

LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS EN CIFRAS 2017

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	8
ASPECTOS TÉCNICOS Y METODOLÓGICOS DEL ESTUDIO	9
ÁMBITO DEL ESTUDIO	9
FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN	9
LA EMPRESA EDITORIAL EN EL 2017	10
TIPO DE EDITORIAL.....	10
<i>Año de fundación</i>	11
<i>La editorial depende orgánicamente de</i>	11
<i>Reglamento de la editorial</i>	13
<i>Funciones de la editorial</i>	14
<i>Equipamiento de la editorial</i>	16
<i>Grado de Asociación</i>	17
<i>Integración en DILVE</i>	18
<i>Certificado de calidad</i>	20
<i>Presupuesto global de funcionamiento</i>	20
PERSONAL Y COLABORADORES	23
<i>Número de empleados</i>	23
<i>Personal dedicado</i>	25
<i>Personal no incluido en plantilla</i>	25
<i>Dirección de la editorial</i>	26
<i>Colaboradores profesionales externos</i>	28
<i>Asesoramiento editorial</i>	30
<i>Relación con los autores</i>	34
LA EDICIÓN	35
PRODUCCIÓN EDITORIAL POR MATERIAS	37
LENGUAS DE EDICIÓN	40
COEDICIÓN	42
EDICIÓN DE REVISTAS	44
TÍTULOS EN CATÁLOGO	44
LA VENTA DE LIBROS EN EL MERCADO INTERIOR	46
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	50
DESCUENTO EN LA VENTA DE LIBROS	51

DEVOLUCIÓN ANUAL DE LIBROS	52
LA EDICIÓN DIGITAL.....	53
PERFIL DE LOS CLIENTES.....	57
DERECHOS DE AUTOR.....	58
ACUERDOS DE INTERCAMBIO CON OTRAS INSTITUCIONES	59
ACUERDOS DE INTERCAMBIO	59
VALOR DE LOS EJEMPLARES INTERCAMBIADOS.....	60
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	61
DESARROLLO TECNOLÓGICO	63
ANALÍTICA – MÉTRICA WEB	64
IDENTIFICADOR DIGITAL.....	65
POLÍTICA DEFINIDA DE ACCESO ABIERTO	66
RESUMEN DE DATOS ESTADÍSTICOS	67
EL COMERCIO INTERIOR DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS.....	67
PRODUCCIÓN EDITORIAL:	68
CIFRA DE FACTURACIÓN:	69
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN:	69
INVERSIÓN EN PUBLICIDAD	69
VARIACIÓN DE LAS PRINCIPALES MAGNITUDES:	70
COMERCIO INTERIOR DEL LIBRO DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS 2017	70
EVOLUCIÓN DESDE 2000	71
CUESTIONARIO UTILIZADO.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. AÑO DE FUNDACIÓN	11
TABLA 2. LA EDITORIAL DEPENDE ORGÁNICAMENTE DE.....	11
TABLA 3. REGLAMENTO DE LA EDITORIAL.....	13
TABLA 4. FUNCIONES DE LA EDITORIAL (<i>RESPUESTA MÚLTIPLE</i>)	14
TABLA 5. INFRAESTRUCTURA. LA EDITORIAL DISPONE DE.....	16
TABLA 6. LA EDITORIAL ESTÁ ASOCIADA A.....	17
TABLA 7. RITMO ACTUALIZACIÓN EN DILVE.....	19
TABLA 8. CERTIFICADOS DE CALIDAD.....	20
TABLA 9. PRESUPUESTO GLOBAL DE FUNCIONAMIENTO	20
TABLA 10. NÚMERO DE EMPLEADOS.....	23
TABLA 11. PERSONAL DEDICADO ESPECÍFICAMENTE A PROMOCIÓN Y PRENSA.....	25
TABLA 12. PERSONAL DEDICADO ESPECÍFICAMENTE A MARKETING	25
TABLA 13. PERSONAL NO INCLUIDO EN PLANTILLA	25
TABLA 14. DIRECCIÓN DE LA EDITORIAL	26
TABLA 15. COLABORADORES PROFESIONALES EXTERNOS	28
TABLA 16. TIPO DE COLABORADORES (<i>RESPUESTA MÚLTIPLE</i>)	28
TABLA 17. ASESORAMIENTO EDITORIAL. LA EDITORIAL DISPONE DE.....	31
TABLA 18. PARTICIPACIÓN DEL ASESORAMIENTO EDITORIAL.....	31
TABLA 19. SOLICITUD DE INFORMES EXTERNOS SOBRE LOS ORIGINALES.....	32
TABLA 20. RETRIBUCIÓN DE LOS INFORMES EXTERNOS SOBRE LOS ORIGINALES	33
TABLA 21. ANONIMATO EN LA REVISIÓN DE LOS MANUSCRITOS POR LOS REFEREES	33
TABLA 22. RELACIÓN CON LOS AUTORES.....	34
TABLA 23. TÍTULOS EDITADOS, EJEMPLARES PRODUCIDOS Y TIRADA MEDIA.....	35
TABLA 24. NOVEDADES Y REEDICIONES	35
TABLA 25. TÍTULOS EDITADOS POR MATERIAS.....	37
TABLA 26. EJEMPLARES PRODUCIDOS POR MATERIAS.....	37
TABLA 27. TIRADA MEDIA POR MATERIAS	38
TABLA 28. EDICIÓN DE LIBROS EN LAS DISTINTAS LENGUAS.....	40
TABLA 29. Nº DE TÍTULOS EDITADOS EN DISTINTAS LENGUAS.....	41
TABLA 30. SOPORTE DE EDICIÓN: TÍTULOS EDITADOS.....	41
TABLA 31. SOPORTE DE EDICIÓN: FACTURACIÓN	41
TABLA 32. PUBLICACIONES EN RÉGIMEN DE COEDICIÓN. ENTIDADES ESPAÑOLAS	42
TABLA 33. PUBLICACIONES EN RÉGIMEN DE COEDICIÓN. ENTIDADES EXTRANJERAS	43
TABLA 34. EDICIÓN DE REVISTAS.....	44
TABLA 35. TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO.....	44
TABLA 36. TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO POR MATERIAS	45
TABLA 37. TIPOS DE PUBLICACIONES	45
TABLA 38. FACTURACIÓN POR MATERIAS (EN EUROS).....	46
TABLA 39. EJEMPLARES VENDIDOS POR MATERIAS.....	47

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

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. DISPONIBILIDAD DE SELLO PROPIO.....	10
GRÁFICO 2. DENOMINACIONES DE LAS EDITORIALES (%).....	10
GRÁFICO 3. LA EDITORIAL DEPENDE ORGÁNICAMENTE DE... (%).....	11
GRÁFICO 4. REGLAMENTO DE LA EDITORIAL (%).....	13
GRÁFICO 5. LA EDITORIAL DISPONE DE.....	16
GRÁFICO 6. NIVEL DE ASOCIACIÓN.....	18
GRÁFICO 7. INTEGRACIÓN EN DILVE.....	18
GRÁFICO 8. RITMO ACTUALIZACIÓN EN DILVE (%).....	19
GRÁFICO 9. PRESUPUESTO GLOBAL DE FUNCIONAMIENTO (EN PORCENTAJE).....	21
GRÁFICO 10. PRESUPUESTO GLOBAL DE FUNCIONAMIENTO (ÚLTIMOS DIEZ AÑOS).....	21
GRÁFICO 11. PRESUPUESTO PARA LA ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA UNIVERSIDAD (ÚLTIMOS DIEZ AÑOS).....	22
GRÁFICO 12. PRESUPUESTO PARA RECURSOS PROPIOS (ÚLTIMOS DIEZ AÑOS).....	22
GRÁFICO 13. PRESUPUESTO PARA RECURSOS AJENOS (ÚLTIMOS DIEZ AÑOS).....	22
GRÁFICO 14. EMPLEOS POR TIPOS DE ACTIVIDAD (%).....	24
GRÁFICO 15. EMPLEOS POR TIPO DE ACTIVIDAD (DESGLOSADO) (%).....	24
GRÁFICO 16. PERSONAL NO INCLUIDO EN PLANTILLA (%).....	26
GRÁFICO 17. DIRECCIÓN DE LA EDITORIAL.....	26
GRÁFICO 18. EDITORIALES QUE UTILIZAN COLABORADORES EXTERNOS. TIPO DE COLABORADORES (%)...30	30
GRÁFICO 19. PARTICIPACIÓN DEL ASESORAMIENTO EDITORIAL (%).....	32
GRÁFICO 20. EDITORIALES QUE SOLICITAN INFORMES EXTERNOS SOBRE LOS ORIGINALES.....	32
GRÁFICO 21. NOVEDADES Y REEDICIONES: TÍTULOS EDITADOS.....	36
GRÁFICO 22. NOVEDADES Y REEDICIONES: EJEMPLARES PRODUCIDOS.....	36
GRÁFICO 23. NOVEDADES Y REEDICIONES: TIRADA MEDIA.....	36
GRÁFICO 24. TÍTULOS EDITADOS POR MATERIAS (%).....	38
GRÁFICO 25. EJEMPLARES EDITADOS POR MATERIAS (%).....	39
GRÁFICO 26. TIRADA MEDIA POR MATERIAS.....	39
GRÁFICO 27. TÍTULOS EDITADOS EN LAS DISTINTAS LENGUAS (%).....	41
GRÁFICO 28. TÍTULOS VIVOS POR MATERIAS (%).....	45
GRÁFICO 29. TIPOS DE PUBLICACIONES (%).....	46
GRÁFICO 30. FACTURACIÓN POR MATERIAS (%).....	47
GRÁFICO 31. EJEMPLARES VENDIDOS POR MATERIAS (%).....	49
GRÁFICO 32. VENTAS POR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN (%).....	51
GRÁFICO 33. GASTOS EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD (%).....	62
GRÁFICO 34. CONEXIÓN DE LA WEB/PORTAL/PLATAFORMA A ALGUNA HERRAMIENTA DE ANALÍTICA O MÉTRICA WEB.....	64
GRÁFICO 35. DEDICACIÓN A LA ANALÍTICA O MÉTRICA WEB.....	64
GRÁFICO 36. EVOLUCIÓN DESDE EL AÑO 2000.....	71

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 17 años, se han realizado modificaciones y mejoras, tanto en la metodología como en el contenido del cuestionario, que han ayudado a avanzar y profundizar en el conocimiento de dicho mercado. El anterior estudio se realizó en 2015, por lo que en el presente informe veremos la evolución tanto de los últimos 2 años (comparando los resultados con 2015) como la evolución en los últimos 10 años (respecto de 2007). 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 2017: 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.

Una edición más, queremos expresar nuestro agradecimiento a las editoriales que han facilitado la información solicitada en el cuestionario. También queremos agradecer la colaboración prestada por la Unión de Editoriales Universitarias Españolas cuya participación y cooperación ha sido fundamental para llevar a buen término el estudio.

ASPECTOS TÉCNICOS Y METODOLÓGICOS DEL ESTUDIO

ÁMBITO DEL ESTUDIO

El universo 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 2017.

Universo y muestra

- El informe incluye sólo a las editoriales universitarias asociadas a la UNE con actividad editorial en 2017.
- El cuestionario base de la investigación se envió a un total de 70 editoriales universitarias.
- La colaboración de las editoriales ha sido muy elevada, 58 de ellas (el 83%) 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: 70 editoriales universitarias.

Tamaño de la muestra: 58 cuestionarios

Error muestral: El error resultante es: 5,48% ⁽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: Auto cumplimentado

Fechas trabajo de campo: Del 5 de febrero al 21 de mayo de 2018.

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

LA EMPRESA EDITORIAL EN EL 2017

TIPO DE EDITORIAL

De las 70 editoriales universitarias que componen el universo de estudio, la mayoría (86,0%) cuentan con un servicio de publicaciones con sello propio.

Gráfico 1. Disponibilidad de sello propio

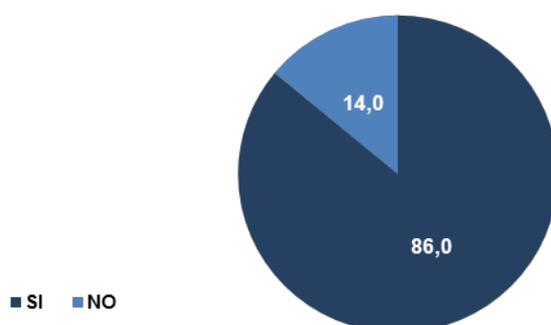
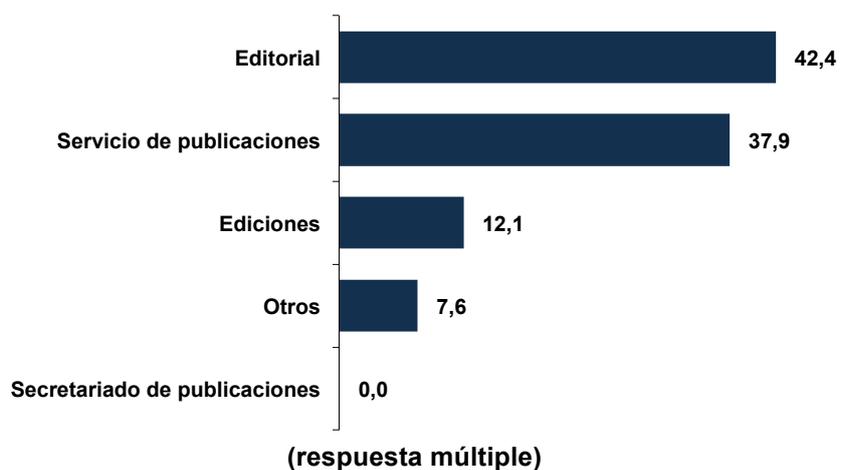


Gráfico 2. Denominaciones de las editoriales (%)



Las editoriales universitarias se definen así mismas como entidades dedicadas principalmente a la publicación (37,9%) pero también como servicios de ediciones (12,1%)*

* Hay que destacar que en este caso una misma editorial puede denominarse de varias formas diferentes.

AÑO DE FUNDACIÓN

Más de la mitad de las editoriales universitarias han sido fundadas a partir del año 1980 (57,9%), si bien el mayor aumento en el número de estas entidades se da a partir de los años 90.

Tabla 1. Año de fundación

	Año 2007	Año 2010	Año 2015	Año 2017	
	59 editoriales	63 editoriales	67 editoriales	Nº de editoriales	%
TOTAL	100%	100%	100%	70	100
Antes de 1970	20,3	20,6	26,9	18	26,3
De 1971 a 1980	22,0	20,6	14,9	11	15,8
De 1981 a 1990	27,1	25,4	20,9	14	19,3
Posterior a 1990	30,5	33,3	37,3	27	38,6

LA EDITORIAL DEPENDE ORGÁNICAMENTE DE...

De las 70 editoriales: 44 (el 63,2%) dependen orgánicamente de algún Vicerrectorado, 2 (3,5%) tienen autonomía propia, 4 (5,3%) dependen del Rectorado, y 20 editoriales (el 28,1%) dependen de algún otro organismo.

Gráfico 3. La editorial depende orgánicamente de... (%)

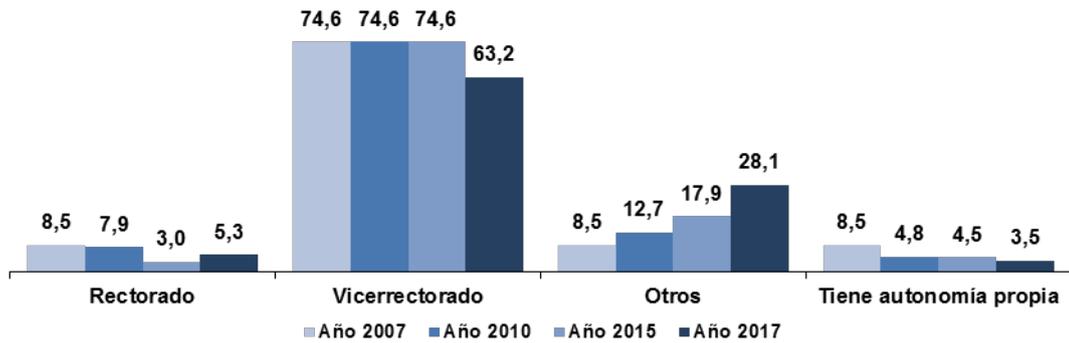


Tabla 2. La editorial depende orgánicamente de...

	Año 2007		Año 2010		Año 2015		Año 2017	
	Número de editoriales	%						
TOTAL	59	100	63	100	67	100	70	100
Rectorado	5	8,5	5	7,9	2	3	4	5,3

Vicerrectorado	44	74,6	47	74,6	50	74,6	44	63,2
Otros	5	8,5	8	12,7	12	17,9	20	28,1
Tiene autonomía propia	5	8,5	3	4,8	3	4,5	2	3,5

Dependencia de los vicerrectorados

A continuación, se detalla de qué Vicerrectorados dependen los servicios editoriales de las 44 Universidades citadas:

- 13 del Vicerrectorado de Extensión Universitaria, Cultura y Deporte
- 13 del Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo y/o Innovación.
- 2 del Vicerrectorado de Tecnología de la información y servicios universitarios.
- 2 del Vicerrectorado de Comunicación.
- 1 del Vicerrectorado Internacional.
- 1 del Vicerrectorado de Euskera.
- 2 del Vicerrectorado Institucional.
- 1 del Vicerrectorado del Profesorado.
- 1 del Vicerrectorado de Responsabilidad Social.
- 1 del Vicerrectorado de Planificación y Economía
- 2 del Vicerrectorado de Estudiantes.
- 5 no citan el Vicerrectorado al que pertenecen.

REGLAMENTO DE LA EDITORIAL

El 59,6% de las editoriales (42 editoriales) tiene reglamento propio para su departamento editorial. 12 editoriales (el 17,5%) tendrían un reglamento estatutario, y el 22,8% (16 editoriales) no dispone de ningún reglamento.

Gráfico 4. Reglamento de la editorial (%)

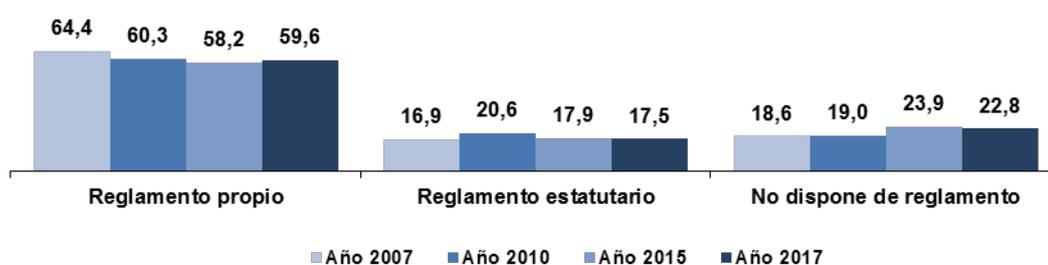


Tabla 3. Reglamento de la editorial

	2007		2010		2015		2017	
	Número de editoriales	%	Número de editoriales	%	Número de editoriales	%	Nº de editoriales	%
TOTAL	59	100	63	100	67	100	70	100
Reglamento propio	38	64,4	38	60,3	39	58,2	42	59,6
Reglamento estatutario	10	16,9	13	20,6	12	17,9	12	17,5
No dispone de reglamento	11	18,6	12	19,0	16	23,9	16	22,8

FUNCIONES DE LA EDITORIAL

Las funciones de los servicios editoriales de las Universidades españolas son diversas, y van desde la edición y gestión de la producción universitaria hasta la prestación de servicios externos:

- Estas entidades realizan la edición de toda la producción universitaria en el 35,1% de los casos (25 editoriales) o parte de esta en el 64,9% (que equivale a 46 editoriales).
- Además, la mayoría de ellas lleva a cabo la gestión de la producción: el 94,7% de las editoriales, gestiona toda (25 editoriales) o parte (42 editoriales) de la producción universitaria.
- La labor de la coordinación de la producción universitaria es realizada por casi 9 de cada 10: 22 coordinan toda la producción y 41 solo parte de ella.
- Por otro lado, 8 de cada 10 también prestan servicios externos, la mayoría de ellos a la misma comunidad universitaria (48 editoriales) y el resto a otros autores, instituciones y universidades externos (9 editoriales).
- Además, hay 16 editoriales (el 22,8% del total) que también realizan trabajos de otra índole.
- Por último, 7 de cada 10 editoriales universitarias se dedican también a otras competencias como la gestión del ISBN institucional, la promoción editorial o el intercambio bibliográfico.

