

COMERCIO
2004
INTERIOR
DEL LIBRO
EN ESPAÑA



FEDERACIÓN DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA

Comercio Interior del Libro en España

2004



FEDERACIÓN DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA

Con el patrocinio de:



© Federación de Gremios de Editores de España
Cea Bermúdez, 14
28003 Madrid
e-mail: fgee@fge.es
www.federacioneditores.org

Autorizada la reproducción citando la fuente

ISBN: 84-86141-57-5
Depósito Legal: M-38.159-2005

P.V.P.: 4 €

Impresión: NUEVA IMPRENTA, S. A.

Índice de contenidos

Presentación	11
Introducción	13
Aspectos técnicos y metodológicos del estudio	15
Ámbito del estudio	15
Universo y muestra	15
Clasificación de las empresas según volumen de facturación anual	17
Trabajo de campo	18
Codificación y depuración de resultados	18
Ficha técnica de la investigación	18
La empresa editorial	21
Las empresas editoriales, gremios y asociaciones	21
Integración empresarial	23
El empleo	25
Distribución del empleo editorial por tipo de actividad	28
Colaboradores profesionales externos	30
La edición	31
Producción editorial por materias	36
La edición de libros en las distintas lenguas	39
La edición en soportes diferentes del papel	41
El libro de bolsillo	43
Facturación por libros de bolsillo	44

Títulos vivos en catálogo	45
Los títulos en catálogo según las materias	48
La venta de libros en el mercado interior	51
Facturación por tamaño de empresa	53
Facturación por gremios	55
Facturación según las materias	58
El precio medio de los libros según las materias	63
Canales de comercialización de los libros	67
El descuento en la venta de libros a distribuidores y minoristas	75
Cifra de facturación neta del sector	76
Cifra de facturación. Ventas especiales	77
Venta en las Comunidades Autónomas	79
Estacionalidad de las ventas de libros en el mercado interior	81
Devolución anual de libros	82
Canales de comercialización de las diferentes materias	85
Los costes editoriales de los derechos de autor	107
Promoción y publicidad	111
Medios promocionales y publicitarios	112
Resumen con los datos básicos del estudio de comercio interior del libro para 2004	113
Anexo de tablas estadísticas	121
Cuestionario utilizado	133

Índice de tablas

Tabla 1. Universo de empresas	16
Tabla 2. Muestra de empresas.....	16
Tabla 3. Muestra obtenida y universo	17
Tabla 4. Nivel de asociación (según tamaño)	22
Tabla 5. Nivel de asociación (según gremio)	22
Tabla 6. Número de empleados en nómina (según tamaño).....	25
Tabla 7. Evolución del número medio de empleados (según tamaño).....	26
Tabla 8. Número de empleados en nómina (según gremio).....	27
Tabla 9. Evolución del número medio de empleados (según gremio).....	27
Tabla 10. Empleados y áreas de actividad (según tamaño).....	29
Tabla 11. Empleados y áreas de actividad (según gremio).....	29
Tabla 12. Colaboradores profesionales externos.....	30
Tabla 13. Títulos y ejemplares editados. Tirada media (según tamaño)	34
Tabla 14. Títulos y ejemplares editados. Tirada media (según gremio)	35
Tabla 15. Títulos y ejemplares editados. Tirada media (por materia).....	36
Tabla 16. Evolución de la edición en las lenguas oficiales (2000-2004)	39
Tabla 17. Edición en las lenguas oficiales (según gremio)	40

Tabla 18. Edición en otros soportes	42
Tabla 19. Títulos y ejemplares editados de libros de bolsillo. Tirada media ...	43
Tabla 20. Cifra de facturación de libros de bolsillo según las materias	44
Tabla 21. Evolución de títulos vivos en catálogo (según tamaño) (1995-2004).	46
Tabla 22. Media de títulos vivos en catálogo (según tamaño) (2000-2004) ...	46
Tabla 23. Evolución de títulos vivos en catálogo (según gremio) (1995-2004).	47
Tabla 24. Media de títulos vivos en catálogo (según gremio) (2000-2004) ...	47
Tabla 25. Títulos vivos en catálogo (según materias)	48
Tabla 26. Cifra de facturación en el mercado interior (según tamaño) (1995-2004). Absolutos (en millones de euros).	53
Tabla 27. Cifra de facturación en el mercado interior (según tamaño) (1995-2004). Porcentajes verticales	54
Tabla 28. Cifra de facturación en el mercado interior (según tamaño). Evolución desde 1995	54
Tabla 29. Cifra media de facturación en el mercado interior (según tamaño) (1995-2004). En miles de euros	54
Tabla 30. Cifra de facturación en el mercado interior (según gremio) (1995-2004). Absolutos (en millones de euros)	55
Tabla 31. Cifra de facturación en el mercado interior (según gremio) (1995-2004). Porcentajes verticales	56
Tabla 32. Cifra de facturación en el mercado interior (según gremio). Evolución desde 1995	56
Tabla 33. Cifra media de facturación en el mercado interior (según gremio) (1995-2004). En miles de euros	56
Tabla 34. Cifra de facturación (según materia) (2000-2004). Absolutos (en millones de euros)	58
Tabla 35. Precio medio de los libros según las materias	63
Tabla 36. Precio medio de los libros según las materias. Evolución	64
Tabla 37. Cifra de facturación (por canales de comercialización) (2000-2004).	68

Tabla 38. Cuota por canales de la cifra de facturación (2000-2004)	69
Tabla 39. Descuento medio por canales	75
Tabla 40. Descuento medio por canales (según tamaño)	75
Tabla 41. Ventas por saldo. Empresas que saldan libros. Absolutos (en miles de euros)	77
Tabla 42. Venta por operaciones especiales. Empresas que las realizan. Absolutos (en miles de euros)	77
Tabla 43. Facturación por ventas totales. Absolutos (en miles de euros)	78
Tabla 44. Destino de las ventas al mercado interior según CC.AA.	79
Tabla 45. Correlación entre población y venta de libros en las 17 CC.AA. ...	80
Tabla 46. Estacionalidad de la venta de libros en el mercado interior	81
Tabla 47. Estacionalidad de la venta de libros en el mercado interior (según tamaño)	81
Tabla 48. Estacionalidad de la venta de libros en el mercado interior (según gremio)	82
Tabla 49. Tasa de devolución anual	83
Tabla 50. Pagos por compra de derechos (según tamaño) (en millones de euros)	108
Tabla 51. Pagos por derechos de autor según la nacionalidad del autor	108
Tabla 52. Cantidad percibida por venta de derechos (según tamaño) (en millones de euros)	108
Tabla 53. Pagos de derecho de autor (según gremio) (en millones de euros).	109
Tabla 54. Cantidad percibida por venta de derechos (según gremio) (en millones de euros)	109
Tabla 55. Evolución de la inversión en publicidad (según tamaño) (en miles de euros)	111
Tabla 56. Evolución de la inversión en publicidad (según gremio) (en miles de euros)	112
Tabla 57. Evolución de la inversión en los medios promocionales (en miles de euros)	112

