaciones, se propondrá un modelo de valoración que facilitará la elaboración de análisis empíricos relativos a la inversión en filatelia.

**PALABRAS CLAVE:** Filatelia, Bienes Tangibles de Colección, Precio, Catálogo.

## ABSTRACT

Since the auction price is not suitable for empirical analysis, the purpose is to analyse whether the catalogue price may be used as reference price in the secondary philatelic market for empirical analysis. After analyzing the pros and cons, it will be proposed a new valuation model for empirical analysis of the investment philately.

**KEY-WORDS:** Philately, Collectibles, Price, Catalogue.

## 1. OBJETIVO

Dado que el precio de subasta no es el candidato idóneo para realizar análisis empíricos, el objetivo perseguido es analizar si el precio de catálogo puede ser empleado como precio de referencia del mercado secundario filatélico para realizar análisis empíricos.

Para ello, se analizarán, en primer lugar, qué es un catálogo filatélico así como la información que suele contener (epígrafe 2.) y cuáles son los principales catálogos filatélicos de reconocido prestigio internacional existentes en el mercado (epígrafe 3.). Seguidamente, se analizarán tanto el concepto, como las bondades y las limitaciones que presentan los precios de catálogo (epígrafe 4.). Finalmente (epígrafe 5), y en vista de todo lo analizado, se propondrá, como conclusión, un modelo de valoración que facilitará la elaboración de análisis empíricos relativos a la inversión en filatelia.

## 2. LOS CATÁLOGOS FILATÉLICOS

Los catálogos filatélicos son instrumentos de información que disponen tanto los comerciantes como los coleccionistas que sirven de “*elemento de consulta y referencia imprescindible para otorgar a nuestra colección una estructura lógica y coherente, y para clasificar e identificar adecuadamente todos los sellos*”<sup>1</sup>.

Los catálogos son publicaciones elaboradas por las asociaciones de comerciantes filatélicos de cada país y la información que suelen contener, respecto a los sellos que han tenido curso legal, es la siguiente:

- **Ilustración del sello.** Ésta puede ser a tamaño original o a escala.
- **Numeración del sello.** Cada catálogo suele usar un sistema de numeración diferente que permite identificar el sello respecto a los demás.
- **Año de emisión.** Año en el cual fue emitido el sello.
- **País.** Territorio o país emisor que ha emitido el sello.
- **Valor facial.** Precio al cual fue emitido el sello, esto es, precio del sello en el mercado filatélico primario o de emisión.
- **Tirada.** Número de ejemplares que se emitieron de dicho sello.
- **Motivo.** Razón conmemorativa por la cual se ha emitido el sello.
- **Color.** Color predominante en el sello. Este dato es útil sobretodo para diferenciar los sellos básicos<sup>2</sup> cuya única variación entre los sellos de la misma emisión es el cambio de color y de valor facial.
- **Variedad.** Algunos sellos tienen variedades en función del tipo de emisión empleado, siendo algunas de ellas las siguientes: mini hoja, carnet, entrecinta, sin dentar, hoja en blanco y negro, prueba en color progresiva, sobre entero postal, prueba lujo, hoja bloque especial, hojita colectiva, mini pliego sin dentar, mini pliego, tarjeta entero postal y sobre primer día.
- **Número de dientes.** Los dientes de un sello son las ondulaciones que presentan algunos sellos (denominados en el argot filatélico como sellos dentados) en su marco externo. El número suele indicarse tanto para el lado horizontal como para el vertical del sello.
- **Precio del sello según catálogo.** Es la variable clave y suele presentarse para las siguientes tres calidades: sellos nuevos (sin señal de faja sellos), sellos con charnela y sellos usados.
- **Precio de la serie según catálogo.** Es el precio de todos los sellos pertenecientes a una misma emisión<sup>3</sup>.

Podemos encontrar diferentes tipos de catálogos filatélicos, si bien los más frecuentes son los siguientes:

- **Nacionales.** Son aquéllos que enumeran cronológicamente todos los sellos emitidos a lo largo de toda la historia postal de un territorio o país emisor.

---

<sup>1</sup> Coca (1998), p. 140.

<sup>2</sup> Son aquéllos que “*soportan la máxima carga del consumo postal, y sus numerosas reimpressiones no están sujetas a disposiciones oficiales, sino que quedan a la discreción del correo. Al ser los efectos de mayor consumo y circulación, tradicionalmente han representado la efigie del Jefe del Estado, un emblema nacional o simplemente las cifras indicativas de su valor*” [Coca (1998), p. 72].

<sup>3</sup> Una emisión es un “*conjunto de sellos distintos que se ponen a la venta el mismo día y en virtud de una misma disposición oficial. Suelen responder a un mismo motivo, tema o idea inspiradora*” [Coca (2001), p. 236].

- **Temáticos.** Son aquéllos que enumeran cronológicamente todos los sellos emitidos por todos los emisores filatélicos, pertenecientes a una temática de colección filatélica.

### 3. CATÁLOGOS FILATÉLICOS DE RECONOCIDO PRESTIGIO INTERNACIONAL

Los editores de catálogos a nivel internacional están asociados en la ASCAT (Asociación Internacional de Editores de Catálogos de sellos, álbumes y publicaciones filatélicas<sup>4</sup>). Sus miembros son los que se muestran en la tabla 1.

