

LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS EN CIFRAS 2015

**Unión de Editoriales
Universitarias españolas**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	7
ASPECTOS TÉCNICOS Y METODOLÓGICOS DEL ESTUDIO	8
ÁMBITO DEL ESTUDIO	8
FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
LA EMPRESA EDITORIAL EN EL 2015	9
TIPO DE EDITORIAL.....	9
<i>Año de fundación</i>	10
<i>La editorial depende orgánicamente de</i>	10
<i>Reglamento de la editorial</i>	12
<i>Funciones de la editorial</i>	13
<i>Equipamiento de la editorial</i>	14
<i>Grado de Asociación</i>	15
<i>Integración en DILVE</i>	16
<i>Certificado de calidad</i>	17
<i>Presupuesto global de funcionamiento</i>	17
PERSONAL Y COLABORADORES	20
<i>Número de empleados</i>	20
<i>Personal dedicado</i>	22
<i>Personal no incluido en plantilla</i>	22
<i>Dirección de la editorial</i>	23
<i>Colaboradores profesionales externos</i>	24
<i>Asesoramiento editorial</i>	25
<i>Relación con los autores</i>	28
LA EDICIÓN	29
PRODUCCIÓN EDITORIAL POR MATERIAS	31
LENGUAS DE EDICIÓN	36
COEDICIÓN	38
EDICIÓN DE REVISTAS	39
TÍTULOS EN CATÁLOGO	40
LA VENTA DE LIBROS EN EL MERCADO INTERIOR	43
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	48
DESCUENTO EN LA VENTA DE LIBROS	49
ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS.....	50
DEVOLUCIÓN ANUAL DE LIBROS	50
LA EDICIÓN DIGITAL	51

PERFIL DE LOS CLIENTES.....	54
DERECHOS DE AUTOR.....	55
ACUERDOS DE INTERCAMBIO CON OTRAS INSTITUCIONES	56
ACUERDOS DE INTERCAMBIO	56
VALOR DE LOS EJEMPLARES INTERCAMBIADOS.....	57
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	58
DESARROLLO TECNOLÓGICO	60
ANALÍTICA – MÉTRICA WEB.....	61
IDENTIFICADOR DIGITAL.....	62
POLÍTICA DEFINIDA DE ACCESO ABIERTO.....	63
RESUMEN DE DATOS ESTADÍSTICOS	64
<i>Variación de las principales magnitudes:</i>	67
<i>Evolución desde 2005</i>	68
CUESTIONARIO UTILIZADO.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. AÑO DE FUNDACIÓN	10
TABLA 2. LA EDITORIAL DEPENDE ORGÁNICAMENTE DE.....	10
TABLA 3. REGLAMENTO DE LA EDITORIAL.....	12
TABLA 4. FUNCIONES DE LA EDITORIAL.....	13
TABLA 5. INFRAESTRUCTURA. LA EDITORIAL DISPONE DE.....	14
TABLA 6. LA EDITORIAL ESTÁ ASOCIADA A.....	15
TABLA 7. CERTIFICADOS DE CALIDAD.....	17
TABLA 8. PRESUPUESTO GLOBAL DE FUNCIONAMIENTO.....	17
TABLA 9. NÚMERO DE EMPLEADOS.....	20
TABLA 10. PERSONAL DEDICADO ESPECÍFICAMENTE A PROMOCIÓN Y PRENSA.....	22
TABLA 11. PERSONAL DEDICADO ESPECÍFICAMENTE A MARKETING.....	22
TABLA 12. PERSONAL NO INCLUIDO EN PLANTILLA.....	22
TABLA 13. DIRECCIÓN DE LA EDITORIAL.....	23
TABLA 14. COLABORADORES PROFESIONALES EXTERNOS.....	24
TABLA 15. TIPO DE COLABORADORES.....	24
TABLA 16. ASESORAMIENTO EDITORIAL. LA EDITORIAL DISPONE DE.....	26
TABLA 17. PARTICIPACIÓN DEL ASESORAMIENTO EDITORIAL.....	26
TABLA 18. SOLICITUD DE INFORMES EXTERNOS SOBRE LOS ORIGINALES.....	27
TABLA 19. RETRIBUCIÓN DE LOS INFORMES EXTERNOS SOBRE LOS ORIGINALES.....	28
TABLA 20. ANONIMATO EN LA REVISIÓN DE LOS MANUSCRITOS POR LOS REFEREES.....	28
TABLA 21. RELACIÓN CON LOS AUTORES.....	28
TABLA 22. TÍTULOS EDITADOS, EJEMPLARES PRODUCIDOS Y TIRADA MEDIA.....	29
TABLA 23. NOVEDADES Y REEDICIONES.....	29
TABLA 24. TÍTULOS EDITADOS POR MATERIAS.....	31
TABLA 25. TÍTULOS EDITADOS POR MATERIAS. DETALLE 2015.....	32
TABLA 26. EJEMPLARES PRODUCIDOS POR MATERIAS.....	33
TABLA 27. EJEMPLARES PRODUCIDOS POR MATERIAS. DETALLE 2015.....	33
TABLA 28. TIRADA MEDIA POR MATERIAS.....	34
TABLA 29. TIRADA MEDIA POR MATERIAS. DETALLE 2015.....	34
TABLA 30. EDICIÓN DE LIBROS EN LAS DISTINTAS LENGUAS.....	37
TABLA 31. SOPORTE DE EDICIÓN.....	37
TABLA 32. PUBLICACIONES EN RÉGIMEN DE COEDICIÓN. ENTIDADES ESPAÑOLAS.....	38
TABLA 33. PUBLICACIONES EN RÉGIMEN DE COEDICIÓN. ENTIDADES EXTRANJERAS.....	39
TABLA 34. EDICIÓN DE REVISTAS.....	39
TABLA 35. TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO.....	40
TABLA 36. TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO POR MATERIAS.....	40
TABLA 37. TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO POR MATERIAS. DETALLE 2015.....	41
TABLA 38. TIPOS DE PUBLICACIONES.....	42
TABLA 39. FACTURACIÓN POR MATERIAS (EN EUROS).....	43

TABLA 40. FACTURACIÓN POR MATERIAS (EN EUROS). DETALLE 2015	44
TABLA 41. EJEMPLARES VENDIDOS POR MATERIAS.....	45
TABLA 42. EJEMPLARES VENDIDOS POR MATERIAS. DETALLE 2015	45
TABLA 43. PRECIO MEDIO POR MATERIAS (EN EUROS)	45
TABLA 44. FACTURACIÓN SEGÚN EL SOPORTE DE EDICIÓN	47
TABLA 45. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	48
TABLA 46. DESCUENTOS APLICADOS EN LAS VENTAS	49
TABLA 47. ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS.....	50
TABLA 48. DEVOLUCIÓN DE LIBROS.....	50
TABLA 49. EDICIÓN DIGITAL	51
TABLA 50. EDICIÓN DIGITAL. SOPORTE.....	51
TABLA 51. EDICIÓN DIGITAL. CONTENIDO	51
TABLA 52. EDICIÓN DIGITAL. TÍTULOS COMERCIALIZADOS POR FORMATO (RESPUESTA MÚLTIPLE)	51
TABLA 53. EDICIÓN DIGITAL. FACTURACIÓN POR MATERIAS.....	52
TABLA 54. EDICIÓN DIGITAL. FACTURACIÓN POR MATERIAS. DETALLE 2015	52
TABLA 55. EDICIÓN DIGITAL. DESGLOSE DE LA FACTURACIÓN SEGÚN EL DESTINO DE LAS VENTAS DIGITALES	53
TABLA 56. EDICIÓN DIGITAL. FACTURACIÓN POR CANALES	53
TABLA 57. PERFIL DE LOS CLIENTES DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS.....	54
TABLA 58. PAGOS POR DERECHOS DE AUTOR.....	55
TABLA 59. EXISTENCIA DE ACUERDO DE INTERCAMBIO CON OTRAS INSTITUCIONES	56
TABLA 60. INSTITUCIONES CON LAS QUE MANTIENE ACUERDO DE INTERCAMBIO.....	56
TABLA 61. VALOR Y NÚMERO DE EJEMPLARES INTERCAMBIADOS	57
TABLA 62. GASTOS EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	58
TABLA 63. NÚMERO DE ACTOS DE PRESENTACIONES DE LIBROS.....	59
TABLA 64. EDITORIALES CON BLOGS Y PRESENCIA EN REDES SOCIALES	59
TABLA 65. IMPLANTACIÓN DE DESARROLLO TECNOLÓGICO EN LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS	60
TABLA 66. IMPLEMENTACIÓN DE LOS DESARROLLOS TECNOLÓGICOS	60
TABLA 67. MANTENIMIENTO DE LOS DESARROLLOS TECNOLÓGICOS.....	60
TABLA 68. USO DE ONIX COMO FORMATO DE METADATOS.....	61
TABLA 69. USO DE IDENTIFICADORES EN PRODUCTOS DIGITALES.....	62
TABLA 70. APLICACIÓN DE IDENTIFICADORES EN PRODUCTOS DIGITALES.....	62
TABLA 71. POLÍTICA DEFINIDA DE ACCESO ABIERTO	63
TABLA 72. EDICIÓN EN ACCESO ABIERTO.....	63
TABLA 73. EDICIÓN EN ACCESO ABIERTO. NÚMERO DE EJEMPLARES.....	63
TABLA 74. EDICIÓN EN ACCESO ABIERTO. DESDE DÓNDE SE OFRECE	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. TIPO DE EDITORIAL	9
GRÁFICO 2. LA EDITORIAL DEPENDE ORGÁNICAMENTE DE... ..	10
GRÁFICO 3. REGLAMENTO DE LA EDITORIAL	12
GRÁFICO 4. LA EDITORIAL DISPONE DE... ..	14
GRÁFICO 5. NIVEL DE ASOCIACIÓN	15
GRÁFICO 6. INTEGRACIÓN EN DILVE	16
GRÁFICO 7. PRESUPUESTO GLOBAL DE FUNCIONAMIENTO (EN PORCENTAJE)	18
GRÁFICO 8. EMPLEOS POR TIPOS DE ACTIVIDAD.....	21
GRÁFICO 9. EMPLEOS POR TIPO DE ACTIVIDAD (DESGLOSADO)	21
GRÁFICO 10. PERSONAL NO INCLUIDO EN PLANTILLA	23
GRÁFICO 11. DIRECCIÓN DE LA EDITORIAL	23
GRÁFICO 12. EDITORIALES QUE UTILIZAN COLABORADORES EXTERNOS. TIPO DE COLABORADORES.....	25
GRÁFICO 13. PARTICIPACIÓN DEL ASESORAMIENTO EDITORIAL	27
GRÁFICO 14. EDITORIALES QUE SOLICITAN INFORMES EXTERNOS SOBRE LOS ORIGINALES	27
GRÁFICO 15. TÍTULOS EDITADOS, EJEMPLARES PRODUCIDOS Y TIRADA MEDIA.....	30
GRÁFICO 16. TÍTULOS EDITADOS POR MATERIAS	35
GRÁFICO 17. EJEMPLARES EDITADOS POR MATERIAS.....	35
GRÁFICO 18. TIRADA MEDIA POR MATERIAS	36
GRÁFICO 19. TÍTULOS EDITADOS EN LAS DISTINTAS LENGUAS	37
GRÁFICO 20. TÍTULOS VIVOS POR MATERIAS	42
GRÁFICO 21. TIPOS DE PUBLICACIONES	42
GRÁFICO 22. FACTURACIÓN POR MATERIAS.....	46
GRÁFICO 23. EJEMPLARES VENDIDOS POR MATERIAS	47
GRÁFICO 24. VENTAS POR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	48
GRÁFICO 25. GASTOS EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	58
GRÁFICO 26. CONEXIÓN DE LA WEB/PORTAL/PLATAFORMA A ALGUNA HERRAMIENTA DE ANALÍTICA O MÉTRICA WEB.....	61
GRÁFICO 27. DEDICACIÓN A LA ANALÍTICA O MÉTRICA WEB.....	61

INTRODUCCIÓN

Desde el año 2000, la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE) realiza el estudio del mercado interior del libro en España de las editoriales universitarias, con el objetivo de recopilar y difundir los principales datos referidos a las editoriales asociadas a esta institución.

Desde el inicio del estudio, hace ya 16 años, se han realizado modificaciones y mejoras, tanto en la metodología como en el contenido del cuestionario, que nos ayudan a avanzar y profundizar en el conocimiento de dicho mercado. El anterior estudio se realizó en 2010, por lo que en el presente informe veremos la evolución de los últimos 5 años, con los datos referidos al año 2015. El estudio ha sido llevado a cabo por la empresa CONECTA RESEARCH & CONSULTING, a partir de la explotación estadística de los datos de las encuestas facilitados por las Editoriales Universitarias.

El estudio proporciona información detallada de la producción editorial de estas entidades, de las ventas de libros realizadas por las mismas, y otros datos relativos a su funcionamiento:

- Características de las editoriales: estructura empresarial, funciones y competencias, nivel de asociación, empleo, soportes en los que editan, etc.
- Oferta editorial: cifra de títulos en catálogo, títulos y ejemplares editados anualmente por las editoriales universitarias. Esta información se desglosa por materias editoriales, lenguas de edición, y publicaciones en régimen de coedición.
- Cifra de facturación por venta de libros en el Mercado Interior en el 2015: Información según las materias y los canales de comercialización utilizados. Ejemplares vendidos y precio medio de los libros.
- Costes de derechos de autor, cifra de devolución, inversión de las editoriales en promoción, etc.
- Conocimiento de los clientes habituales de estas editoriales y datos de los autores que publican en las mismas.

Queremos expresar nuestro agradecimiento a las editoriales que han facilitado la información solicitada en el cuestionario. Agradecemos también la colaboración prestada por la Unión de Editoriales Universitarias Españolas cuya cooperación ha sido fundamental para llevar a buen término el estudio.

ASPECTOS TÉCNICOS Y METODOLÓGICOS DEL ESTUDIO

ÁMBITO DEL ESTUDIO

El objeto de estudio de la presente investigación son las editoriales universitarias asociadas a la Unión de Editoriales Universitarias de España (UNE).

El ámbito temporal de la investigación ha sido el año 2015.

Universo y muestra

- El informe incluye sólo a las editoriales universitarias asociadas a la UNE con actividad editorial en 2015.
- El cuestionario base de la investigación se envió a un total de 67 editoriales universitarias.
- La colaboración de las editoriales ha sido elevada, 55 de ellas (el 82,1%) han contestado el cuestionario, lo que da una gran fiabilidad a los datos del estudio.

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

Trabajo realizado por: CONECTA RESEARCH & CONSULTING.

Universo: 67 editoriales universitarias.

Tamaño de la muestra: 55 cuestionarios

Error muestral: El error resultante es: 5,8% (2)
Para un nivel de confianza del 95% (1)

(1) Para $P=Q=50\%$ y $K=2$

(2) Según $E=\pm K\sqrt{(1-f) \times P \times Q / (n-1)}$

Tipo de cuestionario: Estructurado

Aplicación: Autocumplimentado

Fechas trabajo de campo: Del 4 de julio al 30 de septiembre de 2016.

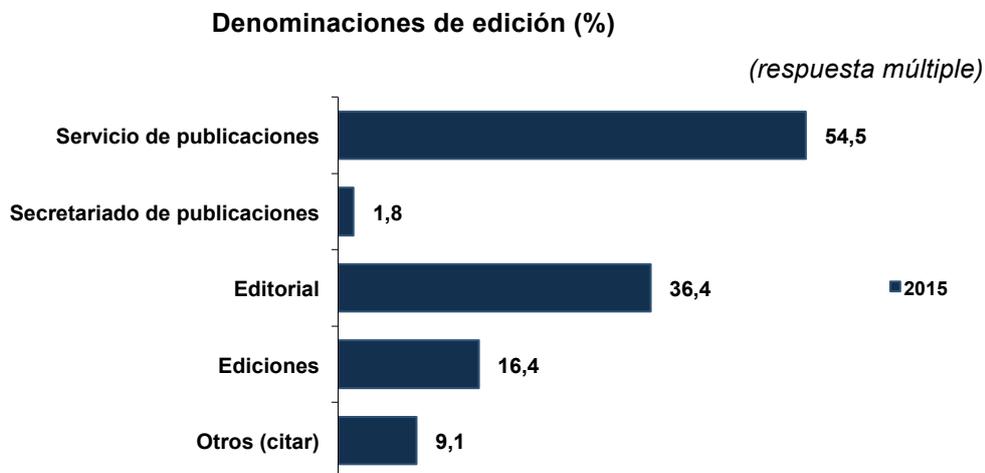
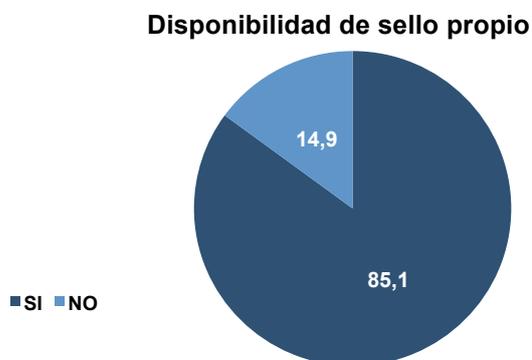
Tabulación: Los datos se han grabado y tabulado en la empresa CONECTA Research & Consulting.

LA EMPRESA EDITORIAL EN EL 2015

TIPO DE EDITORIAL

El universo del estudio está constituido por 67 editoriales universitarias. De estas el 85,1% tienen un servicio de publicaciones con sello propio.

Gráfico 1. Tipo de editorial



En cuanto a cómo se definen las editoriales, el 54,5% lo hacen como servicio de publicaciones, mientras que sólo el 1,8% lo hacen como secretariado de publicaciones. El 36,4% se definen como editoriales y el 16,4% como ediciones. Hay que destacar que en este caso una misma editorial puede denominarse de varias formas diferentes.

AÑO DE FUNDACIÓN

En cuanto al año de fundación de los servicios de publicaciones de las Universidades, más de la mitad (58,2%) son posteriores al año 1980.

Tabla 1. Año de fundación

	Año 2005	Año 2007	Año 2010	Año 2015	
	51 editoriales	59 editoriales	63 editoriales	Número de editoriales	%
TOTAL	100%	100%	100%	67	100%
Antes de 1970	21,6%	20,3%	20,6%	18	26,9%
De 1971 a 1980	21,6%	22,0%	20,6%	10	14,9%
De 1981 a 1990	23,5%	27,1%	25,4%	14	20,9%
Posterior a 1990	33,3%	30,5%	33,3%	25	37,3%

LA EDITORIAL DEPENDE ORGÁNICAMENTE DE...

De las 67 editoriales, 50 (el 74,6%) dependen orgánicamente de algún Vicerrectorado, 3 (4,5%) tienen autonomía propia, 2 (3%) dependen del Rectorado, y 12 editoriales (el 17,9%) dependen de algún otro organismo.

Gráfico 2. La editorial depende orgánicamente de... (%)

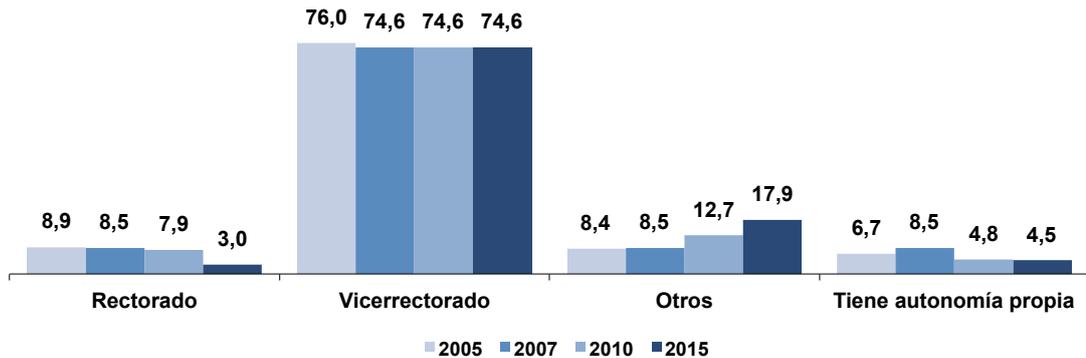


Tabla 2. La editorial depende orgánicamente de...

	Año 2005		Año 2007		Año 2010		Año 2015	
	Número de editoriales	%						
TOTAL	51	100	59	100	63	100	67	100
Rectorado	5	8,9	5	8,5	5	7,9	2	3,0
Vicerrectorado	39	76,0	44	74,6	47	74,6	50	74,6
Otros	4	8,4	5	8,5	8	12,7	12	17,9
Tiene autonomía propia	3	6,7	5	8,5	3	4,8	3	4,5

A continuación, se detalla de qué Vicerrectorados dependen los servicios editoriales de las 50 Universidades citadas:

- 16 del Vicerrectorado de Extensión Universitaria.
- 10 del Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo y/o Innovación.
- 8 del Vicerrectorado de Cultura (Cultura; Cultura y deporte; Estudiantes y cultura; Comunicación y cultura...).
- 3 del Vicerrectorado de Tecnología de la información y servicios universitarios.
- 2 del Vicerrectorado de Comunicación.
- 1 del Vicerrectorado Internacional.
- 1 del Vicerrectorado de Euskera.
- 1 del Vicerrectorado Institucional.
- 1 del Vicerrectorado del Profesorado.
- 1 del Vicerrectorado de Responsabilidad Social.
- 1 del Vicerrectorado de la Comunidad Universitaria.
- 1 del Vicerrectorado de Estudiantes.
- 4 no citan el Vicerrectorado al que pertenecen.

REGLAMENTO DE LA EDITORIAL

El 58,2% de las editoriales (39 editoriales) tiene reglamento propio para su departamento editorial. 12 editoriales (el 17,9%) tendrían un reglamento estatutario, y el 23,9% (16 editoriales) no dispone de ningún reglamento.

Gráfico 3. Reglamento de la editorial (%)

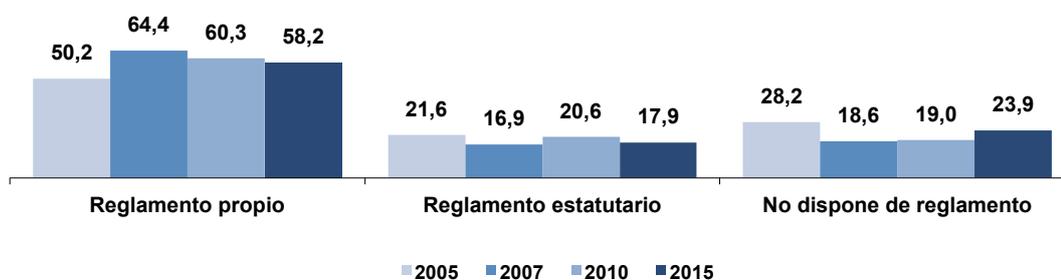


Tabla 3. Reglamento de la editorial

	2005		2007		2010		2015	
	Número de editoriales	%						
TOTAL	51	100	59	100	63	100	67	100
Reglamento propio	26	50,2	38	64,4	38	60,3	39	58,2
Reglamento estatutario	11	21,6	10	16,9	13	20,6	12	17,9
No dispone de reglamento	14	28,2	11	18,6	12	19,0	16	23,9

FUNCIONES DE LA EDITORIAL

Las editoriales universitarias realizan las funciones de editar la producción universitaria, bien toda la producción (32,8% - 22 editoriales) o parte de la misma (67,2% - 45 editoriales).