Tabla 58. Resumen de datos sobre la estructura de las empresas privadas y agremiadas del sector (2004)	120
Tabla 59. Edición de títulos según materias. Por tamaño	121
Tabla 60. Edición de títulos según materias. Por gremio	122
Tabla 61. Edición de ejemplares según materias. Por tamaño (× 1.000)	123
Tabla 62. Edición de ejemplares según materias. Por gremio (× 1.000)	124
Tabla 63. Tirada media por materias. Por tamaño	125
Tabla 64. Tirada media por materias. Por gremio	125
Tabla 65. Títulos en catálogo según materias. Por tamaño	126
Tabla 66. Títulos en catálogo según materias. Por gremio	127
Tabla 67. Cifra de facturación según materias. Por tamaño (millones de euros)	128
Tabla 68. Cifra de facturación según materias. Por gremio (millones de euros)	129
Tabla 69. Cifra de facturación según canales de comercialización. Por tamaño (millones de euros)	130
Tabla 70. Cifra de facturación según canales de comercialización. Por gremio (millones de euros)	131

Presentación

La presente es la decimosexta edición del Estudio de Comercio Interior del Libro, la iniciativa más completa del conjunto de informaciones que se elaboran en España sobre el libro y la industria editorial. Además del valor de la continuidad, que permite conocer la evolución de las principales variables de la industria y el comercio del libro, año tras año nos esforzamos por mejorar esta información. En esta ocasión, por ejemplo, se han contrastado los datos que se recogen en los cuestionarios con entrevistas a responsables de las empresas que aportan un peso mayor a las cifras del estudio.

Hay muchos datos y perspectivas diferentes en un estudio que refleja la diversidad de la edición y el comercio del libro. Pero lo más relevante, sin duda, es el estancamiento de las grandes cifras de venta. La cifra total de venta al público, IVA incluido, queda prácticamente igual que la correspondiente al pasado año —sube un exiguo 0,37%—, con lo que nos quedamos atrás en valor económico constante al ser la inflación un 3,2%. También es revelador que la venta neta sea inferior a la del ejercicio anterior, lo que apunta hacia un encarecimiento de las operaciones comerciales. Hay datos positivos, por contra, como el incremento en las ventas de derechos o en soportes distintos al libro tradicional.

Expresamos nuestro reconocimiento a todas las personas que, en las empresas editoriales o como profesionales independientes, hacen cada vez más completo y fiable este Estudio. Y el agradecimiento a los patrocinadores, la Dirección General del Libro, del Ministerio de Cultura, y CEDRO, por su contribución.

EMILIANO MARTÍNEZ
Presidente
Federación de Gremios de Editores de España

Introducción

El presente informe sobre el Comercio Interior del Libro en España ha sido elaborado por la empresa PRECISA RESEARCH por encargo de la Federación de gremios de Editores de España.

Los temas centrales de esta investigación han sido para el año 2004:

Obtener la facturación de las empresas editoriales privadas en el Comercio Interior, así como lograr un mejor conocimiento de la oferta de libros y de su comercialización.

Determinar el número de títulos editados al año, los títulos que las editoriales mantienen en catálogo, la cifra de ejemplares vendidos y la distribución de estas cifras según las materias editoriales, a fin de obtener una visión cualitativa del mercado del libro en España.

Averiguar el empleo del sector, la distribución geográfica de la producción y de la venta de libros, la edición en formato de bolsillo y en nuevos soportes, el precio medio de los libros según materias editoriales, los canales de comercialización de los libros, la cantidad global pagada por derechos de autor y la cantidad destinada a promocionar sus fondos.

El análisis de los datos se realiza teniendo siempre en cuenta la cifra de facturación de las empresas editoriales y el gremio al que están asociadas.

Las sucesivas ediciones del estudio y el análisis de los datos aportados por las empresas editoriales han generado, año a año, innovaciones en la metodología y contenido del mismo.

La información obtenida y analizada la facilitan las empresas editoriales que cumplimentan el cuestionario elaborado por PRECISA RESEARCH y aprobado por la Comisión de Comercio Interior del Libro de la Federación. A todas ellas enviamos nuestro agradecimiento por su colaboración. Agradecemos asimismo la colaboración prestada por la Federación de gremios y por cada uno de los Gremios y Asociaciones de Editores gracias a los cuales ha podido realizarse el presente estudio.

Aspectos técnicos y metodológicos del estudio

Ámbito del estudio

El objeto de estudio de la presente investigación son las editoriales privadas agremiadas.

El ámbito temporal de la investigación es el año 2004.

Universo y muestra

- El cuestionario base de la investigación se envió a un total de 701 editoriales privadas agremiadas que ejercen la actividad editorial de manera cierta y continuada.
- La colaboración de las empresas editoras ha sido elevada y han contestado el 55,8% del total a las que se remitió el cuestionario. La representatividad de la respuesta obtenida es aún más significativa si se considera que las empresas con mayor volumen de facturación ofrecen un nivel de respuesta del 82,8%. Estas empresas suponen, en el 2004, el 62,2% de la facturación total del sector editorial en el mercado interior lo que da una gran fiabilidad a los datos del estudio.
- El informe incluye sólo las empresas asociadas a alguno de los siguientes gremios o asociaciones, con actividad editorial en 2004:
 - Gremio de Editores de Madrid.
 - Gremi d'Editors de Catalunya.
 - Gremio de Editores de Euskadi.