Tabla 4. Funciones de la editorial (respuesta múltiple)

Nº de editoriales	2007	% s/total	2010	% s/total	2015	% s/total	2017	% s/total
Editar:	59	100	63	100	67	100	70	100
Toda la producción universitaria	18	30,5	21	33,3	22	32,8	25	35,1
Parte de la producción universitaria	41	69,5	42	66,7	45	67,2	46	64,9
Gestionar:	52	88,1	52	82,5	59	88,1	67	94,7
Toda la producción universitaria	18	30,5	18	28,6	22	32,8	25	35,1
Parte de la producción universitaria	34	57,6	34	54	37	55,2	42	59,6
Coordinar:	41	69,5	47	74,6	57	85,1	63	89,5
Toda la producción universitaria	18	30,5	17	27	22	32,8	22	31,6
Parte de la producción universitaria	23	39	30	47,6	35	52,2	41	57,9
Prestar servicios externos:	42	71,2	44	69,8	52	77,6	57	80,7
A la comunidad universitaria	35	59,3	39	61,9	39	58,2	48	68,4
A otros: autores, instituciones y universidades externos	7	11,9	5	7,9	13	19,4	9	12,3
Realizar trabajos editoriales de otra índole	5	8,5	10	15,9	12	17,9	16	22,8
Otras competencias: Gestión ISBN institucional; Promoción editorial; Guías, folletos y programas; Intercambio bibliográfico...	43	72,9	47	74,6	57	85,1	50	71,9

EQUIPAMIENTO DE LA EDITORIAL

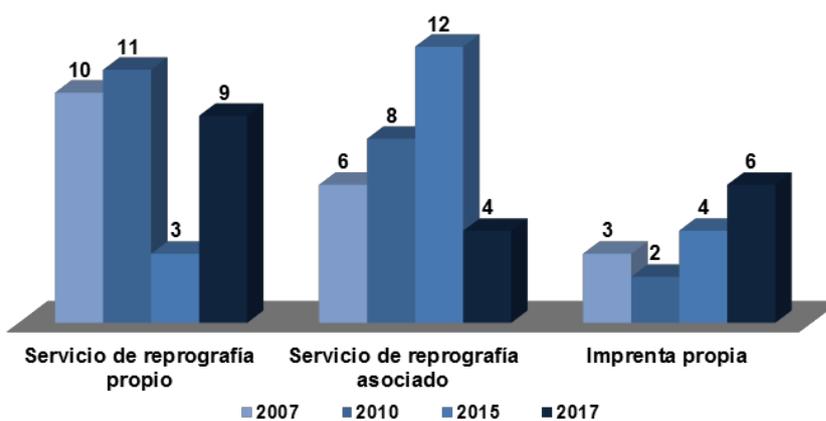
Tan sólo 13 de las 70 editoriales (17,6%) disponen de servicio de reprografía, bien propio o asociado. Y 6 editoriales (8,8%) tienen su propia imprenta.

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

Número de editoriales	2007	% s/total	2010	% s/total	2015	% s/total	2017	% s/total
Servicio de reprografía propio	10	16,9	11	17,5	3	4,5	9	12,3
Servicio de reprografía asociado	6	10,2	8	12,7	12	17,9	4	5,3
Imprenta propia	3	5,1	2	3,2	4	6	6	8,8
Librería propia asociada a la editorial*	-	-	-	-	-	-	15	21,1
Ninguno de estos servicios*	-	-	-	-	-	-	46	64,9

* Nueva opción de respuesta en 2017

Gráfico 5. La editorial dispone de...



GRADO DE ASOCIACIÓN

Todas las editoriales que componen el universo de este estudio están asociadas a otras entidades, instituciones y asociaciones de editores además de formar parte de la Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE).

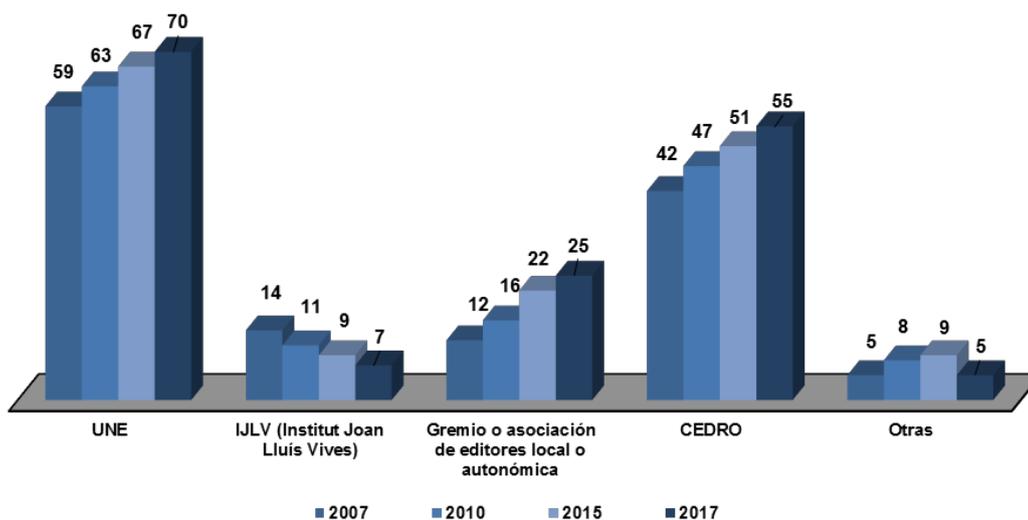
- 55 a CEDRO.
- 25 a asociaciones de editores locales o autonómicas.
- 7 a IJLV.
- 5 a otro tipo de asociaciones.

Tabla 6. La editorial está asociada a...

(respuesta múltiple)

	2007	2010	2015	2017	Dif. 2017/2015
TOTAL	59	63	67	70	3,0
UNE	59	63	67	70	3
IJLV (Institut Joan Lluís Vives)	14	11	9	7	-2
Gremio o Asociación de Editores Local o Autonómica	12	16	22	25	3
CEDRO	42	47	51	55	4
Otras	5	8	9	5	-4
AEC (ASOCIACION EDITORIALES CATOLICOS)	1	0	0	0	0
APPEC, ARCE	1	2	1	0	-1
AFPU-DIFUSIÓN (FRANCIA)	0	0	0	0	0
DILVE	2	6	6	0	-6
G9 EDICIONES	-	-	1	0	-1
CAMBRA DEL LLIBRE DE CATALUNYA	-	-	1	0	-1
Genuine Ediciones	-	-	-	1	1
Publishers International Linking Association (PILA)	-	-	-	2	2
CrossRef, Open Education Consortium, SPARC	-	-	-	2	2

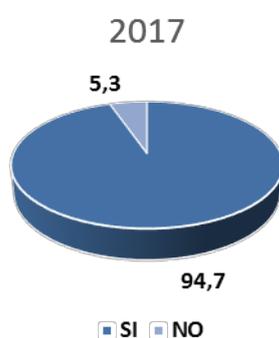
Gráfico 6. Nivel de asociación



INTEGRACIÓN EN DILVE

La inmensa mayoría de las editoriales universitarias (94,7%) forman parte de DILVE para la gestión y distribución de información bibliográfica y comercial del libro.

Gráfico 7. Integración en DILVE



Las editoriales que realizan la actualización en DILVE el 61,1% lo hacen de manera diaria o semanal, mientras que más de un tercio actualizan con una frecuencia mensual o inferior.

Gráfico 8. Ritmo actualización en DILVE (%)

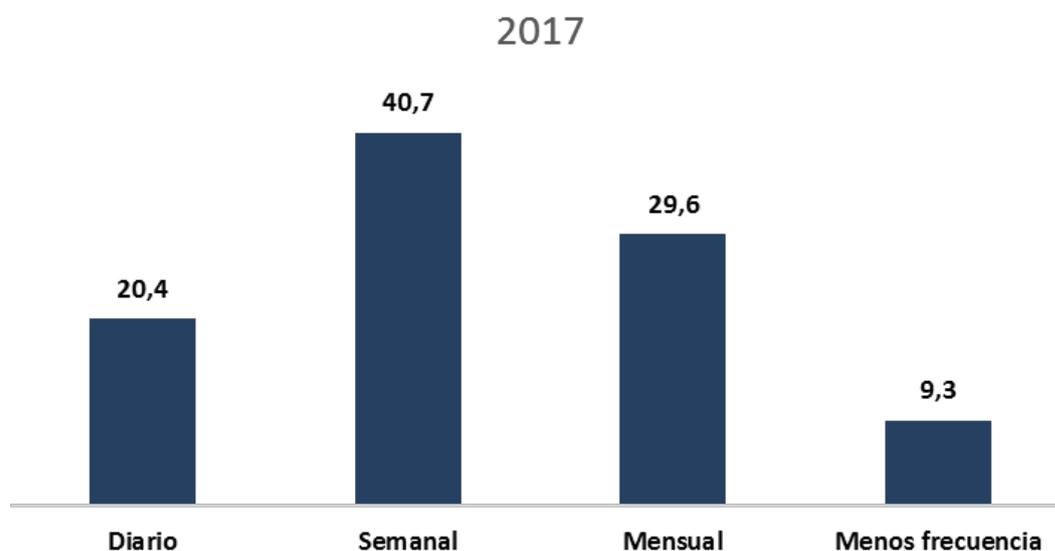


Tabla 7. Ritmo actualización en DILVE

	2015	% s/total	2017	% s/total
Diario	10	14,9	14	20,4
Semanal	32	47,8	26	40,7
Mensual	13	19,4	20	29,6
Menos frecuencia	12	17,9	6	9,3

CERTIFICADO DE CALIDAD

Más de la mitad de las editoriales universitarias no dispone actualmente de ningún certificado de calidad. De las entidades que sí disponen de dicho certificado (31 editoriales), para 17 certifica toda la organización y 14 cuentan con un certificado que acredita una colección.

Tabla 8. Certificados de calidad

	2015	% s/total	2017	% s/total
No dispone de certificado de calidad	46	68,7	39	56,1
Sí dispone de certificado de calidad	21	31,3	31	43,9
Sí, la certificación certifica toda la organización	17	25,4	17	24,6
Sí, la certificación acredita un sello	2	3,0	9	12,3
Sí, la certificación acredita una colección	2	3,0	14	19,3

PRESUPUESTO GLOBAL DE FUNCIONAMIENTO

El presupuesto global para el funcionamiento de las editoriales en el año 2017 asciende a 12.142.462 euros, lo que supone un descenso del 16,8% respecto a la edición pasada y constata la tendencia a la baja registrada desde 2005.

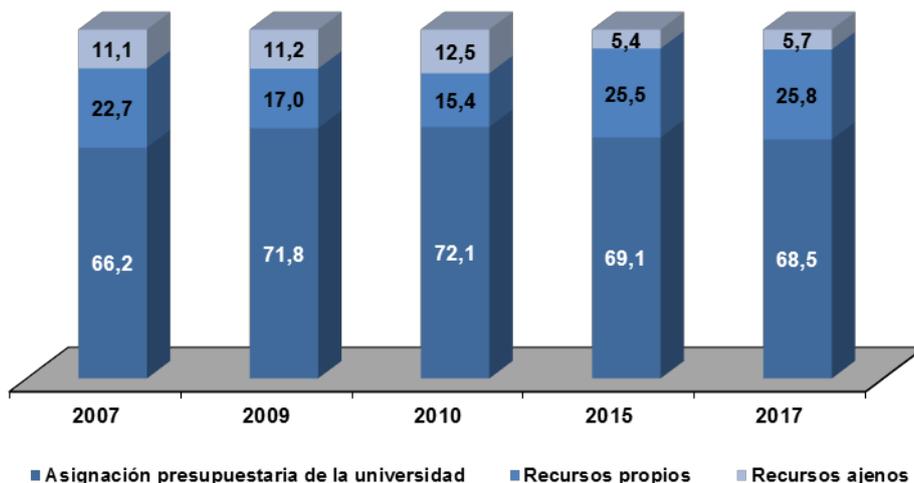
Dos terceras partes de este presupuesto se destinan a la asignación presupuestaria de la universidad (68,5%), mientras que el 25,8% va destinado a recursos propios y el 5,7% a recursos ajenos. Las partidas provenientes de la universidad se han mantenido a niveles similares, aunque algo inferiores, al ejercicio de 2015, si bien las destinadas a recursos propios y ajenos han crecido levemente en esta última edición.

Tabla 9. Presupuesto global de funcionamiento

	2005	2006	2007	2009	2010	2015	2017	2017/2015
TOTAL	22.626.912	18.708.803	19.685.487	18.956.199	17.822.530	14.601.393	12.142.462	-16,8
Asignación presupuestaria de la universidad	16.367.585	12.476.117	13.030.910	13.606.169	12.846.454	10.083.858	8.317.810	-17,5
Recursos propios	4.390.363	4.120.221	4.471.123	3.224.302	2.748.170	3.725.761	3.133.585	-15,9
Recursos ajenos	1.868.963	2.112.465	2.183.454	2.125.729	2.227.905	791.774	691.067	-12,7
Media	443.665	317.098	333.652	300.892	282.897	265.480	173.464	-34,7

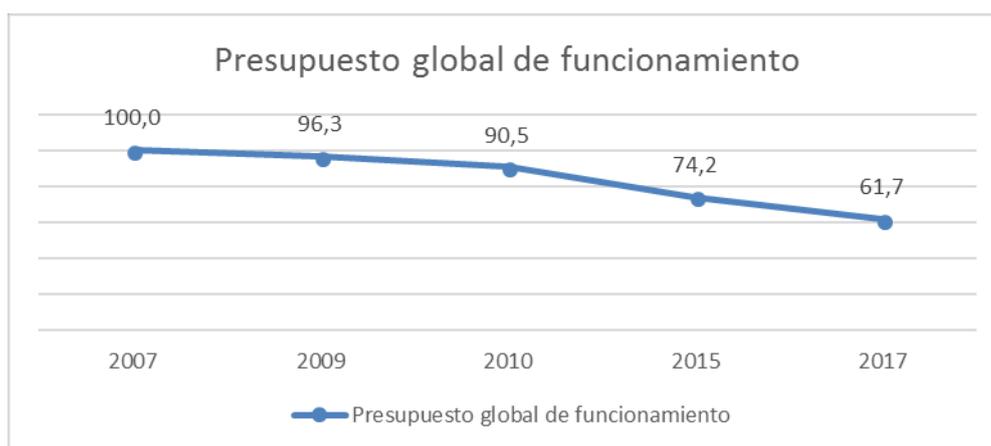
	2005	2006	2007	2009	2010	2015	2017	2017/2015
TOTAL	100							
Asignación presupuestaria de la universidad	72,3	66,7	66,2	71,8	72,1	69,1	68,5	-0,8
Recursos propios	19,4	22	22,7	17	15,4	25,5	25,8	1,1
Recursos ajenos	8,3	11,3	11,1	11,2	12,5	5,4	5,7	5,0

Gráfico 9. Presupuesto global de funcionamiento (en porcentaje)



Como se ha observado anteriormente, el presupuesto global ha mantenido una tendencia decreciente en la última década, contando en 2017 con el 61,7% del presupuesto que se tenía en 2007:

Gráfico 10. Presupuesto global de funcionamiento (últimos diez años)



El descenso a nivel presupuestario se ha dado sobre todo con relación a los recursos ajenos (con una bajada del 68,3% respecto a 2007). Después, le sigue la bajada en la partida de la asignación presupuestaria de la universidad, con un descenso del 36,2%; y la partida a recursos propios (29,9%), tal y como se muestra a continuación:

Gráfico 11. Presupuesto para la asignación presupuestaria de la universidad (últimos diez años)

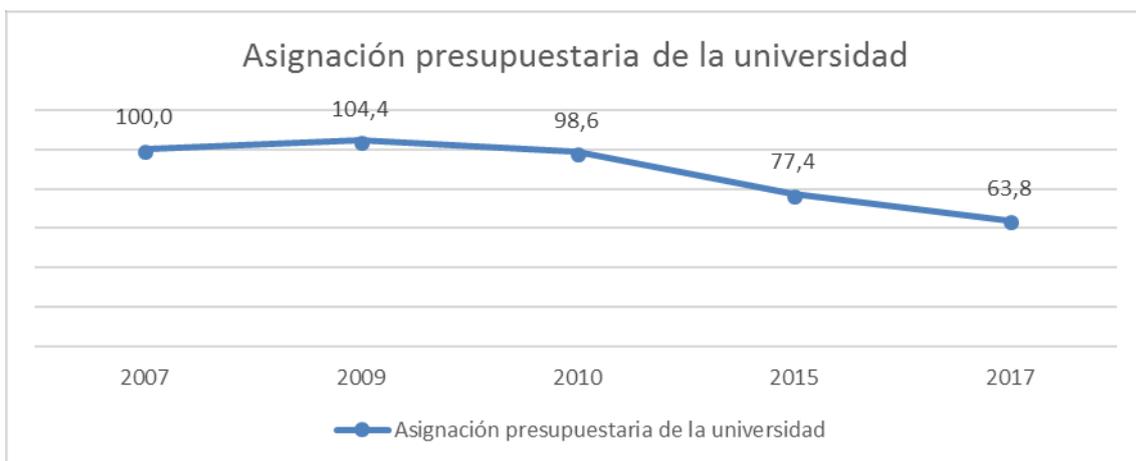


Gráfico 12. Presupuesto para recursos propios (últimos diez años)



Gráfico 13. Presupuesto para recursos ajenos (últimos diez años)



PERSONAL Y COLABORADORES

NÚMERO DE EMPLEADOS

En 2017, el número de empleados de las entidades editoriales vinculadas con la universidad es de 446, lo que supone un aumento del 7,5% respecto a 2015.

Más de la mitad forman parte del personal laboral (51,8%), mientras que el 35,2% son funcionarios de la Administración General del Estado.