La gran mayoría, el 88,1% de las editoriales, gestiona toda (22) o parte (37) de la producción universitaria.

La mayoría de las editoriales (85,1%) también coordinan la producción universitaria, 22 coordinarían toda la producción, y 35 sólo parte de ella.

Tres de cada cuatro editoriales prestan servicios externos, sobre todo a la comunidad universitaria (39 editoriales). El 19,4% (13 editoriales), prestan otro tipo de servicios externos, como a autores externos o colaborar con otras instituciones y universidades principalmente.

12 editoriales de las 67 (17,9%) han realizado trabajos editoriales de otra índole.

El 85,1% tienen además otras competencias, en su mayoría intercambio bibliográfico, pero también realizan tareas de comunicación, diseño de publicidad y comunicación, traducción y edición al castellano, etc.

Tabla 4. Funciones de la editorial (respuesta múltiple)

Nº de editoriales	2005	% s/total	2007	% s/total	2010	% s/total	2015	% s/total
Editar:	51	100	59	100	63	100	67	100
Toda la producción universitaria	16	31,4	18	30,5	21	33,3	22	32,8
Parte de la producción universitaria	35	68,6	41	69,5	42	66,7	45	67,2
Gestionar:	45	88,2	52	88,1	52	82,5	59	88,1
Toda la producción universitaria	13	25,5	18	30,5	18	28,6	22	32,8
Parte de la producción universitaria	32	62,7	34	57,6	34	54	37	55,2
Coordinar:	40	78,4	41	69,5	47	74,6	57	85,1
Toda la producción universitaria	18	35,3	18	30,5	17	27	22	32,8
Parte de la producción universitaria	22	43,1	23	39	30	47,6	35	52,2
Prestar servicios externos:	40	78,4	42	71,2	44	69,8	52	77,6
A la comunidad universitaria	31	60,8	35	59,3	39	61,9	39	58,2
A otros: autores, instituciones y universidades externos	9	17,6	7	11,9	5	7,9	13	19,4
Realizar trabajos editoriales de otra índole:	9	17,6	5	8,5	10	15,9	12	17,9
Otras competencias: Gestión ISBN institucional; Promoción editorial; Guías, folletos y programas; Intercambio bibliográfico...	44	86,3	43	72,9	47	74,6	57	85,1

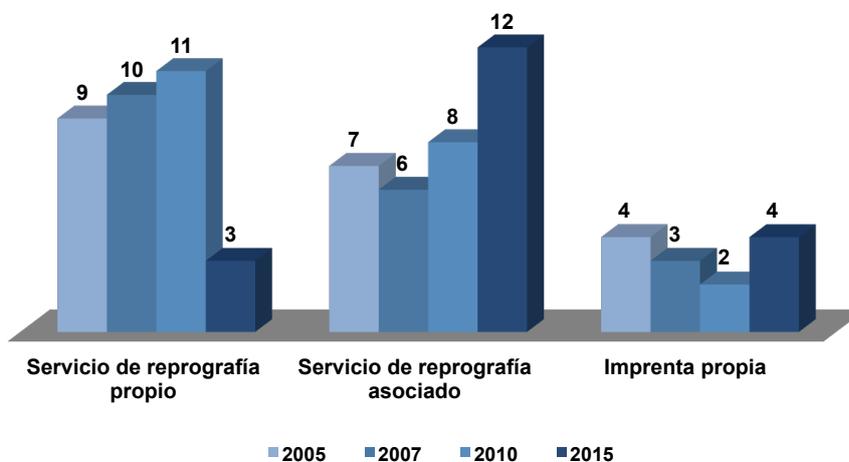
EQUIPAMIENTO DE LA EDITORIAL

Tan sólo 15 de las 67 editoriales (22,3%) disponen de servicio de reprografía, bien propio o asociado. Y 4 editoriales (6%) tienen su propia imprenta.

Tabla 5. Infraestructura. La editorial dispone de...

Número de editoriales	2005	% s/total	2007	% s/total	2010	% s/total	2015	% s/total
Servicio de reprografía propio	9	15,3	10	16,9	11	17,5	3	4,5
Servicio de reprografía asociado	7	11,9	6	10,2	8	12,7	12	17,9
Imprenta propia	4	6,8	3	5,1	2	3,2	4	6,0

Gráfico 4. La editorial dispone de...



GRADO DE ASOCIACIÓN

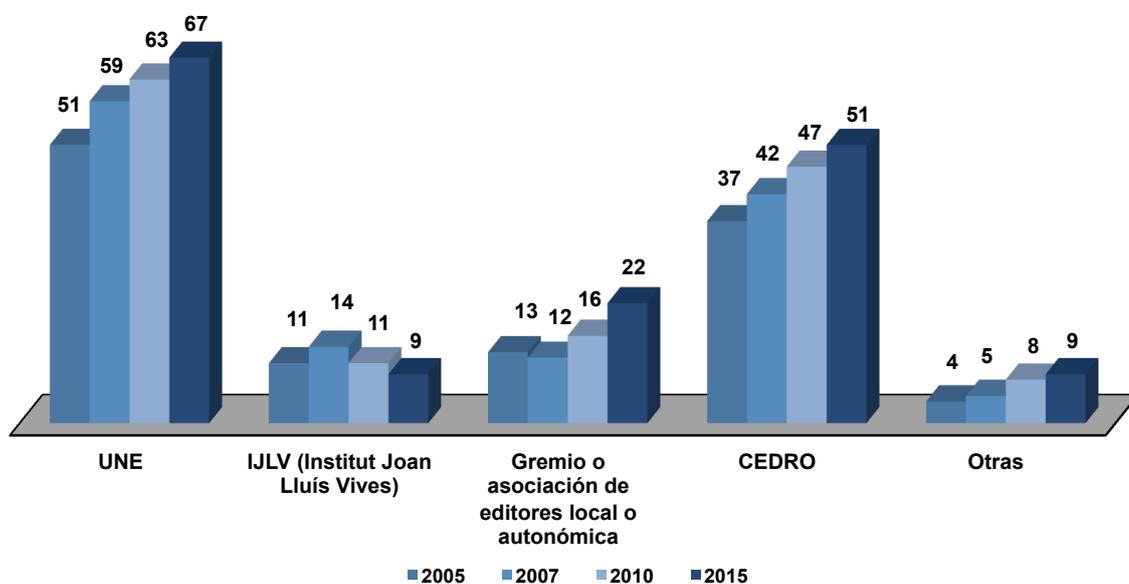
Las 67 editoriales que componen nuestro universo, además de estar en la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE), están asociadas a otras entidades u organismos, y así:

- ❑ 51 están asociadas a CEDRO.
- ❑ 22 a asociaciones de editores locales o autonómicas.
- ❑ 9 a IJLV.
- ❑ 9 a otro tipo de asociaciones.

Tabla 6. La editorial está asociada a...
(respuesta múltiple)

	2005	2007	2010	2015	Dif. 2015/2010
TOTAL	51	59	63	67	4
UNE	51	59	63	67	4
IJLV (Institut Joan Lluís Vives)	11	14	11	9	-2
Gremio o Asociación de Editores Local o Autonómica	13	12	16	22	6
CEDRO	37	42	47	51	4
Otras	4	5	8	9	1
<i>AEC (ASOCIACION EDITORIALES CATOLICOS)</i>	1	1	0	0	0
<i>APPEC, ARCE</i>	1	1	2	1	-1
<i>AFPU-DIFUSIÓN (FRANCIA)</i>	1	0	0	0	0
<i>DILVE</i>	0	2	6	6	0
<i>G9 EDICIONES</i>	-	-	-	1	-
<i>CAMBRA DEL LLIBRE DE CATALUNYA</i>	-	-	-	1	-

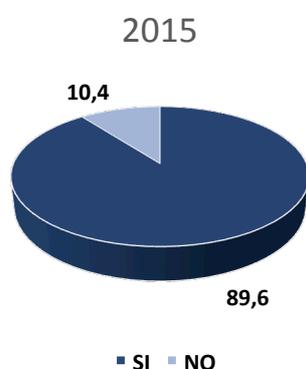
Gráfico 5. Nivel de asociación



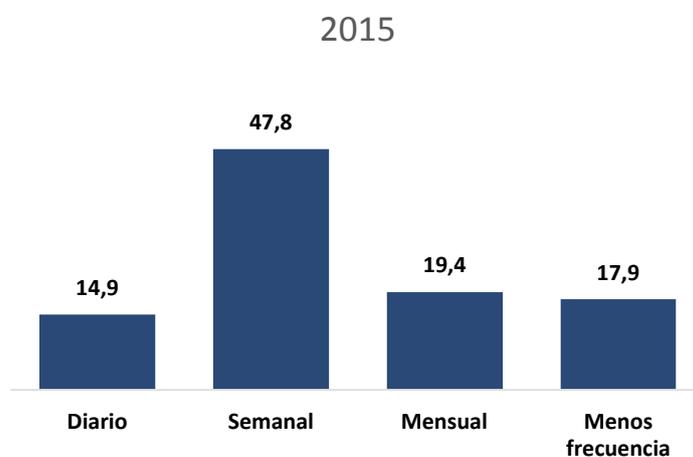
INTEGRACIÓN EN DILVE

Casi el 90% de las editoriales (60) están integradas en Dilve, para la gestión y distribución de información bibliográfica y comercial del libro. La actualización en Dilve se realiza sobre todo diaria o semanalmente (62,7%). El 37,3% de las editoriales realizaría la actualización de forma mensual o con menor frecuencia.

Gráfico 6. Integración en DILVE



Ritmo actualización en DILVE (%)



	2015	% s/total
Diario	10	14,9
Semanal	32	47,8
Mensual	13	19,4
Menos frecuencia	12	17,9

CERTIFICADO DE CALIDAD

El 31,4% de las editoriales universitarias dispone de algún tipo de certificado de calidad, un 25,4% para toda la organización. 2 editoriales tendrían la certificación sólo para un sello de la editorial, y otras 2 editoriales tendrían la certificación sólo para determinadas colecciones (2,5 colecciones de media).

Tabla 7. Certificados de calidad

	2015	% s/total
Sí, la certificación certifica toda la organización	17	25,4
Sí, la certificación acredita un sello	2	3,0
Sí, la certificación acredita una colección	2	3,0
No dispone de certificado de calidad	46	68,7

PRESUPUESTO GLOBAL DE FUNCIONAMIENTO

El presupuesto global de funcionamiento para el ejercicio 2015 es de 14.601.393 euros, que supone una disminución del 18,1% respecto a 2010 y de un 35,5% respecto a 2005.

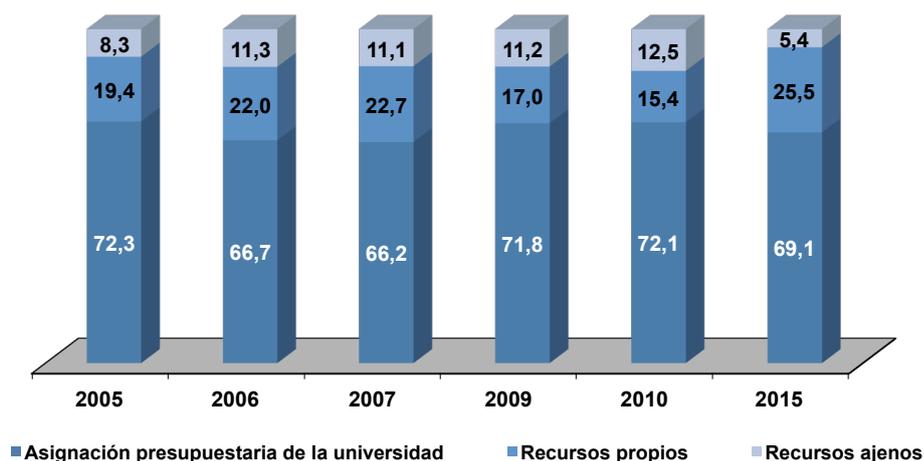
El 69,1% de este presupuesto proviene de la asignación presupuestaria de la universidad, el 25,5% de recursos propios y el 5,4% de recursos ajenos. Las partidas provenientes de la universidad y de recursos ajenos son las que más se han visto reducidas en estos últimos 5 años, mientras que la parte correspondiente a los recursos propios habría aumentado y ganado peso sobre el total del presupuesto recibido.

Tabla 8. Presupuesto global de funcionamiento

	2005	2006	2007	2009	2010	2015	% Variación 2015/2010
TOTAL	22.626.912	18.708.803	19.685.487	18.956.199	17.822.530	14.601.393	-18,1
Asignación presupuestaria de la universidad	16.367.585	12.476.117	13.030.910	13.606.169	12.846.454	10.083.858	-21,5
Recursos propios	4.390.363	4.120.221	4.471.123	3.224.302	2.748.170	3.725.761	35,6
Recursos ajenos	1.868.963	2.112.465	2.183.454	2.125.729	2.227.905	791.774	-64,5
Media	443.665	317.098	333.652	300.892	282.897	265.480	-6,2

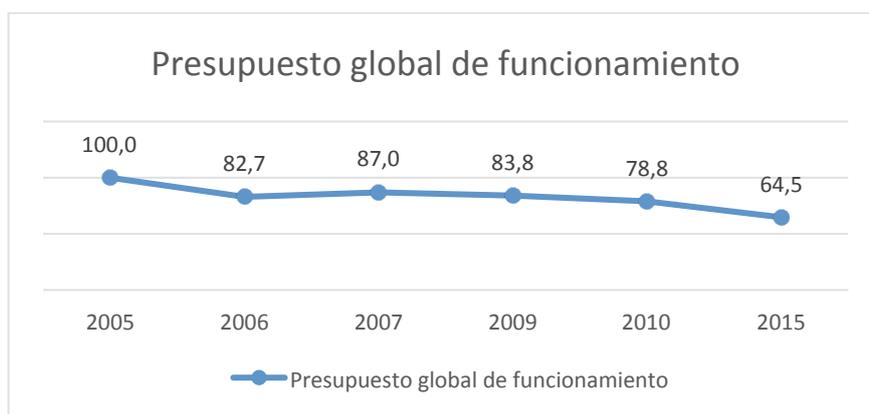
	2005	2006	2007	2009	2010	2015	Dif. 2015/2010
TOTAL	100	100	100	100	100	100	
Asignación presupuestaria de la universidad	72,3	66,7	66,2	71,8	72,1	69,1	-3,0
Recursos propios	19,4	22,0	22,7	17,0	15,4	25,5	10,1
Recursos ajenos	8,3	11,3	11,1	11,2	12,5	5,4	-7,1

Gráfico 7. Presupuesto global de funcionamiento (en porcentaje)



La partida más importante del presupuesto es la asignación presupuestaria de la universidad, que experimenta una bajada relativa a 2010 del 21,5%, aunque la mayor bajada se produce en los recursos ajenos, con un descenso presupuestario del 64,5%.

Como acabamos de comentar, en los últimos 10 años el presupuesto global se ha visto reducido en un 35,5%. El mayor descenso porcentualmente hablando se ha producido en la partida de recursos ajenos, siendo éste de un 57,6% en los últimos 10 años. La asignación de la universidad se habría visto reducida en un 38,4%, mientras que los recursos propios son los que menos se han visto reducidos, sólo un 15,1%.



Asignación presupuestaria de la universidad



Recursos propios



Recursos ajenos



PERSONAL Y COLABORADORES

NÚMERO DE EMPLEADOS

El número total de empleados obtenidos en 2015 es de 415. Esta cifra también se ha visto reducida en los últimos 5 años un 13%. El 44,3% de los empleados es personal laboral, y el 49,1% funcionario de la administración general o especial. La mayor reducción del empleo se ha producido entre los funcionarios de administración especial, concretamente entre aquellos con funciones administrativas.

Si se clasifica por tipo de funciones, el 49,4% realiza funciones técnicas y el 44,1% realiza funciones administrativas y hay un 6,5% que realiza otro tipo de funciones.

Tabla 9. Número de empleados

Número de empleados	2005	% s/total	2007	% s/total	2010	% s/total	2015	% s/total	% Variación 2015/2010
TOTAL	474	100,0	529	100,0	477	100,0	415	100,0	-13,0
Funcionarios de Administración General	140	29,5	140	26,5	168	35,2	155	37,3	-7,7
<i>Con funciones administrativas</i>	99	20,9	74	14,0	139	29,1	117	28,2	-15,8
<i>Con funciones técnicas</i>	41	8,6	66	12,5	29	6,1	38	9,2	31,0
Funcionarios de Administración Especial	76	16,1	73	13,8	74	15,5	49	11,8	-33,8
<i>Con funciones administrativas</i>	34	7,2	40	7,6	45	9,4	25	6,0	-44,4
<i>Con funciones técnicas</i>	42	8,9	33	6,2	29	6,1	24	5,8	-17,2
Personal laboral	231	48,7	300	56,7	218	45,7	184	44,3	-15,6
<i>Con funciones administrativas</i>	60	12,6	61	11,5	76	15,9	41	9,9	-46,1
<i>Con funciones técnicas</i>	171	36,1	239	45,2	142	29,8	143	34,5	0,7
Otros	27	5,7	16	3,0	17	3,6	27	6,5	58,8
Media	9		9		8		6		

Gráfico 8. Empleos por tipos de actividad (%)

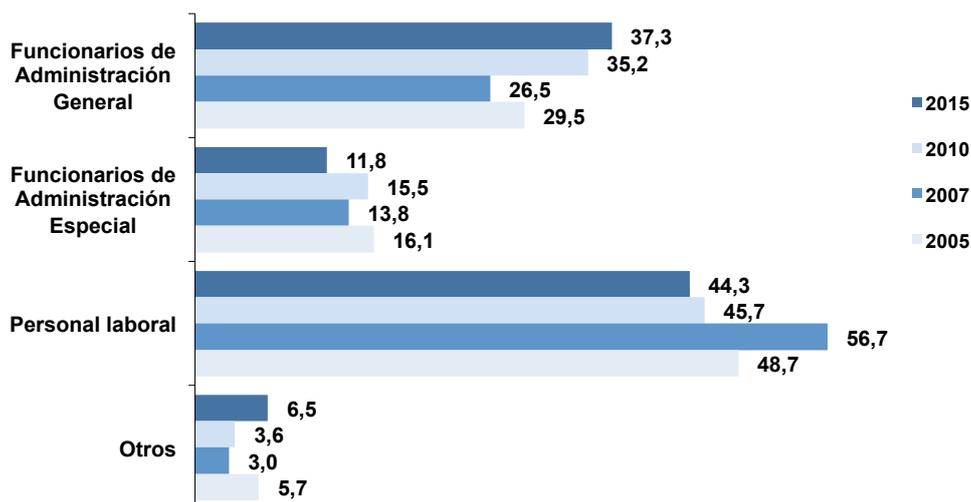
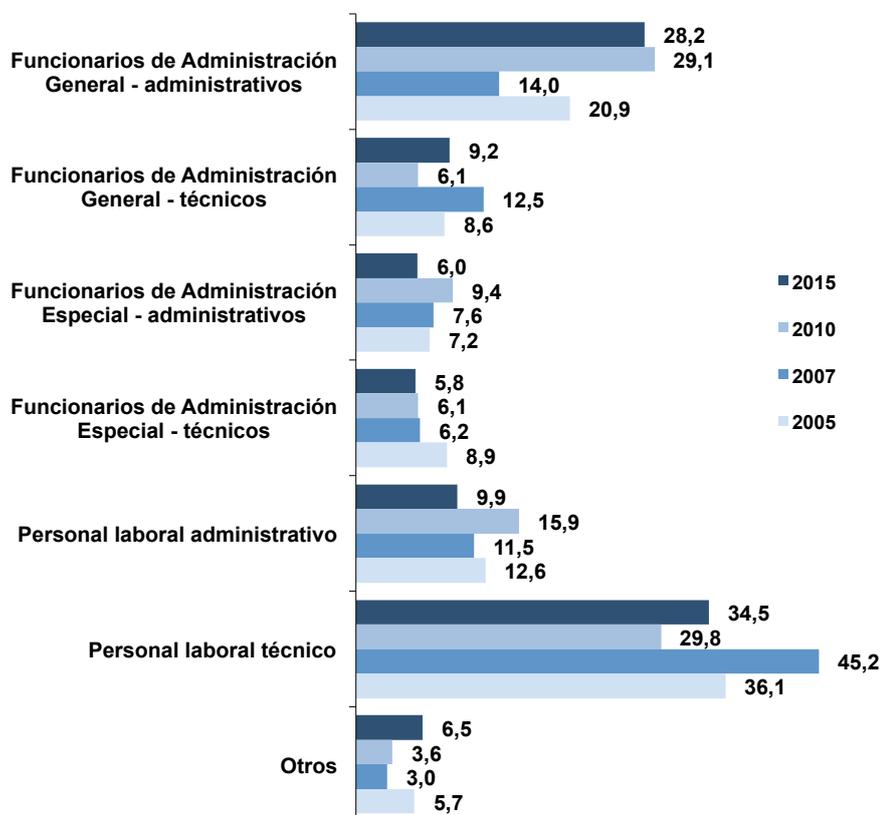


Gráfico 9. Empleos por tipo de actividad (desglosado) (%)



PERSONAL DEDICADO

Tan sólo el 28,4% de las editoriales universitarias (19) tienen personal dedicado específicamente a promoción y prensa. En el caso de disponer de esta figura, suele ser una única persona la encargada (1,1 de media). En el caso de personal dedicado a marketing, el porcentaje es inferior, tan sólo el 16,4% de las editoriales (11) cuentan con una o dos personas en el área de marketing (1,3 de media).