**Tabla 1.: Miembros de la ASCAT**

<b>Nombre de la compañía</b>	<b>País</b>
AFA –Forlaget	Dinamarca
Afinsa Bienes Tangibles, S.A.	España
Anfil, S.A.	España
Artphila	Chequia
ATM Internacional	Alemania
Banque du Timbre	Luxemburgo
Bartoli S. A.	Francia
C. E. I.	Italia
C. I. F. S.R.L.	Italia
C.P.B.N.T.P.	Bélgica
Cronaca Filatelica	Suiza
D B Z Philatelie-Verlag GmbH	Alemania
Domfil Catálogos Temáticos	España
Eder S.R.L. / Cronaca Filatelica	Italia
Edifil, S.A.	España
Editions Cérés	Francia
Editions Yvert & Tellier	Francia
Ernesto Marini S.R.L.	Italia
Facit Förlags AB	Suecia
Ferchenbauer Verlag	Austria
Filatelia - Editoria	Italia
Filatelistisk Forlag A/S	Noruega
Giulio Bolaffi Editore S.R.L.	Italia
Global Philatelie GmbH	Alemania
H. E. Sieger GmbH	Alemania
Il. Giornale Filatelico	Italia
International Philatelic Service	Sudáfrica
Japan Phil. Society Foundation	Japón
La Bourse du Timbre	Francia
Lamas Bolaño, S.A.	España
Leuchtturm Albenverlag	Alemania

<sup>4</sup> En francés, *Association Internationale des Éditeurs de Catalogues de timbres-poste, d'albums et de publications philatéliques.*

<b>Nombre de la compañía</b>	<b>País</b>
Lindner Falzlos Gmc	Alemania
Maandblad Filatelie	Holanda
Marka Publishing and Trading	Rusia
Mezhdunarodnaya Kniga	Rusia
Michel/Schwaneberger Verlag GmbH	Alemania
N.V.P.H.	Holanda
Namakanish	Armenia
Orestis Vlastos Ltd	Grecia
Oslo Filatelisklubb	Noruega
Philapress Verlag	Alemania
Philatelia Hungarica	Hungría
Philatélie Magazine	Francia
Postimerkkiliike Lauri Peltonen Kb	Finlandia
Prinz Verlag GmbH	Alemania
Qui Filatelia	Italia
Sassone Editrice S.R.L.	Italia
Schaubeck Verlag	Alemania
Slovenika	Eslovenia
Software Generation	Holanda
Stamp Magazine - IPC Media	Reino Unido
Standard Collection	Rusia
Stanley Gibbons	Reino Unido
Svensk Filatelistik Tidskrift	Suecia
The World of Stamps	Rusia
Théodore Champion	Francia
Uitgeverij Davo	Holanda
Verlag Austria Netto Katalog	Austria
Victor A. Liapine Publishing	Rusia
Wenca Group	Noruega
Zumstein + Cie	Suiza

Fuente: ASCAT

Si bien existen muchos catálogos filatélicos, no todos tienen un reconocido prestigio internacional que los hacen valedores de ser referentes en el mercado filatélico. A continuación, analizaremos algunos de estos catálogos que son reconocidos internacionalmente por su prestigio.

### **3.1. YVERT-ET-TELLIER**

*Yvert-et-Tellier* es una empresa comerciante de sellos y editora de literatura filatélica fundada en 1895 en Amiens, en el norte de Francia, siendo uno de los editores filatélicos más importantes de Francia junto a *Cérès* y *Dallat*.

El grupo empresarial fue fundado en 1831 por Eugène Yvert como imprenta de un periódico. La especialización en filatelia tuvo lugar en 1895 por el nieto de Eugène Yvert, Louis Yvert y su impresor jefe, Théodule Tellier. Actualmente, la compañía sigue en manos de la familia Yvert.

Su historia como editores de catálogos se inicia en noviembre de 1896, fecha en la que publicaron un catálogo de sellos y un álbum de sellos. El éxito fue inmediato por el hecho de que la numeración era lógica y permanente<sup>5</sup>. En 1900, *Yvert-et-Tellier* se asoció en París con el comerciante filatélico Théodore Champion quien le proporcionó los precios de los sellos, ya que se dedicaba a la venta de sellos de todo el mundo. Tras la muerte de Champion en 1955, Pierre Yvert y los hermanos Varga compraron la compañía de Champion y esta nueva empresa siguió dando los precios a *Yvert-et-Tellier*. En abril de 1913, Tellier vendió su parte de la compañía a Louis Yvert, quien por amistad decidió mantener el nombre Tellier en los catálogos.

En los últimos años, otros catálogos han obtenido una mayor aceptación por parte de los coleccionistas franceses. *Yvert-et-Tellier* puso copyright a su numeración pero, desde marzo de 2005, a instancias del Consejo de la Competencia de Francia, accedió a vender a otros editores los derechos para usar su numeración.

El principal producto de *Yvert-et-Tellier* es un catálogo de sellos que es usado como referencia por los filatélicos franceses, incorporando los sellos de los siguientes emisores: Francia, correo francés en Andorra, Mónaco, antiguas colonias francesas y su historia filatélica como estados independientes.