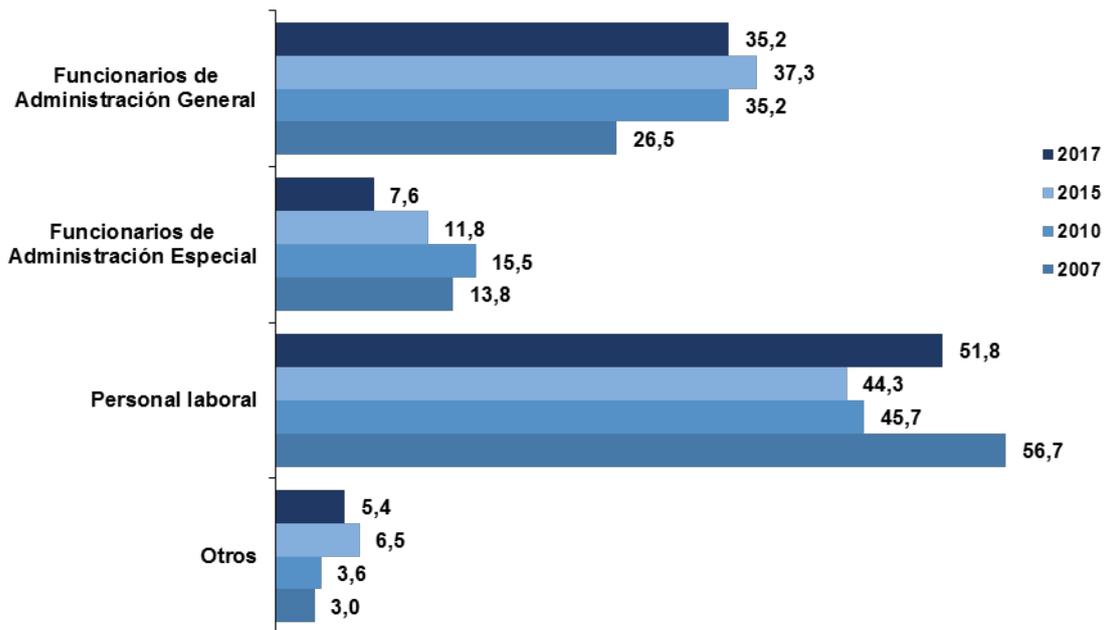
Respecto a 2015, los mayores aumentos de empleados se han dado en las funciones técnicas de cada sección, ya sea en el personal laboral (+38,5%), los funcionarios de Administración especial (+25%) o funcionarios de la Administración General (+7,9%).

Por ende, la mayor reducción del empleo se ha producido entre el personal dedicado a las funciones administrativas en todos los niveles, sobre todo en la Administración Especial.

Tabla 10. Número de empleados

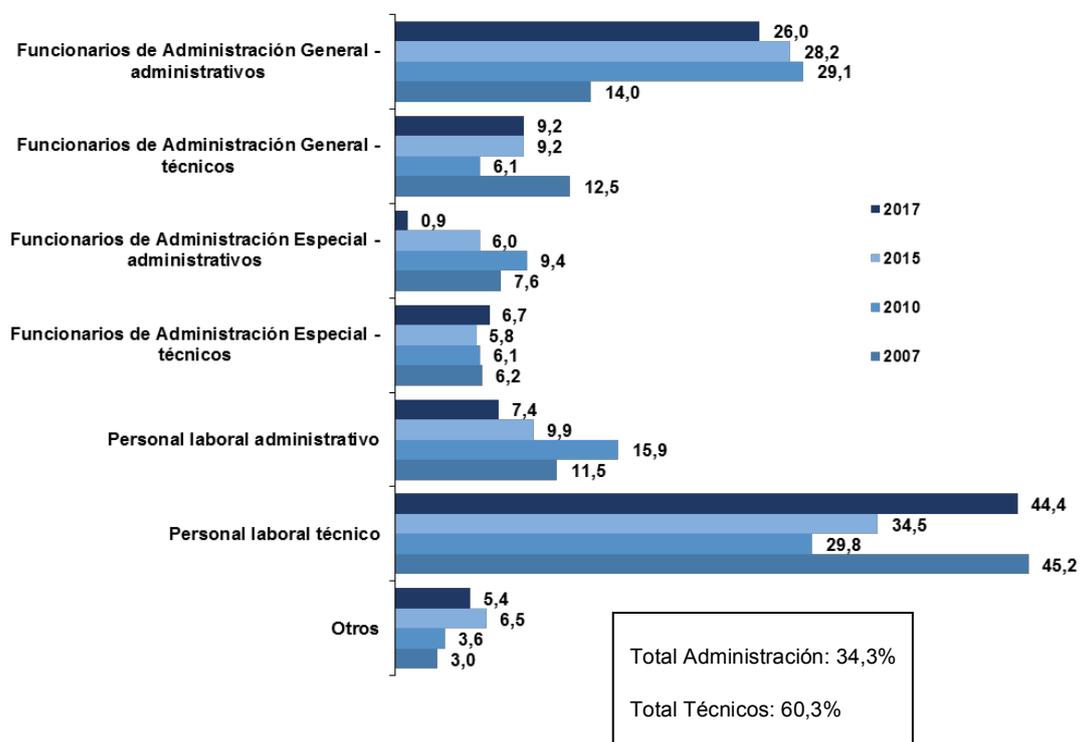
Número de empleados	2007	% s/total	2010	% s/total	2015	% s/total	2017	% s/total	% Variación 2017/2015
TOTAL	529	100	477	100	415	100	446	100	7,5
Funcionarios de Administración General	140	26,5	168	35,2	155	37,3	157	35,2	1,3
<i>Con funciones administrativas</i>	74	14	139	29,1	117	28,2	116	26,0	-0,9
<i>Con funciones técnicas</i>	66	12,5	29	6,1	38	9,2	41	9,2	7,9
Funcionarios de Administración Especial	73	13,8	74	15,5	49	11,8	34	7,6	-30,6
<i>Con funciones administrativas</i>	40	7,6	45	9,4	25	6	4	0,9	-84,0
<i>Con funciones técnicas</i>	33	6,2	29	6,1	24	5,8	30	6,7	25,0
Personal laboral	300	56,7	218	45,7	184	44,3	231	51,8	25,5
<i>Con funciones administrativas</i>	61	11,5	76	15,9	41	9,9	33	7,4	-19,5
<i>Con funciones técnicas</i>	239	45,2	142	29,8	143	34,5	198	44,4	38,5
Otros	16	3	17	3,6	27	6,5	24	5,4	-11,1
Media	9		8		6		6		

Gráfico 14. Empleos por tipos de actividad (%)



Clasificando a los empleados por el tipo de funciones que realizan, el 60,3% realiza funciones técnicas, mientras que el 34,3% realizan funciones administrativas. Tan solo el 5,4% realizan otro tipo de funciones.

Gráfico 15. Empleos por tipo de actividad (desglosado) (%)



PERSONAL DEDICADO

El 17% de las editoriales universitarias (12) tienen personal dedicado específicamente a promoción y prensa y, las que lo disponen, cuentan con una o dos personas en éste área (1,4 de media).

Esta misma situación se repite en el caso del personal dedicado al marketing.

Tabla 11. Personal dedicado específicamente a promoción y prensa

	2015	% s/total	2017	% s/total
TOTAL	67	100	70	100
Sí	19	28,4	12	17,1
No	48	71,6	58	82,9
Media de trabajadores	1,1	-	1,4	-

Tabla 12. Personal dedicado específicamente a marketing

	2015	% s/total	2017	% s/total
TOTAL	67	100	70	100
Sí	11	16,4	12	17,1
No	56	83,6	58	82,9
Media de trabajadores	1,3	-	1,4	-

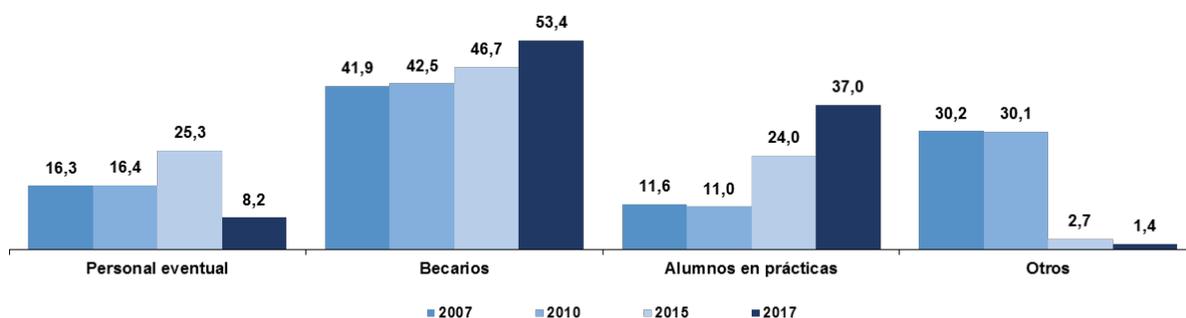
PERSONAL NO INCLUIDO EN PLANTILLA

Las editoriales universitarias cuentan con personal no incluido en la plantilla. Al igual que en los años anteriores, en 2017 son 73 los trabajadores no incluidos en la plantilla fija, la mayoría de ellos becarios (39 becarios).

Tabla 13. Personal no incluido en plantilla

	2007	%	2010	%	2015	%	2017	%
TOTAL	86	100,0	73	100,0	75	100,0	73	100,0
Personal eventual	14	16,3	12	16,4	19	25,3	6	8,2
Becarios	36	41,9	31	42,5	35	46,7	39	53,4
Alumnos en prácticas	10	11,6	8	11,0	18	24,0	27	37,0
Otros	26	30,2	22	30,1	2	2,7	1	1,4

Gráfico 16. Personal no incluido en plantilla (%)



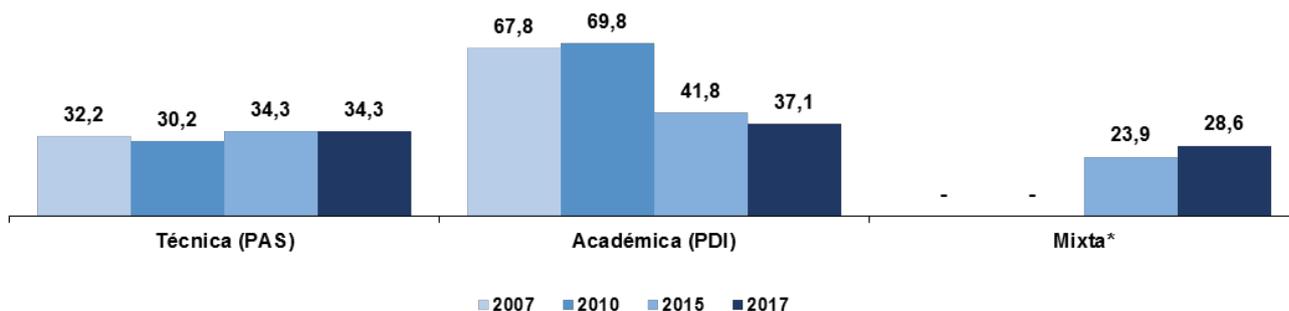
DIRECCIÓN DE LA EDITORIAL

Las 70 editoriales registradas en 2017 se reparten entre las que tienen dirección técnica (24), dirección académica (26), y las que cuentan con una dirección mixta (20).

Tabla 14. Dirección de la editorial

	2007	% s/total	2010	% s/total	2015	% s/total	2017	% s/total
TOTAL	59	100	63	100	67	100	70	100
Técnica (PAS)	19	32,2	19	30,2	23	34,3	24	34,3
Académica (PDI)	40	67,8	44	69,8	28	41,8	26	37,1
Mixta	-	-	-	-	16	23,9	20	28,6

Gráfico 17. Dirección de la editorial



COLABORADORES PROFESIONALES EXTERNOS

La gran mayoría de las editoriales vinculadas a la universidad (el 85,7%), cuenta con colaboradores externos, sobre todo en el área de Impresión y encuadernación. También se contrata personal externo para labores de maquetación (75,7%) así como de traducción y corrección (71,4%).

En las tareas de impresión o encuadernación y maquetación, la mayoría de los trabajos que realizan colaboradores externos se realizan de manera habitual; en el caso del diseño, se realiza de igual manera tanto ocasional como habitualmente; y en el resto de las áreas predomina más la colaboración ocasional.

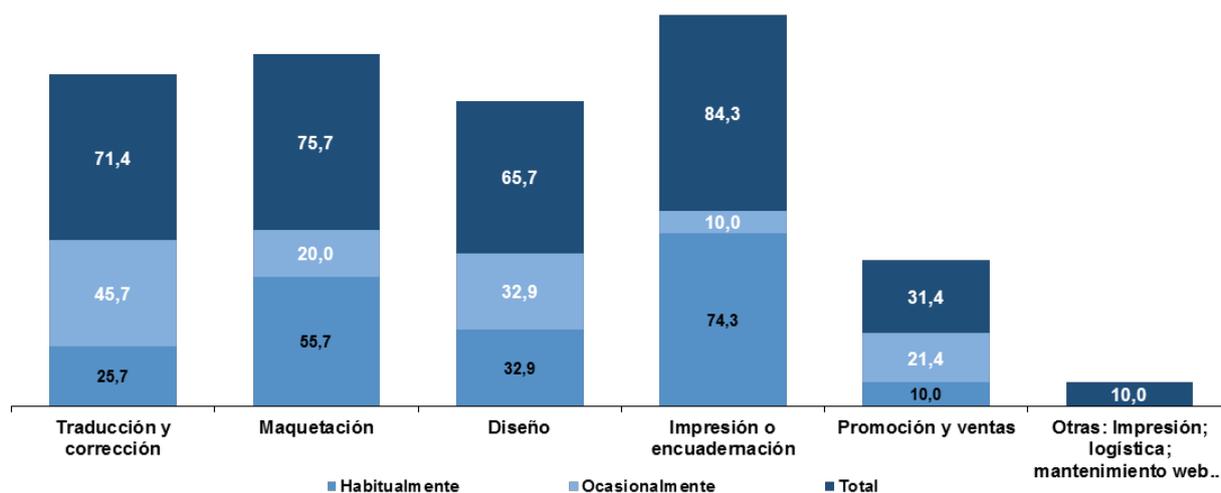
Tabla 15. Colaboradores profesionales externos

	Número de editoriales universitarias				% s/Total 2017
	2007	2010	2015	2017	
TOTAL	59	63	67	70	100
Sí	55	57	56	60	85,7
No	4	6	11	10	14,3

Tabla 16. Tipo de colaboradores (respuesta múltiple)

	Número de editoriales universitarias				% s/Total 2017
	2007	2010	2015	2017	
Traducción y corrección	42	42	45	50	71,4
Ocasionalmente	23	23	29	32	45,7
Habitualmente	19	19	16	18	25,7
Maquetación	49	51	54	53	75,7
Ocasionalmente	14	15	16	14	20,0
Habitualmente	35	36	38	39	55,7
Diseño	42	46	48	46	65,7
Ocasionalmente	23	25	28	23	32,9
Habitualmente	19	21	19	23	32,9
Impresión o encuadernación				59	84,3
Ocasionalmente	-	-	-	7	10,0
Habitualmente	-	-	-	52	74,3
Promoción y ventas	15	19	16	22	31,4
Ocasionalmente	11	13	12	15	21,4
Habitualmente	4	6	4	7	10,0
Otras: Impresión; logística; mantenimiento web...	5	9	9	7	
Número medio de colaboradores	11	11	10	10	
Coste bruto de estas retribuciones	1.763.271	1.717.772	1.746.908	2.506.313	

Gráfico 18. Editoriales que utilizan colaboradores externos. Tipo de colaboradores (%)



ASESORAMIENTO EDITORIAL

De las 70 editoriales que componen el universo, 57 cuentan con un consejo editorial estable o consejo departamental. Entre todos ellos suman 624 miembros y tienen una media de 11 miembros de media para cada consejo editorial.

De estas editoriales con consejo editorial, casi la mitad mantienen una o dos reuniones al año (27 editoriales), mientras que 14 se reúnen de tres a cuatro veces y el resto con mayor frecuencia o no lo pueden determinar.

Algo más de la mitad posee consejos asesores de colecciones, con un total de 127 consejos asesores (una media de 4 por editorial).

Por otra parte, 28 editoriales universitarias (40%) disponen de direcciones unipersonales de colecciones, con un total de 283 colecciones y una media de 10 colecciones por unidad editorial.

Tabla 17. Asesoramiento editorial. La editorial dispone de...

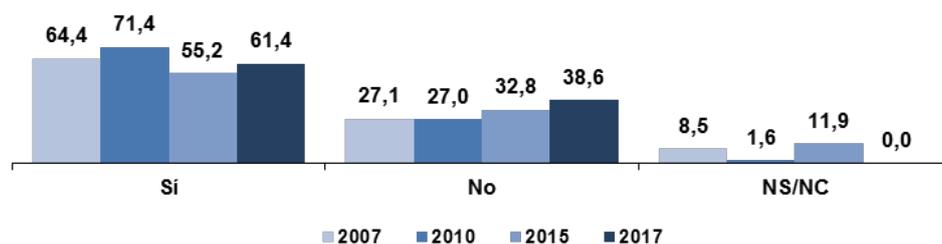
... Consejo editorial estable/Consejo departamental				
	2007	2010	2015	2017
Nº de editoriales con consejo editorial estable	53	55	55	57
Nº miembros	561	590	560	624
Nº medio de miembros	11	11	10	11
Número de reuniones anuales del Consejo editorial				
	53	55	55	57
Una o dos	21	27	24	27
Tres o cuatro	15	18	17	14
Más de cuatro	17	10	6	7
NS/NC	0	0	8	9
... Consejos asesores de colecciones				
	2007	2010	2015	2017
Nº de empresas con consejos asesores	22	19	29	31
Nº consejos asesores	66	57	171	127
Nº medio de consejos asesores	3	3	6	4
... Direcciones unipersonales de colecciones				
	2007	2010	2015	2017
Nº de empresas con direcc. Unipersonales de colecc.	20	17	26	28
Nº colecciones	165	175	301	283
Nº medio de colecciones	8	7	12	10

En cuanto a la participación en el asesoramiento editorial, prácticamente dos tercios de las editoriales participan en el mismo (61,4%), superando la cifra registrada en 2015 (55,2%) e igualando los niveles obtenidos hace 10 años (2007 = 64,4%).