Tabla 10. Personal dedicado específicamente a promoción y prensa

	2015	% s/total
TOTAL	67	100,0
Sí	19	28,4
No	48	71,6

Tabla 11. Personal dedicado específicamente a marketing

	2015	% s/total
TOTAL	67	100,0
Sí	11	16,4
No	56	83,6

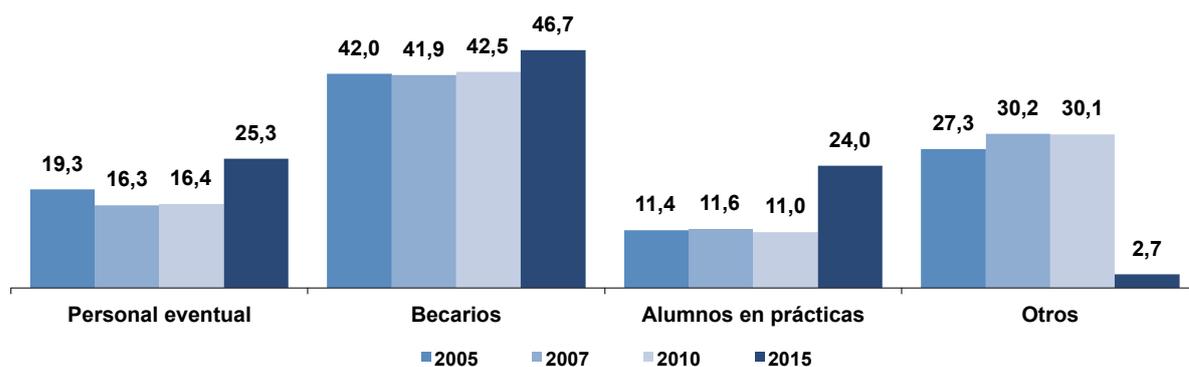
PERSONAL NO INCLUIDO EN PLANTILLA

Además de los 415 empleados fijos citados anteriormente, las editoriales universitarias tendrían también 75 colaboradores no incluidos en la plantilla, fundamentalmente becarios (46,7%). Esta cifra es muy similar a la obtenida en 2010.

Tabla 12. Personal no incluido en plantilla

	2005	%	2007	%	2010	%	2015	%
TOTAL	88,0	100,0	86,0	100,0	73,0	100,0	75,0	100,0
Personal eventual	17	19,3	14	16,3	12	16,4	19	25,3
Becarios	37	42,0	36	41,9	31	42,5	35	46,7
Alumnos en prácticas	10	11,4	10	11,6	8	11,0	18	24,0
Otros	24	27,3	26	30,2	22	30,1	2	2,7

Gráfico 10. Personal no incluido en plantilla (%)



DIRECCIÓN DE LA EDITORIAL

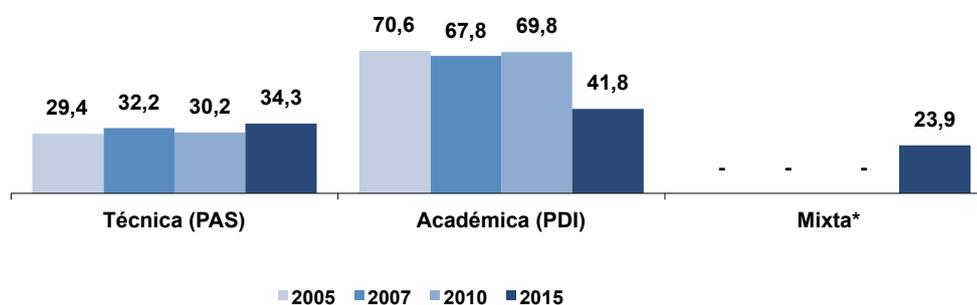
De las 67 editoriales, 23 tienen dirección técnica, 28 dirección académica, y 16 de ellas tendrían una dirección mixta.

Tabla 13. Dirección de la editorial

	2005	% s/total	2007	% s/total	2010	% s/total	2015	% s/total
TOTAL	51,0	100,0	59,0	100,0	63,0	100,0	67,0	100,0
Técnica (PAS)	15,0	29,4	19,0	32,2	19	30,2	23	34,3
Académica (PDI)	36,0	70,6	40,0	67,8	44,0	69,8	28	41,8
Mixta*	-	-	-	-	-	-	16	23,9

* Nueva opción de respuesta en 2015

Gráfico 11. Dirección de la editorial



COLABORADORES PROFESIONALES EXTERNOS

Prácticamente todas las editoriales universitarias, el 83,6%, contrata también colaboradores externos, sobre todo en las áreas de maquetación, diseño y traducción y corrección.

Para otras actividades, como la promoción y venta, o tareas relacionadas con la impresión, logística, almacenamiento, etc., es menos habitual contratar personal externo, y cuando se hace, es más en ocasiones puntuales.

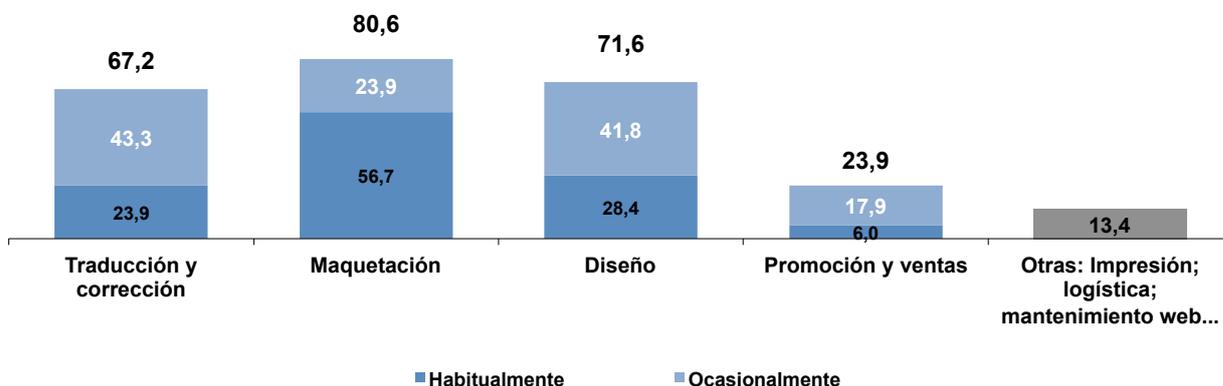
Tabla 14. Colaboradores profesionales externos

	Número de editoriales universitarias				% s/Total 2015
	2005	2007	2010	2015	
TOTAL	51	59	63	67	100,0
Sí	47	55	57	56	83,6
No	4	4	6	11	16,4

Tabla 15. Tipo de colaboradores (respuesta múltiple)

Traducción y corrección	31	42	42	45	67,2
Ocasionalmente	16	23	23	29	43,3
Habitualmente	15	19	19	16	23,9
Maquetación	39	49	51	54	80,6
Ocasionalmente	10	14	15	16	23,9
Habitualmente	29	35	36	38	56,7
Diseño	34	42	46	48	71,6
Ocasionalmente	16	23	25	28	41,8
Habitualmente	18	19	21	19	28,4
Promoción y ventas	13	15	19	16	23,9
Ocasionalmente	6	11	13	12	17,9
Habitualmente	7	4	6	4	6,0
Otras: Impresión; logística; mantenimiento web...	10	5	9	9	13,4
Número medio de colaboradores	10	11	11	10	
Coste bruto de estas retribuciones	1.704.250	1.763.271	1.717.772	1.746.908	

Gráfico 12. Editoriales que utilizan colaboradores externos. Tipo de colaboradores (%)



ASESORAMIENTO EDITORIAL

El 82% de las editoriales universitarias (55) tienen consejo editorial estable o consejo departamental. Estos consejos tienen un total de 560 miembros, por lo que se obtienen 10 miembros de media para cada consejo editorial.

De estas 55 editoriales que tienen consejo editorial, el 44% se reúnen una o dos veces al año, el 31% se reúne de tres a cuatro veces y el 11% más de cuatro veces.

El 43% de las editoriales poseen consejos asesores de colecciones, con un total de 171 consejos asesores (una media de 6 por editorial).

26 editoriales universitarias (39%) disponen de direcciones unipersonales de colecciones.

Tabla 16. Asesoramiento editorial. La editorial dispone de...

...Consejo editorial estable/Consejo departamental				
	2005	2007	2010	2015
Número de editoriales con consejo editorial estable	37	53	55	55
Nº miembros	478	561	590	560
Nº medio de miembros	13	11	11	10

Número de reuniones anuales del Consejo editorial	37	53	55	55
Una o dos	13	21	27	24
Tres o cuatro	10	15	18	17
Más de cuatro	10	17	10	6
NS/NC	4	0	0	8

...Consejos asesores de colecciones				
	2005	2007	2010	2015
Número de editoriales con consejos asesores	9	22	19	29
Nº consejos asesores	24	66	57	171
Nº medio de consejos asesores	3	3	3	6

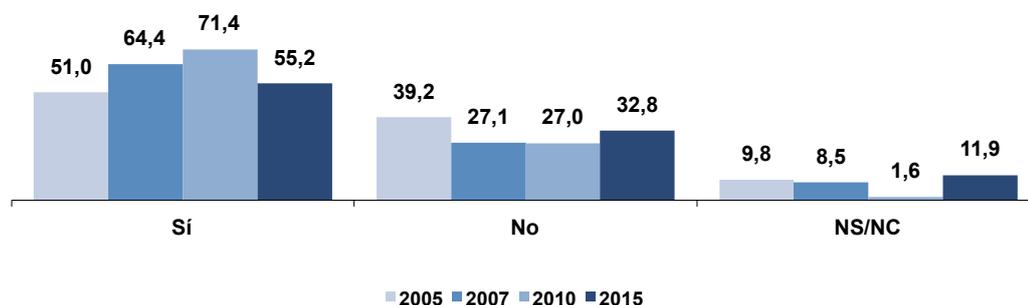
...Direcciones unipersonales de colecciones				
	2005	2007	2010	2015
Número de editoriales con direcciones unipersonales de colecciones	16	20	17	26
Nº colecciones	182	165	175	301
Nº medio de colecciones	11	8	7	12

Algo más de la mitad de las editoriales participan del asesoramiento editorial (55,2%), mientras que en 2010 fue del 71,4%. La cifra de 2015 es similar a la obtenida hace 10 años, en 2005 (51,0%).

Tabla 17. Participación del asesoramiento editorial

	2005		2007		2010		2015	
	Número de empresas	% s/total						
TOTAL	51	100,0	59	100,0	63	100,0	67	100,0
Sí	26	51,0	38	64,4	45	71,4	37	55,2
No	20	39,2	16	27,1	17	27,0	22	32,8
NS/NC	5	9,8	5	8,5	1	1,6	8	11,9

Gráfico 13. Participación del asesoramiento editorial (%)



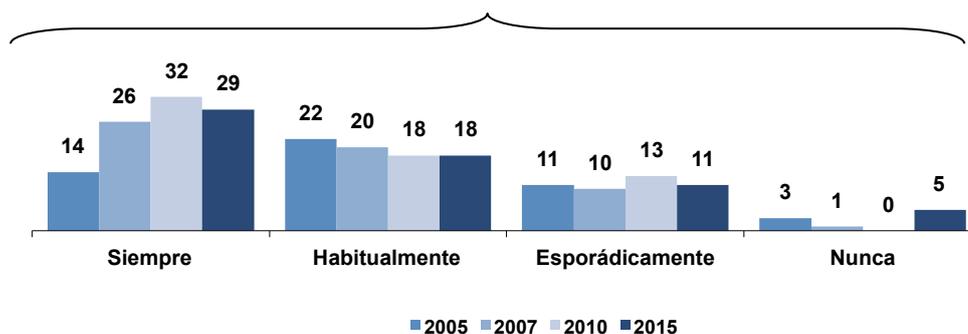
Antes de que las obras salgan al mercado, las editoriales universitarias suelen solicitar informes externos sobre los originales. De las 67 editoriales, 29 los solicitan siempre, 18 lo hacen habitualmente y 11 los piden esporádicamente. Sólo 5 editoriales afirman no solicitar nunca este tipo de informes.

Tabla 18. Solicitud de informes externos sobre los originales

	2005		2007		2010		2015	
	Número de editoriales	% s/total						
TOTAL	51	100,0	59	100,0	63	100,0	67	100,0
Siempre	14	27,5	26	44,1	32	50,8	29	43,3
Habitualmente	22	43,1	20	33,9	18	28,6	18	26,9
Esporádicamente	11	21,6	10	16,9	13	20,6	11	16,4
Nunca	3	5,9	1	1,7	0	0,0	5	7,5
NS/NC	1	2,0	2	3,4	0	0,0	4	6,0

Gráfico 14. Editoriales que solicitan informes externos sobre los originales

67 editoriales (100,0%)



De las 58 editoriales universitarias que afirman solicitar informes externos sobre los originales, 37 retribuyen económicamente estos trabajos, mientras que 4 de dichas editoriales utilizan otras fórmulas de pago. 15 editoriales afirman no retribuir este tipo de trabajos.

Tabla 19. Retribución de los informes externos sobre los originales

	Número de editoriales Año 2005	% s/total	Número de editoriales Año 2007	% s/total	Número de editoriales Año 2010	% s/total	Número de editoriales Año 2015	% s/total
TOTAL	47	100,0	56	100,0	63	100,0	58	100,0
Sí, económicamente	28	59,6	29	51,8	39	61,9	37	64,6
Sí, otras fórmulas	5	10,6	8	14,3	3	4,8	4	6,3
No	14	29,8	15	26,8	18	28,6	15	25,0
NS/NC	0	0,0	4	7,1	3	4,8	2	4,2

En el 91,7% de los casos estos informes externos se revisan en condiciones de anonimato.

Tabla 20. Anonimato en la revisión de los manuscritos por los referees

	Número de editoriales Año 2007	% s/total	Número de editoriales Año 2010	% s/total	Número de editoriales Año 2015	% s/total
TOTAL	56	100,0	63	100,0	58	100,0
Sí	50	89,3	56	88,9	53	91,7
No	6	10,7	6	9,5	5	8,3
NS/NC	0	0,0	1	1,6	0	0,0

RELACIÓN CON LOS AUTORES

99 es el número medio de autores con los que ha contado la editorial en 2015 en sus publicaciones. Esta cifra es un 57,1% más que la obtenida hace 5 años. De estos 99 autores, 57 serían autores nuevos, que publican por primera vez en la editorial, mientras que los otros 42 son autores ya conocidos por la editorial.

Gran parte de estos autores (55) son de otras universidades. El 38,4% sería de la propia universidad, mientras que sólo 6 serían los autores que han publicado en una editorial universitaria pero que no tienen relación alguna con la universidad.

Tabla 21. Relación con los autores

	2007	2010	2015
Número medio de autores que han publicado en la editorial	60	63	99
Autores nuevos, publican por primera vez en la editorial	31	29	57
Autores que repiten en la editorial	29	33	42
Y de ellos cuántos son:	60	63	99
Autores de la propia universidad	40	37	38
Autores de otra universidad	12	16	55
Autores sin relación con la universidad	8	10	6

LA EDICIÓN

- En 2015 las editoriales universitarias editaron un total de 4.681 títulos, un 5,4% más que en 2010, y un 5,2% menos que en 2005. El 87,4% de los títulos son novedades, y el restante 12,6% corresponde a reediciones.
- Se han editado en total 1.452.617 ejemplares en 2015, un 27,1% menos que en 2010, y casi la mitad de los ejemplares editados en 2005 (46,9% menos).
- La tirada media obtenida en este ejercicio ha sido de 310 ejemplares, que supone 138 ejemplares menos editados para cada título respecto a 2010.

Tabla 22. Títulos editados, ejemplares producidos y tirada media

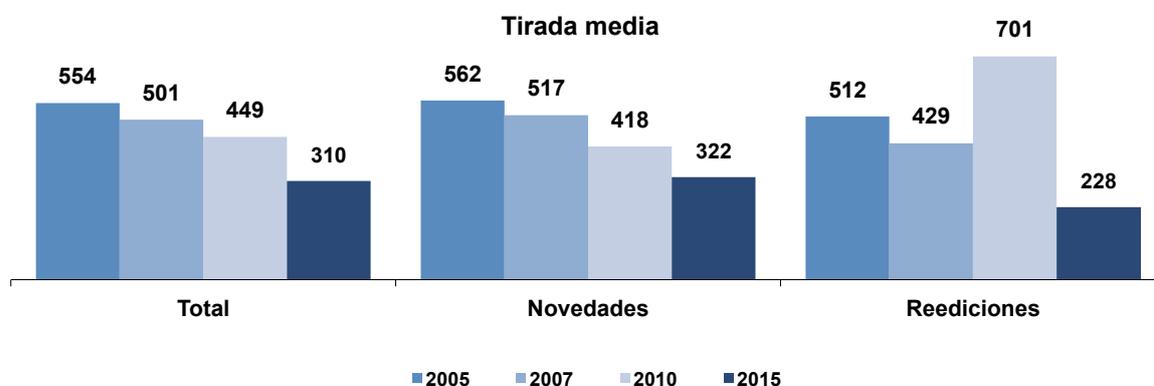
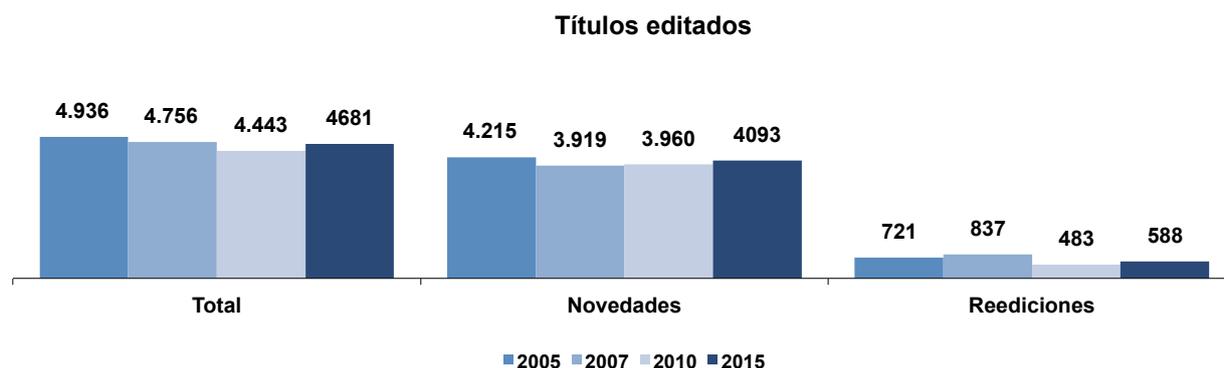
	2005	2007	2010	2015	% Variación 2015/2010
Títulos editados	4.936	4.756	4.443	4.681	5,4
<i>Medía títulos por editorial</i>	97	81	71	70	-0,9
Ejemplares editados	2.736.711	2.384.639	1.993.027	1.452.617	-27,1
<i>Medía ejemplares por editorial</i>	53.661	40.418	31.635	21.681	-31,5
Tirada media	554	501	449	310	-30,8

Tabla 23. Novedades y reediciones

	Títulos editados		Ejemplares editados		Tirada media
TOTAL 2005	4.936	100	2.736.711	100	554
Novedades 2005	4.215	85,4	2.367.905	86,5	562
Reediciones 2005	721	14,6	368.806	13,5	512
TOTAL 2007	4.756	100	2.384.639	100	501
Novedades 2007	3.919	82,4	2.025.769	85,0	517
Reediciones 2007	837	17,6	358.870	15,0	429
TOTAL 2010	4.443	100	1.993.027	100	449
Novedades 2010	3.960	89,1	1.654.291	83,0	418
Reediciones 2010	483	10,9	338.736	17,0	701
TOTAL 2015	4.681	100	1.452.617	100	310
Novedades 2015	4.093	87,4	1.318.474	90,8	322
Reediciones 2015	588	12,6	134.143	9,2	228

Gráfico 15. Títulos editados, ejemplares producidos y tirada media.

Novedades y reediciones



PRODUCCIÓN EDITORIAL POR MATERIAS

- Atendiendo a las materias de publicación, de los 4.681 títulos editados por las editoriales universitarias en 2015, 3.534 títulos, el 75,5%, son de ciencias sociales y humanas. Esto supone un aumento del 31,8% respecto a 2010, debido, sobre todo, al aumento de la edición de títulos de ciencias sociales han aumentado un 54,6% respecto de 2010, aunque las ciencias humanas habrían subido también un 17,5%.
- La edición en títulos científico técnicos continúa en descenso. Desde 2005 ha bajado la edición en un 50%, 38,3% en los últimos 5 años. La edición de ciencias experimentales y tecnología es donde se ha producido el mayor descenso, un 44,7% en los últimos 5 años.
- Los ejemplares producidos en ciencias sociales y humanas suponen el 73,7% en 2015. La materia de científico técnico supondría poco más del 20%, porcentaje que se ha visto reducido en 9,9 puntos porcentuales, que corresponde con un 50,6% en los últimos 5 años. De nuevo, la reducción de la edición de ejemplares es más acentuada en las ciencias experimentales y tecnología (57,6%).
- Por consiguiente, la tirada media también se ha reducido, a 310 ejemplares por título editado. Esto supone un 30,9% menos que respecto a 2010, y un 44,1% respecto a 2005.