Actualmente, *Yvert-et-Tellier* es una de las referencias internacionales. El catálogo *Yvert-et-Tellier* incluye los sellos emitidos por todos los países del mundo, pero para los no europeos, los volúmenes se organizan en orden alfabético, en contraste con Michel que usa una clasificación geográfica. Entre sus publicaciones más recientes están las siguientes:

- *Timbres de France le Spécialisé.*
- *Classiques du Monde 1840-1940.*
- *Guide Mondial des Timbres Erronés (2 Vols.).*
- *Tome III 2003 (1<sup>ère</sup> Partie). Timbres Europe de L'Ouest: d'Allemagne à Grèce.*
- *Tome IV 2003 (1<sup>ère</sup> Partie). Timbres Europe de l'Est: d'Albanie à Pologne.*
- *Tome IV 2003 (2<sup>ème</sup> Partie). Timbres Europe de l'Est: de Roumanie à Ukraine.*
- *Tome III 2004 (3<sup>ème</sup> Partie). Timbres Nouveau Europe de l'Ouest: de Portugal à Yougoslavie.*
- *Timbres des Colonies Françaises 2006.*
- *Timbres des Pays d'Autre Mer Vol. 1. L'Afrique du Sud et ses Anciens Bantoustans, l'Argentine, le Brésil, l'Australie et Les Emirats Arabes.*
- *Timbres des Pays d'Autre Mer Vol. 2. De Caïmans à Dominicaine.*
- *Tome 1 Bis. Andorre Espagnol, Andorre Français, Colonies Françaises, Europa , Mayotte, Mission de l'ONU au Kosovo, Monaco, Nation Unies (Genève), Nation Unies (New York), Nation Unies (Vienne), Océanie, Polynésie, Saint-Pierre et Miquelon, Tahiti, Terres Australes et Antarctiques Françaises.*

---

<sup>5</sup> Por aquella época los editores de catálogos cambiaban la numeración cuando descubrían sellos omitidos.

- *Tome II 2006. (2<sup>eme</sup> Partie). Pays Indépendants d'Afrique à Laos.*
- *Tome VII 1998 (1<sup>ere</sup> Partie). Emissions Outre Mer: d'Océan Indien à Samoa.*
- *Tome VII 1998 (2<sup>eme</sup> Partie). Emissions Outre Mer: de Seychelles à Zoulouland.*
- *CD Monaco 2006.*

### **3.2. DOMFIL**

La *Editorial Filatelia Domfil*, con sede en Sabadell, provincia de Barcelona, fue fundada en 1988. Desde esa fecha, *Domfil* ha ido editando nuevos catálogos temáticos y nacionales que se han exportado a todo el mundo y ha estado presente en numerosas ferias, en las cuales muchas de sus publicaciones han recibido reconocimiento en la forma de premios y medallas.

Actualmente, todas las ediciones *Domfil* están editadas en español e inglés e impresas a todo color siguiendo su propia numeración de los sellos, además de las numeraciones de otros importantes catálogos.

*Domfil* se ha especializado en la edición de catálogos temáticos con el propósito de ofrecer al coleccionista temático una herramienta que le permita de forma sencilla seleccionar y reunir las emisiones de la temática que le interesa.

### **3.3. MICHEL**

El primer catálogo de Hugo Michel se publicó en 1910. Se trataba de un delgado volumen de 112 páginas con los sellos de los países europeos y sus oficinas ubicadas en el extranjero. Hugo Michel, con el tiempo, vendió sus derechos sobre el catálogo al editor de álbumes *Schwaneberger*, en cuyo poder siguen aún.

El catálogo básico consta actualmente de quince volúmenes que contienen los sellos de todos los países y estados emisores. A pesar de que el tamaño ha aumentado considerablemente, la estructura del catálogo se ha mantenido. Los sellos de cada país se ordenan por series y las series se ordenan cronológicamente. Cada sello tiene un número *Michel* asignado, que es único y universalmente reconocido. También se indica el valor facial.

La numeración de *Michel* es usada por la mayoría de los coleccionistas en países germano hablantes y de Europa del este, como referencia para los sellos de estos países. La claridad y el prestigio de los listados de *Michel* están haciendo que sean más populares aún en otros países. Regularmente aparecen nuevas ediciones, con explicaciones detalladas de los cambios, avances en la investigación filatélica, nuevas listas de errores y variedades, precios revisados y nuevas emisiones.

El *Catálogo Michel* se publica en alemán y se pueden adquirir en otros países a través de una amplia red de distribuidores. Los quince volúmenes del *Catálogo Michel* siguen, actualmente, el siguiente orden geográfico:

- *MICHEL-Deutschland-Katalog*: abarca todos los sellos alemanes, incluyendo los estados alemanes, colonias, protectorados, oficinas postales en el extranjero, emisiones de ocupación, Danzig, Saar y las anteriores administraciones postales de Berlín del Este y Alemania del Este.
- *MICHEL-Europa-Katalog, Band 1*: Austria, Liechtenstein, Suiza, Francia, Mónaco, España, Portugal, ONU Ginebra y ONU Viena.
- *MICHEL-Europa-Katalog, Band 2*: Italia con San Marino y Vaticano, los países balcánicos, Bulgaria, Turquía y Chipre.
- *MICHEL-Europa-Katalog, Band 3*: países escandinavos.
- *MICHEL-Europa-Katalog, Band 4*: Moldavia, Polonia, Rumania, Rusia, Unión Soviética, Checoslovaquia, Chequia, Eslovaquia, Ucrania, Hungría y Bielorrusia.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 1, Nord und Mittelamerika*: abarca los países continentales desde Panamá hacia el norte.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 2, Karibische Inseln*: contiene las islas del mar Caribe, las Bahamas y las Bermudas.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 3, Südamerika*: dedicado a América del sur, pero no incluye ni las islas Malvinas ni los territorios antárticos.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 4, Nord und Ostafrika*: abarca el norte del Sahara y los países de la costa este, desde Egipto a Tanzania.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 5, Westafrika*: países al sur del Sahara, desde Cabo Verde al Congo.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 6, Südliches Afrika*: el resto de países de África, así como las islas del Atlántico y del Océano Índico y el Golfo de Guinea.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 7, Australien, Ozeanien, Antarktis*: Australia, Oceanía y Territorios Antárticos.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 8 Süd und Südost-Asien*: sur y sudeste asiático, incluye también a Indonesia y Filipinas.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 9, Mittel und Ostasien*: el norte del Himalaya, Irán, Afganistán y Japón.
- *MICHEL-Übersee-Katalog Band 10, Naher Osten*: Oriente Medio.

### **3.4. STANLEY GIBBONS**

*Stanley Gibbons Ltd.* fue fundada en 1856 por Edward Stanley Gibbons quien, a partir de su afición por el coleccionismo de sellos, creó una de las más conocidas compañías dedicadas a esta actividad, editora de un catálogo de reconocido prestigio.

En 1864 se publicó el primer ejemplar de lo que se puede considerar el primer catálogo *Stanley Gibbons: Descriptive Price List and Catalogue of British, Colonial and Foreign Postage Stamps*. Así se establecieron las bases para que *Stanley Gibbons* llegara a ser no sólo una reconocida empresa filatélica, sino también una prestigiosa editora filatélica. En el año 1879 el catálogo había alcanzado las 100 páginas y se incluían imágenes

de los sellos. Más tarde se añadió la numeración de los sellos de cada país y se vinculaban a sus espacios correspondientes en los álbumes.

El 20 de julio de 1890 apareció el primer número de *Stanley Gibbons Monthly Journal*, el cual en 1927 se convirtió en *Gibbons Stamp Monthly*, coincidiendo con la nueva dirección de la compañía. Pero el hito del momento fue la publicación del *Simplified Stamp Catalogue*, generalmente conocido como *Stamps of the World*.

En el año 1959, S. Gibbons adquirió una de las casas de subastas filatélicas más antiguas: *Harmer Rooke and Co. Ltd.* Y en 1962, S. Gibbons se fusionó con H. E. Wingfield y, finalmente, junto con Harmer Rooke, se creó el Grupo *Stanley Gibbons*.

En 1957, *Stanley Gibbons* se unió a *Whitman Publishing Company of Wisconsin* para producir el *Whitman Stamp Catalogue*, con los precios en dólares que incluía los contenidos de *Stanley Gibbons. Part I* y el listado de Naciones Unidas y los sellos de Estados Unidos.

En 1975, se alcanzó el ambicioso objetivo que se había planteado en 1972: incluir los sellos de ciertos países en los catálogos. Se empezó con la edición en 1972 de Europa, en tres volúmenes, y se continuó con los países de Ultramar, en cuatro volúmenes.

Algunas de las ediciones publicadas por *Stanley Gibbons* a lo largo del año 2005, son las siguientes:

- *GB Specialized. Vol. 2* (12ª edición): abarca desde el reinado de Eduardo VII hasta el de Jorge VI.
- *GB Specialized. Vol. 3* (11ª edición): desde la Reina Isabel II.
- *Commonwealth & British Empire Stamp 2005.*
- *Commonwealth Simplified Catalogue 2005.*
- *Western Europe Simplified Catalogue 2005.*
- *Part 7. German* (7ª edición).
- *Part 9. Portugal and Spain* (5ª edición).

Actualmente, *Stanley Gibbons* actúa como Sociedad de Inversión Filatélica dado que oferta productos de ahorro e inversión basados en bienes tangibles de colección, concretamente, en filatelia.

### **3.5. SCOTT**

*Scott Publishing Company* lleva más de 130 años dedicada al mercado de la literatura filatélica. La compañía tiene prestigio mundial como la editora de *Scott Standard Postage Stamp Catalogues*.

La compañía fue fundada por un joven inmigrante inglés, John Walter Scott, que comerció con sellos en un mercado al aire libre de Nueva York tras su llegada a América en 1863. Tras una breve estancia en el oeste, Scott volvió a Nueva York en 1867, año en el que se dedicó permanentemente a la filatelia, creando la primera lista de

precios de sellos en junio de ese mismo año. Esta lista de una hoja es reconocida como la predecesora del actual *Scott Postage Stamp Catalogue*.