Tabla 18. Participación del asesoramiento editorial

	2007		2010		2015		2017	
	Número de empresas	% s/total						
TOTAL	59	100	63	100	67	100	70	100
Sí	38	64,4	45	71,4	37	55,2	43	61,4
No	16	27,1	17	27,0	22	32,8	27	38,6
NS/NC	5	8,5	1	1,6	8	11,9	0	0,0

Gráfico 19. Participación del asesoramiento editorial (%)

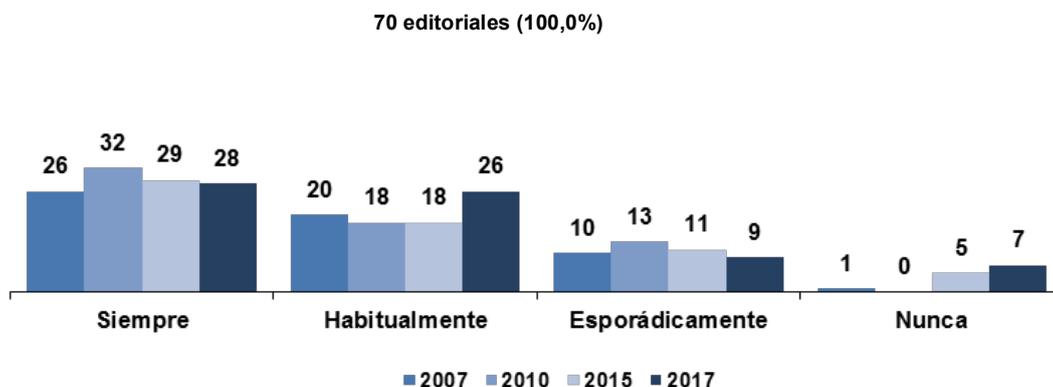


Antes de que las obras salgan al mercado, la gran mayoría solicita informes externos sobre los originales (63 entidades). De éstas, 28 del total de editoriales universitarias suelen solicitar siempre informes externos sobre los originales; 26 lo hacen habitualmente y 9 los piden de manera esporádica. Tan solo 7 editoriales afirman no solicitar nunca este tipo de informes:

Tabla 19. Solicitud de informes externos sobre los originales

	2007		2010		2015		2017	
	Número de editoriales	% s/total						
TOTAL	59	100	63	100	67	100	70	100
Siempre	26	44,1	32	50,8	29	43,3	28	40,4
Habitualmente	20	33,9	18	28,6	18	26,9	26	36,8
Esporádicamente	10	16,9	13	20,6	11	16,4	9	12,3
Nunca	1	1,7	0	0,0	5	7,5	7	10,5
NS/NC	2	3,4	0	0,0	4	6,0	0	0

Gráfico 20. Editoriales que solicitan informes externos sobre los originales



De las editoriales universitarias que afirman solicitar informes externos sobre los originales, 44 retribuyen económicamente estos trabajos, mientras que 7 de dichas editoriales utilizan otras fórmulas de pago. Por su parte, 12 editoriales afirman no retribuir este tipo de trabajos:

Tabla 20. Retribución de los informes externos sobre los originales

	Número de editoriales Año 2007	% s/total	Número de editoriales Año 2010	% s/total	Número de editoriales Año 2015	% s/total	Número de editoriales Año 2017	% s/total
TOTAL	56	100	63	100	58	100	63	100
Sí, económicamente	29	51,8	39	61,9	37	64,6	44	69,8
Sí, otras fórmulas	8	14,3	3	4,8	4	6,3	7	11,1
No	15	26,8	18	28,6	15	25,0	12	19,0
NS/NC	4	7,1	3	4,8	2	4,2	0	0,0

En la mayoría de los casos (82,5%) la revisión de estos informes externos se realiza de manera anónima:

Tabla 21. 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	Número de editoriales Año 2017	% s/total
TOTAL	56	100	63	100	58	100	63	100
Sí	50	89,3	56	88,9	53	91,7	52	82,5
No	6	10,7	6	9,5	5	8,3	11	17,5
NS/NC	0	0,0	1	1,6	0	0,0	0	0,0

RELACIÓN CON LOS AUTORES

En 2017 el promedio de autores con los que ha contado cada editorial es de 76, lo que supone un aumento respecto a la media de hace 10 años (2007 = 60) pero un retroceso respecto al ejercicio anterior (2015 = 99).

De estos 76 autores, 40 son autores nuevos, es decir, es la primera vez que publican en la editorial.

Además, la mayoría de estos autores (69 autores) pertenece a alguna universidad, ya sea a la propia universidad (39) o a otra universidad (30). Tan solo 7 de ellos no tienen relación con la universidad.

Tabla 22. Relación con los autores

	2007	2010	2015	2017
Número medio de autores que han publicado en la editorial	60	63	99	76
Autores nuevos, publican por primera vez en la editorial	31	29	57	40
Autores que repiten en la editorial	29	33	42	36
Y de ellos cuántos son:	60	63	99	76
Autores de la propia universidad	40	37	38	39
Autores de otra universidad	12	16	55	30
Autores sin relación con la universidad	8	10	6	7

LA EDICIÓN

- En el año 2017 se editaron un total de 4.497 títulos en las editoriales universitarias, lo que supone un 4% menos que en 2015. El 83,0% de estos son novedades, mientras que el resto son reediciones (17,0%).
- En el último ejercicio se editaron un total de 1.110.541 ejemplares, lo que indica que se mantiene la tendencia descendente de los últimos 10 años, siendo un 24% inferior que en 2015 y un 53,4% menos que los ejemplares editados en 2007.
- Además, la tirada media ha sido de 247 ejemplares, lo que supone 63 ejemplares menos editados para cada título respecto a 2015.

Tabla 23. Títulos editados, ejemplares producidos y tirada media

	2007	2010	2015	2017	% Variación 2017-2015
Títulos editados	4.756	4.443	4.681	4.497	-3,9
<i>Medía títulos por editorial</i>	81	71	70	64	-8,6
Ejemplares editados	2.384.639	1.993.027	1.452.617	1.110.541	-23,5
<i>Medía ejemplares por editorial</i>	40.418	31.635	21.681	15.840	-26,9
Tirada media	501	449	310	247	-20,3

Tabla 24. Novedades y reediciones

	Títulos editados		Ejemplares editados		Tirada media
TOTAL 2007	4756	100	2.384.639	100	501
Novedades 2007	3919	82,4	2.025.769	85,0	517
Reediciones 2007	837	17,6	358.870	15,0	429
TOTAL 2010	4443	100	1.993.027	100	449
Novedades 2010	3960	89,1	1.654.291	83,0	418
Reediciones 2010	483	10,9	338.736	17,0	701
TOTAL 2015	4681	100	1.452.617	100	310
Novedades 2015	4093	87,4	1.318.474	90,8	322
Reediciones 2015	588	12,6	134.143	9,2	228
TOTAL 2017	4497	100	1.110.541	100	247
Novedades 2017	3732	83,0	881.547	79,4	236
Reediciones 2017	765	17,0	228.994	20,6	299

Gráfico 21. Novedades y reediciones: títulos editados



Gráfico 22. Novedades y reediciones: ejemplares producidos

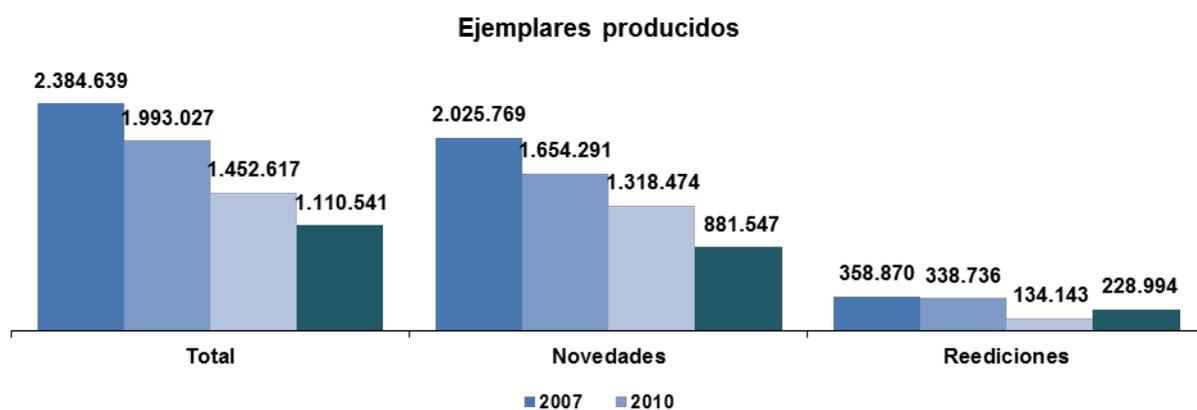
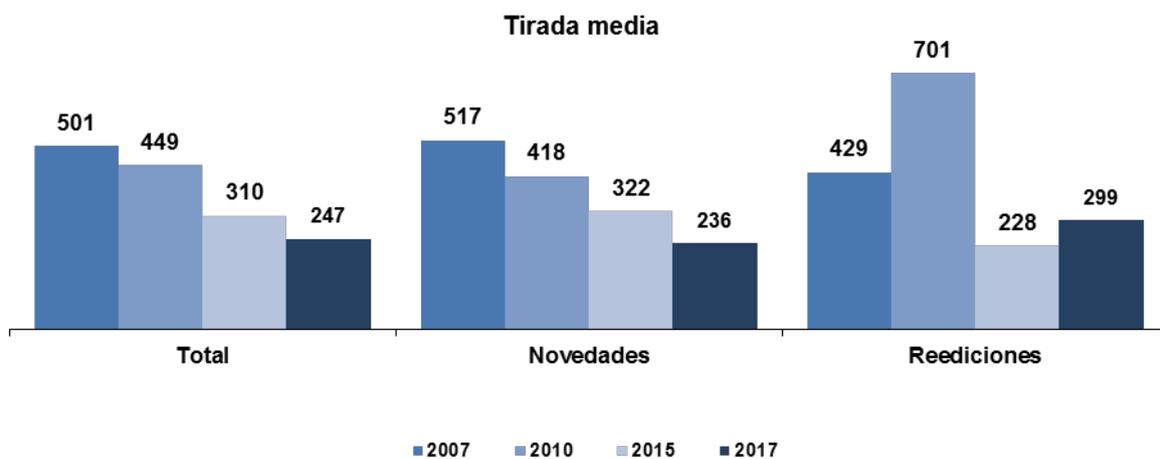


Gráfico 23. Novedades y reediciones: tirada media



PRODUCCIÓN EDITORIAL POR MATERIAS

- De los 4.497 títulos editados por las editoriales universitarias en 2017, el 76,2% pertenecen a ciencias sociales y humanas, lo que supone un descenso del 3,1% respecto a 2015. Esta pequeña bajada es causada por el descenso en los títulos editados en ciencias humanas (-17,4% respecto a 2015), aunque se haya aumentado en un 14,3% en ciencias sociales.
- Por su parte, respecto a 2015 la edición de títulos de la materia científico-técnico se mantiene estable en torno al 20%, lo que rompe con la tendencia decreciente de los años anteriores.

Tabla 25. Títulos editados por materias

	2007		2010		Año 2015		Año 2017		% Variación 2017/2015
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Títulos editados	4.756	100	4.443	100	4.681	100	4.497	100	-3,9
Ciencias sociales / humanas	2.648	55,7	2.681	60,3	3.534	75,5	3.424	76,2	-3,1
<i>Ciencias humanas</i>	1.597	33,6	1.648	37,1	1.936	41,4	1.599	35,6	-17,4
<i>Ciencias sociales</i>	1.051	22,1	1.033	23,2	1.597	34,1	1.825	40,6	14,3
Científico / técnico	1.789	37,6	1.461	32,9	902	19,3	903	20,1	0,1
<i>Ciencias de la salud</i>	252	5,3	208	4,7	209	4,5	205	4,6	-1,7
<i>Ciencias experimentales y tecnología</i>	1.537	32,3	1.253	28,2	693	14,8	697	15,5	0,6
Otras materias	319	6,7	301	6,8	245	5,2	170	3,8	-30,6

- En cuanto a los ejemplares producidos en 2017, 3 de cada 4 ejemplares fueron de ciencias sociales y humanas. Por su parte, la materia de libros científico-técnicos se mantiene en torno al 20%, si bien en términos absolutos ha sufrido un descenso del 25,4% respecto a 2015 y del 67,9% respecto a 2007. Esta reducción en el número de ejemplares se da más o menos igual tanto en la rama de ciencias de la salud como en ciencias experimentales-tecnología.

Tabla 26. Ejemplares producidos por materias

	2007		2010		Año 2015		Año 2017		% Variación 2017/2015
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Ejemplares editados	2.384.639	100	1.993.027	100	1.452.617	100	1.110.541	100	
Ciencias sociales / humanas	1.417.023	59,4	1.148.881	57,6	1.070.731	73,7	827.737	74,5	-22,7
<i>Ciencias humanas</i>	837.706	35,1	664.275	33,3	737.210	50,8	483.255	43,5	-34,4
<i>Ciencias sociales</i>	579.317	24,3	484.607	24,3	333.521	23,0	344.482	31,0	3,3
Científico / técnico	702.398	29,5	611.206	30,7	301.747	20,8	225.231	20,3	-25,4
<i>Ciencias de la salud</i>	116.615	4,9	74.040	3,7	74.054	5,1	57.050	5,1	-23,0
<i>Ciencias experimentales</i>	585.783	24,6	537.166	27,0	227.693	15,7	168.182	15,1	-26,1

y tecnología									
Otras materias	265.218	11,1	232.940	11,7	80.139	5,5	57.574	5,2	-28,2

- Por consiguiente, la tirada media también se ha reducido, pasando de 310 ejemplares por título editado de media en 2015 a 247 ejemplares de media en 2017 (un 25,4% menos respecto al ejercicio anterior):

Tabla 27. Tirada media por materias

	2007	2010	2015	2017	% Variación 2017/2015
	Tirada media	Tirada media	Tirada media	Tirada media	
Tirada media	501	449	310	247	-20,3
Ciencias sociales / humanas	535	429	303	242	-20,2
<i>Ciencias humanas</i>	525	403	381	302	-20,6
<i>Ciencias sociales</i>	551	469	209	189	-9,6
Científico / técnico	393	418	335	249	-25,4
<i>Ciencias de la salud</i>	463	356	354	278	-21,6
<i>Ciencias experimentales y tecnología</i>	381	429	329	241	-26,6
Otras materias	831	774	327	339	3,6

Gráfico 24. Títulos editados por materias (%)

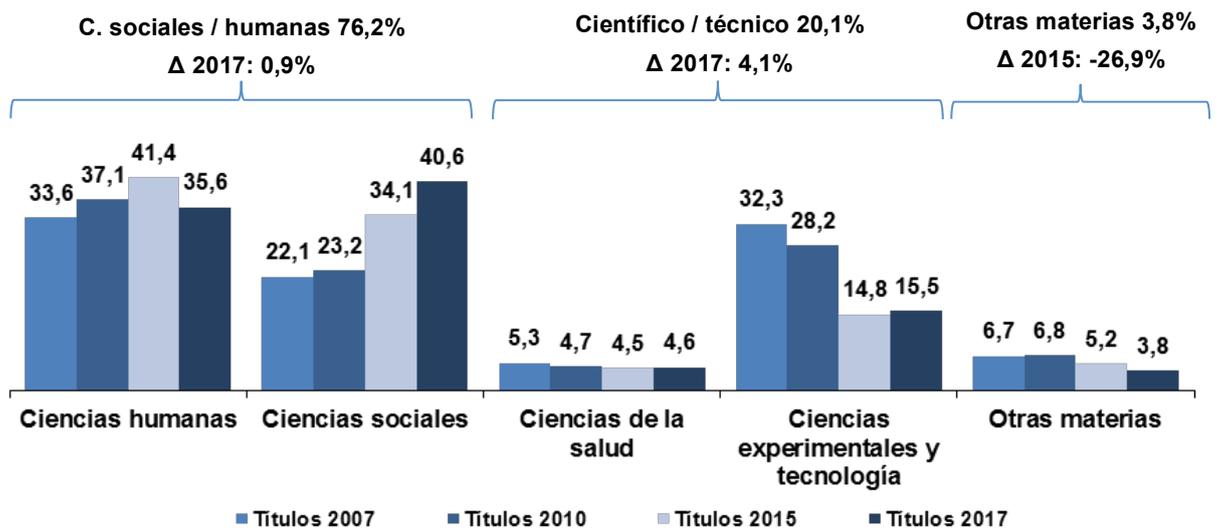


Gráfico 25. Ejemplares editados por materias (%)

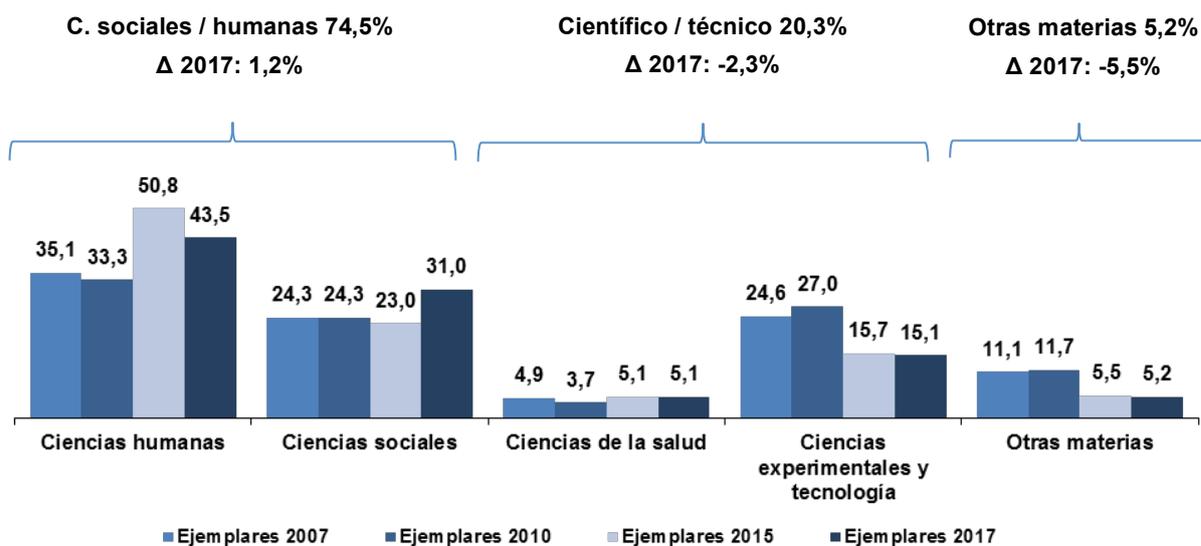
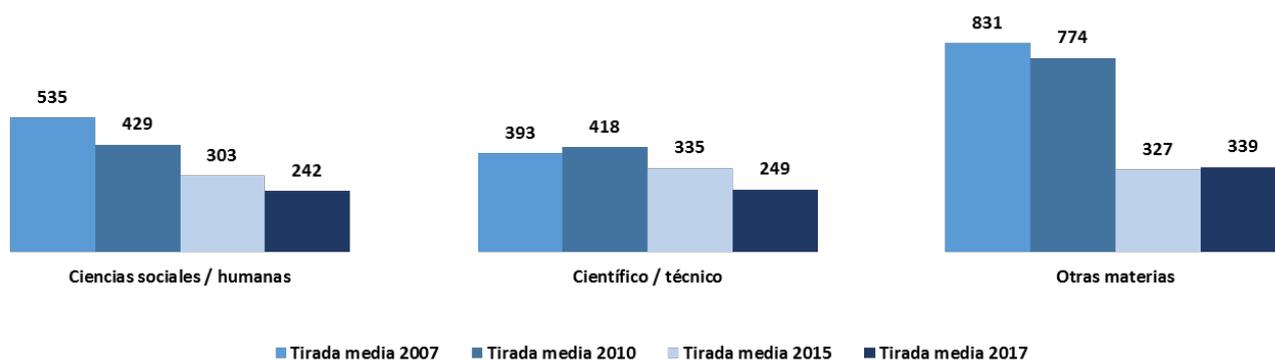


Gráfico 26. Tirada media por materias



LENGUAS DE EDICIÓN

La inmensa mayoría de editoriales universitarias editan en castellano (96,4%).

En segundo lugar, se encuentra la edición en inglés, siendo cerca del 50% las editoriales que editan en este idioma.

En cuanto al resto de lenguas:

- La edición en catalán se mantiene estable respecto a 2015 (23,2%).
- 5,4% editan en euskera y la misma cifra en gallego (frente al 9,1% y 10,9% respectivamente en 2015).
- 19,6% editan en otras lenguas (56,4% en 2015).
- En inglés editan casi el 50% de las entidades, mientras que en francés lo hacen el 17,9%.
- Además, el 21,4% de las editoriales editan en bilingüe, frente al 40% que había en 2015.

El mayor descenso se ha producido en las ediciones bilingües, ya que el 21,4% de las editoriales afirman editar en este formato, frente al 40% obtenido en 2015.

Tabla 28. Edición de libros en las distintas lenguas

	<i>Nº de editoriales que editan en...</i>							
	2007		2010		2015		2017	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
TOTAL	59		63		67		70	
Castellano	57	96,6	61	96,8	62	92,7	68	96,4
Catalán*	14	23,7	12	19,0	15	21,8	16	23,2
Euskera*	3	5,1	3	4,8	6	9,1	4	5,4
Gallego*	6	10,2	7	11,1	7	10,9	4	5,4
Inglés	-	-	-	-	-	-	34	48,2
Francés	-	-	-	-	-	-	12	17,9
Otras	27	45,8	28	44,4	38	56,4	14	19,6
Bilingüe	14	23,7	10	15,9	27	40,0	15	21,4

En años anteriores, inglés y francés estaban incluidos en "Otros".