Tabla 24. Títulos editados por materias

	2005		2007		2010		Año 2015		% Variación 2015/2010
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Títulos editados	4.936	100,0	4.756	100,0	4.443	100,0	4.681	100,0	
Ciencias sociales / humanas	2.571	52,1	2.648	55,7	2.681	60,3	3.534	75,5	31,8
<i>Ciencias humanas</i>	1.566	31,7	1.597	33,6	1.648	37,1	1.936	41,4	17,5
<i>Ciencias sociales</i>	1.005	20,4	1.051	22,1	1.033	23,2	1.597	34,1	54,6
Científico / técnico	1.815	36,8	1.789	37,6	1.461	32,9	902	19,3	-38,3
<i>Ciencias de la salud</i>	260	5,3	252	5,3	208	4,7	209	4,5	0,4
<i>Ciencias experimentales y tecnología</i>	1.555	31,5	1.537	32,3	1.253	28,2	693	14,8	-44,7
Otras materias	550	11,1	319	6,7	301	6,8	245	5,2	-18,6

Tabla 25. Títulos editados por materias. Detalle 2015

	2015	
	Absolutos	%
Títulos editados	4.681	100,0
Ciencias Humanas	1.936	41,4
<i>Artes</i>	380	8,1
<i>Filosofía</i>	173	3,7
<i>Historia</i>	646	13,8
<i>Lengua y Literatura</i>	636	13,6
<i>Teología/Religión</i>	101	2,2
Ciencias sociales	1.597	34,1
<i>Antropología</i>	73	1,6
<i>Biblioteconomía y documentación</i>	43	0,9
<i>Ciencias de la comunicación</i>	370	7,9
<i>Ciencias políticas</i>	103	2,2
<i>Derecho</i>	130	2,8
<i>Economía</i>	184	3,9
<i>Pedagogía y Educación</i>	401	8,6
<i>Psicología</i>	131	2,8
<i>Sociología</i>	163	3,5
Ciencias de la Salud	209	4,5
<i>Enfermería</i>	8	0,2
<i>Farmacia</i>	8	0,2
<i>Medicina</i>	182	3,9
<i>Veterinaria</i>	11	0,2
Ciencias experimentales y Tecnología	693	14,8
<i>Agricultura, ganadería y pesca</i>	14	0,3
<i>Astronomía</i>	8	0,2
<i>Biología</i>	60	1,3
<i>Ciencias de la tierra</i>	25	0,5
<i>Física</i>	78	1,7
<i>Geografía</i>	97	2,1
<i>Informática y Lenguajes de programación</i>	76	1,6
<i>Ingenierías</i>	185	4,0
<i>Matemáticas</i>	76	1,6
<i>Medioambiente</i>	28	0,6
<i>Química</i>	40	0,9
<i>Transporte</i>	6	0,1
Otras materias	246	5,3

*Nuevo desglose de materias incluido en 2015

Tabla 26. Ejemplares producidos por materias

	2005		2007		2010		Año 2015		% Variación 2015/2010
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Ejemplares editados	2.736.712	100	2.384.639	100	1.993.027	100	1.452.167	100	
Ciencias sociales / humanas	1.582.225	57,8	1.417.023	59,4	1.148.881	57,6	1.070.731	73,7	-6,8
<i>Ciencias humanas</i>	977.313	35,7	837.706	35,1	664.275	33,3	737.210	50,8	11,0
<i>Ciencias sociales</i>	604.913	22,1	579.317	24,3	484.607	24,3	333.521	23,0	-31,2
Científico / técnico	728.175	26,6	702.398	29,5	611.206	30,7	301.747	20,8	-50,6
<i>Ciencias de la salud</i>	131.781	4,8	116.615	4,9	74.040	3,7	74.054	5,1	0,0
<i>Ciencias experimentales y tecnología</i>	596.394	21,8	585.783	24,6	537.166	27,0	227.693	15,7	-57,6
Otras materias	426.312	15,6	265.218	11,1	232.940	11,7	80.139	5,5	-65,6

Tabla 27. Ejemplares producidos por materias. Detalle 2015

	2015	
	Absolutos	%
Ejemplares editados	1.452.617	100,0
Ciencias Humanas	737.210	50,8
<i>Artes</i>	165.040	11,4
<i>Filosofía</i>	58.935	4,1
<i>Historia</i>	262.250	18,1
<i>Lengua y Literatura</i>	200.797	13,8
<i>Teología/Religión</i>	50.187	3,5
Ciencias sociales	333.521	23,0
<i>Antropología</i>	14.068	1,0
<i>Biblioteconomía y documentación</i>	10.318	0,7
<i>Ciencias de la comunicación</i>	50.286	3,5
<i>Ciencias políticas</i>	35.947	2,5
<i>Derecho</i>	35.466	2,4
<i>Economía</i>	51.719	3,6
<i>Pedagogía y Educación</i>	69.172	4,8
<i>Psicología</i>	20.935	1,4
<i>Sociología</i>	45.609	3,1
Ciencias de la Salud	74.054	5,1
<i>Enfermería</i>	2.132	0,1
<i>Farmacia</i>	2.887	0,2
<i>Medicina</i>	67.263	4,6
<i>Veterinaria</i>	1.772	0,1
Ciencias experimentales y Tecnología	227.693	15,7
<i>Agricultura, ganadería y pesca</i>	6.128	0,4
<i>Astronomía</i>	3.168	0,2
<i>Biología</i>	19.426	1,3
<i>Ciencias de la tierra</i>	6.707	0,5
<i>Física</i>	28.989	2,0
<i>Geografía</i>	26.115	1,8
<i>Informática y Lenguajes de programación</i>	21.905	1,5
<i>Ingenierías</i>	43.341	3,0
<i>Matemáticas</i>	48.648	3,3
<i>Medioambiente</i>	6.973	0,5
<i>Química</i>	14.293	1,0
<i>Transporte</i>	2.000	0,1
Otras materias	80.139	5,5

*Nuevo desglose de materias incluido en 2015

Tabla 28. Tirada media por materias

	2005	2007	2010	2015	Dif. 2015/2010
	Tirada media	Tirada media	Tirada media	Tirada media	
Tirada media	554	501	449	310	-139
Ciencias sociales / humanas	615	535	429	303	-126
<i>Ciencias humanas</i>	624	525	403	381	-22
<i>Ciencias sociales</i>	602	551	469	209	-260
Científico / técnico	401	393	418	335	-83
<i>Ciencias de la salud</i>	507	463	356	354	-2
<i>Ciencias experimentales y tecnología</i>	384	381	429	329	-100
Otras materias	776	831	774	327	-447

Tabla 29. Tirada media por materias. Detalle 2015

	2015
	Tirada media
Tirada media	310
Ciencias Humanas	381
<i>Artes</i>	434
<i>Filosofía</i>	341
<i>Historia</i>	406
<i>Lengua y Literatura</i>	316
<i>Teología/Religión</i>	497
Ciencias sociales	209
<i>Antropología</i>	193
<i>Biblioteconomía y documentación</i>	240
<i>Ciencias de la comunicación</i>	136
<i>Ciencias políticas</i>	349
<i>Derecho</i>	273
<i>Economía</i>	281
<i>Pedagogía y Educación</i>	172
<i>Psicología</i>	160
<i>Sociología</i>	280
Ciencias de la Salud	354
<i>Enfermería</i>	266
<i>Farmacia</i>	361
<i>Medicina</i>	370
<i>Veterinaria</i>	161
Ciencias experimentales y Tecnología	329
<i>Agricultura, ganadería y pesca</i>	438
<i>Astronomía</i>	396
<i>Biología</i>	324
<i>Ciencias de la tierra</i>	268
<i>Física</i>	372
<i>Geografía</i>	269
<i>Informática y Lenguajes de programación</i>	288
<i>Ingenierías</i>	234
<i>Matemáticas</i>	640
<i>Medioambiente</i>	249
<i>Química</i>	357
<i>Transporte</i>	333
Otras materias	327

Gráfico 16. Títulos editados por materias (%)

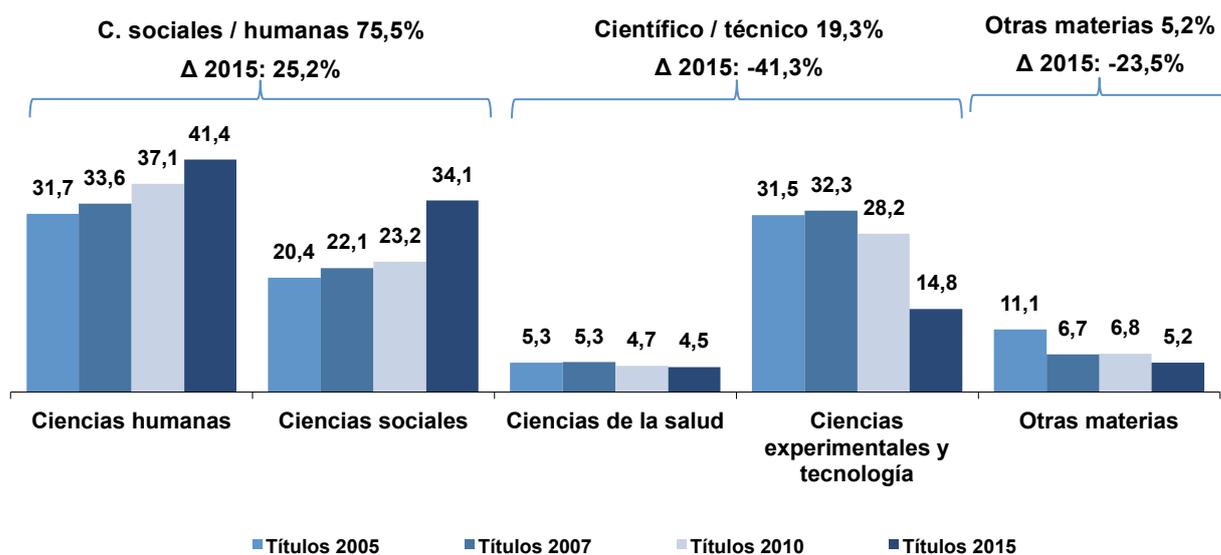


Gráfico 17. Ejemplares editados por materias (%)

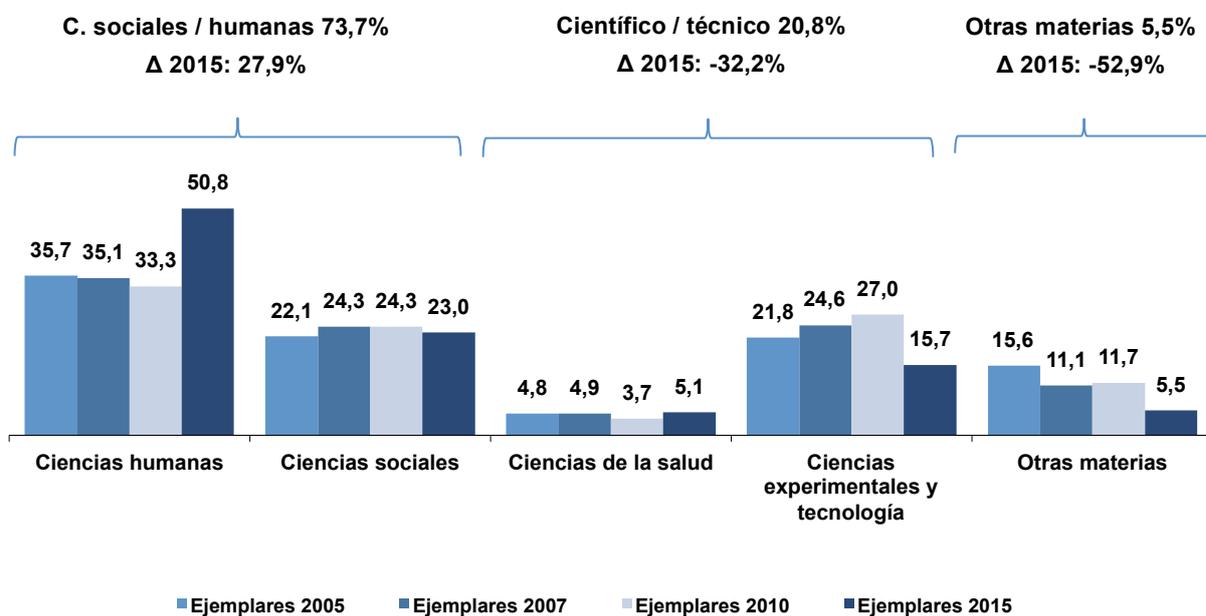
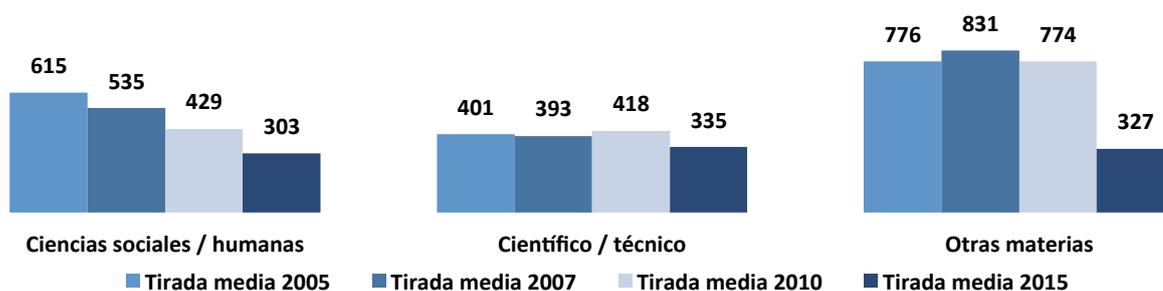


Gráfico 18. Tirada media por materias



LENGUAS DE EDICIÓN

El 92,7% de las editoriales universitarias editan en lengua castellana. Se han editado en esta lengua 3.813 títulos (81,4% del total de títulos).

En gallego editan el 10,9% de las editoriales universitarias, con un total de 80 títulos en gallego (1,7% del total de títulos).

El resto de lenguas ha visto aumentado el número de editoriales que editan en ellas:

- El 21,8% editan en catalán (19,0% en 2010).
- 9,1% editan en euskera (4,8% en 2010).
- 56,4% editan en otras lenguas (44,4% en 2010). Estas lenguas de edición son inglés (57,4%), francés (19,1%), portugués (8,5%), italiano (6,4%) y otras como el chino, japonés, árabe o hebreo.
- El 40% de las editoriales editan en bilingüe, frente al 15,9% que había en 2010.

El mayor aumento se ha producido en las ediciones bilingües, ya que el 40% de las editoriales afirman editar en este formato, frente al 15,9% obtenido hace 5 años. El número de títulos bilingües editados también habría aumentado de 52 en 2010 a 93 en 2015, suponiendo el 2% del total de títulos editados.

Tabla 30. Edición de libros en las distintas lenguas

	Nº de editoriales que editan en...							
	2005		2007		2010		2015	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
TOTAL	51		59		63		67	
Castellano	48	94,1	57	96,6	61	96,8	62	92,7
Catalán*	11	21,6	14	23,7	12	19,0	15	21,8
Euskera*	3	5,9	3	5,1	3	4,8	6	9,1
Gallego*	3	5,9	6	10,2	7	11,1	7	10,9
Otras	27	52,9	27	45,8	28	44,4	38	56,4
Bilingüe	9	17,6	14	23,7	10	15,9	27	40,0

	Nº de títulos editados en otras lenguas...							
	2005		2007		2010		2015	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
TOTAL	4.936	100	4.756	100	4.443	100	4.681	100
Castellano	4.253	86,2	4.106	86,3	3.639	81,9	3.813	81,4
Catalán*	390	7,9	331	7,0	324	7,3	445	9,5
Euskera*	38	0,8	38	0,8	74	1,7	103	2,2
Gallego*	30	0,6	51	1,1	167	3,8	80	1,7
Otras	199	4,0	171	3,6	188	4,2	147	3,2
Bilingüe	26	0,5	57	1,2	52	1,2	93	2,0

Gráfico 19. Títulos editados en las distintas lenguas (%)

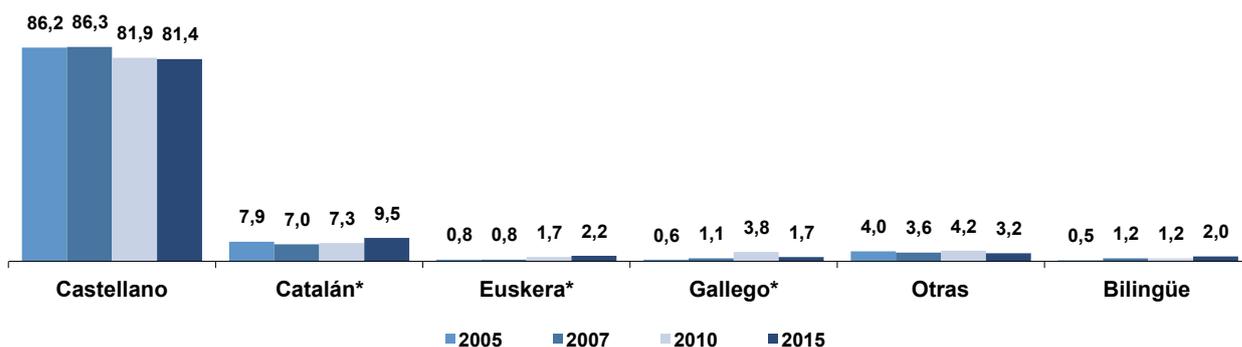


Tabla 31. Soporte de edición

	2010		2015	
	Nº títulos editados	% S/Total	Nº títulos editados	% S/Total
Títulos editados	4.443	100	4.681	100,0
Editó en formato papel	3.910	88,0	2.848	60,8
Editó en soporte digital/libros digitales	222	5,0	1.540	32,9
Editó en otros soportes (Cd-Rom, DVD, Microfichas...)	311	7,0	293	6,3

La edición de títulos en soporte digital habría aumentado casi un 600% en los últimos 5 años, representando en 2015 el 32,9% de los títulos editados por las universidades españolas.

COEDICIÓN

En las siguientes tablas se muestra el número de editoriales universitarias que han publicado, en régimen de coedición, tanto títulos sueltos como colecciones con otras Universidades, instituciones públicas o privadas o editoriales privadas, ya sean españolas o extranjeras.

Tabla 32. Publicaciones en régimen de coedición. Entidades españolas

	Año 2010			
	Nº de editoriales	Títulos sueltos	Colecciones	
		Nº de títulos sueltos	Nº de colecciones	Nº de títulos
Con otras Universidades españolas				
Títulos sueltos	42	406		
Colecciones	17		22	158
Con otras instituciones, públicas o privadas españolas				
Títulos sueltos	45	983		
Colecciones	18		34	405
Con editoriales privadas españolas				
Títulos sueltos	38	398		
Colecciones	18		45	496

	Año 2015			
	Nº de editoriales	Títulos sueltos	Colecciones	
		Nº de títulos sueltos	Nº de colecciones	Nº de títulos
Con otras Universidades españolas				
Títulos sueltos	36	496		
Colecciones	19		28	119
Con otras instituciones, públicas o privadas españolas				
Títulos sueltos	43	930		
Colecciones	18		33	313
Con editoriales privadas españolas				
Títulos sueltos	35	314		
Colecciones	14		35	290

Tabla 33. Publicaciones en régimen de coedición. Entidades extranjeras

	Año 2010			
	Nº de editoriales	Títulos sueltos	Colecciones	
		Nº de títulos sueltos	Nº de colecciones	Nº de títulos
Con otras Universidades extranjeras				
Títulos sueltos	14	38		
Colecciones	0		--	--
Con otras instituciones, públicas o privadas extranjeras				
Títulos sueltos	3	10		
Colecciones	0		--	--
Con editoriales privadas extranjeras				
Títulos sueltos	2	4		
Colecciones	0		--	--

	Año 2015			
	Nº de editoriales	Títulos sueltos	Colecciones	
		Nº de títulos sueltos	Nº de colecciones	Nº de títulos
Con otras Universidades extranjeras				
Títulos sueltos	11	28		
Colecciones	1		1	0
Con otras instituciones, públicas o privadas extranjeras				
Títulos sueltos	6	9		
Colecciones	0			
Con editoriales privadas extranjeras				
Títulos sueltos	3	4		
Colecciones	0		0	0

EDICIÓN DE REVISTAS

El 80,6% de las editoriales universitarias edita revistas. Más de la mitad lo hace tanto en papel como en formato digital, casi el 15% lo hace sólo en formato digital, y sólo un 10% edita las revistas sólo en papel.

Tabla 34. Edición de revistas

	2015	
	Nº de editoriales	% S/Total
Sí	54	80,6
Sí, solo en papel	7	10,4
Sí, tanto en papel como en digital	37	55,2
Sí, solo en digital.	10	14,9
No	13	19,4

TÍTULOS EN CATÁLOGO

La cifra de títulos vivos en catálogo en 2015 ha sido de 50.936 títulos. Hay un 18,8% más de títulos vivos que en 2010.

Los fondos editoriales suponen 10,9 veces la producción editorial, 4.681 títulos. Si nos referimos a las novedades, 4.093 títulos, dichos fondos disponibles supondrían 12,4 veces las novedades editadas en este año.

Tabla 35. Títulos vivos en catálogo

	2005		2007		2010		2015	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
Títulos vivos	30.511	100	33.496	100	42.889	100	50.936	100
Títulos editados	4.936	16,2	4.756	14,2	4.443	10,4	4.681	9,2

Si atendemos al fondo de catálogo por materias, el 75,6% corresponde a ciencias sociales y humanas, porcentaje que aumenta respecto a 2010 en 8 puntos porcentuales. El 19,3% son títulos científico técnicos, mientras que en 2010 este porcentaje fue del 27,5%. Por tanto, aumenta el peso de los títulos de ciencias sociales y humanas en los catálogos de las editoriales universitarias.

Tabla 36. Títulos vivos en catálogo por materias

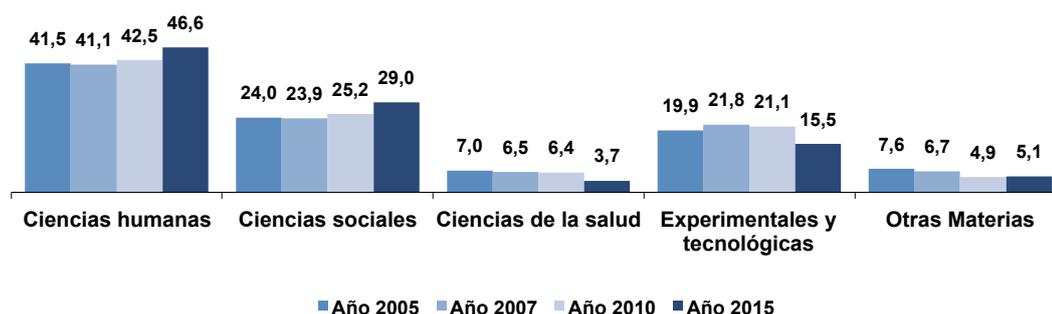
	Año 2005		Año 2007		Año 2010		Año 2015	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
Títulos vivos	30.511	100	33.496	100	42.889	100	50.936	100
Ciencias sociales / humanas	19.993	65,5	21.762	65,0	29.006	67,6	38.513	75,6
<i>Ciencias humanas</i>	12.661	41,5	13.762	41,1	18.210	42,5	23.745	46,6
<i>Ciencias sociales</i>	7.331	24,0	8.000	23,9	10.797	25,2	14.768	29,0
Científico-técnico	8.213	26,9	9.492	28,3	11.802	27,5	9.809	19,3
<i>Ciencias de la salud</i>	2.132	7,0	2.185	6,5	2.749	6,4	1.908	3,7
<i>Experimentales y tecnológicas</i>	6.081	19,9	7.307	21,8	9.053	21,1	7.901	15,5
Otras Materias	2.306	7,6	2.242	6,7	2.080	4,9	2.614	5,1

Tabla 37. Títulos vivos en catálogo por materias. Detalle 2015

	Año 2015	
	Absolutos	%
Títulos vivos	50.936	
Ciencias Humanas	23.745	46,6
<i>Artes</i>	5.291	10,4
<i>Filosofía</i>	2.072	4,1
<i>Historia</i>	7.319	14,4
<i>Lengua y Literatura</i>	8.046	15,8
<i>Teología/Religión</i>	1.017	2,0
Ciencias sociales	14.768	29,0
<i>Antropología</i>	676	1,3
<i>Biblioteconomía y documentación</i>	866	1,7
<i>Ciencias de la comunicación</i>	1.648	3,2
<i>Ciencias políticas</i>	957	1,9
<i>Derecho</i>	1.604	3,1
<i>Economía</i>	1.691	3,3
<i>Pedagogía y Educación</i>	4.434	8,7
<i>Psicología</i>	1.210	2,4
<i>Sociología</i>	1.682	3,3
Ciencias de la Salud	1.908	3,7
<i>Enfermería</i>	48	0,1
<i>Farmacia</i>	80	0,2
<i>Medicina</i>	1.727	3,4
<i>Veterinaria</i>	53	0,1
Ciencias experimentales y Tecnología	7.901	15,5
<i>Agricultura, ganadería y pesca</i>	160	0,3
<i>Astronomía</i>	60	0,1
<i>Biología</i>	1.030	2,0
<i>Ciencias de la tierra</i>	375	0,7
<i>Física</i>	631	1,2
<i>Geografía</i>	1.196	2,3
<i>Informática y Lenguajes de programación</i>	629	1,2
<i>Ingenierías</i>	1.830	3,6
<i>Matemáticas</i>	964	1,9
<i>Medioambiente</i>	283	0,6
<i>Química</i>	646	1,3
<i>Transporte</i>	97	0,2
Otras materias	2.614	5,1

* Nuevo desglose de materias incluido en 2015

Gráfico 20. Títulos vivos por materias (%)

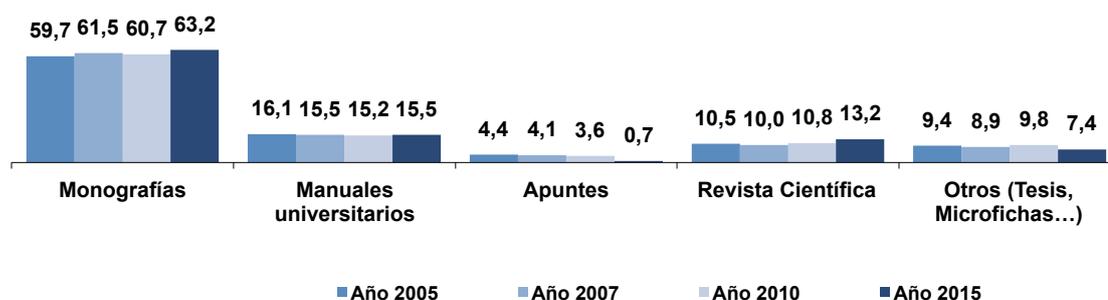


Del total de 50.936 títulos que componen el catálogo, el 63,2% corresponde a monografías (32.176). El 36,8% restante se reparte entre los manuales universitarios (7.892), revistas científicas (6.699), otras publicaciones, como tesis, microfichas, etc. (3.788), y apuntes (381), que habría reducido el número de títulos en un 75,1% desde 2010, representando tan sólo un 0,7% del total de títulos editados.