- ❑ Asociación de Editores de Andalucía.
 - ❑ Asociación Galega de Editores.
 - ❑ Associació D'Editors del País Valencià.
 - ❑ Associació D'Editors en Llengua Catalana.
 - ❑ Asociación Nacional de Editores de Libros y Material de Enseñanza (ANELE).
- Cuando se habla de editoriales de un determinado gremio, sobre todo en el caso del de Madrid, nos referimos a las editoriales privadas asociadas al mismo, con independencia de que estén radicadas en la Comunidad de Madrid o en cualquier otra Comunidad sin gremio propio.
 - El universo y la muestra obtenida de *las empresas agremiadas*, por segmentos de facturación y por Gremios, se refleja en los cuadros siguientes:

Tabla 1. UNIVERSO DE EMPRESAS

Tramo de facturación	Gremio						
	Total	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	701	270	249	45	64	32	41
Más de 18 millones de €	29	13	16	0	0	0	0
De 6 a 18 millones de €	51	21	25	3	2	0	0
De 2,4 a 6 millones de €	65	17	31	7	2	4	4
De 0,6 a 2,4 millones €	172	62	79	10	8	5	8
Hasta 0,6 millones de €	384	157	98	25	52	23	29

Han contestado 391 empresas, 3 más que en la edición de 2003.

Tabla 2. MUESTRA DE EMPRESAS

Tramo de facturación	Gremio						
	Total	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	391	146	139	32	32	17	25
Más de 18 millones de €	24	11	13	0	0	0	0
De 6 a 18 millones de €	33	13	16	2	2	0	0
De 2,4 a 6 millones de €	44	12	17	6	2	4	3
De 0,6 a 2,4 millones €	100	37	41	8	6	4	4
Hasta 0,6 millones de €	190	73	52	16	22	9	18

Tabla 3. MUESTRA OBTENIDA Y UNIVERSO

Tramo de facturación	Universo	Muestra	Porcentaje de muestreo	Fracción de muestreo
Total	701	391	55,8%	1,8
Más de 18 millones de €	29	24	82,8%	1,2
De 6 a 18 millones de €	51	33	64,7%	1,5
De 2,4 a 6 millones de €	65	44	67,7%	1,5
De 0,6 a 2,4 millones €	172	100	58,1%	1,7
Hasta 0,6 millones de €	384	190	49,5%	2,0

Clasificación de las empresas según volumen de facturación anual

La clasificación en tamaños ¹, según la cifra de facturación de la empresa, que se utilizará en el informe, es la siguiente:

Clasificación	Tramo de facturación
Grande	Más de 18.000.000 €
Mediana	Entre 2.400.001 y 18.000.000 €
Pequeña	Hasta 2.400.000 €

Eventualmente, sobre todo en los temas relacionados con cuota de mercado, en el grupo de las grandes se considerarán dos subdivisiones: la primera la componen aquellas empresas que facturan más de 60.000.000 euros y la segunda contempla aquellas que facturan entre 18.000.001 y 60.000.000 euros.

¹ Respecto a ediciones anteriores los grupos de medias grandes (de 6.000.001 a 18.000.000 euros) y medias medias (de 2.400.001 a 6.000.000 euros) se han unido y se consideran como empresas **medias (de 2.400.001 a 18.000.000 euros)**. Asimismo, las empresas medias pequeñas (de 601.000 a 2.400.000 euros) y pequeñas (menos de 600.000 euros) se engloban en la actual edición en el grupo de empresas **pequeñas (hasta 2.400.000 euros)**.

Trabajo de campo

Los cuestionarios se enviaron por correo o por e-mail (según la preferencia de la empresa editora) a todas las empresas que constituían el universo inicial el 28 de marzo de 2005.

El 8 de julio, con 391 cuestionarios recibidos de las empresas agremiadas, se dio por concluido el trabajo de campo.

La empresa PRECISA RESEARCH garantiza la absoluta confidencialidad de los datos recibidos en los cuestionarios que sólo se utilizan con fines estadísticos.

Codificación y depuración de resultados

Una vez concluida la recogida de encuestas se pasa a la depuración de los datos. En esta fase se analiza el contenido de los cuestionarios y las correspondencias entre los diversos apartados con el fin de detectar los posibles errores en la interpretación de las preguntas, inconsistencias en las mismas, etc.

Las estimaciones por falta de respuesta en algunas preguntas se hacen basándose en otras respuestas del mismo cuestionario y a la información facilitada por otras empresas de similares características.

Los resultados que aparecen en el informe se refieren a todas las empresas del universo y se obtienen a partir de la extrapolación de los datos muestrales según el gremio al que pertenecen, las materias que editan y el tramo de facturación.

Ficha técnica de la investigación

Trabajo realizado por: PRECISA RESEARCH.

Universo: 701 Editoriales privadas asociadas a los gremios de Madrid, Cataluña, Euskadi, Andalucía, Galicia y Valencia.

Tamaño de la muestra: 391 cuestionarios.

Muestra: Estratificada. Según el gremio al que pertenecen y la cifra de facturación de la editorial.

Error muestral: El error resultante para datos globales es:

$\pm 3,4\%$ (2)

Para un nivel de confianza del 95% (1)

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

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

Tipo de cuestionario: Estructurado.

Aplicación: Autocumplimentado.

Fechas del trabajo de campo: Del 28 de marzo al 8 de julio de 2005.

Tabulación: Los datos se han grabado y tabulado en la empresa PRECISA RESEARCH.

La empresa editorial

La estructura empresarial del sector editorial se caracteriza por un número reducido de empresas —80— que facturan anualmente más de 6 millones de euros y un buen número de empresas pequeñas —384— que facturan menos de 0,6 millones de euros. Es en este grupo donde existe una mayor movilidad, aunque este hecho no altera la importante aportación de las pequeñas editoriales, especializadas la mayoría en áreas temáticas, a que la oferta editorial sea más diversa y plural.

El Estudio de Comercio Interior se basa en la información facilitada por las empresas agremiadas. Las empresas públicas, los Organismos de la Administración pública, las entidades sin ánimo de lucro y las empresas que editan libros de manera ocasional, han sido excluidas del estudio por no cumplir el requisito de dedicarse a la edición de libros como actividad exclusiva o lo hacen de manera ocasional. El concepto de editor está además definido por su autonomía jurídica, haciendo abstracción de las concentraciones de capital en el sector.

Las empresas editoriales, gremios y asociaciones

El Universo del presente estudio lo constituyen 701 empresas editoriales privadas y agremiadas, que suponen algo más de la mitad (55,4%) de las empresas editoriales privadas. Su representatividad viene avalada tanto por el elevado porcentaje de empresas que están agremiadas como por su diversidad en cuanto al tamaño de las empresas, su localización geográfica, áreas temáticas y productos editoriales.