En un principio el fundador de la compañía estaba mucho más interesado en el comercio de sellos que en la edición de publicaciones, sin embargo, no se sentía contento sólo con esto. En 1868 creó el primero de un gran número de álbumes de sellos y empezó a publicar un periódico mensual, conocido como *Scott Stamp Monthly*. El primer catálogo *Scott* fue un panfleto de 21 páginas con el título *Descriptive Catalogue of American and Foreign Postage Stamps, Issued from 1840 to Date*. Lo publicó en septiembre de 1868, con el objetivo de compilar todos los sellos del mundo con sus respectivos precios.

En la actualidad el catálogo *Scott* consta de seis volúmenes. Se actualiza anualmente y contiene todos los sellos de todo el mundo reconocidos por los editores de *Scott* y emitidos con fines postales. La numeración empleada por *Scott* es la usada por la mayoría de los coleccionistas de sellos en Estados Unidos. La compañía también produce catálogos especializados en sellos de Estados Unidos y en sellos clásicos del mundo emitidos en los primeros 100 años de la historia filatélica. Cada año se hacen importantes mejoras al catálogo.

Cada sello incluye el número *Scott*, e información sobre su diseño, denominación, color, precio usado y no usado y anotaciones adicionales, cuando proceden. Aparte de la información relativa a los sellos, el catálogo incluye información sobre los precios basada en un análisis de mercado y en las ventas del año anterior.

Los editores de este catálogo dominante en los Estados Unidos tienen una gran influencia en lo que en ese país se considera un sello postal válido. En ocasiones, existen sellos que nunca se han vendido en oficinas postales, recogidos por otros catálogos, que no son reconocidos por *Scott*. Como consecuencia, los comerciantes estadounidenses rechazan estos sellos. Por otro lado, no se recopilan sellos de los países en situación de embargo por Estados Unidos, ya que existe la imposibilidad de adquirir estos sellos legalmente, por lo cual no necesitan esta información. Los cambios políticos con frecuencia afectan al listado de sellos; por ejemplo, Corea del Norte apareció tras años de ausencia.

#### **4. EL PRECIO DE CATÁLOGO**

Los precios que se reflejan en un catálogo son “*precios informativos del mercado filatélico del momento*”<sup>6</sup>. Por lo tanto, los precios que ofrecen los catálogos son tan sólo de referencia y el precio comercial no responde siempre a dicha valoración; aunque es cierto que se acercan bastante a la realidad ya que son aceptados por el mercado filatélico, es decir, los comerciantes y los coleccionistas, que se agrupan en asociaciones y federaciones para defender sus intereses y derechos y que actúan regulando el mercado.

En otros mercados podemos encontrar analogías respecto al precio de catálogo, las cuales merecen ser analizadas como ayuda para entender la idiosincrasia del precio de catálogo (epígrafe 4.1.). Tras analizar dichas analogías,

---

<sup>6</sup>Coca (2001), p. 125.

se mostrarán cuáles son tanto las principales bondades (epígrafe 4.2.), así como las limitaciones (epígrafe 4.3.) que presentan los precios de catálogo como valores de referencia del mercado filatélico secundario.

#### **4.1. ANALOGÍAS DEL PRECIO DE CATÁLOGO**

Encontramos figuras similares a las de los catálogos filatélicos en otros mercados, tales como el de los vehículos usados, los cuales son comúnmente aceptados, de entre otros, por el Estado y los sujetos pasivos. Así pues, la Ley 19/1991, de 6 de junio, del Impuesto sobre el Patrimonio, en la exposición de motivos, reconoce que *“la reforma de los elementos estructurales del Impuesto sobre el Patrimonio plantea como problema central el de la valoración de los distintos elementos patrimoniales de los que es titular el sujeto pasivo. La regla más acorde, con una justa determinación de la capacidad contributiva, como es la que remite esta cuestión al valor de mercado, debe ceder en muchos casos su lugar a reglas específicas de valoración en beneficio de la seguridad jurídica del contribuyente que no puede discutir anualmente con la Administración dicho valor con respecto a sus bienes. La consecuencia es la aparición en el sistema tributario de nuevas reglas de valoración respecto de bienes que ya son objeto de valoración o de comprobación de valores a efectos de otros tributos, singularmente los transmisivos, lo que determina, a su vez, la demanda de que la legislación configure un valor fiscal unitario aplicable a los bienes en todo el sistema tributario”*.

Así pues, el artículo 18 de la Ley 19/1991, de 6 de junio, del Impuesto sobre el Patrimonio, establece que para determinar el valor de mercado de los vehículos usados, se podrán usar las tablas aprobadas por el Ministerio de Economía y Hacienda, a efectos del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados y del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones.

Un ejemplo de estas tablas, se encuentra en los anexos I, II, III y IV de la Orden de 14 de diciembre de 2001, por la que se aprueban los precios medios de venta aplicables en la gestión del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones e Impuesto Especial sobre Determinados Medios de Transporte. En el anexo I de esta Orden se relacionan 2.805 vehículos y 416 todo terreno, lo cual supone un total de 3.221. En dicho anexo se especifica la marca, el modelo o tipo, la cilindrada del motor (en centímetros cúbicos), el número de cilindros, las características, los caballos de vapor fiscales y, lo más importante, el valor en euros para el año 2002 de todos los vehículos que se comercializan en el mercado español del automóvil. A dicho importe, es necesario aplicarle los coeficientes reductores que se encuentran en el anexo IV de esta Orden, en función de los años de utilización del vehículo<sup>7</sup>.