Tabla 38. Tipos de publicaciones

	Año 2005		Año 2007		Año 2010		Año 2015		% Variación 2015/2010
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
TOTAL	30.511	100	33.496	100	42.889	100	50.936	100	19
Monografías	18.215	59,7	20.600	61,5	26.041	60,7	32.176	63,2	23,6
Manuales universitarios	4.902	16,1	5.186	15,5	6.498	15,2	7.892	15,5	21,5
Apuntes	1.331	4,4	1.386	4,1	1.532	3,6	381	0,7	-75,1
Revista Científica	3.189	10,5	3.345	10,0	4.617	10,8	6.699	13,2	45,1
Otros (Tesis, Microfichas...)	2.876	9,4	2.980	8,9	4.201	9,8	3.788	7,4	-9,8

Gráfico 21. Tipos de publicaciones (%)



LA VENTA DE LIBROS EN EL MERCADO INTERIOR

- La facturación obtenida en 2015, a precios de tapa IVA incluido, ha sido de 12.357.151 euros. Esta cifra es un 41,5% menor que la obtenida en 2010, y un 57,1% menor que la obtenida en 2005.
- Tal y como veíamos en la edición, el peso relativo de los títulos de ciencias sociales y humanas ha aumentado. El 67,0% de la facturación corresponde a la venta de títulos de ciencias sociales y humanas y el 29,5% a libros científico técnicos. El 3,4% restante se reparte entre los libros de creación literaria, los de divulgación y otros. La facturación media para cada editorial es de 184.435 euros.
- El número de ejemplares vendidos en 2015 ha sido de 1.014.686, un 35,8% menos que en 2010, y un 55,8% menos que hace 10 años. El 58,9% corresponde a títulos de ciencias sociales y humanas, y el 36,4% a títulos científico técnicos. En la venta de estos últimos es donde más baja la facturación (41,0%).
- Por tanto, el precio medio obtenido en 2015 ha sido de 12,2 euros por libro, 1,2 euros menor que en 2010, aunque tan sólo 0,4 menos que en 2005. Ciencias sociales tendría el precio medio mayor, 13,9 euros, 0,6 menos que en 2010. Ciencias de la salud habría bajado su precio 5,5 euros.

Tabla 39. Facturación por materias (en euros)

	2005		2007		2010		2015		% de Variación 2015/2010
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
TOTAL	28.819.637	100	27.705.567	100	21.139.348	100	12.357.151	100	-41,5
Ciencias sociales / humanas	17.287.068	60,0	16.292.314	58,8	12.344.340	58,4	8.284.702	67,0	-32,9
<i>Ciencias humanas</i>	13.585.440	47,1	12.544.448	45,3	8.184.758	38,7	4.404.557	35,6	-46,2
<i>Ciencias sociales</i>	3.701.629	12,9	3.747.866	13,5	4.159.582	19,7	3.880.145	31,4	-6,7
Científico / técnico	9.992.419	34,7	10.130.800	36,6	7.865.371	37,2	3.647.632	29,5	-53,6
<i>Ciencias de la salud Experimentales y tecnológicas</i>	1.966.347	6,8	1.601.666	5,8	1.254.566	5,9	382.902	3,1	-69,5
	8.026.072	27,8	8.529.133	30,8	6.610.804	31,3	3.264.730	26,4	-50,6
Otras materias	1.540.150	5,3	1.282.453	4,6	929.637	4,4	424.818	3,4	-54,3

Tabla 40. Facturación por materias (en euros). Detalle 2015

MATERIAS	2015	
	Absolutos	%
	Total Facturación	% s/fact. Total
Ciencias Humanas	4.404.557	35,6
<i>Artes</i>	1.014.613	8,2
<i>Filosofía</i>	219.790	1,8
<i>Historia</i>	1.553.582	12,6
<i>Lengua y Literatura</i>	1.337.096	10,8
<i>Teología/Religión</i>	279.475	2,3
Ciencias sociales	3.880.145	31,4
<i>Antropología</i>	30.769	0,2
<i>Biblioteconomía y documentación</i>	69.662	0,6
<i>Ciencias de la comunicación</i>	72.374	0,6
<i>Ciencias políticas</i>	208.981	1,7
<i>Derecho</i>	1.442.391	11,7
<i>Economía</i>	1.486.592	12,0
<i>Pedagogía y Educación</i>	221.261	1,8
<i>Psicología</i>	62.329	0,5
<i>Sociología</i>	285.786	2,3
Ciencias de la Salud	382.902	3,1
<i>Enfermería</i>	9.717	0,1
<i>Farmacia</i>	78.107	0,6
<i>Medicina</i>	288.756	2,3
<i>Veterinaria</i>	6.322	0,1
Ciencias experimentales y Tecnología	3.264.730	26,4
<i>Agricultura, ganadería y pesca</i>	13.109	0,1
<i>Astronomía</i>	31.105	0,3
<i>Biología</i>	75.439	0,6
<i>Ciencias de la tierra</i>	89.778	0,7
<i>Física</i>	233.578	1,9
<i>Geografía</i>	86.756	0,7
<i>Informática y Lenguajes de programación</i>	42.560	0,3
<i>Ingenierías</i>	1.722.137	13,9
<i>Matemáticas</i>	247.056	2,0
<i>Medioambiente</i>	21.509	0,2
<i>Química</i>	93.592	0,8
<i>Transporte</i>	608.112	4,9
Otras materias	424.818	3,4

* Nuevo desglose de materias incluido en 2015

Tabla 41. Ejemplares vendidos por materias

	Ejemplares 2005		Ejemplares 2007		Ejemplares 2010		Ejemplares 2015		% Variación 2015/2010
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
TOTAL FACTURACIÓN	2.296.449	100	2.181.889	100	1.579.826	100	1.014.686	100	-35,8
Ciencias sociales / humanas	1.327.545	57,8	1.214.532	55,7	850.423	53,8	597.251	58,9	-29,8
<i>Ciencias humanas</i>	1.050.182	45,7	944.245	43,3	565.630	35,8	402.599	39,7	-28,8
<i>Ciencias sociales</i>	277.363	12,1	270.286	12,4	284.793	18,0	194.652	19,2	-31,7
Científico / técnico	849.129	37,0	829.355	38,0	627.010	39,7	369.633	36,4	-41,0
<i>Ciencias de la salud</i>	149.661	6,5	114.774	5,3	77.462	4,9	35.801	3,5	-53,8
<i>Experimentales y tecnológicas</i>	699.468	30,5	714.581	32,8	549.547	34,8	333.832	32,9	-39,3
Otras materias	119.775	5,2	138.002	6,3	102.393	6,5	47.802	4,7	-53,3

Tabla 42. Ejemplares vendidos por materias. Detalle 2015

MATERIAS	2015	
	Absolutos	%
	Nº ejemplares vendidos	s/ total
Ciencias Humanas	402.599	39,7
<i>Artes</i>	143.192	14,1
<i>Filosofía</i>	20.300	2,0
<i>Historia</i>	113.580	11,2
<i>Lengua y Literatura</i>	92.753	9,1
<i>Teología/Religión</i>	32.773	3,2
Ciencias sociales	194.652	19,2
<i>Antropología</i>	3.382	0,3
<i>Biblioteconomía y documentación</i>	4.480	0,4
<i>Ciencias de la comunicación</i>	4.434	0,4
<i>Ciencias políticas</i>	13.493	1,3
<i>Derecho</i>	55.872	5,5
<i>Economía</i>	66.597	6,6
<i>Pedagogía y Educación</i>	24.097	2,4
<i>Psicología</i>	3.085	0,3
<i>Sociología</i>	19.213	1,9
Ciencias de la Salud	35.801	3,5
<i>Enfermería</i>	1.619	0,2
<i>Farmacología</i>	5.935	0,6
<i>Medicina</i>	27.917	2,8
<i>Veterinaria</i>	330	0,0
Ciencias experimentales y Tecnología	333.832	32,9
<i>Agricultura, ganadería y pesca</i>	739	0,1
<i>Astronomía</i>	1.852	0,2
<i>Biología</i>	33.164	3,3
<i>Ciencias de la tierra</i>	7.062	0,7
<i>Física</i>	24.679	2,4
<i>Geografía</i>	7.226	0,7
<i>Informática y Lenguajes de programación</i>	2.482	0,2
<i>Ingenierías</i>	112.912	11,1
<i>Matemáticas</i>	15.218	1,5
<i>Medioambiente</i>	1.998	0,2
<i>Química</i>	6.222	0,6
<i>Transporte</i>	120.279	11,9
Otras materias	47.802	4,7

* Nuevo desglose de materias incluido en 2015

Tabla 43. Precio medio por materias (en euros)

Precio medio por título	2005	2007	2010	2015	Diferencia (en euros)
Total	12,5	12,7	13,4	12,2	-1,2
Ciencias sociales / humanas	13,0	13,4	14,5	13,9	-0,6
<i>Ciencias humanas</i>	12,9	13,3	14,5	10,9	-3,5
<i>Ciencias sociales</i>	13,3	13,9	14,6	19,9	5,3
Científico / técnico	11,8	12,2	12,5	9,9	-2,7
<i>Ciencias de la salud</i>	13,1	14,0	16,2	10,7	-5,5
<i>Experimentales y tecnológicas</i>	11,5	11,9	12,0	9,8	-2,2
Otras materias	12,9	9,3	9,1	8,9	-0,2

Gráfico 22. Facturación por materias (%)

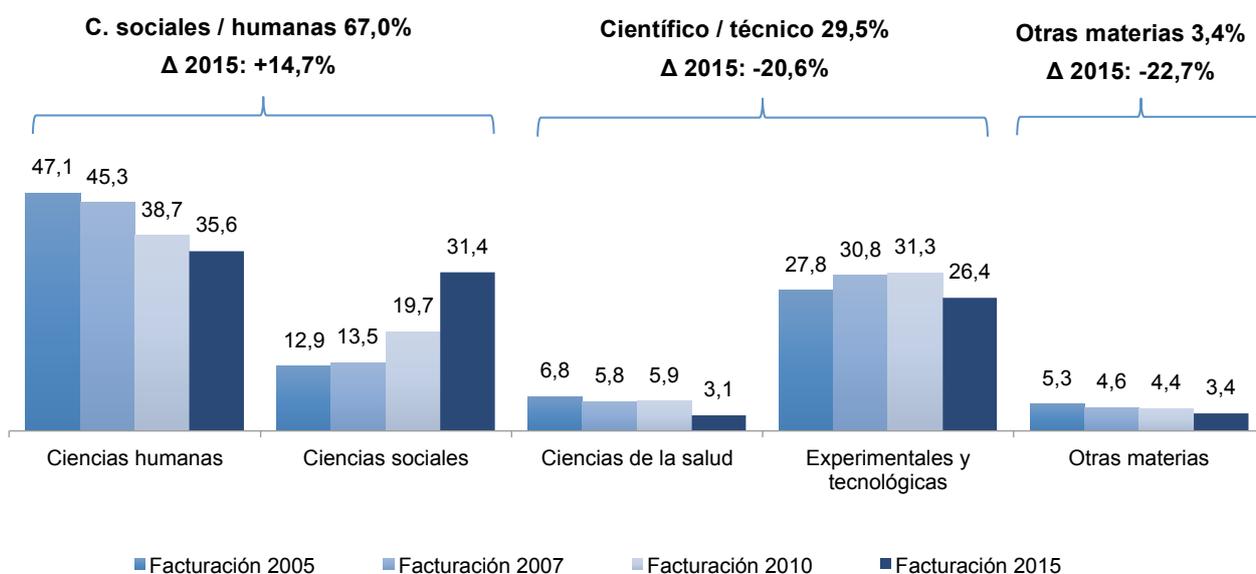
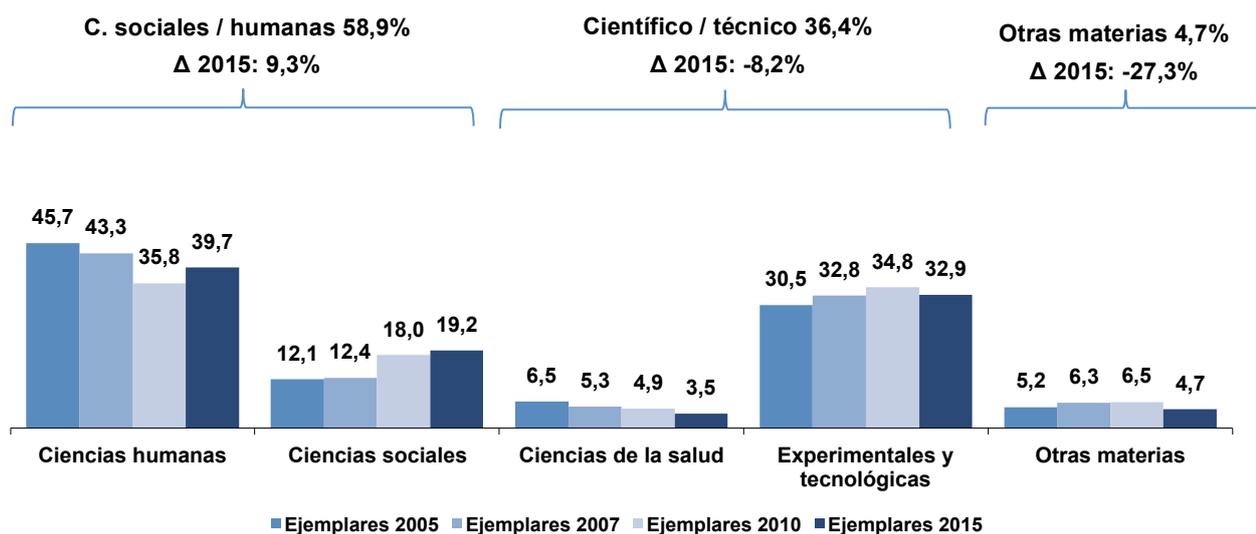


Gráfico 23. Ejemplares vendidos por materias (%)



A pesar de haber facturado en 2015 un 41,5% menos que en 2010, la facturación correspondiente al soporte digital prácticamente se ha multiplicado por 7 en estos últimos 5 años.

Tabla 44. Facturación según el soporte de edición

	2010				2015			
	Nº títulos editados	% S/Total	Facturación	% S/ total facturación	Nº títulos editados	% S/Total	Facturación	% S/ total facturación
Títulos editados	4.443	100	21.139.348	100	4.681	100,0	12.357.151	100
Editó en formato papel	3.910	88,0	19.744.151	93,4	2.848	60,8	9.186.964	74,3
Editó en soporte digital/libros digitales	222	5,0	338.230	1,6	1.206	32,9	2.178.288	17,6
Editó en otros soportes (Cd, DVD, Microfichas...)	311	7,0	1.056.967	5,0	230	6,3	991.899	8,0

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

En la tabla siguiente se muestran los canales a través de los que se comercializan las obras editadas. El 60,4% de las ventas se realizan a través de una distribuidora, principalmente nacional (43,2%).

Del restante 39,6% de las ventas que se efectúa sin pasar por la distribuidora, un 12,4% se realiza en librerías, y un 7,5% a través puntos de venta internos. Han aumentado hasta un 6% las ventas a través de página web (aumento de algo más del 100% respecto a 2010). Las ventas enfocadas a instituciones y bibliotecas suponen un 4,7%, las ventas por correo suponen un 1,8%, las suscripciones un 1,4% y las ferias un 1,5%.

Tabla 45. Canales de comercialización

	2005		2007		2010		2015		
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	% Variación 2015-2010
TOTAL (€)	28.819.637	100,0	27.705.567	100,0	21.139.348	100,0	12.357.151	100,0	-41,5
A través de distribuidora	15.092.947	52,4	15.110.041	54,5	12.732.013	60,2	7.462.869	60,4	-41,4
Autonómica	4.626.375	16,1	4.805.867	17,3	3.724.572	17,6	2.130.322	17,2	-42,8
Nacional	10.466.573	36,3	10.304.174	37,2	9.007.441	42,6	5.332.546	43,2	-40,8
Sin pasar por distribuidora	13.726.690	47,6	12.595.526	45,5	8.407.335	39,8	4.894.283	39,6	-41,8
Librerías	4.548.965	15,8	3.467.361	12,5	2.386.772	11,3	1.533.360	12,4	-35,8
Instituciones y bibliotecas	980.758	3,4	914.848	3,3	480.099	2,3	577.669	4,7	20,3
Puntos de venta internos	3.757.351	13,0	3.977.537	14,4	3.347.009	15,8	923.970	7,5	-72,4
Ventas por correo	1.119.257	3,9	963.522	3,5	585.660	2,8	218.653	1,8	-62,7
Ventas por web	450.106	1,6	505.701	1,8	371.965	1,8	744.712	6,0	100,2
Suscripciones	1.944.583	6,7	1.813.831	6,5	923.448	4,4	177.892	1,4	-80,7
Ferias	209.969	0,7	573.035	2,1	211.227	1,0	185.277	1,5	-12,3
Otros	715.700	2,5	379.692	1,4	101.156	0,5	532.749	4,3	426,7

Gráfico 24. Ventas por canales de comercialización (%)



DESCUENTO EN LA VENTA DE LIBROS

Las ventas se realizan a los distintos canales con unos descuentos medios.

- El descuento medio aplicado a distribuidores es el 49,47%, y el valor más repetido (modal) es el de 50%.
- En librerías, el descuento medio es del 27,05%, el valor modal es el 30%.
- En instituciones y bibliotecas, se aplica un descuento medio de 15,42%, el valor más repetido es el 15%.
- El descuento medio en los puntos de venta internos es del 16,07%. El valor más repetido es el 5%.
- En ventas directas de la editorial, el descuento medio es del 5,46%. El valor más repetido es el 5%.
- Para las ferias se obtiene un descuento medio del 11,95%. El valor más repetido es el 10%.

Durante los últimos 5 años, parece haber disminuido el porcentaje de descuento aplicado a los puntos de venta internos.

Tabla 46. Descuentos aplicados en las ventas

	Año 2007			Año 2010			Año 2015		
	Global	Valor modal	Base	Global	Valor modal	Base	Global	Valor modal	Base
	Dto. Medio		(Nº de casos)	Dto. Medio		(Nº de casos)	Dto. Medio		(Nº de casos)
A distribuidores	51,15	50	54	49,67	50	53	49,47	50	47
A librerías	28,33	30	36	28,55	30	36	27,05	30	40
A instituciones y bibliotecas	22,65	15	20	22,37	15	22	15,42	15	24
En los puntos de venta internos	25,67	30	27	28,75	30	18	16,07	5	28
En las ventas directas de la editorial	11,85	5	4	5,00	5	4	5,46	5	13
En Ferias	10,21	10	40	9,84	10	37	11,95	10	32
En otros puntos	30,82	25;40	9	36,25	40	5	11,25	5	8

ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS

Como viene siendo habitual, el cuarto trimestre concentra un mayor número de ventas (30,1%), aunque en 2015 las diferencias son menores que en 2010, estando más distribuidas a lo largo del año.

Tabla 47. Estacionalidad de las ventas

	2005		2007		2010		2015	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
TOTAL	28.819.637	100,0	27.705.567	100,0	21.139.348	100,0	12.357.151	100,0
1 ^{er} trimestre	7.209.744	25,0	7.619.031	27,5	4.003.105	18,9	3.125.848	25,3
2 ^o trimestre	6.606.005	22,9	6.178.341	22,3	3.083.087	14,6	2.906.964	23,5
3 ^{er} trimestre	5.893.310	20,5	5.928.991	21,4	5.001.879	23,7	2.607.210	21,1
4 ^o trimestre	9.110.578	31,6	7.979.203	28,8	9.053.391	42,8	3.717.129	30,1

DEVOLUCIÓN ANUAL DE LIBROS

En el año 2015, el 56,7% de las editoriales declaran haber tenido devolución de libros, mientras que el 28,4% afirma no haber tenido ninguna devolución.

La cifra de facturación devuelta asciende a 490.589 euros, un 61,5% menos que hace 5 años.

Dicha cifra supone el 4,0% del volumen total de facturación.