Por número de títulos editados en 2017:

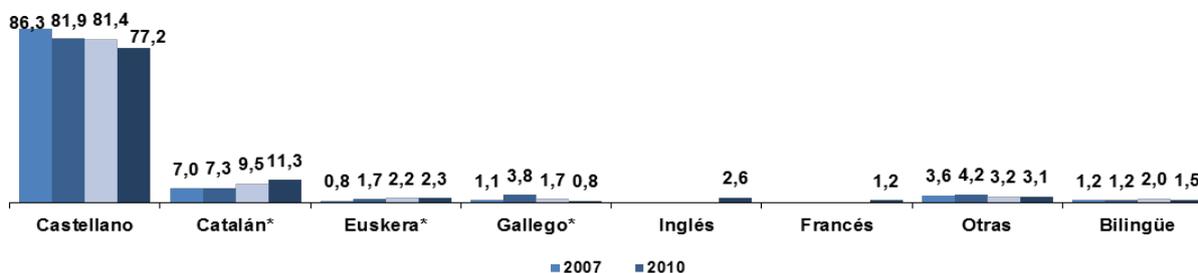
- Se han editado un total de 3.472 títulos en lengua castellana (77,2% del total de títulos).
- El número de títulos en catalán ha aumentado de 445 títulos en 2015 a 507 títulos en 2017.
- En euskera se ha mantenido el número de libros respecto al ejercicio anterior (104).

- En el resto de las lenguas, se ha visto reducido el número de títulos editados respecto a 2015.

Tabla 29. Nº de títulos editados en distintas lenguas...

	Nº de títulos editados en distintas lenguas...							
	2007		2010		2015		2017	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
TOTAL	4.756		4.443		4.681		4.497	
Castellano	4106	86,3	3639	81,9	3813	81,4	3.472	77,2
Catalán*	331	7,0	324	7,3	445	9,5	507	11,3
Euskera*	38	0,8	74	1,7	103	2,2	104	2,3
Gallego*	51	1,1	167	3,8	80	1,7	36	0,8
Inglés	-	-	-	-	-	-	119	2,6
Francés	-	-	-	-	-	-	55	1,2
Otras	171	3,6	188	4,2	147	3,2	138	3,1
Bilingüe	57	1,2	52	1,2	93	2,0	66	1,5

Gráfico 27. Títulos editados en las distintas lenguas (%)



La edición de títulos presenta valores cercanos a los registrados en 2015, tanto en formato de papel como en soporte digital o en otros soportes. Frente a 2007, cabe destacar que el formato en papel ha descendido en un 30% en este ejercicio, mientras que el soporte digital supone un 600% más que hace 10 años.

Tabla 30. Soporte de edición: títulos editados

	2010		2015		2017	
	Nº títulos editados	% S/Total	Nº títulos editados	% S/Total	Nº títulos editados	% S/Total
Títulos editados	4.443	192	4.681	100	4.497	100
Editó en formato papel	3.910	88,0	2.848	60,8	2.712	60,3
Editó en soporte digital/libros digitales	222	5,0	1.540	32,9	1.574	35,0
Editó en otros soportes (Cd-Rom, DVD, Microfichas...)	653	98,7	293	6,3	211	4,7

Tabla 31. Soporte de edición: facturación

	2010		2015		2017	
	Facturación (€)	% S/ total facturación	Facturación (€)	% S/ total facturación	Facturación (€)	% S/ total facturación
Títulos editados	21.139.348	108	12.357.151	100	12.326.942	100
Editó en formato papel	19.744.151	93,4	9.186.964	74,3	8.268.560	67,1

Editó en soporte digital/libros digitales	338.230	2	2.178.288	17,6	3.656.163	29,7
Editó en otros soportes (Cd-Rom, DVD, Microfichas...)	597	12,6	991.899	8,0	402.219	3,3

COEDICIÓN

A continuación, se presenta 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

	Año 2017			
	Nº de editoriales	Títulos sueltos	Colecciones	
		Nº de títulos sueltos	Nº de colecciones	Nº de títulos
Con otras Universidades españolas				
Títulos sueltos	37	304	-	-
Colecciones	18	-	32	108

Con otras instituciones, públicas o privadas españolas				
Títulos sueltos	36	534	-	-
Colecciones	15	-	33	173
Con editoriales privadas españolas				
Títulos sueltos	32	293	-	-
Colecciones	10	-	19	172

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

Año 2017				
	Nº de editoriales	Títulos sueltos	Colecciones	
		Nº de títulos sueltos	Nº de colecciones	Nº de títulos
Con otras Universidades extranjeras				
Títulos sueltos	12	21	-	-
Colecciones	2	-	3	5
Con otras instituciones, públicas o privadas extranjeras				
Títulos sueltos	7	9	-	-
Colecciones	0	-	-	-
Con editoriales privadas extranjeras				
Títulos sueltos	4	39	-	-
Colecciones	1	-	1	1

EDICIÓN DE REVISTAS

La mayor parte de las editoriales, 8 de cada 10, edita revistas. Además, casi un tercio lo hace tanto en papel como en formato digital y el 16,1% lo hace sólo en formato digital. Tan solo un 3,6% edita las revistas sólo en papel.

Tabla 34. Edición de revistas

	2015		2017	
	Nº de revistas	% S/Total	Nº de revistas	% S/Total
SÍ	54	80,6	57	82,2
Sí, solo en papel	7	10,4	2	3,6
Sí, tanto en papel como en digital	37	55,2	44	62,5
Sí, solo en digital.	10	14,9	11	16,1
NO	13	19,4	12	17,9

TÍTULOS EN CATÁLOGO

El número de títulos vivos en catálogo en el último ejercicio del estudio ha sido de 58.675 títulos, lo que supone un 15,2% más que en 2015.

Por títulos editados, la cifra en 2017 ha sido de 4.497 títulos.

Tabla 35. Títulos vivos en catálogo

	2007		2010		2015		2017	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
Títulos vivos	33.496	100	42.889	100	50.936	100	58.675	100
Títulos editados	4.756	14,2	4.443	10,4	4.681	9,2	4.497	7,7

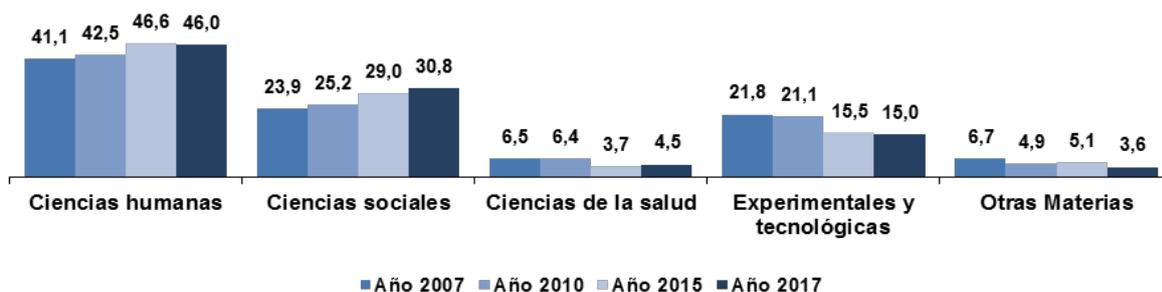
En cuanto al fondo de catálogo por materias, el 76,8% corresponde a ciencias sociales y humanas, cifra similar a la registrada en 2015 (75,6%). El 19,5% pertenece a títulos científico-

técnicos, materia que también se mantiene cercana al ejercicio anterior (19,3% en 2015). Por consiguiente, no se observan variaciones en el peso de los títulos por materias en los catálogos de las editoriales universitarias respecto a 2015.

Tabla 36. Títulos vivos en catálogo por materias

	Año 2007		Año 2010		Año 2015		Año 2017	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
Títulos vivos	33.496	100	42.889	100	50.936	100	58.675	100
Ciencias sociales / humanas	21.762	65,0	29.006	67,6	38.513	75,6	45.082	76,8
<i>Ciencias humanas</i>	13.762	41,1	18.210	42,5	23.745	46,6	26.982	46,0
<i>Ciencias sociales</i>	8.000	23,9	10.797	25,2	14.768	29,0	18.100	30,8
Científico-técnico	9.492	28,3	11.802	27,5	9.809	19,3	11.431	19,5
<i>Ciencias de la salud</i>	2.185	6,5	2.749	6,4	1.908	3,7	2.658	4,5
<i>Experimentales y tecnológicas</i>	7.307	21,8	9.053	21,1	7.901	15,5	8.773	15,0
Otras Materias	2.242	6,7	2.080	4,9	2.614	5,1	2.162	3,6

Gráfico 28. Títulos vivos por materias (%)



El total de publicaciones registradas en 2017 es de 58.675. De éstas, el 61,1% corresponde a monografías, el 16,9% a los manuales universitarios, el 11,1% a revistas científicas y el 9,7% a otras publicaciones, como tesis, microfichas, etc.

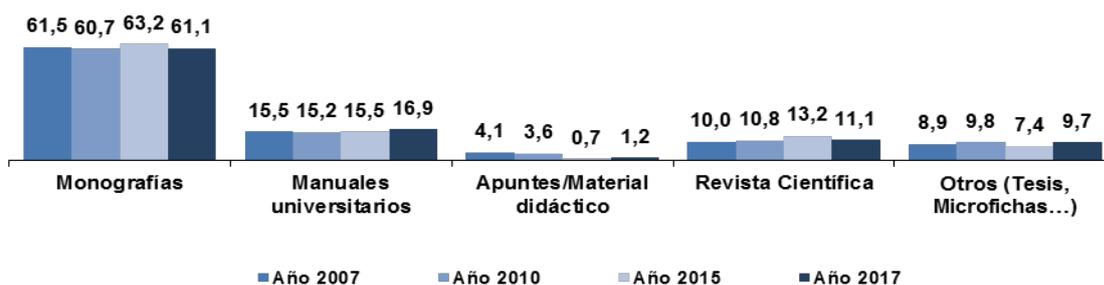
No se observan grandes diferencias respecto a 2015 por tipo de publicación.

Tabla 37. Tipos de publicaciones

Año 2007		Año 2010		Año 2015		Año 2017		% Variación 2017/2015
Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	

TOTAL	33.496	100	42.889	100	50.936	100	58.675	100	15,2
Monografías	20.600	61,5	26.041	60,7	32.176	63,2	35.862	61,1	11,5
Manuales universitarios	5.186	15,5	6.498	15,2	7.892	15,5	9.898	16,9	25,4
Apuntes/Material didáctico	1.386	4,1	1.532	3,6	381	0,7	704	1,2	84,8
Revista Científica	3.345	10,0	4.617	10,8	6.699	13,2	6.506	11,1	-2,9
Otros (Tesis, Microfichas...)	2.980	8,9	4.201	9,8	3.788	7,4	5.705	9,7	50,6

Gráfico 29. Tipos de publicaciones (%)



LA VENTA DE LIBROS EN EL MERCADO INTERIOR

- La facturación obtenida en 2017 (a precios de tapa IVA incluido) ha sido de 12.326.942 euros, cifra muy similar a la registrada en 2015.
- El 69,3% del total de la facturación corresponde a la venta de títulos de ciencias sociales y humanas y el 24,8% a libros científico-técnicos. El 5,9% restante se reparte entre los libros de creación literaria, los de divulgación y otros.
- Respecto a la edición anterior, las materias donde más se ha visto aumentada la facturación han sido ciencias de la salud (70,9% más) y ciencias sociales (10,1%). Por su parte, la materia que más ha visto reducida la facturación ha sido Experimentales y tecnológicas (con un 26,4% de variación inferior a 2015).
- El número de ejemplares vendidos ha sido de 1.001.474 en 2017. El 54,2% corresponde a títulos de ciencias sociales y humanas, el 36,6% a títulos científico-técnicos y el 9,2% a otras materias. En la venta de estos últimos es donde más aumenta la facturación respecto a 2015 (92,1%).
- El precio medio obtenido en 2017 es similar al de 2015: 12,3 euros por libro. Por materias, el precio medio en Ciencias sociales es de 15,7 euros y en Ciencias técnico el precio medio es de 8,3 euros.

Tabla 38. Facturación por materias (en euros)

Facturación 2007	Facturación 2010	Facturación 2015	Facturación 2017	% Variación
------------------	------------------	------------------	------------------	-------------

	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	2017/2015
TOTAL FACTURACIÓN	27.705.567	100	21.139.348	100	12.357.151	100	12.326.942	100	-0,2
Ciencias sociales / humanas	16.292.314	58,8	12.344.340	58,4	8.284.702	67,0	8.542.684	69,3	3,1
<i>Ciencias humanas</i>	12.544.448	45,3	8.184.758	38,7	4.404.557	35,6	4.270.380	34,6	-3,0
<i>Ciencias sociales</i>	3.747.866	13,5	4.159.582	19,7	3.880.145	31,4	4.272.304	34,7	10,1
Científico / técnico	10.130.800	36,6	7.865.371	37,2	3.647.632	29,5	3.056.136	24,8	-16,2
<i>Ciencias de la salud Experimentales y tecnológicas</i>	1.601.666	5,8	1.254.566	5,9	382.902	3,1	654.477	5,3	70,9
	8.529.133	30,8	6.610.804	31,3	3.264.730	26,4	2.401.659	19,5	-26,4
Otras materias	1.282.453	4,6	929.637	4,4	424.818	3,4	728.122	5,9	71,4

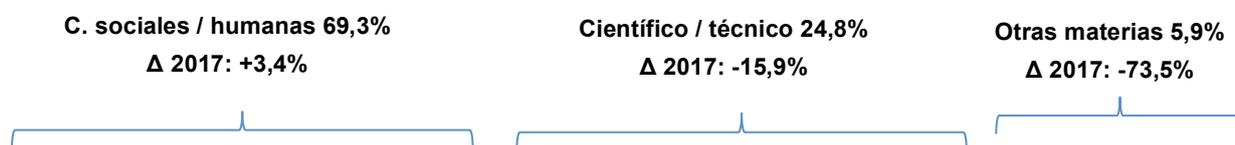
Tabla 39. Ejemplares vendidos por materias

	Ejemplares 2007		Ejemplares 2010		Ejemplares 2015		Ejemplares 2017		% Variación 2017/2015
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
TOTAL FACTURACIÓN	2.181.889	100	1.579.826	100	1.014.686	100	1.001.474	100	-1,3
Ciencias sociales / humanas	1.214.532	55,7	850.423	53,8	597.251	58,9	543.011	54,2	-9,1
<i>Ciencias humanas</i>	944.245	43,3	565.630	35,8	402.599	39,7	351.634	35,1	-12,7
<i>Ciencias sociales</i>	270.286	12,4	284.793	18,0	194.652	19,2	191.377	19,1	-1,7
Científico / técnico	829.355	38,0	627.010	39,7	369.633	36,4	366.631	36,6	-0,8
<i>Ciencias de la salud Experimentales y tecnológicas</i>	114.774	5,3	77.462	4,9	35.801	3,5	45.046	4,5	25,8
	714.581	32,8	549.547	34,8	333.832	32,9	321.585	32,1	-3,7
Otras materias	138.002	6,3	102.393	6,5	47.802	4,7	91.833	9,2	92,1

Tabla 40. Precio medio por materias (en euros)

Precio medio por título	2007	2010	2015	2017	Diferencia (en euros)
Total	13,4	12,2	12,2	12,3	-1,2
Ciencias sociales / humanas	14,5	13,9	13,9	15,7	-0,6
<i>Ciencias humanas</i>	14,5	10,9	10,9	12,1	-3,5
<i>Ciencias sociales</i>	14,6	19,9	19,9	22,3	5,3
Científico / técnico	12,5	9,9	9,9	8,3	-2,7
<i>Ciencias de la salud Experimentales y tecnológicas</i>	16,2	10,7	10,7	14,5	-5,5
	12,0	9,8	9,8	7,5	-2,2
Otras materias	9,1	8,9	8,9	7,9	-0,2

Gráfico 30. Facturación por materias (%)



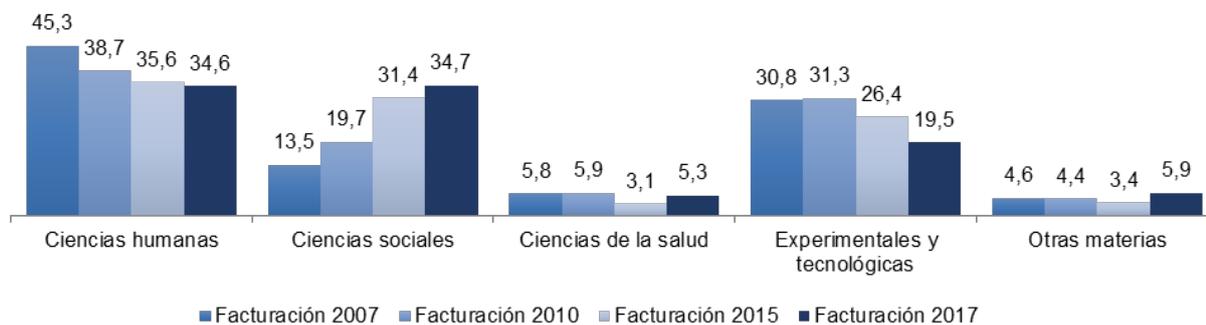
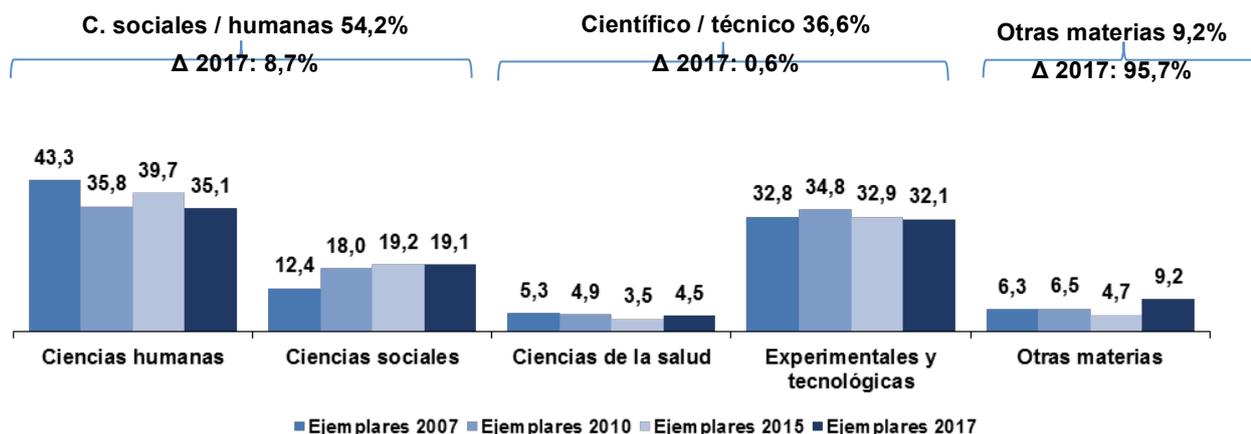


Gráfico 31. Ejemplares vendidos por materias (%)



Por tipo de soporte de edición, la facturación correspondiente al soporte digital ha aumentado en un 67,8% respecto a 2015, a diferencia de otros formatos donde se ha visto reducida la facturación:

- Los editados en otros soportes como Cd o DVD han visto reducida su facturación en un 59,4%.
- Los editados en formato papel ha descendido en un 10%.