Obviamente, el precio hallado para los vehículos usados no coincide siempre con el valor de mercado, dado que los primeros no ponderan todas las características de los bienes. Así pues, por ejemplo, para hallar el precio de un vehículo usado tan sólo se analiza su modelo y los años de uso, ignorando otras variables tan importantes como el kilometraje o el estado de conservación del mismo. No obstante, si bien estos valores presentan ciertas

---

<sup>7</sup> En los anexos II y III de la Orden de 14 de diciembre de 2001, se regulan los precios de las embarcaciones a motor usadas.

limitaciones debido a la simplificación del modelo usado al valorarlos, el precio obtenido es utilizado no tan sólo a efectos fiscales, sino también para determinar indemnizaciones, sumas aseguradas, embargos, etcétera.

La valoración del precio de los vehículos usados, basada en una tabla donde se particulariza el precio para cada modelo, se justifica por la, hasta cierto grado, estandarización de los vehículos usados, dado que todos ellos pueden ser catalogados dentro de un modelo. De igual forma, los sellos de colección pueden ser catalogados en función de su correspondiente emisión. Por lo tanto, la valoración del precio en el mercado filatélico debería ser similar a la de los vehículos usados, esto es, por medio de tablas donde se particularice el precio para cada sello y emisión.

A este respecto, cabe señalar que el artículo 27 de la Ley 19/1991, de 6 de junio, del Impuesto sobre el Patrimonio, permite una tasación pericial para aquellos bienes y derechos mencionados en los artículos 18<sup>8</sup>, 19<sup>9</sup> y 24<sup>10</sup>, excepto cuando se haga uso de las tablas de valoración de vehículos usados aprobadas por el Ministerio de Economía y Hacienda, a efectos del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados y del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones. Dado que los sellos no tienen un tratamiento individualizado en la Ley 19/1991, de 6 de junio, éstos son uno de los “*demás bienes y derechos de contenido económico*” del cual trata el artículo 24. Por lo tanto, se acepta una tasación pericial a efectos del Impuesto sobre el Patrimonio para los sellos.

Por lo tanto, dado que los catálogos filatélicos son hasta cierto grado valoraciones periciales y éstas se realizan por cada sello o emisión de sellos, permitiendo formar un listado de los mismos, consideramos que la valoración del precio en el mercado filatélico secundario debería hacerse teniendo en cuenta las valoraciones de los catálogos filatélicos.

---

<sup>8</sup>“**Artículo 18.-Joyas, pieles de carácter suntuario y vehículos, embarcaciones y aeronaves.**

*Las joyas, pieles de carácter suntuario, automóviles, vehículos de dos o tres ruedas, cuya cilindrada sea igual o superior a 125 centímetros cúbicos, embarcaciones de recreo o de deportes náuticos, aviones, avionetas, veleros y demás aeronaves, se computarán por el valor de mercado en la fecha de devengo del Impuesto”.*

<sup>9</sup>“**Artículo 19. Objetos de arte y antigüedades.**

*1. Los objetos de arte o antigüedades, se computarán por el valor de mercado en la fecha de devengo del Impuesto.*

*2. Sin perjuicio de la exención que se contempla en el artículo 4, apartados 1, 2 y 3 de la presente Ley, se entenderá por:*

*a) Objetos de arte: las pinturas, esculturas, dibujos, grabados, litografías u otros análogos, siempre que, en todos los casos, se trate de obras originales.*

*b) Antigüedades: los bienes muebles, útiles u ornamentales, excluidos los objetos de arte, que tengan más de cien años de antigüedad y cuyas características originales fundamentales no hubieran sido alteradas por modificaciones o reparaciones efectuadas durante los cien últimos años”.*

<sup>10</sup>“**Artículo 24.-Demás bienes y derechos de contenido económico.**

*Los demás bienes y derechos de contenido económico, atribuibles al sujeto pasivo, se valorarán por su precio de mercado en la fecha del devengo del Impuesto”.*

## 4.2. BONDADES DEL PRECIO DE CATÁLOGO

Tal y como se ha razonado en el epígrafe 4.1., los precios de catálogo son valoraciones periciales que realizan verdaderos expertos del sector filatélico que permiten conocer el valor de un sello. Además, el empleo de los precios de catálogo como valor de referencia para analizar el comportamiento del mercado filatélico presenta serias ventajas.

En primer lugar, respecto a su representatividad del mercado filatélico, cabe señalar que los precios de catálogo suelen usarse por parte de los comerciantes filatélicos para cifrar el precio de venta de los sellos. Si bien las subastas simplemente representan el 13% del volumen de negocio total en valor absoluto del sector de la filatelia en España, en venta al consumidor final o coleccionista (motivo por el cual el precio de subasta es poco representativo del mercado filatélico), el 80% de las ventas del sector corresponden a venta directa en tienda y ofertas por correo<sup>11</sup>. Y es en este tipo de ventas donde se usa el precio de catálogo para cifrar el importe a pagar por parte del comprador filatélico. Por tanto, el precio de catálogo es el más **representativo del mercado filatélico**, dado que la mayor parte de las transacciones realizadas se basan en ese precio.