Tabla 48. Devolución de libros

	2003		2005		2007		2010		2015	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
TOTAL	48	100	51	100,0	59	100,0	63	100,0	67	100,0
Tienen devoluciones	33	68,8	32	62,7	39	66,1	39	61,9	38	56,7
No tienen devoluciones	10	20,8	9	17,6	11	18,6	15	23,8	19	28,4
Ns/Nc	5	10,4	10	19,6	9	15,3	9	14,3	10	14,9
Cifra de facturación devuelta	259.724		540.168		1.044.353		1.273.892		490.589	

LA EDICIÓN DIGITAL

En 2015, 46 de las 67 editoriales universitarias (69%) han editado en formato digital, frente a las 17 (27%) que lo hicieron en 2010.

- Se han editado 1.540 títulos en formato digital (33 de media)
- Hay 10.942 títulos en catálogo (238 de media).
- Se han facturado 2,2 millones de euros (47.354 de media).

El 88,1% de los títulos editados en formato digital se han editado también en papel. Sólo el 11,9% de los títulos se editan sólo en formato digital.

En prácticamente todos los casos (99,4%), la edición digital es igual a la edición en papel, sólo el 0,6% ha tenido contenidos adicionales.

Tabla 49. Edición digital

	2010	2015
Total editoriales que editan en soporte digital	17	46
Títulos vivos en catálogo	4.012	10.942
<i>Media títulos por editorial</i>	236	238
Títulos editados	1.275	1.540
<i>Media títulos por editorial</i>	75	33
Títulos comercializados	1.428	4.434
<i>Media títulos por editorial</i>	84	96
Facturación	1.088.000	2.178.288
<i>Media facturación por editorial</i>	64.000	47.354

Tabla 50. Edición digital. Soporte

	2015
	% s/títulos editados
Se editan únicamente en formato digital	11,9
Se editan tanto en papel como en digital	88,1

Tabla 51. Edición digital. Contenido

	2015
	% s/títulos editados
Edición digital igual a edición en papel	99,4
Ed. Digital tiene contenidos adicionales (citar)	0,6

Tabla 52. Edición digital. Títulos comercializados por formato (respuesta múltiple)

	Año 2015	
	Absolutos	%
TOTAL	5.686	
PDF	3.915	88,3
ePub	1.468	37,5
Otros (Mobipocket, Flipbook, DPS...)	302	20,6

Tabla 53. Edición digital. Facturación por materias

	Año 2010		Año 2015	
	Absolutos	%	Absolutos	%
% sobre facturación por edición digital (TOTAL)	1.088.000	100,0	2.178.288	100,0
Ciencias humanas	804.582	74,0	623.610	28,6
Ciencias sociales	129.321	11,9	879.460	40,4
Ciencias de la salud	36.757	3,4	65.347	3,0
Ciencias experimentales y técnicas	117.339	10,8	223.978	10,3
Otras materias	-	-	385.893	17,7

Tabla 54. Edición digital. Facturación por materias. Detalle 2015

	2015	
	Absolutos	%
% sobre facturación por edición digital (TOTAL)	2.178.288	100,0
Ciencias Humanas	702.529	32,3
<i>Artes</i>	93.926	4,3
<i>Filosofía</i>	26.423	1,2
<i>Historia</i>	293.483	13,5
<i>Lengua y Literatura</i>	282.246	13,0
<i>Teología/Religión</i>	6.451	0,3
Ciencias sociales	773.207	35,5
<i>Antropología</i>	7.119	0,3
<i>Biblioteconomía y documentación</i>	14.541	0,7
<i>Ciencias de la comunicación</i>	15.193	0,7
<i>Ciencias políticas</i>	10.885	0,5
<i>Derecho</i>	330.879	15,2
<i>Economía</i>	327.970	15,1
<i>Pedagogía y Educación</i>	29.080	1,3
<i>Psicología</i>	11.813	0,5
<i>Sociología</i>	25.727	1,2
Ciencias de la Salud	73.617	3,4
<i>Enfermería</i>	2.187	0,1
<i>Farmacia</i>	16.252	0,7
<i>Medicina</i>	54.320	2,5
<i>Veterinaria</i>	858	0,0
Ciencias experimentales y Tecnología	544.572	25,0
<i>Agricultura, ganadería y pesca</i>	3.133	0,1
<i>Astronomía</i>	5.018	0,2
<i>Biología</i>	13.161	0,6
<i>Ciencias de la tierra</i>	18.933	0,9
<i>Física</i>	30.191	1,4
<i>Geografía</i>	18.174	0,8
<i>Informática y Lenguajes de programación</i>	6.216	0,3
<i>Ingenierías</i>	268.261	12,3
<i>Matemáticas</i>	43.356	2,0
<i>Medioambiente</i>	1.190	0,1
<i>Química</i>	11.661	0,5
<i>Transporte</i>	125.278	5,8
Otras materias	84.363	3,9

* Nuevo desglose de materias incluido en 2015

La mayor parte de las ventas se realiza dentro del territorio nacional (87,2%). El 9% se factura a Latinoamérica, el 2,7% se factura dentro de la Unión Europea. El resto de porcentajes son mínimos.

Tabla 55. Edición digital. Desglose de la facturación según el destino de las ventas digitales

	Año 2015	
	Absolutos	%
TOTAL	2.178.288	100,0
España	1.899.969	87,2
Unión Europea	58.369	2,7
Latinoamérica	197.021	9,0
Estados Unidos	19.824	0,9
Asia	395	0,0
Resto países	2.710	0,1

En cuanto a los canales de comercialización, destaca la venta a través de plataformas específicas de distribución digital, específicamente las genéricas, como Amazon, Casa del Libro, etc., que supondrían el 43% de la facturación. La venta directa desde la propia web de la editorial mantiene su porcentaje de facturación respecto a 2010, que es de un 32,8%. Aumenta también la venta en librerías, que suponen ya el 8,8% de la facturación.

Tabla 56. Edición digital. Facturación por canales

	Año 2010		Año 2015	
	Absolutos	%	Absolutos	%
TOTAL	1.088.000	100,0	2.178.288	100,0
Venta directa desde la web de la editorial	356.908	32,8	714.567	32,8
Venta a través de plataformas específicas de distribución digital (e-distribuidores)	711.319	65,4	1.263.721	58,0
<i>Plataforma creada por la propia editorial</i>	704.175	64,7	284.682	13,1
<i>Plataforma conjunta con otras editoriales</i>	1.408	0,1	41.701	1,9
<i>Plataforma comercial genérica</i>	5.735	0,5	937.338	43,0
<i>Amazon</i>			122.568	5,6
<i>Casa del libro</i>			340.058	15,6
<i>Google Play</i>			326.145	15,0
<i>App Store</i>			101.152	4,6
<i>UNEBOOK</i>			47.414	2,2
Venta por medio de librerías	19.773	1,8	192.052	8,8
Otros canales	-	-	7.948	0,4

PERFIL DE LOS CLIENTES

El 67,3% de las editoriales universitarias afirma conocer el perfil de sus clientes.

Según la distribución dada por las mismas, los clientes serían fundamentalmente estudiantes y docentes o investigadores.

Un 16,0% sería público en general, y un 2,5% serían otros clientes.

Tabla 57. Perfil de los clientes de las editoriales universitarias

	2007	2010	2015
	Sí	Sí	Sí
¿Conoce el perfil de sus clientes?	67,4%	63,1%	67,3%
Distribución en porcentaje según los clientes finales	100,0%	100,0%	100,0%
<i>Estudiantes</i>	42,6%	40,9%	45,1%
<i>Docentes/ Investigadores</i>	40,0%	43,6%	36,4%
<i>Público en general</i>	16,6%	15,4%	16,0%
<i>Otros</i>	0,8%	0,1%	2,5%

DERECHOS DE AUTOR

Las editoriales universitarias han pagado por derechos de autor 804.095 euros en 2015, casi 600.000 euros menos que en 2010. De estos pagos, el 89,9% ha sido para autores españoles.

La cantidad pagada por derechos de autor supone un 6,5% de la facturación de estas editoriales.

Por compra de otros derechos se han pagado 14.419 euros, un 11,1% más que en 2010. Y por derechos de traducción se pagaron 47.513 euros, que supone un 31,2% menos en los últimos 5 años.

En total, por la compra de derechos, las editoriales universitarias han pagado en 2015 866.027 euros, un 41,6% menos que hace 5 años.

Tabla 58. Pagos por derechos de autor

	2005		2007		2010		2015	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
Pagos por derechos de autor	1.311.468	100,0	1.302.554	100,0	1.401.866	100,0	804.095	100,0
Autores españoles	1.212.173	92,4	1.182.887	94,1	1.261.914	90,0	722.901	89,9
Autores extranjeros	99.295	7,6	119.666	5,9	139.952	10,0	81.193	10,1
Pagos por compra de otros derechos	60.453		25.232		12.976		14.419	
Cuantía de los pagos por derechos de traducción	92.175		155.086		69.061		47.513	
Total Pagos	1.464.096		1.482.872		1.483.903		866.027	

Las editoriales universitarias habrían comprado los derechos de autor **a otras editoriales** por valor de **43.082** Euros, que corresponderían a **34** títulos.

En 2015, los ingresos percibidos por **venta de derechos de autor** han sido:

- Gestionados por la editorial: 72.397 Euros.
- Propios: 15.279 Euros, que corresponden a 26 títulos.

En 2015, los ingresos obtenidos en concepto de **derechos de traducción** han sido de 2.583 Euros.

ACUERDOS DE INTERCAMBIO CON OTRAS INSTITUCIONES

ACUERDOS DE INTERCAMBIO

En 2015, 53 editoriales universitarias tuvieron acuerdos de intercambio con otras universidades o instituciones.

El intercambio es de monografías, aunque también se intercambian publicaciones periódicas (75,5%) y manuales universitarios (66,0%).

Estos intercambios se producen con universidades españolas (46,3%), universidades extranjeras (23,8%) y otras instituciones (30,0%).

Tabla 59. Existencia de acuerdo de intercambio con otras instituciones

(respuesta múltiple)

	2005	%	2007	%	2010	%	2015	%
Sí	45		50		47		53	
¿Qué tipo de publicaciones se intercambian?								
Monografías	38	84	46	92	47	100	53	100,0
Manuales universitarios	29	64	41	82	33	70	35	66,0
Publicaciones periódicas	-	-	37	74	34	72	40	75,5
Libros digitales	-	-	-	-	-	-	16	30,2
Revistas digitales	-	-	-	-	-	-	8	15,1
NS/NC	7	16	1	2	9	19	-	-

Tabla 60. Instituciones con las que mantiene acuerdo de intercambio

	2005	2006	2007	2010	2015
Universidades españolas	78,3	74,2	71,6	73,6	46,3
Universidades extranjeras	7,6	8,5	9,2	8,5	23,8
Otras instituciones	14,1	17,2	19,1	17,8	30,0

VALOR DE LOS EJEMPLARES INTERCAMBIADOS

En 2015 el valor de los ejemplares enviados por intercambio es de 559.743 euros, y se han intercambiado 30.319 ejemplares. Esto representa un precio medio por cada ejemplar de 18,5 euros. Se han intercambiado un 61,1% ejemplares menos que en 2010.

El valor de los ejemplares recibidos por intercambio ha sido de 346.043 euros, y el número de ejemplares recibidos por intercambio ha sido de 15.143. Según estos datos el precio medio por cada ejemplar recibido ha sido de 22,9 euros. En este caso, se han recibido un 54,3% menos de ejemplares en intercambio.

También se han recibido 9.739 ejemplares de revistas por intercambio, un 29,8% menos que hace 5 años.

Tabla 61. Valor y número de ejemplares intercambiados

	2006	2007	2009	2010	2015	% Variación 2015/2010
Valor de los ejemplares enviados por intercambio a precio de tapa (IVA incluido)	1.298.183	1.454.745	911.302	1.045.177	559.743	-46,4
Nº de ejemplares enviados por intercambio a precio de tapa (IVA incluido)	101.803	105.438	85.661	77.925	30.319	-61,1
Precio medio ejemplares enviados	12,8	13,8	10,6	13,4	18,5	
Valor de los ejemplares recibidos por intercambio a precio de tapa (IVA incluido)	537.449	610.508	688.604	483.702	346.043	-28,5
Nº de ejemplares recibidos por intercambio a precio de tapa (IVA incluido)	27.563	35.509	29.564	33.125	15.143	-54,3
Precio medio ejemplares recibidos	19,5	17,2	23,3	14,6	22,9	
Si hay intercambio de revistas...						
Nº de revistas que se reciben por intercambio	16.273	17.426	14.956	13.865	9.739	-29,8

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

En 2015 se han destinado a promoción y publicidad de las obras de las editoriales 387.754 euros en total, un 15% menos que en 2010, aunque es un 9,4% más que en 2005.

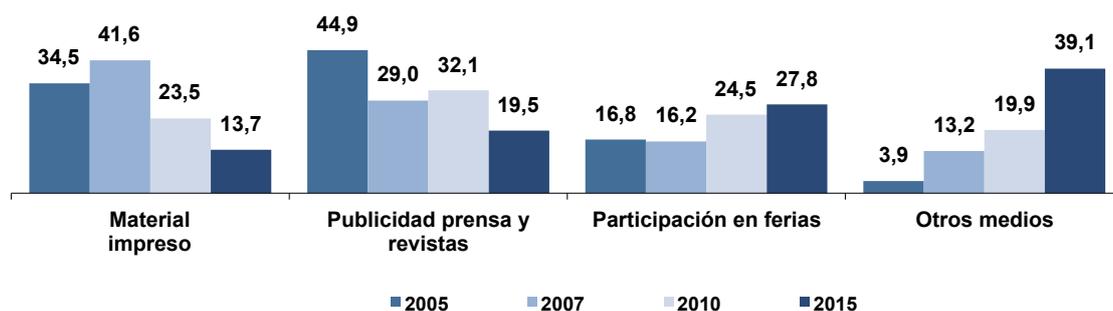
La cantidad invertida se ha destinado principalmente a participación en Asociaciones Profesionales (30,0%), participación en ferias (27,8%), publicidad en prensa y revistas (19,5%) y material impreso (13,7%).

Tabla 62. Gastos en promoción y publicidad

	2003	2005	2007	2010	2015	% Variación 2015/2010
TOTAL (En euros)	333.077	354.548	470.332	456.066	387.754	-15,0
Material impreso	115.498	122.215	195.438	107.092	53.031	-50,5
Publicidad prensa y revistas	94.699	159.132	136.560	146.495	75.706	-48,3
Participación en ferias	75.685	59.477	76.313	111.818	107.638	-3,7
Presentaciones en librerías	13.206	4.930	13.388	21.411	23.865	11,5
Publicidad en otros medios informativos	18.328	4.821	9.763	10.745	3.694	-65,6
Participación en Asociaciones Profesionales (UNE, FGEE...)	-	-	30.174	52.410	116.267	121,8
Redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn...)	-	-	-	-	7.341	-
Otros	15.661	3.973	8.695	6.096	212	-96,5

	2003	2005	2007	2010	2015	Dif. 2015/2010
TOTAL (%)	100	100	100	100	100	-
Material impreso	34,7	34,5	41,6	23,5	13,7	-9,8
Publicidad prensa y revistas	28,4	44,9	29,0	32,1	19,5	-12,6
Participación en ferias	22,7	16,8	16,2	24,5	27,8	3,3
Presentaciones en librerías	4,0	1,4	2,8	4,7	6,2	1,5
Publicidad en otros medios informativos	5,5	1,4	2,1	2,4	1,0	-1,4
Participación en Asociaciones Profesionales	0,0	0,0	6,4	11,5	30,0	18,5
Redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn...)	-	-	-	-	1,9	-
Otros	4,7	1,1	1,8	1,3	0,1	-1,2

Gráfico 25. Gastos en promoción y publicidad (%)



El 75% de las editoriales universitarias han realizado algún acto de presentación de libros durante 2015. El 58% habría realizado entre 1 y 10 actos de presentación.

Tabla 63. Número de actos de presentaciones de libros

TOTAL	2015	
	Absolutos	%
Ninguno	17	25
Menos de 5	18	27
Entre 5 y 10	21	31
Entre 11 y 20	6	9
Más de 20	5	7

El 57% de las editoriales universitarias tiene blog o está presente en alguna red social.

Tabla 64. Editoriales con blogs y presencia en redes sociales (respuesta múltiple)

TOTAL	2015	
	nº	%
Blog	5	7
Facebook	35	52
Twitter	33	49
LinkedIn	5	7
Otros	13	19
No tiene	29	43

DESARROLLO TECNOLÓGICO

El 65,7% de las editoriales universitarias afirman haber implantado algún tipo de desarrollo tecnológico en los últimos 5 años. Más de la mitad de estas editoriales habrían implantado una plataforma o portal digital de gestión y edición de revistas con OJS. 19 editoriales de las 44 habrían implantado una plataforma o portal para e-commerce.

Tabla 65. Implantación de desarrollo tecnológico en las editoriales universitarias

(respuesta múltiple)

	2015	
	Nº	% S/Total
Sí	44	65,7
Plataforma/Portal de e-commerce	19	28,4
Otro tipo de web comercial	1	1,5
Plataforma/Portal digital de gestión y edición de revistas con OJS	28	41,8
Plataforma/Portal digital de gestión y edición de libros con OMP	4	6,0
Otro tipo de Plataforma/Portal digital	6	9,0
No	23	34,3

En el 65,9% de los casos estos desarrollos tecnológicos se han implementado con recursos propios de la universidad, mientras que el 34,1% restante ha recurrido a empresas externas especializadas.

Tabla 66. Implementación de los desarrollos tecnológicos

	2015	%
Implementados en su totalidad con recursos propios de la universidad (Tipo ATIC)	29	65,9
Implementados recurriendo mayoritariamente a empresas externas especializadas	15	34,1

El mantenimiento de estos desarrollos tecnológicos lo lleva a cabo personal ajeno a la editorial en el 61,2% de los casos, aunque sólo en el 22,4% lo realiza una empresa privada externa. En el 43,3% restante de los casos, lo realiza personal propio de la editorial, ya sea a tiempo completo (17,9%) o parcial (25,4%).

Tabla 67. Mantenimiento de los desarrollos tecnológicos

(respuesta múltiple)

	2015	%
Lo desempeña personal propio de la editorial a tiempo completo	12	17,9
Lo desempeña personal propio de la editorial a tiempo parcial	17	25,4
Lo desempeña personal ajeno a la editorial, pero de la misma Universidad	26	38,8
Lo desempeña personal de una empresa privada	15	22,4

ANALÍTICA – MÉTRICA WEB

De las 44 editoriales universitarias que han implementado algún desarrollo tecnológico en los últimos 5 años, 27 afirman utilizar alguna herramienta de análisis o métrica web. De estas 27, sólo 17 afirman dedicar alguna actividad o tiempo laboral a dicha herramienta. Igualmente, de estas 27 editoriales, 14 utilizarían Onix como formato de metadatos, que supondría un 21% del total de editoriales universitarias.

Gráfico 26. Conexión de la web/portal/plataforma a alguna herramienta de analítica o métrica web

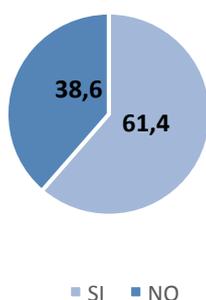


Gráfico 27. Dedicación a la analítica o métrica web

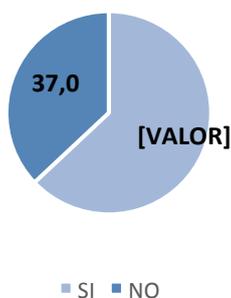


Tabla 68. Uso de Onix como formato de metadatos

	2015	%
Sí	14	51,9
No	13	48,1

IDENTIFICADOR DIGITAL

De las 44 editoriales que han implementado algún desarrollo tecnológico en los últimos 5 años, 36 utilizarían identificadores en sus productos digitales (82%).

Estos identificadores se aplican a artículos de revistas (94,4%), a libros y revistas de acceso abierto (58,3%), y a libros completos (47,2%) en su mayoría, aunque también se aplican en menor medida a capítulos de libros (25,0%) y a libros y revistas comerciales (19,4%).

Tabla 69. Uso de identificadores en productos digitales (respuesta múltiple)

	2015	
	Absolutos	%
Sí	36	81,8
DOI (CrossRef)	26	59,1
DOI (MEDRA)	3	6,8
Handle	7	15,9
No	8	18,2

Tabla 70. Aplicación de identificadores en productos digitales (respuesta múltiple)

	2015	%
A libros completos	17	47,2
A capítulos de libros	9	25,0
A artículos de revistas	34	94,4
A libros y/o revistas comerciales	7	19,4
A libros y/o revistas de acceso abierto	21	58,3

POLÍTICA DEFINIDA DE ACCESO ABIERTO

El 49,3% de las editoriales universitarias disponen de una política definida de acceso abierto, aunque sólo el 31,3% la tiene accesible desde la web de la editorial.

En cambio, afirman editar en acceso abierto el 67,2% de las editoriales universitarias, con un total de 2.373 ejemplares editados entre libros y revistas digitales, lo que supone una media de 52,7 ejemplares por editorial. Sólo el 8,7% de estos ejemplares correspondería a libros o revistas digitales con embargo comercial. La mayor parte de estos ejemplares en acceso abierto (62,2%) se comparte en la web y el repositorio general de la Universidad.

Tabla 71. Política definida de acceso abierto

	2015	%
Sí, y es accesible desde la web de la editorial	21	31,3
Sí, pero no es accesible desde la web de la editorial	12	17,9
No	34	50,7

Tabla 72. Edición en acceso abierto

	2015	%
Sí	45	67,2
No	22	32,8

Tabla 73. Edición en acceso abierto. Número de ejemplares

	2015	%
Libros digitales en acceso abierto	1.537	64,8
Revistas digitales en acceso abierto	630	26,5
Libros digitales en acceso abierto con embargo comercial	174	7,3
Revistas digitales en acceso abierto con embargo comercial	32	1,3
	2.373	100

Tabla 74. Edición en acceso abierto. Desde dónde se ofrece

	2015	%
Se ofrece solo en la web de la editorial	7	15,6
Se comparte entre la web de la editorial y el repositorio general de la Universidad	28	62,2
Se ofrece solo en el repositorio general de la Universidad	10	22,2
	45	100

RESUMEN DE DATOS ESTADÍSTICOS

EL COMERCIO INTERIOR DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS

De las 67 editoriales universitarias consideradas en el estudio de Comercio Interior de Universidades podemos destacar los siguientes datos:

- 37 son servicio de publicaciones:
 - o Con sello propio30
 - o Sin sello propio 7

- Dependen orgánicamente de:
 - o Vicerrectorado50
 - o Rectorado 2
 - o Otros 12
 - o Tiene autonomía propia..... 3

- 51 disponen de reglamento para su departamento editorial, bien propio o estatutario.

- 15 poseen servicio de reprografía, ya sea propio o asociado, y 4 dispondrían de imprenta propia.