Tabla 41. Facturación según el soporte de edición

	2015				2017			
	Nº títulos editados	% S/Total	Facturación	% S/ total facturación	Nº títulos editados	% S/Total	Facturación	% S/ total facturación
Títulos editados	4.681	100	12.357.151	100	4.497	100	12.326.942	100
Editó en formato papel	2.848	60,8	9.186.964	74,3	2.712	60,3	8.268.560	67,1
Editó en soporte digital/libros digitales	1.540	32,9	2.178.288	17,6	1.574	35,0	3.656.163	29,7
Editó en otros soportes (Cd, DVD, Microfichas...)	293	6,3	991.899	8	211	4,7	402.219	3,3

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

A continuación, se presentan los canales a través de los cuales se comercializan las obras editadas.

Tal y como se puede observar, el 58,6% de las ventas se realizan a través de una distribuidora, principalmente nacional (36,7%).

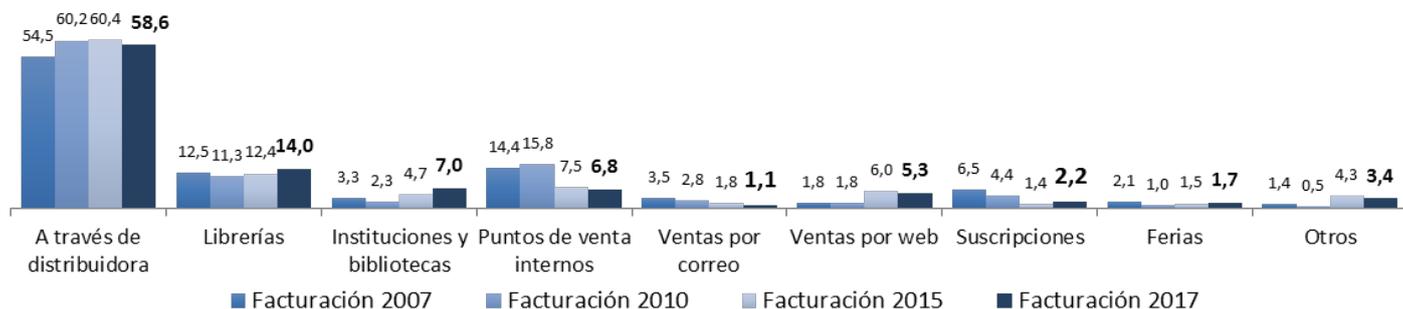
Entre las ventas que se realizan sin pasar por distribuidora (41,4%), un 14% se realiza en librerías, y un 7% a través de Instituciones y bibliotecas.

Respecto a 2015, los canales autonómicos a través de distribuidora han visto aumentada la venta en un 26,8% en este ejercicio. Por su parte, los puntos de venta que no cuentan con distribuidora donde más se han visto aumentadas las ventas han sido a través de las suscripciones (54,5%) y en instituciones y bibliotecas (48,6%).

Tabla 42. Canales de comercialización

	2007		2010		2015		2017		
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	% s/facturación	2017/2015
TOTAL (€)	27.705.567	100,0	21.139.348	100,0	12.357.151	100,0	12.326.942	100,0	
A través de distribuidora	15.110.041	54,5	12.732.013	60,2	7.462.869	60,4	7.219.990	58,6	-3,3
Autonómica	4.805.867	17,3	3.724.572	17,6	2.130.322	17,2	2.700.829	21,9	26,8
Nacional	10.304.174	37,2	9.007.441	42,6	5.332.546	43,2	4.519.161	36,7	-15,3
Sin pasar por distribuidora	12.595.526	45,5	8.407.335	39,8	4.894.283	39,6	5.106.952	41,4	4,3
Librerías	3.467.361	12,5	2.386.772	11,3	1.533.360	12,4	1.721.967	14,0	12,3
Instituciones y bibliotecas	914.848	3,3	480.099	2,3	577.669	4,7	858.233	7,0	48,6
Puntos de venta internos	3.977.537	14,4	3.347.009	15,8	923.970	7,5	833.996	6,8	-9,7
Ventas por correo	963.522	3,5	585.660	2,8	218.653	1,8	133.778	1,1	-38,8
Ventas por web	505.701	1,8	371.965	1,8	744.712	6,0	651.366	5,3	-12,5
Suscripciones	1.813.831	6,5	923.448	4,4	177.892	1,4	274.797	2,2	54,5
Ferias	573.035	2,1	211.227	1,0	185.277	1,5	210.204	1,7	13,5
Otros	379.692	1,4	101.156	0,5	532.749	4,3	422.609	3,4	-20,7

Gráfico 32. Ventas por canales de comercialización (%)



DESCUENTO EN LA VENTA DE LIBROS

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

- El descuento medio aplicado a distribuidores resulta del 50,10%, y el valor más repetido (modal) es de 50%.
- En librerías, el descuento medio es del 28,05%, el valor modal es el 30%.
- En instituciones y bibliotecas, el descuento medio es del 17,54%, el valor más repetido es el 10%.
- El descuento medio en los puntos de venta internos es del 17,59%. El valor más repetido es el 5%.
- En ventas directas de la editorial se aplica un descuento medio del 20,83%. El valor más repetido es el 5%.
- Para las ferias se obtiene un descuento medio del 14,34%. El valor más repetido es el 10%.

Tabla 43. Descuentos aplicados en las ventas

	Año 2007			Año 2010			Año 2015			Año 2017		
	Global	Valor modal	Base (Nº de casos)	Global	Valor modal	Base (Nº de casos)	Global	Valor modal	Base (Nº de casos)	Global	Valor modal	Base (Nº de casos)
	Dto. Medio			Dto. Medio			Dto. Medio			Dto. Medio		
A distribuidores	51,15	50	54	49,67	50	53	49,47	50	47	50,10	50	69
A librerías	28,33	30	36	28,55	30	36	27,05	30	40	28,05	30	52
A instituciones y bibliotecas	22,65	15	20	22,37	15	22	15,42	15	24	17,54	10	30
En los puntos de venta internos	25,67	30	27	28,75	30	18	16,07	5	28	17,59	5	33
En las ventas directas de la editorial	11,85	5	4	5	5	4	5,46	5	13	20,83	5	7
En Ferias	10,21	10	40	9,84	10	37	11,95	10	32	14,34	10	47
En otros puntos	30,82	25;40	9	36,25	40	5	11,25	5	8	13,75	10	5

DEVOLUCIÓN ANUAL DE LIBROS

Para el año 2017, se ha obtenido que el 63,2% de las editoriales han tenido devolución de libros.

La cifra de facturación devuelta asciende a 278.552 euros, aproximadamente la mitad de la cifra devuelta en el ejercicio de 2015 y cuatro veces menor que en el 2007.

La cifra devuelta supone el 2,3% del volumen total de facturación.

Tabla 44. Devolución de libros

	2003		2005		2007		2010		2015		2017	
	Absolutos	%										
TOTAL	48	100	51	100	59	100	63	100	67	100	70	100
Tienen devoluciones	33	68,8	32	62,7	39	66,1	39	61,9	38	56,7	44	63,2
No tienen devoluciones	10	20,8	9	17,6	11	18,6	15	23,8	19	28,4	26	36,8
Ns/Nc	5	10,4	10	19,6	9	15,3	9	14,3	10	14,9	0	0
Cifra de facturación devuelta	259.724		540.168		1.044.353		1.273.892		490.589		278.552	

LA EDICIÓN DIGITAL

En el año 2017, 50 de las 70 editoriales universitarias han editado en formato digital.

Se han editado 1.574 títulos en formato digital (36 de media)

- Hay 12.957 títulos en catálogo (259 de media)
- Se han facturado 3,6 millones de euros (76.170 de media).

El 90,4% de los títulos editados en formato digital se han editado también en papel. Sólo el 9,6% de los títulos se editan sólo en formato digital.

En la mayoría de los casos (97,9%), la edición digital es igual a la edición en papel, tan sólo un 2,1% ha tenido contenidos adicionales.

Tabla 45. Edición digital

	2010	2015	2017
Total editoriales que editan en soporte digital	17	46	50
Títulos vivos en catálogo	4.012	10.942	12.957
<i>Media títulos por editorial</i>	236	238	259
Títulos editados	1.275	1.540	1.574
<i>Media títulos por editorial</i>	75	33	31
Títulos comercializados	1.428	4.434	6.659
<i>Media títulos por editorial</i>	84	96	133
Facturación	1.088.000	2.178.288	3.656.163
<i>Media facturación por editorial</i>	64.000	47.354	76.170

Tabla 46. Edición digital: soporte

	2015	2017
	% s/títulos editados	% s/títulos editados
Se editan únicamente en formato digital	11,9	9,6
Se editan tanto en papel como en digital	88,1	90,4

Tabla 47. Edición digital: contenido

	2015	2017
	% s/títulos editados	% s/títulos editados
Edición digital igual a edición en papel	99,4	97,9
Ed. Digital tiene contenidos adicionales	0,6	2,1

Tabla 48. Edición digital: títulos comercializados por formato (respuesta múltiple)

	Año 2010		Año 2015		Año 2017	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
TOTAL	1.428	100,0	4.434	100,0	6.659	100,0
PDF	1.371	96,0	3.915	88,3	6.273	94,2
ePub	51	3,6	1.468	37,5	600	9,0
HTML, XML, etc	-	-	-	-	133	2,0
MobiPocket genérico	-	-	-	-	1	0,0
MobiPocket para Kindle	-	-	-	-	19	0,3
Formatos para pizarra digital	-	-	-	-	0	0,0
Otros (flash, iBook...)	6	0,4	302	20,6	4	0,1

Tabla 49. Edición digital: facturación por materias

	Año 2010		Año 2015		Año 2017	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
% sobre facturación por edición digital (TOTAL)	1.088.000	100,0	2.178.288	100,0	3.656.163	100,0
Ciencias humanas	804.582	74,0	702.529	32,3	1.870.836	51,2
Ciencias sociales	129.321	11,9	773.207	35,5	948.374	25,9
Ciencias de la salud	36.757	3,4	73.617	3,4	244.867	6,7
Ciencias experimentales y técnicas	117.339	10,8	544.572	25,0	567.470	15,5
Otras materias	-	-	84.363	3,9	24.616	0,7

En los canales de comercialización, destaca la venta a través de plataformas específicas de distribución digital, específicamente las genéricas, como UNEBOOK, Casa del Libro, Amazon, etc., que supondrían el 70% de la facturación. La venta directa desde la propia web de la editorial tiene un porcentaje de facturación de un 16,2%.

Tabla 50. Edición digital: facturación por canales

	Año 2010		Año 2015		Año 2017	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
TOTAL	1.088.000	100	2.178.288	100	3.656.163	100
Venta directa desde la web de la editorial	356.908	32,8	714.567	32,8	592.512	16,2
Venta a través de plataformas específicas de distribución digital (e-distribuidores)	711.319	65,4	1.263.721	58,0	3.006.580	82,2
<i>Plataforma creada por la propia editorial</i>	704.175	64,7	284.682	13,1	63.058	1,7
<i>Plataforma conjunta con otras editoriales</i>	1.408	0,1	41.701	1,9	384.300	10,5
Plataforma comercial genérica	5.735	0,5	937.338	43,0	2.559.222	70,0
<i>Amazon</i>	-	-	122.568	5,6	38.073	1,0
<i>Casa del libro</i>	-	-	340.058	15,6	519.935	14,2
<i>Google Play</i>	-	-	326.145	15,0	652.001	17,8
<i>App Store</i>	-	-	101.152	4,6	5.949	0,2
<i>UNEBOOK</i>	-	-	47.414	2,2	856.643	23,4
Otras plataformas	0	0,0	0	0,0	486.621	13,3
Venta por medio de librerías	19.773	1,8	192.052	8,8	0	0,0
Otros canales	0	0,0	7.948	0,4	57.071	1,6

PERFIL DE LOS CLIENTES

El 71,9% de las editoriales universitarias afirma conocer el perfil de sus clientes.

Según los datos facilitados por las mismas, los clientes serían fundamentalmente estudiantes y docentes/ investigadores.

Un 17,1% sería público en general, y un 2,5% serían otros clientes.

Tabla 51. Perfil de los clientes de las editoriales universitarias

	2007	2010	2015	2017
	Sí	Sí	Sí	Sí
¿Conoce el perfil de sus clientes?	67,40%	63,10%	67,30%	71,90%
¿En qué porcentaje lo conoce? (Base: Lo conoce)	71,30%	73,83%	68,31%	79,56%
Distribución en porcentaje según los clientes finales	100%	100%	100%	100%
<i>Estudiantes</i>	42,6%	40,9%	45,1%	41,5%
<i>Docentes/ Investigadores</i>	40,0%	43,6%	36,4%	38,9%
<i>Público en general</i>	16,6%	15,4%	16,0%	17,1%
<i>Otros</i>	0,8%	0,1%	2,5%	2,5%

DERECHOS DE AUTOR

Las editoriales universitarias han pagado por derechos de autor 974.739 euros en 2017, unos 170.000 euros más que en 2015. De estos pagos, el 93,7% ha sido para autores españoles. Casi un 4% más que en 2015.

La cantidad pagada por derechos de autor supone un 7,9% de la facturación de estas editoriales.

Por compra de otros derechos se han pagado 15.949 euros, un 11% más que en 2015. Y por derechos de traducción se pagaron 29.735 euros, que supone un 80,8% menos que hace 10 años. En total, por la compra de derechos, las editoriales universitarias han pagado en 2017 1.020.423 euros, un 31,2% menos que hace 10 años y un 18% más que en 2015.

Tabla 52. Pagos por derechos de autor

	2005		2007		2010		2015		2017	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
Pagos por derechos de autor	1.311.468	100	1.302.554	100	1.401.866	100	804.095	100	974.739	100
Autores españoles	1.212.173	92,4	1.182.887	94,1	1.261.914	90	722.901	89,9	913.991	93,8
Autores extranjeros	99.295	7,6	119.666	5,9	139.952	10	81.193	10,1	60.748	6,2
Pagos por compra de otros derechos	60.453	-	25.232	-	12.976	-	14.419	-	15.949	-
Cuantía de los pagos por derechos de traducción	92.175	-	155.086	-	69.061	-	47.513	-	29.735	-
Total Pagos	1.464.096	-	1.482.872	-	1.483.903	-	866.027	-	1.020.423	-

En 2017, las editoriales universitarias habrían comprado los derechos de autor a otras editoriales por valor de 24.245 euros, que corresponderían a 19 títulos.

En 2017, los ingresos percibidos por venta de derechos de autor han sido:

- Gestionados por la editorial: 92.031 euros.
- Propios: 11.5240 euros, que corresponden a 30 títulos.

En 2017, los ingresos obtenidos en concepto de derechos de traducción han sido de 3.638 euros.

ACUERDOS DE INTERCAMBIO CON OTRAS INSTITUCIONES

ACUERDOS DE INTERCAMBIO

En 2017, 58 editoriales universitarias tuvieron acuerdos de intercambio con otras universidades o instituciones.

El intercambio es de monografías, aunque también se intercambian publicaciones periódicas (68,1%) y manuales universitarios (61,7%).

Estos intercambios se producen con universidades españolas (47,9%), universidades extranjeras (24%) y otras instituciones (28,1%).

**Tabla 53. Existencia de acuerdo de intercambio con otras instituciones
(respuesta múltiple)**

	2005	%	2007	%	2010	%	2015	%	2017	%
Sí	45		50		47		53		58	
¿Qué tipo de publicaciones se intercambian?										
Monografías	38	84,4	46	92	47	100	53	100,0	53	91,5
Manuales universitarios	29	64,4	41	82	33	70,2	35	66,0	36	61,7
Publicaciones periódicas	-	-	37	74	34	72,3	40	75,5	39	68,1
Libros digitales	-	-	-	-	-	-	16	30,2	28	48,9
Revistas digitales	-	-	-	-	-	-	8	15,1	17	29,8
NS/NC	7	15,6	1	2	9	19,1	-	-	0	0,0

Tabla 54. Instituciones con las que mantiene acuerdo de intercambio

	2005	2006	2007	2010	2015	2017
Universidades españolas	78,3	74,2	71,6	73,6	46,3	47,9
Universidades extranjeras	7,6	8,5	9,2	8,5	23,8	24,0
Otras instituciones	14,1	17,2	19,1	17,8	30,0	28,1

VALOR DE LOS EJEMPLARES INTERCAMBIADOS

En 2017 el valor de los ejemplares enviados por intercambio es de 449.919 euros, y se han intercambiado 26.152 ejemplares. Esto representa un precio medio por cada ejemplar de 17,2 euros. Se han intercambiado un 13,7% ejemplares menos que en 2015.

El valor de los ejemplares recibidos por intercambio ha sido de 244.988 euros, y el número de ejemplares recibidos por intercambio ha sido de 21.808. Según estos datos el precio medio por cada ejemplar recibido ha sido de 11,2 euros. En este caso, se han recibido un 29,2 % menos de ejemplares en intercambio que en 2015.

También se han recibido 12.434 ejemplares de revistas por intercambio, un 27,7% más que hace 2 años.

Tabla 55. Valor y número de ejemplares intercambiados

	2006	2007	2009	2010	2015	2017	2017/2015
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	449.919	-19,6
Nº de ejemplares enviados por intercambio a precio de tapa (IVA incluido)	101.803	105.438	85.661	77.925	30.319	26.152	-13,7
Precio medio ejemplares enviados	12,8	13,8	10,6	13,4	18,5	17,2	-7,9
Valor de los ejemplares recibidos por intercambio a precio de tapa (IVA incluido)	537.449	610.508	688.604	483.702	346.043	244.988	-29,2
Nº de ejemplares recibidos por intercambio a precio de tapa (IVA incluido)	27.563	35.509	29.564	33.125	15.143	21.808	44,0
Precio medio ejemplares recibidos	19,5	17,2	23,3	14,6	22,9	11,2	-51,9
Si hay intercambio de revistas...							
Nº de revistas que se reciben por intercambio	16.273	17.426	14.956	13.865	9.739	12.434	27,7

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

En 2017 se han destinado a promoción y publicidad de las obras de las editoriales 409.178 euros en total, un 5,5% más que en 2015, aunque es un 13,0% menos que en 2007.

La cantidad invertida se ha destinado principalmente a participación en Asociaciones Profesionales (41,3%), participación en ferias (34,4%), publicidad en prensa y revistas (12,2%) y material impreso (6,9%).