Además de estas empresas asociadas hay, según los datos del ISBN, 564 empresas editoriales privadas que han editado algún libro en el año 2004, en general son empresas de pequeño tamaño, autores editores o que se dedican a la edición de manera ocasional.

**Tabla 4. NIVEL DE ASOCIACIÓN
(Según tamaño)**

	Universo 2001	%	Universo 2002	%	Universo 2003	%	Universo 2004	%	Diferencia 2004-2003
Total	1.037	100,0	1.104	100,0	1.139	100,0	1.265	100,0	126
Agremiadas	687	66,2	682	61,8	699	61,4	701	55,4	2
Grande	25	2,4	26	2,4	29	2,5	29	2,3	0
Mediana	113	10,9	107	9,7	113	9,9	116	9,2	3
Pequeña	549	52,9	549	49,7	557	48,9	556	44,0	-1
No agremiadas	350	33,8	422	38,2	440	38,6	564	44,6	124

**Tabla 5. NIVEL DE ASOCIACIÓN
(Según gremio)**

	Universo 2001	%	Universo 2002	%	Universo 2003	%	Universo 2004	%	Diferencia 2004-2003
Total	1.037	100,0	1.104	100,0	1.139	100,0	1.265	100,0	126
Agremiadas	687	66,2	682	61,8	699	61,4	701	55,4	2
Madrid	274	26,4	273	24,7	272	23,9	270	21,3	-2
Cataluña	261	25,2	248	22,5	253	22,2	249	19,7	-4
Euskadi	35	3,4	41	3,7	47	4,1	45	3,6	-2
Andalucía	53	5,1	54	4,9	61	5,4	64	5,1	3
Galicia	25	2,4	25	2,3	25	2,2	32	2,5	7
Valencia	39	3,7	41	3,7	41	3,6	41	3,2	0
No agremiadas	350	33,8	422	38,2	440	38,6	564	44,6	124

Integración empresarial

Un 26,1% de las empresas agremiadas forman parte de un grupo empresarial o holding.



Están integradas en un grupo el 89,8% de las empresas grandes (86,2% en el 2003), un 50,8% de las medianas (51,9% en 2003) y un 17,7% de las pequeñas (21,2% en 2003).

Por tamaño	Total 2003	Total 2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Forma parte de un grupo	28,6	26,1	89,8	50,8	17,7
No forma parte de un grupo	71,4	73,9	10,2	49,2	82,3

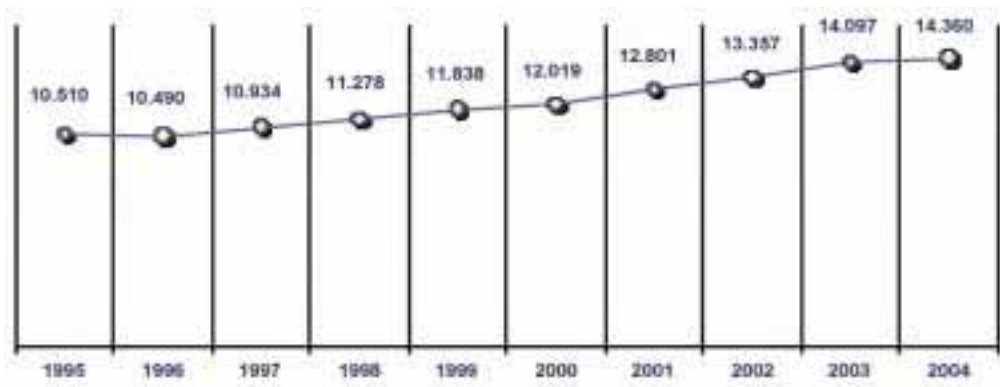
Las editoriales de Galicia, Cataluña y Andalucía siguen siendo las editoriales que en mayor medida están integradas en grupos empresariales.

Por gremio	Total 2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Forma parte de un grupo	26,1	24,4	27,5	23,3	27,4	39,4	18,7
No forma parte de un grupo	73,9	75,6	72,5	76,7	72,6	60,6	81,3

El empleo

El empleo directo del sector privado y agremiado ha sido de 14.360 empleados en 2004, aumentando un 1,9% respecto al año anterior y un 36,6% respecto a 10 años atrás (1995).

Su evolución en los últimos diez años es la siguiente:



Variación respecto a 1995	100,0%	99,8%	104,0%	107,3%	112,6%	114,4%	121,8%	127,1%	134,1%	136,6%
---------------------------	--------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

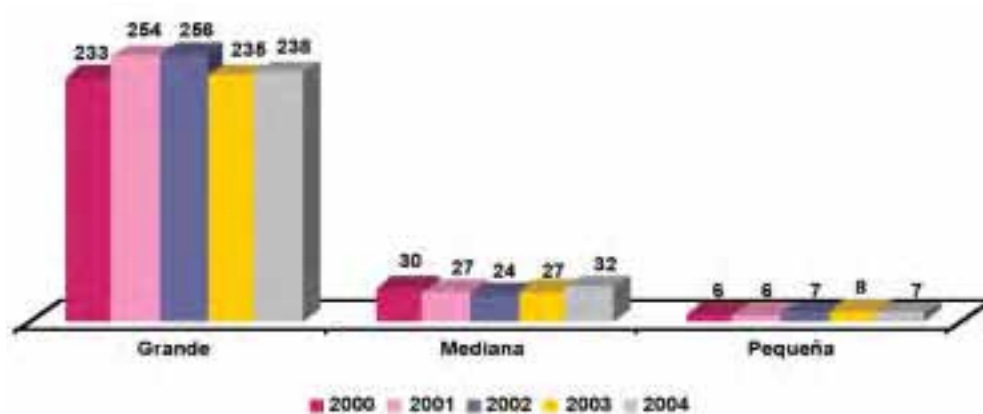
Tabla 6. NÚMERO DE EMPLEADOS EN NÓMINA
 (Según tamaño)

	2003			2004		
	Número medio de empleados	Total empleo generado Absolutos	% verticales	Número medio de empleados	Total empleo generado Absolutos	% verticales
Total agremiadas	21	14.097	100	20	14.360	100,0
Grande	235	6.816	48,4	238	6.913	48,1
Mediana	27	3.024	21,4	32	3.669	25,6
Pequeña	8	4.257	30,2	7	3.778	26,3

Tabla 7. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO MEDIO DE EMPLEADOS
(Según tamaño)

	Grande	Mediana	Pequeña
2000	233	30	6
2001	254	27	6
2002	256	24	7
2003	235	27	8
2004	238	32	7

En el gráfico siguiente se aprecia la evolución de la media de empleados para cada uno de los tamaños de editoriales contemplados. Considerando el conjunto de la serie de 5 años no se aprecian cambios significativos por tamaño de empresa.