En segundo lugar, y a diferencia de la opacidad de la información relativa a los precios de subasta, los precios de catálogo presentan valoraciones anuales para todos los sellos de curso legal emitidos, diferenciando variedades y calidades. Por tanto, **la información es clara y transparente**. No obstante, si bien la información es más abundante que la relativa a las subastas, sigue siendo escasa, dado que permite conocer la valoración filatélica tan sólo de forma anual.

En tercer lugar, **la información disponible está sistematizada en modelos estandarizados**, con numeraciones de cada uno de los sellos emitidos por un país, indicando con claridad sus variedades y calidades.

## 4.3. LIMITACIONES DEL PRECIO DE CATÁLOGO

No obstante, los precios de catálogo son sólo precios orientativos del mercado filatélico, que no siempre van a coincidir con el precio obtenido en una subasta. La tabla 2, muestra tanto los precios de catálogo como los de salida y remate obtenidos en dos subastas acontecidas el 10 de mayo de 1996 (“Ecuador y Países iberoamericanos”, la cual denominaremos subasta A) y el 21 de noviembre de 1995 (“Angelo Lima”, la cual denominaremos subasta B) realizadas por la casa de subastas *Afinsa Auctions*. Tal y como puede observarse en esta tabla, los precios recogidos en catálogos de años posteriores a la realización de estas subastas eran inferiores a los de remate obtenidos.

El que los precios de catálogo no coincidan exactamente con los precios obtenidos en una subasta, se debe, al menos, a tres circunstancias, que pasamos a analizar a continuación<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Mochón (2003), pp. 142, 143.

<sup>12</sup> Coca (2001), p. 125.

**Tabla 2: Precios de catálogo versus precios de subasta (en miles de pesetas)**

País	Precio catálogos						Precio última subasta		
	Tipo	Año	Nº	Descripción	Precio (divisa)	Precio	Subasta	Salida	Remate
Ecuador	Scott	1997	2c	½ Real azul. 1865-72	125 USD	19,075	A	30	60
Ecuador	Scott	1997	25	½ Real azul. 1865-72 (usado)	22,5 USD	3,433	A	15	15
Ecuador	Scott	1997	4a	1 Real amarillo oliva. 1865-72 (bloque de 9 ejemplares)	13 USD por unidad	1,984	A	25	30
Chile	Scott	1997	1	5 centavos chocolate. 1854 (con marquilla)	375 USD	57,225	A	80	80
España	Edifil	1998	801	30 céntimos 1936. Escudo de España (nuevo)		130	A	190	190
España	Edifil	1998	49	1 Real 1856-59. Isabel II		3	A	25	26
España	Edifil	1998	255	10 pesetas. 1901-05. Alfonso XIII		65	A	47	75
España	Edifil	1998	596s	15 céntimos. 1931. Alfonso XIII		35,5	A	45	85
España	Edifil	1998	946s	4 pesetas. 1941-47. Juan de la Cierva		63	A	130	150
España	Edifil	1998	1083	1950. Visita caudillo a Canarias. Sin cifra control al dorso		700	A	750	750
Portugal	Yvert	1998	1	5 reis, tipo I. 1853. D. María II (nuevo)	12.000 FRF	336	B	375	400
Portugal	Yvert	1998	2	25 reis, tipo I. 1853. D. María II (matasellado)	500 FRF	12,65	B	40	110
Portugal	Yvert	1998	3	50 reis, tipo I. 1853. D. María II (nuevo)	18.000 FRF	455,4	B	600	600
Portugal	Yvert	1998	1	50 reis, tipo I. 1853. D. María II (nuevo, tira de cuatro)	18.000 FRF por unidad	455,4	B	4.000	4.250
Portugal	Yvert	1998	4	100 reis. 1855/56. D. María II (nuevo)	120.000 FRF	3.026	B	2.750	3.750
Portugal	Yvert	1998	4	100 reis. 1855/59. D. María II (nuevo: par horizontal)	120.000 FRF por unidad	3.036	B	15.050	26.000
Portugal	Yvert	1998	6	25 reis. Tipo I. 1855/56. D. Pedro V (nuevo)	4.000 FRF	101,2	B	110	160
Portugal	Yvert	1998	8	100 reis. 1855/56. D. Pedro V (nuevo: par horizontal)	4.000 FRF por unidad	101,2	B	240	250
Portugal	Yvert	1998	15	25 reis. 1862/64. D. Luis I (nuevo)	500 FRF	12,65	B	70	70
Portugal	Yvert	1998	17	100 reis. 1862/64. D. Luis I (nuevo: par horizontal)	4.000 FRF x 3	101,2	B	325	425

Fuente: Coca (1998)

En primer lugar, la formación de los precios de catálogo se realiza por las asociaciones de comerciantes filatélicos de cada país y, dependiendo de la ética profesional de cada asociación, serán más o menos serios en la

confección de dichos catálogos<sup>13</sup>. No obstante, las asociaciones de comerciantes tienen que reflejar la veracidad del precio, ya que si no son reales, las asociaciones de coleccionistas no las tendrían en cuenta.

En segundo lugar, los stocks de los comerciantes afectan al precio de catálogo. Así pues, cuando éstos no tienen stocks sobre unos determinados sellos no se producen subidas, mientras que cuando sí tienen stocks se producen subidas<sup>14</sup>.