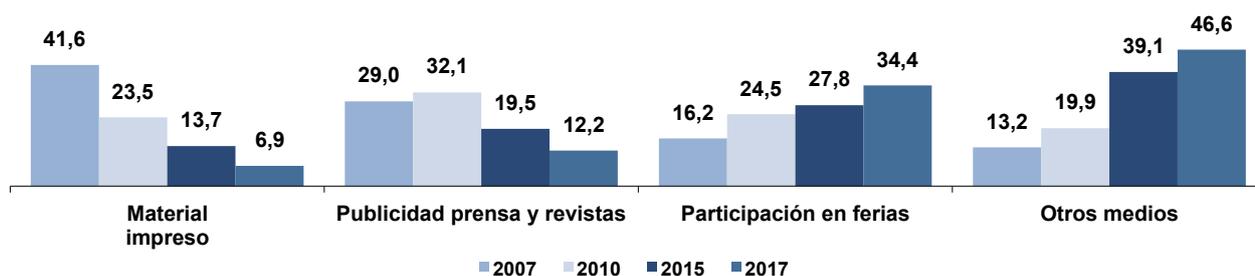
Tabla 56. Gastos en promoción y publicidad: euros

	2003	2005	2007	2010	2015	2017	% Variación 2017/2015
TOTAL (En euros)	333.077	354.548	470.332	456.066	387.754	409.178	5,5
Material impreso	115.498	122.215	195.438	107.092	53.031	35.825	-32,4
Publicidad prensa y revistas	94.699	159.132	136.560	146.495	75.706	68.220	-9,9
Participación en ferias	75.685	59.477	76.313	111.818	107.638	147.652	37,2
Presentaciones en librerías	13.206	4.930	13.388	21.411	23.865	7.161	-70,0
Publicidad en otros medios informativos	18.328	4.821	9.763	10.745	3.694	6.091	64,9
Participación en Asociaciones Profesionales (UNE, FGEE...)	-	-	30.174	52.410	116.267	131.495	13,1
Redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn...)	-	-	-	-	7.341	9.995	36,2
Otros	15.661	3.973	8.695	6.096	212	2.739	1191,9

Tabla 57. Gastos en promoción y publicidad: porcentaje

	2003	2005	2007	2010	2015	2017	Dif. 2017/2015
TOTAL (%)	100	100	100	100	100	100	
Material impreso	34,7	34,5	41,6	23,5	13,7	6,9	-49,6
Publicidad prensa y revistas	28,4	44,9	29	32,1	19,5	12,2	-37,4
Participación en ferias	22,7	16,8	16,2	24,5	27,8	34,4	23,7
Presentaciones en librerías	4	1,4	2,8	4,7	6,2	1,7	-72,6
Publicidad en otros medios informativos	5,5	1,4	2,1	2,4	1	1,2	20,0
Participación en Asociaciones Profesionales	0	0	6,4	11,5	30	41,3	37,7
Redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn...)	-	-	-	-	1,9	1,6	-15,8
Otros	4,7	1,1	1,8	1,3	0,1	0,8	0,7

Gráfico 33. Gastos en promoción y publicidad (%)



El 86 % de las editoriales universitarias han realizado algún acto de presentación de libros durante 2017. El 65% habría realizado entre 1 y 10 actos de presentación.

Tabla 58. Número de actos de presentaciones de libros

TOTAL	2015		2017	
	Absolutos	%	Absolutos	%
Ninguno	17	25	10	14
Menos de 5	18	27	21	30
Entre 5 y 10	21	31	25	35
Entre 11 y 20	6	9	7	10,5
Más de 20	5	7	7	10,5

El 68,4% de las editoriales universitarias tiene blog o está presente en alguna red social.

Tabla 59. Editoriales con blogs y presencia en redes sociales (respuesta múltiple)

TOTAL	2015		2017	
	Absolutos	%	Absolutos	%
Blog	5	7	11	15,8
Facebook	35	52	43	61,4
Twitter	33	49	43	61,4
LinkedIn	5	7	5	7
YouTube	-	-	5	7
Instagram	-	-	5	7
Pinterest	-	-	4	5,3
Otros	13	19	6	8,8
No tiene	29	43	22	31,6

DESARROLLO TECNOLÓGICO

El 75,7% 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. 23 editoriales de las 53 habrían implantado una plataforma o portal para e-commerce.

Tabla 60. Implantación de desarrollo tecnológico en las editoriales universitarias
(respuesta múltiple)

	2015		2017	
	Nº	% S/Total	Nº	% S/Total
Sí	44	65,7	53	75,7
Plataforma/Portal de e-commerce	19	28,4	23	32,9
Otro tipo de web comercial	1	1,5	7	10,0
Plataforma/Portal digital de gestión y edición de revistas con OJS	28	41,8	37	52,9
Plataforma/Portal digital de gestión y edición de libros con OMP	4	6	5	7,1
Otro tipo de Plataforma/Portal digital	6	9	6	8,6
No	23	34,3	17	24,28571

En el 55,8 % de los casos estos desarrollos tecnológicos se han implementado con recursos propios de la universidad, mientras que el 39,5% restante ha recurrido a empresas externas especializadas.

Tabla 61. Implementación de los desarrollos tecnológicos

	2015	%	2017	%
Implementados en su totalidad con recursos propios de la universidad (Tipo ATIC)	29	65,9	30	55,8
Implementados recurriendo mayoritariamente a empresas externas especializadas	15	34,1	21	39,5
NC			2	4,7

El mantenimiento de estos desarrollos tecnológicos lo lleva a cabo personal ajeno a la editorial en el 79,1% de los casos, aunque sólo en el 37,2 % lo realiza una empresa privada externa. En el 53,5% restante de los casos, lo realiza personal propio de la editorial, ya sea a tiempo completo (32,6%) o parcial (20,9%).

Tabla 62. Mantenimiento de los desarrollos tecnológicos
(respuesta múltiple)

	2015	%	2017	%
Lo desempeña personal propio de la editorial a tiempo completo	12	17,9	17	32,6
Lo desempeña personal propio de la editorial a tiempo parcial	17	25,4	11	20,9
Lo desempeña personal ajeno a la editorial, pero de la misma Universidad	26	38,8	22	41,9
Lo desempeña personal de una empresa privada	15	22,4	20	37,2

ANALÍTICA – MÉTRICA WEB

De las 53 editoriales universitarias que han implementado algún desarrollo tecnológico en los últimos 5 años, 37 afirman utilizar alguna herramienta de análisis o métrica web. De éstas, 32 afirman dedicar alguna actividad o tiempo laboral a dicha herramienta, y 20 utilizarían Onix como formato de metadatos, que supondría un 28,5% del total de editoriales universitarias.

Gráfico 34. Conexión de la web/portal/plataforma a alguna herramienta de analítica o métrica web

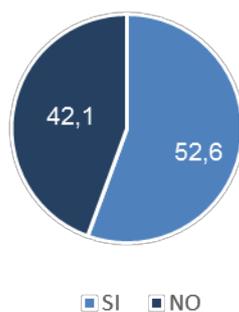


Gráfico 35. Dedicación a la analítica o métrica web

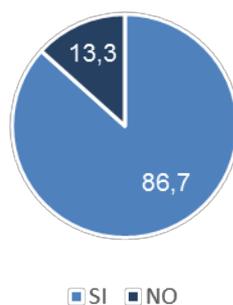


Tabla 63. Uso de Onix como formato de metadatos

	2015	%	2017	%
SÍ	14	51,9	20	53,3
NO	13	48,1	11	30
NC			6	16,7

IDENTIFICADOR DIGITAL

De las 53 editoriales que han implementado algún desarrollo tecnológico en los últimos 5 años, 52 utilizarían identificadores en sus productos digitales (98,1%).

Estos identificadores se aplican a artículos de revistas (71,2%), a libros y revistas de acceso abierto (44,2%), y a libros completos (42,3%) en su mayoría, aunque también se aplican en menor medida a libros y revistas comerciales (17,3%) y a capítulos de libros (9,6%).

Tabla 64. Uso de identificadores en productos digitales (respuesta múltiple)

	2015 Absolutos	2017 Absolutos
SÍ	36	52
DOI (CrossRef)	26	39
DOI (MEDRA)	3	5
Handle	7	7
Otro (anotar)	0	1
NO	8	18

Tabla 65. Aplicación de identificadores en productos digitales (respuesta múltiple)

	2015	%	2017	%
A libros completos	17	47,2	22	42,3
A capítulos de libros	9	25,0	5	9,6
A artículos de revistas	34	94,4	37	71,2
A libros y/o revistas comerciales	7	19,4	9	17,3
A libros y/o revistas de acceso abierto	21	58,3	23	44,2

POLÍTICA DEFINIDA DE ACCESO ABIERTO

El 66,6% de las editoriales universitarias disponen de una política definida de acceso abierto, aunque sólo el 49,1% la tiene accesible desde la web de la editorial.

Afirman editar en acceso abierto el 86,0% de las editoriales universitarias, con un total de 4.743 ejemplares editados entre libros y revistas digitales. Sólo el 8,6% de estos ejemplares correspondería a libros o revistas digitales con embargo comercial. La mitad de estos ejemplares en acceso abierto (53,1%) se comparte en la web y el repositorio general de la Universidad.

Tabla 66. Política definida de acceso abierto

	2015	%	2017	%
Sí, y es accesible desde la web de la editorial	21	31,3	34	49,1
Sí, pero no es accesible desde la web de la editorial	12	17,9	12	17,5
No	34	50,7	23	33,4
Otros			-	3,5
NC			6	

Tabla 67. Edición en acceso abierto

	2015	%	2017	%
Sí	45	67,2	60	86,0
No	22	32,8	9	14,0

Tabla 68. Edición en acceso abierto: número de ejemplares

	2015	2017
Libros digitales en acceso abierto	1.537	3.311
Revistas digitales en acceso abierto	630	1.026
Libros digitales en acceso abierto con embargo comercial	174	373
Revistas digitales en acceso abierto con embargo comercial	32	33
	2.373	4.743

Tabla 69. Edición en acceso abierto: desde dónde se ofrece

	2015	%	2017	%
Se ofrece solo en la web de la editorial	7	15,6	17	28,6
Se comparte entre la web de la editorial y el repositorio general de la Universidad	28	62,2	32	53,1
Se ofrece solo en el repositorio general de la Universidad	10	22,2	7	12,2
NC	45	100	4	6,1

RESUMEN DE DATOS ESTADÍSTICOS

EL COMERCIO INTERIOR DE LAS EDITORIALES UNIVERSITARIAS

De las 70 editoriales universitarias consideradas en el estudio de Comercio Interior de Universidades destacan los siguientes datos:

- 56 son servicio de publicaciones:
 - o Con sello propio27
 - o Sin sello propio29
- Dependen orgánicamente de:
 - o Vicerrectorado 44
 - o Rectorado 4
 - o Otros..... 20
 - o Tiene autonomía propia 2
- 54 disponen de reglamento para su departamento editorial, bien propio o estatutario.
- Solo 6 disponen de imprenta propia y 13 disponen de servicio de reprografía bien propio o asociado. 15 editoriales cuentan con Librería propia.
- Editar, gestionar y coordinar toda o parte de la producción universitaria, son funciones que realizan la mayoría de las editoriales universitarias. La tarea de prestar servicios externos la realizan 57 editoriales, y 16 realizan trabajos de otra índole. El 71,9% tienen otras competencias, como la gestión del ISBN, promoción editorial, etc.
- En las editoriales universitarias trabajan 446 empleados fijos, el 51,8% es personal laboral y el 42,8% son funcionarios de la administración general o especial.
- A estos 446 empleados fijos hay que sumar 73 empleados no incluidos en plantilla, que son principalmente becarios (53,4%).
- 12 editoriales cuentan con personal dedicado a Marketing y a Promoción y Prensa.
- 60 editoriales utilizan los servicios profesionales de colaboradores externos y por término medio cuentan con 10 colaboradores.
- Tienen consejo editorial estable 57 empresas y no existe una pauta sobre el número de reuniones anuales de dicho consejo. El 47% se reúnen una o dos veces al año, el 25% se reúne de tres a cuatro veces y el 12% más de cuatro veces.
- 31 empresas poseen consejos asesores de colecciones y 28 disponen de direcciones unipersonales de colecciones.
- Antes de sacar las obras al mercado, 63 de las 70 empresas suelen solicitar informes externos sobre los originales (28 los solicitan siempre, 26 lo hacen habitualmente y otras 9 los piden esporádicamente).

- De las 63 empresas que solicitan informes externos sobre los originales, 44 retribuyen económicamente estos trabajos y 7 utilizan otras fórmulas de pago. Por otra parte, 12 de estas empresas no retribuyen nunca este tipo de trabajos.
- Generalmente dichos informes se revisan guardando el anonimato.
- Las editoriales trabajan por término medio con 76 autores. Aproximadamente la mitad son nuevos y la otra mitad repiten con la editorial. De los 76 autores que tenemos de media en este ejercicio, 39 son autores de la propia universidad; 30 de otras universidades y 7 son autores sin relación con la universidad.

PRODUCCIÓN EDITORIAL:

- Durante 2017 el número de títulos editados por las editoriales universitarias fue de 4.497 (Un 4% menos que en 2015). Se consideran novedades 3.732 y reediciones 765 títulos.
- El número de ejemplares editados en este periodo fue de 1.110.541, repartidos entre 881.547 de novedades y el resto en reediciones.
- La tirada media por título fue de 247 ejemplares (310 en 2015).
- Los títulos que mantienen en catálogo han sido 58.675, un 15,2% más que en 2015.
- Por materias, los libros de ciencias sociales / humanas son los que adquieren mayor protagonismo dentro del total de títulos y ejemplares editados (76,2% y 74,5% del total respectivamente). Y el 20% tanto de los títulos como de los ejemplares corresponden a científico / técnicos.
- El castellano es la lengua en las que se publican la mayoría de los títulos que editan las editoriales universitarias españolas (96,4%). Siendo 3.472 el número de títulos editados en dicha lengua.
- 16 editoriales editan en lengua catalana y el porcentaje de títulos editados en dicha lengua es de 11,3%. En euskera editan cuatro editoriales y otras 4 en gallego, y el porcentaje de títulos editados en dichas lenguas es de 2,3% y 0,8%, respectivamente.
- Las editoriales universitarias han abonado por derechos de autor y otros derechos 974.739 euros. Los ingresos percibidos por las ventas de derechos han sido de 92.031 euros (19.634 euros más que en 2015).

CIFRA DE FACTURACIÓN:

- La facturación total en el mercado interior a precios de tapa, I.V.A incluido, ha sido para el año 2017 de 12.326.942 euros (un 0,2% menos que en 2015 y un 55,5% menos que en 2007).
- Los libros más vendidos fueron los de ciencias sociales / humanas, que representan el 69,3% de la facturación, por delante de las obras científico / técnicas (24,8%). La facturación restante (5,9%) se reparte entre los libros de creación literaria, los de divulgación y otros.
- El número de ejemplares vendidos en 2017 fue de 1.001.474 euros. Un 1,3% menos que en el año 2015. Por materias, un 54,2% son títulos de Ciencias sociales y humanas y un 36,6% ejemplares científico-técnicos.
- El precio medio de venta del libro universitario asciende a 12,3 euros. Un 0,1% más que el obtenido en 2015.
- El 63,2% de las editoriales afirman haber tenido devoluciones de libros, lo que se traduce en una cifra de facturación devuelta de 278.552 euros.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN:

- El 58,6% de las ventas se han realizado a través de una distribuidora, principalmente nacional (36,7%).
- El 41,4% de las ventas restantes se realizan sin pasar por distribuidora, un 14,0% se efectúa por librerías y un 6,8% a través de puntos de venta internos. La venta por correo supone un 1,1%, las dirigidas a instituciones y bibliotecas un 7,0%. Las ventas por suscripciones y en ferias, fueron de un 2,2% y un 1,7%, respectivamente.
- El perfil de los clientes, obtenido a partir del 71,9% que afirma conocerlo, es de estudiantes en un 41,5%; de docentes/investigadores en un 38,9%; de público en general en un 17,1% y de otros en un 2,5%.

INVERSIÓN EN PUBLICIDAD

- La cantidad que estas empresas han dedicado a la promoción y publicidad de sus obras, en 2017, ha sido de 409.178 euros, un 5,5% más que en el anterior ejercicio (2015) y un 13,0% menos que en el 2007.
- Dicha cantidad se ha invertido, principalmente, en la participación en asociaciones profesionales (41,3%), participación en ferias (24,4%), publicidad en prensa y revistas (22,2%) y en material impreso (6,9%).

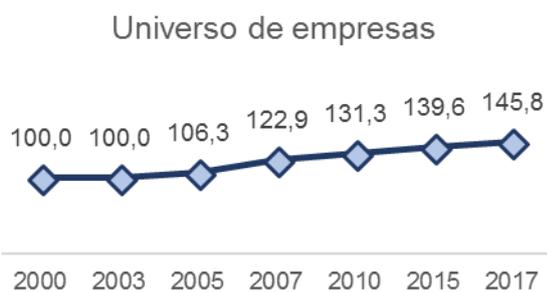
**VARIACIÓN DE LAS PRINCIPALES MAGNITUDES:
COMERCIO INTERIOR DEL LIBRO DE LAS EDITORIALES
UNIVERSITARIAS 2017**

Tabla 70. Principales magnitudes

	2005	2007	2010	2015	2017	% Variación 2017/2015
UNIVERSO DE EDITORIALES	51	59	63	67	70	4,5
EMPLEO GENERADO	474	529	477	415	446	7,5
TÍTULOS EN CATÁLOGO	30.511	33.496	42.889	50.936	58.675	15,2
TÍTULOS EDITADOS	4.936	4.756	4.443	4.681	4.497	-3,9
EJEMPLARES PRODUCIDOS	2.736.711	2.384.639	1.993.027	1.452.617	1.110.541	-23,5
TIRADA MEDIA	554	501	449	310	247	-20,3
CIFRA DE FACTURACIÓN	28.819.637	27.705.567	21.139.348	12.357.151	12.326.942	-0,2
EJEMPLARES VENDIDOS	2.296.449	2.181.889	1.579.826	1.014.686	1.001.474	-1,3
COSTES DE DERECHOS DE AUTOR	1.311.468	1.302.554	1.401.866	804.095	974.739	21,2
INGRESOS POR DERECHOS DE AUTOR	167.618	112.040	51.250	72.397	92.031	27,1
INVERSIÓN EN PUBLICIDAD	354.548	470.332	456.066	387.754	409.178	5,5

EVOLUCIÓN DESDE 2000

Gráfico 36. Evolución desde el año 2000



CUESTIONARIO UTILIZADO

 UNIÓN DE EDITORIALES UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS	Comercio Interior Editoriales Universitarias 2017	
EMPRESA EDITORIAL: _____		
PERSONA DE CONTACTO: _____		
CARGO: _____		TFNO: _____
DEPARTAMENTO: _____		E-MAIL: _____
1.- Datos generales editorial		
1.1 ¿BAJO CUAL/ES DE LAS SIGUIENTES DENOMINACIONES EDITA? Posible respuesta múltiple (marque con una X la opción que corresponda)		
Servicio de publicaciones _____	1	ADVERTENCIAS GENERALES 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 2017 aunque no se explicita en todas las preguntas.
Secretariado de publicaciones _____	2	
Editorial _____	3	
Ediciones _____	4	
Otros (citar) _____	5	
1.2 ¿DISPONE DE SELLO PROPIO?		
Sí _____	1	Se entiende por Sello Editorial al nombre o marca registrada que se utiliza para la edición.
¿Cuántos? _____ sellos propios Anotar nombre/s del/los sellos _____		
No _____	2	
1.3 AÑO DE FUNDACIÓN DE LA EDITORIAL ⁽¹⁾		
Año de fundación _____		(1) Fecha en que la editorial o servicio entró en funcionamiento real.
1.4 LA EDITORIAL DEPENDE ORGANICAMENTE DEL:		
Rectorado _____	1	Por regla general, cuando figuren números se marcará con una cruz a la derecha aquellos que correspondan.
Vicerrectorado de (citar) _____	2	
Otros (citar) _____	3	
Tiene autonomía propia _____	4	
1.5 LA EDITORIAL, ¿DISPONE DE REGLAMENTO? (marque con una X la opción que corresponda):		
Sí:		(2) Se entiende por reglamento ESTATUTARIO aquel que dimana de los estatutos de la Universidad.
- Sí, propio _____	1	
- Sí, estatutario ⁽²⁾ _____	2	
No _____	3	
1.6 SI HA CONTESTADO AFIRMATIVAMENTE A LA PREGUNTA ANTERIOR, INDIQUE SI EL REGLAMENTO SE HA MODIFICADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS:		
Sí: _____	1	
No _____	2	
1.7 SON FUNCIONES DE LA EDITORIAL:		
Editar:		
- Toda la producción universitaria _____	1	
- Parte de la producción universitaria _____	2	
Gestionar:		
- Toda la producción universitaria _____	3	
- Parte de la producción universitaria _____	4	
Coordinar:		
- Toda la producción universitaria _____	5	
- Parte de la producción universitaria _____	6	
Prestar servicios externos:		
- A la comunidad universitaria _____	7	
- Otros (citar) _____	8	
Realizar trabajos editoriales de otra índole _____	9	
Otras competencias:		
- Intercambio bibliográfico _____	10	
- Otros (citar) _____	11	