- En las editoriales grandes apenas ha aumentado la media de personas empleadas respecto al año 2003, situándose en 238 personas. En total emplean a 6.913 personas.
- La media de empleados en empresas medianas ha experimentado un aumento, pasando de 27 a 32. El total de personas empleadas es de 3.669, lo que significa un 21,3% más que en el año 2003.
- Las editoriales pequeñas emplean a 7 personas de media. El número de personas empleadas en empresas pequeñas es de 3.778 personas, un 11,3% menos que en el año anterior.

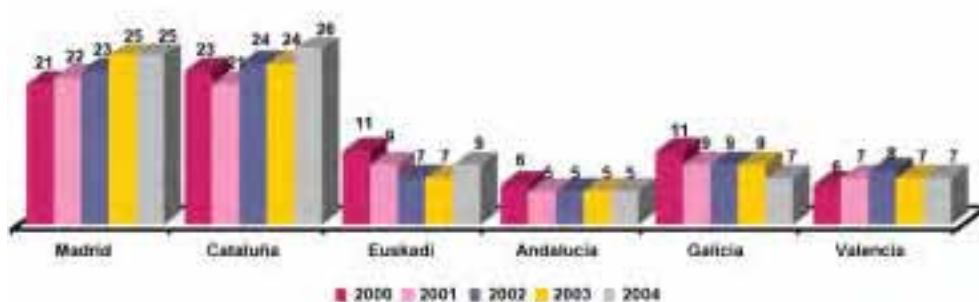
Tabla 8. NÚMERO DE EMPLEADOS EN NÓMINA
(Según gremio)

	2003			2004		
	Número medio de empleados	Total empleo generado Absolutos	% verticales	Número medio de empleados	Total empleo generado Absolutos	% verticales
Total agremiadas	21	14.097	100	20	14.360	100,0
Madrid	25	6.803	48,2	25	6.646	46,3
Cataluña	24	6.104	43,3	26	6.452	44,9
Euskadi	7	336	2,4	9	427	3,0
Andalucía	5	322	2,3	5	339	2,4
Galicia	9	253	1,8	7	218	1,5
Valencia	7	279	2,0	7	278	1,9

Tabla 9. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO MEDIO DE EMPLEADOS
(Según gremio)

	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
2000	21	23	11	6	11	6
2001	22	21	9	5	9	7
2002	23	24	7	5	9	8
2003	25	24	7	5	9	7
2004	25	26	9	5	7	7

A continuación se muestra la evolución del número medio de empleados en cada uno de los gremios. La media de empleados por editorial se mantiene en Madrid, Andalucía y Valencia y se incrementa en Cataluña y Euskadi. Se produce un descenso en Galicia.



- El número medio de empleados en las editoriales asociadas al gremio de Madrid es de 25, el mismo número que el año anterior. El volumen total de empleo generado en las editoriales de este gremio es de 6.646 empleados, un 2,3% menos que en el 2003, lo que supone el 46,3% del total.
- Las editoriales asociadas al gremio de Cataluña alcanzan 26 empleados por término medio, siendo el volumen total de empleo generado por estas editoriales de 6.452 personas, es decir, un 5,7% más que el año anterior. Su empleo significa el 44,9% del total.
- En las editoriales asociadas al gremio de Euskadi la media pasa de 7 a 9. En total ocupan a 427 empleados, un 27,1% más que el año 2003.
- En las editoriales del gremio de Andalucía hay una media de 5 empleados por empresa, y tienen un empleo fijo de 339 personas.
- Las editoriales asociadas al gremio de Galicia obtienen una media de 7 personas por editorial y las personas empleadas por este gremio totalizan 218.
- En las editoriales del gremio Valenciano se mantiene en 7 la media de empleados por empresa, y el empleo generado por las mismas asciende a un total de 278 empleados.

Distribución del empleo editorial por tipo de actividad

De los 14.360 empleados un 34,6% corresponde a producción editorial, un 32,5% a Administración y un 26,7% a la actividad comercial. Por primera vez se ha preguntado a las editoriales por empleados dedicados a publicidad (3,2%) y recursos humanos (1,4%). El porcentaje de personas dedicadas principalmente a comercio exterior para este año es del 1,7%.

Tabla 10. EMPLEADOS Y ÁREAS DE ACTIVIDAD
(Según tamaño)

Empleados dedicados a:	Total 2003	Total 2004	Grande	Mediana	Pequeña
Número de empleados	14.097	14.360	6.913	3.669	3.778
Producción editorial	4.045	4.963	1.862	1.664	1.437
Actividad comercial	4.168	3.839	2.142	833	864
Publicidad	–	459	211	78	170
Administración	5.238	4.665	2.531	995	1.139
Recursos humanos	–	196	96	45	55
Comercio exterior	646	238	71	54	113
Producción editorial	28,7	34,6	26,9	45,4	38,1
Actividad comercial	29,6	26,7	31,0	22,7	22,9
Publicidad	–	3,2	3,1	2,1	4,5
Administración	37,2	32,5	36,6	27,1	30,1
Recursos humanos	–	1,4	1,4	1,2	1,5
Comercio exterior	4,6	1,7	1,0	1,5	3,0

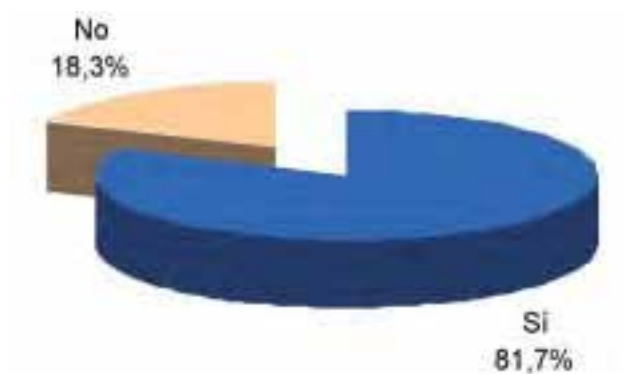
Por gremios, Cataluña y Galicia superan al resto de en el porcentaje de personal dedicado a la producción editorial, en tanto que el porcentaje correspondiente a la actividad comercial es más elevado para Euskadi y País Valenciano. El gremio de Madrid es el que, porcentualmente, tiene más empleados en el ámbito de administración.