- Editar, gestionar, coordinar y prestar servicios externos a la Comunidad universitaria o a otros son funciones que desempeñan la mayoría de las editoriales consideradas:
 - o La mayoría de las editoriales universitarias realizan las funciones de editar y gestionar toda o parte de la producción universitaria. 57 editoriales afirman coordinar la producción universitaria. La tarea de prestar servicios externos la realizan 52 editoriales, y realizan trabajos editoriales de otra índole 12. El 85,1% tienen otras competencias, como la gestión del ISBN, promoción editorial, intercambio bibliográfico, etc...

- El número de empleados de las editoriales universitarias obtenido en esta edición ha sido de 415. El 49,2% son funcionarios de la administración General o Especial, y el 44,3% es personal laboral.
 - o Si los clasificamos por el tipo de funciones que desempeñan, el 49,4% realiza funciones técnicas, y el 44,1% realiza funciones administrativas. Hay un 6,5% que realiza otras funciones.
 - o A los 415 empleados fijos, habría que sumar otros 75 empleados que estas editoriales ocupan, y que no estarían incluidos en la plantilla, fundamentalmente becarios (46,7%), aunque también habría personal eventual (25,3%) y alumnos en prácticas (24,0%).
 - o 19 editoriales tendrían personal dedicado a promoción y prensa, y 11 contarían con personal dedicado al marketing.

- 56 editoriales utilizan los servicios profesionales de colaboradores externos, y, por término medio, cuentan con 10 colaboradores.
- 55 editoriales tienen consejo editorial estable o consejo departamental. De estas 55 editoriales con consejo editorial, el 44% se reúnen una o dos veces al año, el 31% se reúne de tres a cuatro veces, y el 11% más de cuatro veces.
- 29 editoriales poseen consejos asesores de colecciones, y 26 disponen de direcciones unipersonales de colecciones.
- Antes de sacar las obras al mercado, 58 de las 67 editoriales solicitan informes externos sobre los originales: 29 los solicitan siempre, 18 lo hacen habitualmente y otras 11 los piden esporádicamente. 5 editoriales no los piden nunca.
 - De las editoriales que afirman solicitar informes externos sobre los originales, 37 retribuyen económicamente estos trabajos, mientras que 4 de dichas editoriales utilizan otras fórmulas de pago. Por otra parte, 15 editoriales no los retribuyen.
 - En 9 de cada 10 casos, dichos informes externos se revisan en condiciones de anonimato.
- 99 es el número medio de autores con los que han contado las editoriales universitarias en 2015 para publicar sus ediciones. El 57,6% correspondería a autores que publican por primera vez, frente al 42,4% que repiten.
 - Las editoriales universitarias trabajan con autores en el ambiente universitario. De los 99 autores que tenemos de media en este ejercicio, 38 serían de su universidad, aunque 55 serían de otras universidades. Sólo 6 autores no tendrían relación ninguna con la universidad.

Producción editorial:

- El número de títulos editados por editoriales universitarias en el 2015 ha sido de 4.681 (5,4% más que en 2010). De estos títulos, 4.093 serían novedades y 588 reediciones.
- 1.452.617 son los ejemplares editados en 2015, repartidos entre 1.318.474 novedades y 134.143 reediciones.
- La tirada media por título que se ha obtenido en 2015 ha sido de 310 ejemplares (449 en 2010 y 554 en 2005).
- Los títulos vivos en catálogo en 2015 eran 50.936, un 18,8% más que en 2010.
- Si clasificamos éstos títulos por materias, el 75,6% corresponde a ciencias sociales y humanas (46,6% a ciencias humanas y 29,0% a ciencias sociales). Los títulos científico-técnicos suponen el 19,3% de la edición, 15,5% corresponde a ciencias experimentales y tecnológicas, y sólo un 3,7% son de ciencias de la salud.
- La mayoría de las editoriales universitarias españolas publican en lengua castellana (92,7%), siendo 3.813 (81,4%) el número de títulos editados en dicha lengua.

- 15 editoriales editan en lengua catalana y el porcentaje de títulos editados en dicha lengua supone el 9,5% del total de títulos editados. En euskera editan 6 editoriales, y en gallego 7. En dichas lenguas, el porcentaje de títulos editados es del 2,2% y del 1,7% respectivamente.
- Un 56,4% de las editoriales edita en otras lenguas un total de 147 títulos.
- Editan en formato bilingüe un 40,0% de las editoriales, con un total de 93 títulos.
- Para la publicación de estas obras, las editoriales universitarias han pagado por derechos de autor 804.095 euros, y de éstos, un 89,9% ha sido para autores españoles. Esta cantidad pagada por derechos de autor supone un 6,5% de la facturación obtenida por venta de libros.
- Los ingresos percibidos por las ventas de derechos han sido de 72.397 euros, 21.147 euros más que en 2010.

Cifra de facturación:

- La facturación total obtenida en 2015, a precios de tapa IVA incluido, ha sido de 12.357.151 euros, un 41,5% menos que en 2010 y un 57,1% menos que en 2005.
- El 67,0% de la facturación corresponde a la venta de títulos de ciencias sociales y humanas, y el 29,5% a libros científico-técnicos. La facturación restante (3,4%), se reparte entre los libros de creación literaria, los de divulgación y otros.
- El número de ejemplares vendidos en 2015 ha sido de 1.014.686, un 35,8% menos que en 2010. Por materias, un 58,7% son títulos de ciencias sociales y humanas, y un 15,1% ejemplares científico-técnicos.
- El precio medio de venta del libro universitario es de 12,2 euros por libro, 1,2 euros menos que el obtenido en 2010.
- En el año 2015, el 56,7% de las editoriales afirman haber tenido devolución de libros.
 - La cifra de facturación devuelta asciende a 490.589 euros, un 61,5% menos que en 2010. Dicha cifra supone el 4,0% del volumen total de facturación.

Canales de comercialización:

- El 60,4% de las ventas se han realizado a través de una distribuidora, principalmente nacional (43,2%).
- El 39,6% de las ventas restantes se realizan sin pasar por la distribuidora. Un 12,4% de las ventas se han realizado a través de librerías, y un 7,5% en puntos de venta internos. Las ventas a instituciones y bibliotecas suponen un 4,7%, las ventas por web (6,0%) y por correo (1,8%) suponen un 7,8%. Las suscripciones fueron un 1,4% y las ferias un 1,5%.

- El descuento medio aplicado a distribuidores es del 49,47%, en librerías es del 27,05%, en instituciones y bibliotecas del 15,42%, en los puntos de venta internos del 16,07%, en ventas directas de la editorial del 5,46% y para las ferias del 11,95%.
- El 67,3% de las editoriales universitarias conocen el perfil de sus clientes. Según la distribución dada por las mismas, los clientes serían fundamentalmente estudiantes en un 45,1% y docentes o investigadores en un 36,4%. Un 16,0% sería público en general, y un 2,5% serían otro tipo de clientes.

Inversión en publicidad:

- Se calcula que, en el año 2015, 387.754 euros han sido destinados a la promoción y publicidad de las obras de las editoriales, un 15,0% menos que en 2010 y un 9,4% más que en 2005.
- Dicha cantidad invertida se ha empleado principalmente, en la participación en asociaciones profesionales (30,0%), participación en ferias (27,8%), publicidad en prensa y revistas (19,5%) y en material impreso (13,7%).

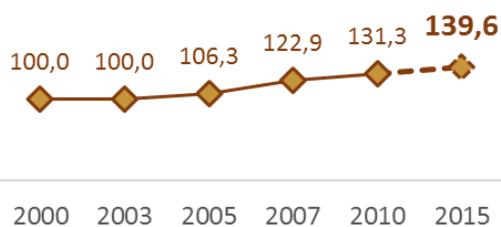
VARIACIÓN DE LAS PRINCIPALES MAGNITUDES:

COMERCIO INTERIOR DEL LIBRO DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS 2015

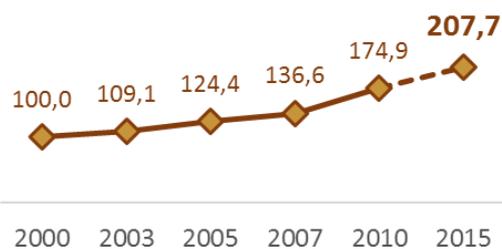
	2005	2007	2010	2015	% Variación 2015/2010
UNIVERSO DE EDITORIALES	51	59	63	67	6,3
EMPLEO GENERADO	474	529	477	415	-13,0
TÍTULOS EN CATÁLOGO	30.511	33.496	42.889	50.936	18,8
TÍTULOS EDITADOS	4.936	4.756	4.443	4.681	5,4
EJEMPLARES PRODUCIDOS	2.736.711	2.384.639	1.993.027	1.452.617	-27,1
TIRADA MEDIA	554	501	449	310	-30,9
CIFRA DE FACTURACIÓN	28.819.637	27.705.567	21.139.348	12.357.151	-41,5
EJEMPLARES VENDIDOS	2.296.449	2.181.889	1.579.826	1.014.686	-35,8
COSTES DE DERECHOS DE AUTOR	1.311.468	1.302.554	1.401.866	804.095	-42,6
INGRESOS POR DERECHOS DE AUTOR	167.618	112.040	51.250	72.397	41,3
INVERSIÓN EN PUBLICIDAD	354.548	470.332	456.066	387.754	-15,0

EVOLUCIÓN DESDE 2005

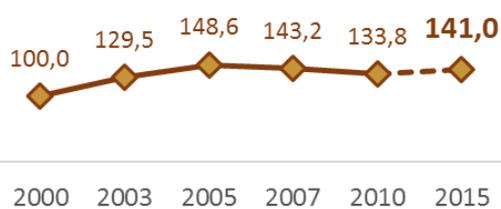
Universo de empresas



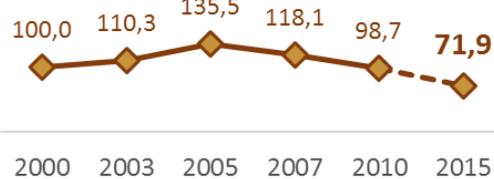
Titulos en catálogo



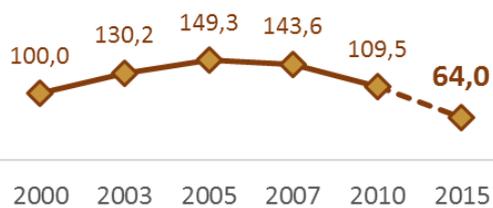
Titulos editados



Ejemplares editados



Facturación



Derechos de autor



CUESTIONARIO UTILIZADO

 <p>UNIÓN DE EDITORIALES UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS</p>	<p>Comercio Interior Editoriales Universitarias 2015</p>																
<p>EMPRESA EDITORIAL: _____</p> <p>PERSONA DE CONTACTO: _____</p> <p>CARGO: _____ TFNO: _____</p> <p>DEPARTAMENTO: _____ E-MAIL: _____</p>																	
1.- Datos generales editorial																	
<p>1.1 ¿BAJO CUAL/ES DE LAS SIGUIENTES DENOMINACIONES EDITA? Posible respuesta múltiple (marque con una X la opción que corresponda)</p>																	
<table border="0"> <tr> <td>Servicio de publicaciones</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Secretariado de publicaciones</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Editorial</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Ediciones</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Otros (citar) _____</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Servicio de publicaciones	1	<input type="checkbox"/>	Secretariado de publicaciones	2	<input type="checkbox"/>	Editorial	3	<input type="checkbox"/>	Ediciones	4	<input type="checkbox"/>	Otros (citar) _____	5	<input type="checkbox"/>	<p>ADVERTENCIAS GENERALES</p> <p><i>Las preguntas que están marcadas con el símbolo * son absolutamente confidenciales y para uso interno de la UNE. Todo el cuestionario está referido al ejercicio 2015 aunque no se explicita en todas las preguntas.</i></p>	
Servicio de publicaciones	1	<input type="checkbox"/>															
Secretariado de publicaciones	2	<input type="checkbox"/>															
Editorial	3	<input type="checkbox"/>															
Ediciones	4	<input type="checkbox"/>															
Otros (citar) _____	5	<input type="checkbox"/>															
<p>1.2 ¿DISPONE DE SELLO PROPIO?</p>																	
<p>Si _____ 1 <input type="checkbox"/></p> <p style="padding-left: 20px;">¿Cuántos? _____ sellos propios</p> <p>Anotar nombre/s del/los sello/s _____</p> <p>No _____ 2 <input type="checkbox"/></p>	<p><i>Se entiende por Sello Editorial al nombre o marca registrada que se utiliza para la edición.</i></p>																
<p>1.3 AÑO DE FUNDACIÓN DE LA EDITORIAL ⁽¹⁾</p>																	
<p>Año de fundación _____</p>	<p><i>(1) Fecha en que la editorial o servicio entró en funcionamiento real.</i></p>																
<p>1.4 LA EDITORIAL DEPENDE ORGANICAMENTE DEL:</p>																	
<table border="0"> <tr> <td>Rectorado</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Vicerrectorado de (citar) _____</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Otros (citar) _____</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Tiene autonomía propia</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Rectorado	1	<input type="checkbox"/>	Vicerrectorado de (citar) _____	2	<input type="checkbox"/>	Otros (citar) _____	3	<input type="checkbox"/>	Tiene autonomía propia	4	<input type="checkbox"/>	<p><i>Por regla general, cuando figuren números se marcará con una cruz a la derecha aquellos que correspondan.</i></p>				
Rectorado	1	<input type="checkbox"/>															
Vicerrectorado de (citar) _____	2	<input type="checkbox"/>															
Otros (citar) _____	3	<input type="checkbox"/>															
Tiene autonomía propia	4	<input type="checkbox"/>															
<p>1.5 LA EDITORIAL, ¿DISPONE DE REGLAMENTO? (marque con una X la opción que corresponda):</p>																	
<p>Si:</p> <p>- Sí, propio _____ 1 <input type="checkbox"/></p> <p>- Sí, estatutario ⁽²⁾ _____ 2 <input type="checkbox"/></p> <p>No _____ 3 <input type="checkbox"/></p>	<p><i>(2) Se entiende por reglamento ESTATUTARIO aquel que dimana de los estatutos de la Universidad.</i></p>																
<p>1.6 SON FUNCIONES DE LA EDITORIAL:</p>																	
<p>Editar:</p> <p>- Toda la producción universitaria _____ 1 <input type="checkbox"/></p> <p>- Parte de la producción universitaria _____ 2 <input type="checkbox"/></p> <p>Gestionar:</p> <p>- Toda la producción universitaria _____ 3 <input type="checkbox"/></p> <p>- Parte de la producción universitaria _____ 4 <input type="checkbox"/></p> <p>Coordinar:</p> <p>- Toda la producción universitaria _____ 5 <input type="checkbox"/></p> <p>- Parte de la producción universitaria _____ 6 <input type="checkbox"/></p> <p>Prestar servicios externos:</p> <p>- A la comunidad universitaria _____ 7 <input type="checkbox"/></p> <p>- Otros (citar) _____ 8 <input type="checkbox"/></p> <p>Realizar trabajos editoriales de otra índole _____ 9 <input type="checkbox"/></p> <p>Otras competencias:</p> <p>- Intercambio bibliográfico _____ 10 <input type="checkbox"/></p> <p>- Otros (citar) _____ 11 <input type="checkbox"/></p>																	

1.7 ADEMÁS DE LAS COMPETENCIAS PROPIAMENTE DE EDICIÓN, LA EDITORIAL DISPONE DE:			
Servicio de reprografía			(3) Se entiende por PROPIO aquel que depende de la EDITORIAL a efectos de funcionamiento y presupuesto.
- Propio ⁽³⁾	1	<input type="text"/>	
- Asociado	2	<input type="text"/>	
Imprenta propia	3	<input type="text"/>	
1.8 ESTÁ ASOCIADA A:			
- UNE	1	<input type="text"/>	
- IJLV	2	<input type="text"/>	
- Gremio o asociación de editores local o autonómica	3	<input type="text"/>	
- CEDRO	4	<input type="text"/>	
- Otras (citar)	5	<input type="text"/>	
1.9 ¿ESTÁ INTEGRADA EN DILVE?			
- Sí	1	<input type="text"/>	
- No	2	<input type="text"/>	
1.9.2 EN CASO AFIRMATIVO, EL RITMO DE ACTUALIZACIÓN EN DILVE ES:			
- Diario	1	<input type="text"/>	
- Semanal	2	<input type="text"/>	
- Mensual	3	<input type="text"/>	
- Menos frecuencia	4	<input type="text"/>	
1.10 ¿DISPONE DE ALGÚN CERTIFICADO DE CALIDAD (ISO, EFQM,...)?			
- Sí, ¿de qué tipo?			
- La certificación certifica toda la organización	1	<input type="text"/>	¿Cuántos? <input type="text"/> sellos ¿Cuántos? <input type="text"/> colecciones
- La certificación acredita un sello	2	<input type="text"/>	
- La certificación acredita una colección	3	<input type="text"/>	
- No	4	<input type="text"/>	
2.- Capitalización			
2.1 INDIQUE EL PRESUPUESTO GLOBAL DE FUNCIONAMIENTO (cifras en euros)			
- Año 2015		<input type="text"/>	euros
2.2 DESGLOSE DEL ANTERIOR PRESUPUESTO SEGÚN CORRESPONDA (reparto en porcentaje):			
Año 2015			
- Asignación presupuestaria de la universidad		<input type="text"/>	%
- Recursos propios		<input type="text"/>	%
- Recursos ajenos		<input type="text"/>	%
Total		<input type="text"/>	0,0 %
3.- Personal y colaboradores			
3.1 NÚMERO DE EMPLEADOS			
Personal en nómina al 31/12/15			
Funcionarios de Administración general			
- Con funciones administrativas		<input type="text"/>	nº
- Con funciones técnicas		<input type="text"/>	nº
Funcionarios de Administración especial			
- Con funciones administrativas		<input type="text"/>	nº
- Con funciones técnicas		<input type="text"/>	nº
Personal laboral			
- Con funciones administrativas		<input type="text"/>	nº
- Con funciones técnicas		<input type="text"/>	nº
Otros (citar)		<input type="text"/>	nº
TOTAL		<input type="text"/>	0,0
3.2 LA DIRECCIÓN DE LA EDITORIAL ES:			
- Técnica (PAS)	1	<input type="text"/>	
- Académica (PDI)	2	<input type="text"/>	
- Mixta (Director académico con un director técnico (permanente))	3	<input type="text"/>	

3.3 ¿DISPONE DE PERSONAL ESPECIALIZADO/DEDICADO ESPECÍFICAMENTE A PROMOCIÓN Y PRENSA?	
Sí	1
Anotar nº	
No	2
3.4 ¿DISPONE DE PERSONAL ESPECIALIZADO/DEDICADO ESPECÍFICAMENTE A MARKETING?	
Sí	1
Anotar nº	
No	2
3.5 PERSONAL NO INCLUIDO EN PLANTILLA	
- Personal eventual	nº
- Becarios	nº
- Alumnos en prácticas	nº
- Otros	nº
TOTAL	0,0
3.6 ¿CONTRATA COLABORADORES EXTERNOS, YA SEAN PARTICULARES O EMPRESAS DE SERVICIOS?	
Sí:	1
Traducción y corrección:	
- Ocasionalmente	1
- Habitualmente	2
Maquetación:	
- Ocasionalmente	3
- Habitualmente	4
Diseño:	
- Ocasionalmente	5
- Habitualmente	6
Promoción y ventas⁽⁴⁾:	
- Ocasionalmente	7
- Habitualmente	8
Otras (citar)	9
NO:	2
3.7 EN EL CASO DE QUE LA PREGUNTA ANTERIOR SEA AFIRMATIVA, INDICAR *:	
- Número de profesionales contratados en el año 2015	nº
- Coste bruto de estas retribuciones	euros

(4) Se entiende por PROMOCIÓN Y VENTAS promotores y comerciales, quedando excluidos del apartado los DISTRIBUIDORES.

3.8 ASESORAMIENTO EDITORIAL		
3.6.1 LA EDITORIAL DISPONE DE:		
- Consejo editorial estable (especificar nº de miembros)	<input type="text"/>	nº
- Consejos asesores de colecciones (especificar el nº de consejos asesores, no de los miembros que los integran)	<input type="text"/>	nº
- Direcciones unipersonales de colecciones (especificar el número de colecciones)	<input type="text"/>	nº
3.6.2 ¿PARTICIPAN DE ESTOS CONSEJOS Y DIRECCIONES EL PERSONAL TÉCNICO DE LA EDITORIAL Y / U OTROS PROFESIONALES DE LA EDICIÓN?:		
- Sí	<input type="text"/>	1
- No	<input type="text"/>	2
3.6.3 ¿CUÁL ES EL NÚMERO DE REUNIONES QUE EL CONSEJO EDITORIAL HA CELEBRADO EN 2015?:		
- Una o dos	<input type="text"/>	1
- Tres o cuatro	<input type="text"/>	2
- Más de cuatro	<input type="text"/>	3
3.6.4 ¿LA EDITORIAL SOLICITA INFORMES EXTERNOS SOBRE LOS ORIGINALES (REFEREES)?:		
- Siempre	<input type="text"/>	1
- Habitualmente	<input type="text"/>	2
- Esporadicamente	<input type="text"/>	3
- Nunca	<input type="text"/>	4
3.6.5 EN EL CASO DE QUE LA RESPUESTA ANTERIOR HAYA SIDO AFIRMATIVA ¿SE RETRIBUYEN ESTOS TRABAJOS?:		
- Sí, económicamente	<input type="text"/>	1
- Sí, otras fórmulas	<input type="text"/>	2
- No	<input type="text"/>	3
3.6.6 Y ¿EXISTE ANONIMATO EN LA REVISIÓN DE LOS MANUSCRITOS POR LOS REFEREES?:		
- Sí	<input type="text"/>	1
- No	<input type="text"/>	2
3.9 RELACIÓN CON LOS AUTORES (anotar número)		
NÚMERO DE AUTORES QUE HAN PUBLICADO EN LA EDITORIAL EN 2015 <input type="text"/> nº		
3.7.1 De ellos cuántos son:		
- Autores nuevos, publican por primera vez en esta editorial	<input type="text"/>	nº
- Autores que repiten en la editorial	<input type="text"/>	nº
3.7.2 Y cuántos son:		
- Autores de la propia universidad	<input type="text"/>	nº
- Autores de otras universidades	<input type="text"/>	nº
- Autores sin relación con la universidad	<input type="text"/>	nº
4.- Tipo de Publicaciones y / o áreas temáticas		
4.1 NÚMERO TOTAL DE TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO		
- Títulos vivos año 2015	<input type="text"/>	títulos
4.2 CLASIFICACIÓN POR TIPO DE PUBLICACIÓN DEL FONDO EDITORIAL (Títulos vivos en el año 2015)		
	Títulos vivos	
- Monografías:	<input type="text"/>	títulos
- Manuales universitarios:	<input type="text"/>	títulos
- Apuntes:	<input type="text"/>	títulos
- Revistas científicas:	<input type="text"/>	títulos
- Otros:	<input type="text"/>	títulos
4.3 VOLUMEN DE EDICIÓN ANUAL (2015)		
	Títulos editados	Ejemplares editados
Total	<input type="text"/>	<input type="text"/>
- Novedades	<input type="text"/> títulos	<input type="text"/> ejemplares
- Reediciones	<input type="text"/> títulos	<input type="text"/> ejemplares

4.4 CLASIFICACIÓN POR MATERIAS EN UNIDADES (Cifras de 2015)

	Títulos Vivos	Títulos Editados	Ejemplares Editados
	<i>anotar nº de títulos</i>	<i>anotar nº de títulos</i>	<i>anotar nº de ejemplares</i>
- Ciencias Humanas			
- Artes			
- Filosofía			
- Historia			
- Lengua y Literatura			
- Teología/Religión			
- Ciencias Sociales			
- Antropología			
- Biblioteconomía y documentación			
- Ciencias de la comunicación			
- Ciencias políticas			
- Derecho			
- Economía			
- Pedagogía y Educación			
- Psicología			
- Sociología			
- Ciencias de la Salud			
- Enfermería			
- Farmacia			
- Medicina			
- Veterinaria			
- Ciencias Experimentales y Tecnología			
- Agricultura, ganadería y pesca			
- Astronomía			
- Biología			
- Ciencias de la tierra			
- Física			
- Geografía			
- Informática y Lenguajes de programación			
- Ingenierías			
- Matemáticas			
- Medioambiente			
- Química			
- Transporte			
- Otras materias (citar)			

4.5 CLASIFICACIÓN POR LENGUAS DE EDICIÓN. (Cifras de 2015)

	Títulos Editados 2015
- Castellano:	títulos
- Catalán:	títulos
- Euskera:	títulos
- Gallego:	títulos
- Otras lenguas (Citar):	títulos
- Bilingües	títulos

4.6 SOPORTES DE EDICIÓN EN 2015

	Títulos Editados	% Sobre el Total Facturación
4.6.1 EN 2015, ESTA EDITORIAL:		
- Editó en formato papel	títulos	%
- Editó en s soporte digital / libros digitales	títulos	% (Rellenar ANEXOS)
- Editó en otros soportes (citar)	títulos	%
Total (100%)		0,0 %

4.7.A ESTA EDITORIAL PUBLICA EN RÉGIMEN DE COEDICIÓN (solo se refiere a entidades españolas):

- Con otras Universidades españolas:

- Títulos sueltos SI NO → ¿Cuántos?