1.8 ADEMÁS DE LAS COMPETENCIAS PROPIAMENTE DE EDICIÓN, LA EDITORIAL DISPONE DE:			
Servicio de reprografía			
- Propio ⁽³⁾	_____	1	<input type="checkbox"/>
- Asociado	_____	2	<input type="checkbox"/>
Imprenta propia	_____	3	<input type="checkbox"/>
Librería propia asociada a la editorial	_____	4	<input type="checkbox"/>
			(3) Se entiende por PROPIO aquel que depende de la EDITORIAL a efectos de funcionamiento y presupuesto.
1.9 ESTÁ ASOCIADA A:			
- UNE	_____	1	<input type="checkbox"/>
- IJLV	_____	2	<input type="checkbox"/>
- Gremio o asociación de editores local o autonómica	_____	3	<input type="checkbox"/>
- CEDRO	_____	4	<input type="checkbox"/>
- Otras (citar)	_____	5	<input type="checkbox"/>
1.10 ¿ESTÁ INTEGRADA EN DILVE?			
- Sí	_____	1	<input type="checkbox"/>
- No	_____	2	<input type="checkbox"/>
1.9.2 EN CASO AFIRMATIVO, EL RITMO DE ACTUALIZACIÓN EN DILVE ES:			
- Diario	_____	1	<input type="checkbox"/>
- Semanal	_____	2	<input type="checkbox"/>
- Mensual	_____	3	<input type="checkbox"/>
- Menos frecuencia	_____	4	<input type="checkbox"/>
1.11 ¿DISPONE LA EDITORIAL DE CARTA DE SERVICIO Y/O POLÍTICA DE CALIDAD DEFINIDA Y ACCESIBLE?			
- Sí, ¿de qué tipo?	_____	1	<input type="checkbox"/>
- No	_____	2	<input type="checkbox"/>
1.12 ¿DISPONE DE ALGÚN CERTIFICADO DE CALIDAD (ISO, EFQM, CEA-APQ)?			
- Sí, ¿de qué tipo?			
- La certificación acredita toda la organización	_____	1	<input type="checkbox"/>
- La certificación acredita un sello	_____	2	<input type="checkbox"/>
- La certificación acredita una colección	_____	3	<input type="checkbox"/>
- No (Si dispone de otros, especifique cual)	_____	4	<input type="checkbox"/>
		¿Cuántos?	<input type="checkbox"/> sellos
		¿Cuántos?	<input type="checkbox"/> colecciones
2.- Capitalización			
2.1 INDIQUE EL PRESUPUESTO GLOBAL DE FUNCIONAMIENTO (cifras en euros)			
- Año 2017	_____		euros
2.2 DESGLOSE DEL ANTERIOR PRESUPUESTO SEGÚN CORRESPONDA (reparto en porcentaje):			
Año 2017			
- Asignación presupuestaria de la universidad	_____		%
- Recursos propios	_____		%
- Recursos ajenos	_____		%
Total	_____	0,0	%
3.- Personal y colaboradores			
3.1 NÚMERO DE EMPLEADOS			
Personal en nómina al 31/12/17			
Funcionarios de Administración general			
- Con funciones administrativas	_____		nº
- Con funciones técnicas	_____		nº
Funcionarios de Administración especial			
- Con funciones administrativas	_____		nº
- Con funciones técnicas	_____		nº
Personal laboral			
- Con funciones administrativas	_____		nº
- Con funciones técnicas	_____		nº
Otros (citar)	_____		nº
TOTAL	_____	0,0	
3.2 LA DIRECCIÓN DE LA EDITORIAL ES:			
- Técnica (PAS)	_____	1	<input type="checkbox"/>
- Académica (PDI)	_____	2	<input type="checkbox"/>
- Mixta (Director académico con un director técnico (permanente))	_____	3	<input type="checkbox"/>

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
Impresión o encuadernación:	
- Ocasionalmente	7
- Habitualmente	8
Promoción y ventas⁽⁴⁾:	
- Ocasionalmente	9
- Habitualmente	10
Otras (citar)	11
NO:	2
3.7 EN EL CASO DE QUE LA PREGUNTA ANTERIOR SEA AFIRMATIVA, INDICAR *:	
- Coste bruto de estas contrataciones externas en el año 2017	euros
3.8 ASESORAMIENTO EDITORIAL	
3.8.1 LA EDITORIAL DISPONE DE:	
- Consejo editorial estable (especificar nº de miembros)	nº
- Consejos asesores de colecciones (especificar el nº de consejos asesores, no de los miembros que los integran)	nº
- Direcciones unipersonales de colecciones (especificar el número de colecciones)	nº
3.8.2 ¿PARTICIPAN DE ESTOS CONSEJOS Y DIRECCIONES EL PERSONAL TÉCNICO DE LA EDITORIAL Y / U OTROS PROFESIONALES DE LA EDICIÓN?:	
- Sí	1
- No	2
3.8.3 ¿CUÁL ES EL NÚMERO DE REUNIONES QUE EL CONSEJO EDITORIAL HA CELEBRADO EN 2017?:	
- Una o dos	1
- Tres o cuatro	2
- Más de cuatro	3
3.8.4 ¿LA EDITORIAL SOLICITA INFORMES EXTERNOS SOBRE LOS ORIGINALES (REFEREES)?:	
- Siempre	1
- Habitualmente	2
- Esporadicamente	3
- Nunca	4
3.8.5 EN EL CASO DE QUE LA RESPUESTA ANTERIOR HAYA SIDO AFIRMATIVA ¿SE RETRIBUYEN ESTOS TRABAJOS?:	
- Sí, económicamente	1
- Sí, otras fórmulas	2
- No	3
3.8.6 Y ¿EXISTE ANONIMATO EN LA REVISIÓN DE LOS MANUSCRITOS POR LOS REFEREES?	
- Sí	1
- No	2

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

3.9 RELACIÓN CON LOS AUTORES (anotar número)			
NÚMERO DE AUTORES QUE HAN PUBLICADO EN LA EDITORIAL EN 2017		<input type="text"/>	nº
3.9.1 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
3.9.2 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 2017		<input type="text"/>	títulos
4.2 CLASIFICACIÓN POR TIPO DE PUBLICACIÓN DEL FONDO EDITORIAL (Títulos vivos en el año 2017)			
		Títulos vivos	
- Monografías:		<input type="text"/>	títulos
- Manuales universitarios:		<input type="text"/>	títulos
- Material didáctico (guías, unidades, etc):		<input type="text"/>	títulos
- Revistas científicas:		<input type="text"/>	títulos
- Otros:		<input type="text"/>	títulos
4.3 VOLUMEN DE EDICIÓN ANUAL (2017)			
Total		<input type="text"/>	Títulos editados
- Novedades		<input type="text"/>	títulos
- Reediciones		<input type="text"/>	títulos
		<input type="text"/>	Ejemplares editados
		<input type="text"/>	ejemplares
		<input type="text"/>	ejemplares
4.4 CLASIFICACIÓN POR MATERIAS EN UNIDADES (Cifras de 2017)			
	Títulos Vivos en catálogo	Títulos Editados 2017	Ejemplares Editados 2017
	<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)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Ciencias Sociales (antropología, biblioteconomía y documentación, CC. De la comunicación, CC. Políticas, derecho, economía, pedagogía y educación, psicología, sociología)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
- Ciencias de la Salud (Enfermería, farmacia, medicina, veterinaria)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Ciencias Experimentales y Tecnología (agricultura, ganadería y pesca; astronomía, biología, CC de la tierra, física, geografía, informática y lenguajes de programación, ingenierías, matemáticas, medioambiente, química, transporte)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
- Otras materias (citar)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4.5 CLASIFICACIÓN POR LENGUAS DE EDICIÓN. (Cifras de 2017)			
		Títulos Editados 2017	
- Castellano:		<input type="text"/>	títulos
- Catalán:		<input type="text"/>	títulos
- Euskera:		<input type="text"/>	títulos
- Gallego:		<input type="text"/>	títulos
- Otras lenguas (Citar):		<input type="text"/>	títulos
- Bilingües		<input type="text"/>	títulos
4.6 SOPORTES DE EDICIÓN EN 2017			
		Títulos Editados	% Sobre el Total Facturación
4.6.1 EN 2017, ESTA EDITORIAL:			
- Editó en formato papel		<input type="text"/>	títulos %
- Editó en soporte digital / libros digitales		<input type="text"/>	títulos % (Rellenar ANEXOS)
- Editó en otros soportes (citar)		<input type="text"/>	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?

Sí:

- *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:

	<u>Ejemplares vendidos</u>	<u>Facturación</u>
- Año 2017	<input type="text"/> ejemplares	<input type="text"/> €

5.2 DISTRIBUYA EN PORCENTAJES LA CIFRA DE FACTURACIÓN Y EL NÚMERO DE EJEMPLARES VENDIDOS EN EL 2017 SEGÚN LAS MATERIAS:

	Ejemplares vendidos nº de ejemplares	Facturación Total % sobre fact. total
- Ciencias Humanas (Artes, filosofía, historia, lengua y literatura, teología, religión)	<input type="text" value="nº"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Ciencias Sociales (antropología, biblioteconomía y documentación, CC. De la comunicación, CC. Políticas, derecho, economía, pedagogía y educación, psicología, sociología)	<input type="text" value="nº"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Ciencias de la Salud (Enfermería, farmacia, medicina, veterinaria)	<input type="text" value="nº"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Ciencias Experimentales y Tecnología (agricultura, ganadería y pesca; astronomía, biología, CC de la tierra, física, geografía, informática y lenguajes de programación, ingenierías, matemáticas, medioambiente, química, transporte)	<input type="text" value="nº"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Otras materias (citar) <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>

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:	(% s/T. Facturación)
- Autónoma	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Nacional	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
Sin pasar por distribuidora:	
- Librerías	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Instituciones y bibliotecas	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Puntos de venta internos	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Ventas por correo	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Ventas por Web	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Suscripciones	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Ferias	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Otros (citar) <input type="text"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
Total (100%)	<input style="width: 50px;" type="text" value="0,0"/>

5.4 DESCUENTO MEDIO APLICADO EN LAS VENTAS

Descuento aplicado según los canales de comercialización:	% descuento
- A distribuidores	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- A librerías	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- A instituciones y bibliotecas	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- En los puntos de venta internos	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- En las ventas directas de la editorial (correo, web...)	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- En ferias	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- En otros puntos (citar) <input type="text"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>

5.5 ¿TIENE SU EDITORIAL DEVOLUCIONES DE LIBROS?

SI NO
→ Especificar la cifra de facturación devuelta euros

5.6 ¿CONOCE SU EDITORIAL EL PERFIL DE SUS CLIENTES?

SI NO
→ Especificar en qué porcentaje lo conoce %

Distribuya en porcentaje según los clientes finales

- Estudiantes	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Docentes/investigadores	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Público en general	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>
- Otros (citar) <input type="text"/>	<input style="width: 50px;" type="text" value="%"/>

6.- Promoción y Publicidad

6.1 DATOS SOBRE GASTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD EN 2017

	Inversión en el 2017
- 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 2017?

- 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 Facebook	2
- Perfil en Twitter	3
- Perfil en LinkedIn	4
- Otros (citar)	5

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

7.1 ¿FIRMA HABITUALMENTE CONTRATOS DE EDICIÓN?

- Sí	%
- NO	%

7.2 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 especies/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

7.3 SI LA EDITORIAL VENDE O CEDE DERECHOS A OTRAS EDITORIALES (excluyendo traducciones):

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

7.4 SI LA EDITORIAL COMPRA DERECHOS A OTRAS EDITORIALES (excluyendo traducciones):

Gastos por la compra de derechos de autor a otras editoriales: _____ euros

→ A cuántos títulos corresponden dichos gastos _____ títulos

7.5 ¿RECIBE LA EDITORIAL INGRESOS POR COPIA PRIVADA? (CEDRO)

- Sí	%
· Indique los ingresos por libros	euros
· Indique los ingresos por publicaciones periódicas	euros
- NO	%

8.- Traducción en 2017		
8.1	TÍTULOS TRADUCIDOS Y EDITADOS EN DOMINIO PÚBLICO (NO SUJETOS A DERECHOS):	títulos
8.2	CUANTÍA DE LOS PAGOS REALIZADOS EN CONCEPTO DE TRADUCCIÓN:	euros
8.3	TÍTULOS ADQUIRIDOS PARA TRADUCCIÓN SUJETOS A DERECHOS	títulos
8.4	TÍTULOS PROPIOS CEDIDOS PARA TRADUCCIÓN:	títulos
8.5	CUANTÍA DE LOS INGRESOS POR DERECHOS DE TRADUCCIÓN:	euros
9.- Intercambio		
9.1	¿MANTIENE SU INSTITUCIÓN ACUERDO DE INTERCAMBIO CON OTRAS INSTITUCIONES?	
	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Indicar el tipo de publicaciones que se intercambian (marcar con una x)	
	- Monografías:	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>
	- Manuales universitarios:	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	- Publicaciones periódicas	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>
	- Libros digitales	<input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>
	- Revistas digitales	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
	EN EL CASO DE QUE LA PREGUNTA ANTERIOR HAYA SIDO AFIRMATIVA RESPONDER LAS PREGUNTAS SIGUIENTES:	
9.2	INSTITUCIONES CON LAS QUE MANTIENE ACUERDO DE INTERCAMBIO (citar número de instituciones)	
	· Año 2017	
	- Universidades españolas	<input type="checkbox"/> n° de universidades
	- Universidades extranjeras	<input type="checkbox"/> n° de universidades
	- Otras instituciones	<input type="checkbox"/> n° de instituciones
9.3	VALOR DE LOS EJEMPLARES ENVIADOS POR INTERCAMBIO A PRECIO DE TAPA (IVA INCLUIDO) (cifras en euros)	
	· Año 2017	<input type="checkbox"/> euros
9.4	NÚMERO DE EJEMPLARES ENVIADOS POR INTERCAMBIO:	
	· Año 2017	<input type="checkbox"/> n° de ejemplares
9.5	VALOR DE LOS EJEMPLARES RECIBIDOS POR INTERCAMBIO A PRECIO DE TAPA (IVA INCLUIDO) (cifras en euros)	
	· Año 2017	<input type="checkbox"/> euros
9.6	NÚMERO DE EJEMPLARES RECIBIDOS POR INTERCAMBIO:	
	· Año 2017	<input type="checkbox"/> n° de ejemplares
9.7	CASO DE QUE EXISTA INTERCAMBIO DE REVISTAS, NÚMERO DE REVISTAS QUE SE ENVÍAN POR INTERCAMBIO	
	· Año 2017	<input type="checkbox"/> n° de revistas
9.8	CASO DE QUE EXISTA INTERCAMBIO DE REVISTAS, NÚMERO DE REVISTAS QUE SE RECIBEN POR INTERCAMBIO	
	· Año 2017	<input type="checkbox"/> n° de revistas

ANEXO I: EDICIÓN DIGITAL

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 2017

Indique el número total de títulos del fondo de catálogo que tiene digitalizados, el de títulos editados en formato digital y el de A.1.1 títulos comercializados en dicho formato por su editorial en 2017. 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	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

A.1.2 De los títulos digitales editados en 2017 (desglose en %)

	% s/títulos digitales editados
1. Se editan únicamente en formato digital	<input type="text"/> %
2. Se editan tanto en formato digital como en papel	<input type="text"/> %
Total (100%)	0,0 %

A.1.3 De los títulos digitales editados en 2017 (desglose en %)

	% s/títulos digitales editados
1. Edición en digital es igual que la edición en papel	<input type="text"/> %
2. Edición en digital tiene contenidos adicionales (citar contenidos adicionales)	<input type="text"/> %
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	<input type="text"/> %
2. ePub	<input type="text"/> %
3. HTML, XML, etc.	<input type="text"/> %
4. MobiPocket genérico	<input type="text"/> %
5. MobiPocket para Kindle	<input type="text"/> %
6. Formatos para pizarra digital	<input type="text"/> %
7. Otros (citar)	<input type="text"/> %

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)	<input type="text"/> %
- Ciencias Sociales (antropología, biblioteconomía y documentación, CC. De la comunicación, CC. Políticas, derecho, economía, pedagogía y educación, psicología, sociología)	<input type="text"/> %
- Ciencias de la Salud (Enfermería, farmacia, medicina, veterinaria)	<input type="text"/> %
- Ciencias Experimentales y Tecnología (agricultura, ganadería y pesca; astronomía, biología, CC de la tierra, física, geografía, informática y lenguajes de programación, ingenierías, matemáticas, medioambiente, química, transporte)	<input type="text"/> %
- Otras materias (citar)	<input type="text"/> %
Total (100%)	0,0 %

A.1.6 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	<input type="text"/> %
2. Venta a través de plataformas específicas de distribución digital (e-distribuidores)	0,0 %
Plataforma creada por la propia editorial	<input type="text"/> %
Plataforma conjunta con otras editoriales	<input type="text"/> %
Plataformas genéricas y otras Plataformas	0,0 %
Amazon	<input type="text"/> %
Casa del libro	<input type="text"/> %
Google Play	<input type="text"/> %
App Store	<input type="text"/> %
UNEBOOK	<input type="text"/> %
Otras plataformas (indique cuales)	<input type="text"/> %
3. Venta por medio de librerías	<input type="text"/> %
4. Otros canales (citar)	<input type="text"/> %
Total (100%)	0,0 %

ANEXO II: DESARROLLO TECNOLÓGICO

A.2.1 ¿Ha implementado la editorial en los últimos 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 En caso afirmativo, ¿qué analizan dichas métricas?

- Web propia	1	<input type="checkbox"/>
- Libros	2	<input type="checkbox"/>
- Revistas	3	<input type="checkbox"/>

A.2.4.4 ¿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	<input type="text"/>
- Sí, pero no es accesible desde la web de la editorial	2	<input type="text"/>
- No	3	<input type="text"/>
- Otros	4	<input type="text"/>
A.2.6.2 En cualquier caso, y aun sin disponer de una política definida de acceso abierto		
<i>¿Practica la editorial edición en acceso abierto?</i>		
- Sí	1	<input type="text"/>
- No	2	<input type="text"/>
EN CASO AFIRMATIVO		
A.2.6.3 Por favor, indicar el número actual de:		
- Libros digitales en acceso abierto	<input type="text"/>	nº
- Revistas digitales en acceso abierto	<input type="text"/>	nº
- Libros digitales en acceso abierto con embargo comercial	<input type="text"/>	nº
- Revistas digitales en acceso abierto con embargo comercial	<input type="text"/>	nº
A.2.6.4 La producción digital en acceso abierto de la editorial:		
- Se ofrece sólo en la web de la editorial	1	<input type="text"/>
- Se comparte entre la web de la editorial y el repositorio general de la Universidad	2	<input type="text"/>
- Se ofrece solo en el repositorio general de la Universidad	3	<input type="text"/>
Muchas gracias por su colaboración.		