Tabla 11. EMPLEADOS Y ÁREAS DE ACTIVIDAD
(Según gremio)

Empleados dedicados a:	Total 2003	Total 2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	País Valenciano
Número de empleados	14.097	14.360	6.646	6.452	427	339	218	278
Producción editorial	4.045	4.963	2.036	2.518	140	106	83	80
Actividad comercial	4.168	3.839	1.944	1.484	176	84	61	90
Publicidad	–	459	205	212	8	21	2	11
Administración	5.238	4.665	2.277	2.037	94	103	68	86
Recursos humanos	–	196	80	96	3	9	2	6
Comercio exterior	646	238	104	105	6	16	2	5
Producción editorial	28,7	34,6	30,6	39,0	32,8	31,3	38,1	28,8
Actividad comercial	29,6	26,7	29,2	23,0	41,3	24,8	28,0	32,4
Publicidad	–	3,2	3,1	3,3	1,9	6,2	0,9	4,0
Administración	37,2	32,5	34,3	31,6	22,0	30,4	31,3	30,9
Recursos humanos	–	1,4	1,2	1,5	0,7	2,7	0,9	2,2
Comercio exterior	4,6	1,7	1,6	1,6	1,4	4,7	0,9	1,8

Colaboradores profesionales externos

El 81,7% de las empresas agremiadas contrataron colaboradores externos en el 2004.



Como se puede observar en la tabla siguiente, el número medio de colaboradores externos contratados se ha incrementado salvo en las empresas pequeñas, con un aumento considerable en el tamaño de empresa grande.

Por gremios se observa crecimientos para Madrid, Euskadi y Andalucía.

Tabla 12. COLABORADORES PROFESIONALES EXTERNOS

Por tamaño	Nº medio de colaboradores 2002	Nº medio de colaboradores 2003	Nº medio de colaboradores 2004
Total	24	25	27
Grande	137	135	158
Mediana	50	48	51
Pequeña	12	14	12

Por gremio	Nº medio de colaboradores 2002	Nº medio de colaboradores 2003	Nº medio de colaboradores 2004
Total	24	25	27
Madrid	19	23	26
Cataluña	34	35	35
Euskadi	17	14	18
Andalucía	9	6	11
Galicia	27	32	29
Valencia	20	19	13

La edición

- El total de títulos editados durante el año 2004 asciende a 67.822, lo que significa un 3,0% más que en el año 2003. Del total de títulos editados 34.734 fueron títulos nuevos y 33.088 reimpresiones o reediciones ².
- El volumen total de ejemplares editados ha sido de 310.583.181, un 11,7% más que en el 2003.
- La tirada media se sitúa en 4.579 ejemplares por título (355 ejemplares más que el año anterior).
- Las materias Texto no universitario, Literatura y libros Infantiles y Juveniles continúan siendo las que concentran el mayor número de títulos y de ejemplares editados, suponiendo, entre las tres, el 61,3% de los títulos editados (60,2% en el 2003) y el 69,9% de los ejemplares (70,1% en el 2003).
- Un 77,7% de los libros editados están escritos en castellano, un 15,0% en catalán, un 2,5% en euskera, un 2,3% en gallego y el 2,6% en otras lenguas.
- El 25,6% de las editoriales ha editado en otros soportes distintos del papel. La facturación en otros soportes distintos representa el 9,2% de la facturación global.

² **Títulos nuevos o novedades:** primera publicación de un texto por una editorial concreta en una colección específica y en un determinado formato.

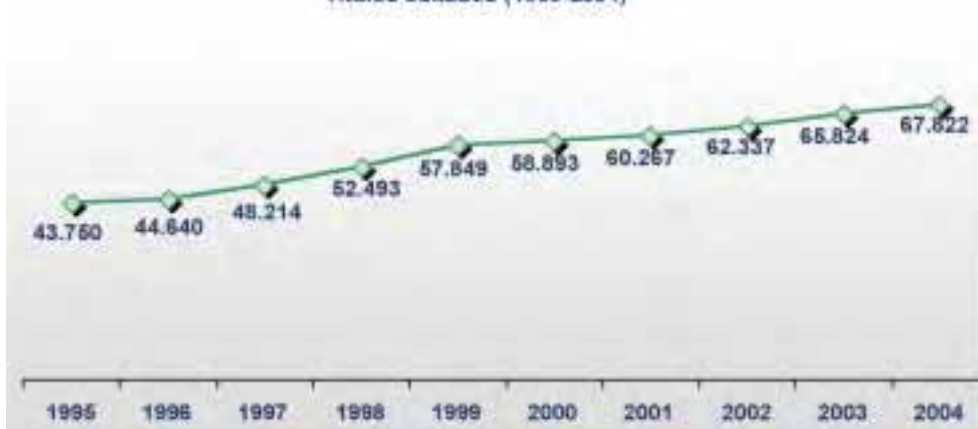
Reedición: edición que se distingue de la anterior por algunas modificaciones introducidas en el contenido o en la presentación, y que requiere un nuevo ISBN.

Reimpresión: impresión repetida de una publicación sobre el mismo molde o matriz que la primera impresión y que al no incorporar modificaciones que afecten al contenido o a la presentación, no requiere un nuevo ISBN.

- Los libros de bolsillo suponen el 7,4% del total de títulos editados y el 12,0% del de ejemplares editados. La tirada media para este formato de libro ha sido de 7.406 ejemplares por título, es decir 2.827 ejemplares más que para la edición general. Sus ventas suponen el 4,8% de la facturación total de las editoriales agremiadas, aumentando un 8,2% respecto al año anterior.