Respecto a estos dos primeros aspectos, sería muy pertinente para reducir los niveles de subjetividad en los criterios usados para confeccionar los precios de catálogo, el que futuras investigaciones contemplaran la posibilidad de elaborar medidores de eficiencia de las tasaciones de los catálogos filatélicos. Así pues, si se elaborara una base de datos con los precios de diferentes catálogos para una misma filatelia (por ejemplo, todo el continente europeo), podría obtenerse el valor medio de dichos precios. Por tanto, se podrían confeccionar medidores de eficiencia que se basaran en el cálculo de distancias respecto al precio de catálogo medio obtenido, despreciando los valores máximos y mínimos, para cada sello. Si dichos medidores de eficiencia se elaboraran por instituciones independientes (por ejemplo, Universidades o Academias de Ciencias) y se publicara tanto la metodología empleada como los resultados obtenidos (quizás usando el formato de ranking), los editores de catálogos deberían progresivamente reducir sus criterios subjetivos en pos de la objetividad que les permitiría mejorar sus ratios de eficiencia y, por ende, ascender su posición en el ranking.

Finalmente, en tercer y último lugar, los catálogos diferencian tan sólo entre sello nuevo, sello con charnela y sello usado, mientras que los coleccionistas diferencian catorce calidades diferentes en un mismo sello<sup>15</sup>. Obviamente, en función de las calidades el precio oscilará a la alza o a la baja.

## 5. CONCLUSIONES: MODELO PROPUESTO DE VALORACIÓN DEL MERCADO FILATÉLICO

Tal y como expusimos, el objetivo perseguido era diseñar un modelo que facilitase la elaboración de análisis empíricos relativos a la inversión en filatelia. Así pues, pasamos a desarrollar a continuación dicho modelo.

En primer lugar, es necesario escoger el precio de referencia a usar. A este respecto cabe señalar que, el precio de subasta presenta muchas y serias limitaciones, tales como: dificultad al elegir el precio de subasta que servirá de referencia, dificultad al calcular partidas que componen las valoraciones filatélicas, diversos parámetros inciden en el precio obtenido en subasta, poca representatividad del mercado filatélico e información muy opaca, no sistematizada en modelos estandarizados y escasa. Así pues, es necesario elevar el precio de catálogo como el precio de referencia por excelencia del mercado filatélico, si bien no va a coincidir siempre con el precio de mercado obtenido. Por lo tanto, se propone **emplear el precio de catálogo** para elaborar la base de datos que permita realizar análisis empíricos.

---

<sup>13</sup> Coca (2001), p. 126.

<sup>14</sup> Coca (2001), p. 130.

<sup>15</sup> Coca (2001), p. 129.

No obstante, los precios que marcan los distintos catálogos para el mismo sello no siempre son los mismos. Por lo tanto, para suavizar la subjetividad que tienen los precios de cada catálogo, la valoración de los mismos se realizará **incluyendo en la base de datos más de un catálogo de prestigio internacional**, que permitirá obtener medidas de posición central para los precios filatélicos.

Obviamente, dicha **valoración se realizará anualmente**, dado que los catálogos filatélicos tienen una periodicidad anual y sus precios suelen ser revisados de forma anual.

También, habrá que **tener en cuenta** en la valoración, al menos **las principales calidades** de sellos que se distinguen en los catálogos filatélicos, es decir: sellos nuevos, sellos con charnela y sellos usados.

No obstante, como no podría ser de otro modo, este modelo presenta algunas limitaciones, siendo éstas las principales:

- La actualización de precios se realiza tan sólo anualmente, dado que ésta es la periodicidad habitual en la que se editan los catálogos.
- Existe divergencia entre los precios de los diferentes catálogos; si bien esta circunstancia puede salvarse acudiendo a alguna medida de posición central<sup>16</sup>, esto es, calculado la media de los precios de los distintos catálogos para un mismo sello.
- Los precios de catálogo no tienen en cuenta todas las calidades, sino que tan sólo valoran tres de las hasta catorce posibles.

## BIBLIOGRAFÍA

- COCA PÉREZ, José Luis (1998): *Análisis del Mercado Financiero de Bienes Tangibles: el Caso Particular de la Filatelia Financiera*, Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- COCA PÉREZ, José Luis (2001): *La Inversión en Bienes Tangibles de Colección. Cien Preguntas Clave y sus Respuestas*, Madrid: Dykinson, S.L.
- GRAMP, W. (1991): *Arte, Inversión y Mecenazgo. Un Análisis Económico del Mercado del Arte*, Barcelona: Ariel.
- KAGEL, J. H.; ROTH, A. (1995): *The Handbook of Experimental Economics*, Princeton (New Jersey): Princeton University Press.
- MOCHÓN SÁEZ, María Asunción (2003): *Análisis de la Eficiencia de las Subastas: Aplicación al Sector Filatélico y Numismático*, Tesis Doctoral, Universidad Nacional de Estudios a Distancia.
- TORRES PRUÑONOSA, José (2006): *Un Análisis Empírico de los Factores Determinaciones de la Revalorización Filatélica: el Caso Particular de la Filatelia Europea*, Tesis Doctoral, Universidad de Extremadura.

---

<sup>16</sup> Media aritmética, geométrica, harmónica, ponderada.