- Colecciones SI NO → N° de colecciones
 → N° de títulos

- Con otras instituciones, públicas o privadas españolas:

- Títulos sueltos SI NO → ¿Cuántos?

- Colecciones SI NO → N° de colecciones
 → N° de títulos

- Con editoriales privadas españolas:

- Títulos sueltos SI NO → ¿Cuántos?

- Colecciones SI NO → N° de colecciones
 → N° de títulos

4.8.B ESTA EDITORIAL PUBLICA EN RÉGIMEN DE COEDICIÓN (solo se refiere a entidades extranjeras):

- Con otras Universidades extranjeras:

- Títulos sueltos SI NO → ¿Cuántos?

- Colecciones SI NO → N° de colecciones
 → N° de títulos

- Con otras instituciones, públicas o privadas, extranjeras:

- Títulos sueltos SI NO → ¿Cuántos?

- Colecciones SI NO → N° de colecciones
 → N° de títulos

- Con editoriales privadas extranjeras:

- Títulos sueltos SI NO → ¿Cuántos?

- Colecciones SI NO → N° de colecciones
 → N° de títulos

4.9 ¿EDITA REVISTAS?

Si:

- Sí, solo en papel 1

- Sí, tanto en papel como en digital 2

- Sí, solo en digital 3

No 4

5.- Comercialización

5.1 CIFRA DE FACTURACIÓN ANUAL EN EL MERCADO INTERIOR A PRECIOS DE TAPA, IVA INCLUIDO (en euros) Y NÚMERO DE EJEMPLARES VENDIDOS:

- Año 2015

<u>Ejemplares vendidos</u>		ejemplares	<u>Facturación</u>	€
----------------------------	--	------------	--------------------	---

5.2 DISTRIBUYA EN PORCENTAJES LA CIFRA DE FACTURACIÓN Y EL NÚMERO DE EJEMPLARES VENDIDOS EN EL 2015 SEGÚN LAS MATERIAS:

	Ejemplares vendidos nº de ejemplares	nº	Facturación Total % sobre fact. total	%
- Ciencias Humanas				
- Artes		nº		%
- Filosofía		nº		%
- Historia		nº		%
- Lengua y Literatura		nº		%
- Teología/Religión		nº		%
- Ciencias Sociales				
- Antropología		nº		%
- Biblioteconomía y documentación		nº		%
- Ciencias de la comunicación		nº		%
- Ciencias políticas		nº		%
- Derecho		nº		%
- Economía		nº		%
- Pedagogía y Educación		nº		%
- Psicología		nº		%
- Sociología		nº		%
- Ciencias de la Salud				
- Enfermería		nº		%
- Farmacia		nº		%
- Medicina		nº		%
- Veterinaria		nº		%
- Ciencias Experimentales y Técnicas				
- Agricultura, ganadería y pesca		nº		%
- Astronomía		nº		%
- Biología		nº		%
- Ciencias de la tierra		nº		%
- Física		nº		%
- Geografía		nº		%
- Informática y Lenguajes de programación		nº		%
- Ingenierías		nº		%
- Matemáticas		nº		%
- Medioambiente		nº		%
- Química		nº		%
- Transporte		nº		%
- Otras materias (citar)		nº		%

El valor de las ventas debe ser el resultado neto después de deducir las devoluciones. En todas las preguntas del apartado 5, donde figura el desglose de las ventas por materias, canales, CCAA, etc., éstas son las que figuran en 5.1 (a precio de tapa, IVA incluido y dirigidas al mercado interior). El valor de las ventas se refiere a los libros editados y vendidos con el ISBN de la editorial a la que corresponde el cuestionario. Esta indicación trata de evitar la duplicidad de las ventas cuando una editorial vende libros a otra, hay que tener en cuenta que el ISBN de la editorial que figura en los libros vendidos es el criterio recomendado cuando se hayan producido estas operaciones comerciales entre editoriales.

5.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	
A través de distribuidora:	
- Autónoma	(% s/T. Facturación)
- Nacional	%
Sin pasar por distribuidora:	
- Librerías	%
- Instituciones y bibliotecas	%
- Puntos de venta internos	%
- Ventas por correo	%
- Ventas por Web	%
- Suscripciones	%
- Ferias	%
- Otros (citar)	%
Total (100%)	0,0 %
5.4 DESCUENTO MEDIO APLICADO EN LAS VENTAS	
Descuento aplicado según los canales de comercialización:	
- A distribuidores	% descuento
- A librerías	% descuento
- A instituciones y bibliotecas	% descuento
- En los puntos de venta internos	% descuento
- En las ventas directas de la editorial (correo, web,...)	% descuento
- En ferias	% descuento
- En otros puntos (citar)	% descuento
5.5 DESGLOSE MENSUAL DE LAS VENTAS AL MERCADO EN EL AÑO 2015 A PRECIO DE TAPA, IVA INCLUIDO (citar en %)	
(% s/T. Facturación)	
- Enero	%
- Febrero	%
- Marzo	%
- Abril	%
- Mayo	%
- Junio	%
- Julio	%
- Agosto	%
- Septiembre	%
- Octubre	%
- Noviembre	%
- Diciembre	%
Total (100%)	0,0 %
5.6 ¿TIENE SU EDITORIAL DEVOLUCIONES DE LIBROS?	
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	Especificar la cifra de facturación devuelta _____ euros
5.7 ¿CONOCE SU EDITORIAL EL PERFIL DE SUS CLIENTES?	
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	Especificar en qué porcentaje lo conoce _____ %
Distribuya en porcentaje según los clientes finales	
- Estudiantes	%
- Docentes/investigadores	%
- Público en general	%
- Otros (citar)	%

6.- Promoción y Publicidad

6.1 DATOS SOBRE GASTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD EN 2015

	Inversión en el 2015
- Material impreso	%
- Publicidad en prensa y revistas profesionales	%
- Participación en ferias	%
- Publicidad en otros medios informativos	%
- Presentaciones	%
- Participación en Asociaciones Profesionales (UNE, FGEE...)	%
- Redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, ...)	%
- Otros (citar)	%
Total (100%)	0,0 %

6.2 ¿CUÁNTOS ACTOS DE PRESENTACIONES DE LIBROS EN TOTAL REALIZÓ EN 2015?

- Ninguno	1
- Menos de 5	2
- Entre 5 y 10	3
- Entre 11 y 20	4
- Más de 20	5

6.3 ¿LA EDITORIAL TIENE BLOG O PERFIL EN ALGUNA RED SOCIAL? (respuesta múltiple)

- Blog	1
- Perfil en Facefook	2
- Perfil en Twitter	3
- Perfil en LinkedIn	4
- Otros (citar)	5

7.- Derechos de Autor y compra-venta de derechos

7.1 CUANTÍA DE LOS PAGOS REALIZADOS EN CONCEPTO DE DERECHOS DE AUTOR (cifras en euros)

Su editorial realiza los pagos por derechos de autor (reparto en porcentaje):

- En especie/libros	%
- En metálico	%

Si los realiza en metálico indicar la cuantía de los mismos:

(Se deben incluir tanto los derechos de autor individuales como los colectivos)

Cuantía de los pagos por Derechos de Autor:	euros
Autores españoles:	euros
Autores extranjeros:	euros
Cuantía de los pagos por compra de otros derechos:	euros

7.2 SI LA EDITORIAL VENDE O CEDE DERECHOS A OTRAS EDITORIALES:

Ingresos por venta de Derechos de Autor gestionados por la editorial	euros
Ingresos por venta de derechos propios:	euros
→ A cuántos títulos corresponden dichos ingresos	títulos

7.3 SI LA EDITORIAL COMPRA DERECHOS A OTRAS EDITORIALES:

Gastos por la compra de derechos de autor a otras editoriales:	euros
→ A cuántos títulos corresponden dichos gastos	títulos

7.4 CUANTÍA DE LOS PAGOS REALIZADOS EN CONCEPTO DE DERECHOS DE TRADUCCIÓN (cifra en euros)

año 2015	euros
----------	-------

7.5 CUANTÍA DE LOS INGRESOS OBTENIDOS EN CONCEPTO DE DERECHOS DE TRADUCCIÓN (cifra en euros)

año 2015	euros
----------	-------

8.- Intercambio																
8.1 ¿MANTIENE SU INSTITUCIÓN ACUERDO DE INTERCAMBIO CON OTRAS INSTITUCIONES?																
<p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></p> <p>Indicar el tipo de publicaciones que se intercambian (marcar con una x)</p> <table border="0"> <tr> <td>- Monografías:</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px;"></td> </tr> <tr> <td>- Manuales universitarios:</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px;"></td> </tr> <tr> <td>- Publicaciones periódicas:</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px;"></td> </tr> <tr> <td>- Libros digitales:</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px;"></td> </tr> <tr> <td>- Revistas digitales:</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">5</td> <td style="width: 20px;"></td> </tr> </table> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p style="text-align: center;"><i>EN EL CASO DE QUE LA PREGUNTA ANTERIOR HAYA SIDO AFIRMATIVA RESPONDER LAS PREGUNTAS SIGUIENTES:</i></p>		- Monografías:	1		- Manuales universitarios:	2		- Publicaciones periódicas:	3		- Libros digitales:	4		- Revistas digitales:	5	
- Monografías:	1															
- Manuales universitarios:	2															
- Publicaciones periódicas:	3															
- Libros digitales:	4															
- Revistas digitales:	5															
8.2 INSTITUCIONES CON LAS QUE MANTIENE ACUERDO DE INTERCAMBIO (citar número de instituciones)																
<p>· Año 2015</p> <table border="0"> <tr> <td>- Universidades españolas</td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px;"></td> <td>nº de universidades</td> </tr> <tr> <td>- Universidades extranjeras</td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px;"></td> <td>nº de universidades</td> </tr> <tr> <td>- Otras instituciones</td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px;"></td> <td>nº de instituciones</td> </tr> </table>		- Universidades españolas		nº de universidades	- Universidades extranjeras		nº de universidades	- Otras instituciones		nº de instituciones						
- Universidades españolas		nº de universidades														
- Universidades extranjeras		nº de universidades														
- Otras instituciones		nº de instituciones														
8.3 VALOR DE LOS EJEMPLARES ENVIADOS POR INTERCAMBIO A PRECIO DE TAPA (IVA INCLUIDO) (cifras en euros)																
<p>· Año 2015</p> <table border="0"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px;"></td> <td>euros</td> </tr> </table>			euros													
	euros															
8.4 NÚMERO DE EJEMPLARES ENVIADOS POR INTERCAMBIO:																
<p>· Año 2015</p> <table border="0"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px;"></td> <td>nº de ejemplares</td> </tr> </table>			nº de ejemplares													
	nº de ejemplares															
8.5 VALOR DE LOS EJEMPLARES RECIBIDOS POR INTERCAMBIO A PRECIO DE TAPA (IVA INCLUIDO) (cifras en euros)																
<p>· Año 2015</p> <table border="0"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px;"></td> <td>euros</td> </tr> </table>			euros													
	euros															
8.6 NÚMERO DE EJEMPLARES RECIBIDOS POR INTERCAMBIO:																
<p>· Año 2015</p> <table border="0"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px;"></td> <td>nº de ejemplares</td> </tr> </table>			nº de ejemplares													
	nº de ejemplares															
8.7 CASO DE QUE EXISTA INTERCAMBIO DE REVISTAS, NÚMERO DE REVISTAS QUE SE RECIBEN POR INTERCAMBIO																
<p>· Año 2015</p> <table border="0"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 50px;"></td> <td>nº de revistas</td> </tr> </table>			nº de revistas													
	nº de revistas															

ANEXO I: EDICIÓN DIGITAL					
<i>Este anexo debe ser rellenado sólo por las editoriales que ha realizado alguna acción en el mundo digital (digitalización o transformación de formatos, comercialización de obras en versión digital, etc.) en el 2015</i>					
Indique el número total de títulos del fondo de catálogo que tiene digitalizados, el de títulos editados en formato digital y el					
A.1.1 de títulos comercializados en dicho formato por su editorial en 2015. Por último indique la facturación por venta y ejemplares vendidos de libros en dicho formato					
	A.3.1.1. Títulos vivos en catálogo	A.3.1.2. Títulos editados	A.3.1.3. Títulos comercializados	A.3.1.4. Facturación por edición digital (x1.000€)	A.3.1.5. Ejemplares vendidos
Total					
A.1.2 De los títulos digitales editados en 2015 (desglose en %)					
					% s/títulos digitales editados
1. Se editan únicamente en formato digital					
2. Se editan tanto en formato digital como en papel					
Total (100%)					0,0
A.1.3 De los títulos digitales editados en 2015 (desglose en %)					
					% s/títulos digitales editados
1. Edición en digital es igual que la edición en papel					
2. Edición en digital tiene contenidos adicionales (citar contenidos adicionales)					
Total (100%)					0,0
A.1.4 Indique los formatos en los que están sus obras digitales (desglose en %). Respuesta múltiple					
					% s/títulos digitales editados
1.	PDF				
2.	ePub				
3.	MobiPocket genérico				
4.	MobiPocket para Kindle				
5.	Formatos para pizarra digital				
6.	Otros (citar)				

A.1.5 Desglose por materias de la cifra de facturación por libros comercializados en formato digital

	% s/facturación por edición digital
- Ciencias Humanas	
- Artes	%
- Filosofía	%
- Historia	%
- Lengua y Literatura	%
- Teología/Religión	%
- Ciencias Sociales	
- Antropología	%
- Biblioteconomía y documentación	%
- Ciencias de la comunicación	%
- Ciencias políticas	%
- Derecho	%
- Economía	%
- Pedagogía y Educación	%
- Psicología	%
- Sociología	%
- Ciencias de la Salud	
- Enfermería	%
- Farmacia	%
- Medicina	%
- Veterinaria	%
- Ciencias Experimentales y Técnicas	
- Agricultura, ganadería y pesca	%
- Astronomía	%
- Biología	%
- Ciencias de la tierra	%
- Física	%
- Geografía	%
- Informática y Lenguajes de programación	%
- Ingenierías	%
- Matemáticas	%
- Medioambiente	%
- Química	%
- Transporte	%
- Otras materias (citar)	%
Total (100%)	0,0 %

A.1.6 Desglose por zonas de la cifra de facturación por operaciones digitales, según destino de las ventas de obras digitales

Zonas	% s/facturación por edición digital
1. España	%
2. Unión Europea	%
3. Latinoamérica	%
4. Estados Unidos	%
5. Asia	%
6. Resto países (citar)	%
Total (100%)	0,0

A.1.7 Indique los canales de distribución /venta por libros comercializados en formato digital (desglose en %)

	% s/facturación por edición digital
1. Venta directa desde la web de la editorial	%
2. Venta a través de plataformas específicas de distribución digital (e-distribuidores)	0,0 %
<i>Plataforma creada por la propia editorial</i>	%
<i>Plataforma conjunta con otras editoriales</i>	%
<i>Plataformas genéricas y otras Plataformas</i>	0,0 %
Amazon	%
Casa del libro	%
Google Play	%
App Store	%
UNEBOOK	%
<i>Otras plataformas (indique cuales)</i>	%
3. Venta por medio de librerías	%
4. Otros canales (citar)	%
Total (100%)	0,0 %

ANEXO II: DESARROLLO TECNOLÓGICO

A.2.1 ¿Ha implementado la editorial en los últimos cinco años algún desarrollo tecnológico? En su caso, indicar:

SI

Indicar el tipo de desarrollos tecnológicos (marcar con una x)

- | | | |
|--|---|--------------------------|
| - Plataforma/Portal de e-commerce | 1 | <input type="checkbox"/> |
| - Otro tipo de web comercial (anotar) | 2 | <input type="checkbox"/> |
| - Plataforma/Portal digital de gestión y edición de revistas con OJS | 3 | <input type="checkbox"/> |
| - Plataforma/Portal digital de gestión y edición de libros con OMP | 4 | <input type="checkbox"/> |
| - Otro tipo de Plataforma/Portal digital (anotar) | 5 | <input type="checkbox"/> |

NO

EN EL CASO DE QUE LA PREGUNTA ANTERIOR HAYA SIDO AFIRMATIVA RESPONDER LAS PREGUNTAS SIGUIENTES:

A.2.2 Estos desarrollos tecnológicos:

- | | | |
|---|---|--------------------------|
| - Fue/ron implementado/s en su totalidad con recursos propios de la universidad (tipo ATIC) | 1 | <input type="checkbox"/> |
| - Fue/ron implementado/s recurriendo mayoritariamente a empresas externas especializadas | 2 | <input type="checkbox"/> |

A.2.3 El mantenimiento del/os desarrollo/s tecnológicos:

- | | | |
|---|---|--------------------------|
| - Lo desempeña personal propio de la editorial a tiempo completo | 1 | <input type="checkbox"/> |
| - Lo desempeña personal propio de la editorial a tiempo parcial | 2 | <input type="checkbox"/> |
| - Lo desempeña personal ajeno a la editorial pero de la misma Universidad | 3 | <input type="checkbox"/> |
| - Lo desempeña personal de una empresa privada | 4 | <input type="checkbox"/> |

A.2.4 Analítica-Métrica Web

A.2.4.1 ¿Esta la web /portal / plataforma de la editorial conectado a alguna herramienta de analítica / métrica web?

- | | | |
|------|---|--------------------------|
| - Sí | 1 | <input type="checkbox"/> |
| - No | 2 | <input type="checkbox"/> |

EN CASO AFIRMATIVO

A.2.4.2 ¿Dedica la editorial alguna actividad / tiempo laboral a analítica / métrica web?

- | | | |
|------|---|--------------------------|
| - Sí | 1 | <input type="checkbox"/> |
| - No | 2 | <input type="checkbox"/> |

A.2.4.3 ¿Usa la editorial Onix como formato estándar de metadatos?

- | | | |
|------------------------------|---|--------------------------|
| - Sí | 1 | <input type="checkbox"/> |
| - No ¿Cuál utiliza? (Anotar) | 2 | <input type="checkbox"/> |

A.2.5 Identificador Digital

A.2.5.1 ¿La editorial aplica a sus productos digitales algún tipo de identificador?

- | | | |
|----------------|---|--------------------------|
| - Sí | | |
| DOI (CrossRef) | 1 | <input type="checkbox"/> |
| DOI (MEDRA) | 2 | <input type="checkbox"/> |
| Handle | 3 | <input type="checkbox"/> |
| Otro (anotar) | 4 | <input type="checkbox"/> |
| - No | 5 | <input type="checkbox"/> |

EN CASO AFIRMATIVO

A.2.5.2 El identificador digital se aplica:

- | | | |
|---|---|--------------------------|
| - a libros completos | 1 | <input type="checkbox"/> |
| - a capítulos de libros | 2 | <input type="checkbox"/> |
| - a artículos de revistas | 3 | <input type="checkbox"/> |
| - a libros y/o revistas comerciales | 4 | <input type="checkbox"/> |
| - a libros y/o revistas de acceso abierto | 5 | <input type="checkbox"/> |

A.2.6 Política definida de acceso abierto

A.2.6.1 ¿Dispone la editorial de una política definida de acceso abierto?

- Sí, y es accesible desde la web de la editorial

1	
---	--
- Sí, pero no es accesible desde la web de la editorial

2	
---	--
- No

3	
---	--

A.2.6.2 En cualquier caso, y aun sin disponer de una política definida de acceso abierto

¿Practica la editorial edición en acceso abierto?

- Sí

1	
---	--
- No

2	
---	--

EN CASO AFIRMATIVO

A.2.6.3 Por favor, indicar el número actual de:

- Libros digitales en acceso abierto

		nº
--	--	----
- Revistas digitales en acceso abierto

		nº
--	--	----
- Libros digitales en acceso abierto con embargo comercial

		nº
--	--	----
- Revistas digitales en acceso abierto con embargo comercial

		nº
--	--	----

A.2.6.4 La producción digital en acceso abierto de la editorial:

- Se ofrece sólo en la web de la editorial

1	
---	--
- Se comparte entre la web de la editorial y el repositorio general de la Universidad

2	
---	--
- Se ofrece solo en el repositorio general de la Universidad

3	
---	--

Muchas gracias por su colaboración.