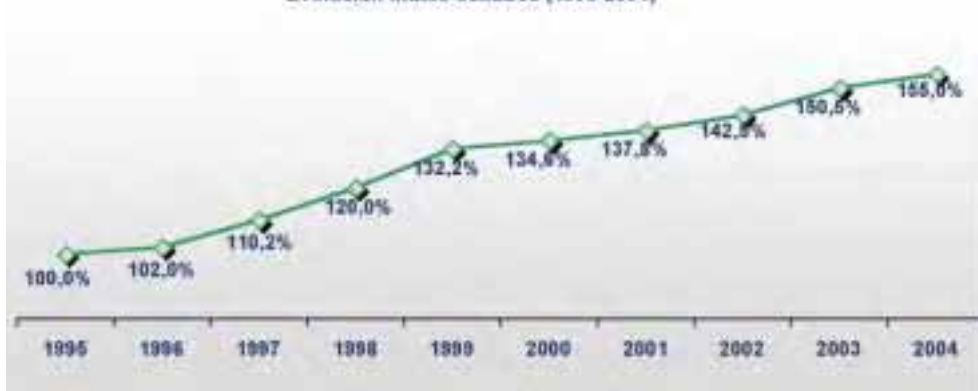
En las páginas siguientes se ofrece una exposición más detallada de los datos de producción editorial apuntados, y la evolución de los mismos en los últimos años.

Títulos editados (1995-2004)



Evolución interanual	0,0%	2,0%	8,0%	8,9%	10,2%	1,8%	2,3%	3,4%	5,6%	3,0%
----------------------	------	------	------	------	-------	------	------	------	------	------

Evolución títulos editados (1995-2004)



La tirada media en el año 2004 es de 4.579, un 8,4% más que la del año anterior. La tendencia observada en el gráfico, ya comentada en anteriores informes, es un aumento paulatino en la cifra de títulos editados y un cierto estancamiento en el número de ejemplares producidos por cada título editado, que parece haberse roto en el último año, en el que, con un incremento de títulos del 3,03%, la tirada ha aumentado un 8,40%.



Según el tamaño de empresa, para las empresas grandes y medianas aumenta tanto el número de títulos como de ejemplares editados, mientras caen ambos para las empresas pequeñas. Para estas incluso desciende la tirada media, que crece en cambio para las empresas medianas y grandes.

Tabla 13. TÍTULOS Y EJEMPLARES EDITADOS. TIRADA MEDIA (Según tamaño)
Absolutos, porcentajes y variación interanual

Títulos	2002		2003		2004		Variación interanual 2004/2003
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Total	62.337	100,0	65.824	100,0	67.822	100,0	3,0
Grande	23.350	37,5	23.901	36,3	24.833	36,6	3,9
Mediana	22.551	36,2	22.012	33,4	23.182	34,2	5,3
Pequeña	16.436	26,4	19.911	30,2	19.807	29,2	-0,5
Ejemplares	2002		2003		2004		Variación interanual 2004/2003
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Total	275.635.409	100,0	278.066.196	100,0	310.583.181	100,0	11,7
Grande	134.546.004	48,8	137.946.807	49,6	156.277.264	50,3	13,3
Mediana	101.606.290	36,9	103.470.594	37,2	120.059.649	38,7	16,0
Pequeña	39.483.115	14,3	36.648.795	13,2	34.246.268	11,0	-6,6
Tirada media	2002		2003		2004		Diferencia 2004-2003
	Absolutos		Absolutos		Absolutos		
Total	4.422		4.224		4.579		355
Grande	5.762		5.772		6.293		521
Mediana	4.506		4.701		5.179		478
Pequeña	2.402		1.841		1.729		-112

Atendiendo al gremio, aumentan los títulos de Andalucía, Euskadi, Cataluña y Madrid y descienden los de la Comunidad Valenciana y Galicia. La producción de ejemplares aumenta particularmente en Andalucía y Cataluña y desciende en Euskadi. En cuanto a las tiradas medias el incremento significativo se registra para el gremio de Cataluña, mientras que el mayor descenso se observa para Euskadi.

Tabla 14. TÍTULOS Y EJEMPLARES EDITADOS. TIRADA MEDIA (Según gremio)
Absolutos, porcentajes y variación interanual

Títulos	2002		2003		2004		Variación interanual 2004/2003
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Total	62.337	100,0	65.824	100,0	67.822	100,0	3,0
Madrid	29.594	47,5	29.288	44,5	29.652	43,7	1,2
Cataluña	26.214	42,0	27.788	42,2	29.259	43,1	5,3
Euskadi	1.989	3,2	2.717	4,1	2.924	4,3	7,6
Andalucía	1.538	2,5	2.155	3,3	2.423	3,6	12,4
Galicia	846	1,4	1.202	1,8	1.144	1,7	-4,8
Valencia	2.156	3,4	2.675	4,1	2.420	3,6	-9,5

Ejemplares	2002		2003		2004		Variación interanual 2004/2003
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Total	275.635.409	100,0	278.066.196	100,0	310.583.181	100,0	11,7
Madrid	147.637.308	53,6	133.319.558	47,9	138.188.758	44,5	3,7
Cataluña	113.338.968	41,1	127.599.029	45,9	155.338.441	50,1	21,7
Euskadi	4.487.596	1,6	7.770.462	2,8	6.270.438	2,0	-19,3
Andalucía	3.729.292	1,4	3.911.547	1,4	5.003.261	1,6	27,9
Galicia	1.919.135	0,7	2.093.585	0,8	2.245.092	0,7	7,2
Valencia	4.523.110	1,6	3.372.014	1,2	3.537.191	1,1	4,9

Tirada media	2002		2003		2004		Diferencia 2004-2003
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Total	4.422	100,0	4.224	100,0	4.579	100,0	355
Madrid	4.989	112,8	4.552	107,8	4.660	110,3	108
Cataluña	4.324	97,8	4.592	108,7	5.309	125,2	717
Euskadi	2.256	51,0	2.860	67,7	2.144	50,1	-716
Andalucía	2.425	54,8	1.815	42,9	2.065	48,9	250
Galicia	2.268	51,3	1.742	41,2	1.961	46,4	219
Valencia	2.098	47,4	1.261	29,8	1.462	32,0	201

Producción editorial por materias

En las siguientes tablas se ofrecen datos sobre la distribución por materias editoriales, en 2004, del total de títulos editados, número de ejemplares producidos y tirada media.

Tabla 15. TÍTULOS Y EJEMPLARES EDITADOS.
TIRADA MEDIA (Por materia)

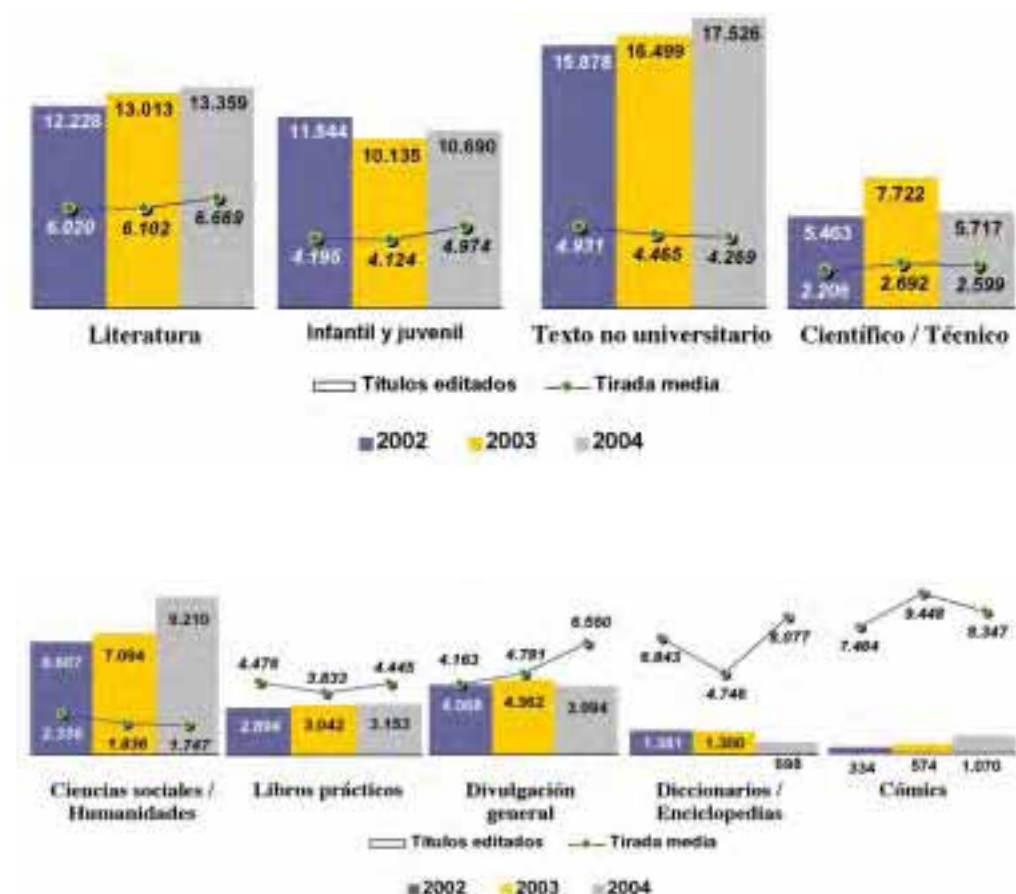
Títulos	2002	2003	2004	Variación interanual 2004/2003
Total	62.337	65.824	67.822	3,0
Literatura	12.228	13.013	13.359	2,7
Infantil y juvenil	11.544	10.135	10.690	5,5
Texto no universitario	15.878	16.499	17.526	6,2
• Educación infantil	1.780	2.262	3.515	55,4
• Educación primaria	5.286	4.672	6.363	36,2
• E.S.O.	4.699	4.260	3.831	-10,1
• Bachillerato	1.465	1.512	1.131	-25,2
• F.P.	195	447	308	-31,1
• Libros y materiales complementarios	2.453	3.346	2.378	-28,9
Científico/Técnico	5.463	7.722	5.717	-26,0
Ciencias sociales y Humanidades	6.607	7.094	9.210	29,8
Libros Prácticos	2.894	3.042	3.153	3,6
Divulgación general	4.068	4.362	3.994	-8,4
Diccionarios/Enciclopedias	1.381	1.300	698	-46,3
Cómics	334	574	1.070	86,4
Otros	1.940	2.083	2.405	15,5

Ejemplares	2002	2003	2004	Variación interanual 2004/2003
Total	275.635.409	278.066.196	310.583.181	11,7
Literatura	73.616.446	79.404.499	89.089.812	12,2
Infantil y juvenil	48.428.302	41.793.972	53.167.457	27,2
Texto no universitario	78.296.867	73.662.418	74.813.441	1,6
• Educación infantil	10.174.704	13.194.603	16.311.821	23,6
• Educación primaria	30.666.854	24.659.825	27.824.601	12,8
• E.S.O.	20.364.353	17.114.741	14.995.873	-12,4
• Bachillerato	5.883.313	5.837.915	4.111.944	-29,6
• F.P.	614.414	1.296.048	782.830	-39,6
• Libros y materiales complementarios	10.593.229	11.559.285	10.786.372	-6,7
Científico/Técnico	12.050.540	20.788.145	14.855.877	-28,5
Ciencias sociales y Humanidades	15.437.524	13.025.054	16.085.610	23,5
Libros Prácticos	12.962.330	11.659.354	14.018.290	20,2
Divulgación general	16.932.443	20.851.431	26.155.794	25,4
Diccionarios/Enciclopedias	9.451.762	6.170.350	5.643.482	-8,5
Cómics	2.495.909	5.424.539	8.930.698	64,6
Otros	5.936.286	5.286.434	7.822.720	48,0

	Tirada media			Índice tirada media (Total=100)			Variación %		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002/ 01	2003/02	2004/03
Total	4.422	4.224	4.579	100,0	100,0	100,0	2,3	-4,5	8,4
Literatura	6.020	6.102	6.669	136,1	144,4	145,6	1,7	1,4	9,3
Infantil y juvenil	4.195	4.124	4.974	94,9	97,6	108,6	-6,9	-1,7	20,6
Texto no universitario	4.931	4.465	4.269	111,5	105,7	93,2	27,9	-9,5	-4,4
• Educación infantil	5.717	5.832	4.639	129,3	138,1	101,3	43,8	2,0	-20,5
• Educación primaria	5.802	5.278	4.373	131,2	124,9	95,5	17,7	-9,0	-17,2
• E.S.O.	4.334	4.018	3.915	98,0	95,1	85,5	28,0	-7,3	-2,6
• Bachillerato	4.016	3.862	3.633	90,8	91,4	79,3	21,6	-3,8	-5,9
• F.P.	3.152	2.899	2.547	71,3	68,6	55,6	14,6	-8,0	-12,1
• Libros y materiales complementarios	4.319	3.454	4.537	97,7	81,8	99,1	40,0	-20,0	31,4
Científico / Técnico	2.206	2.692	2.599	49,9	63,7	56,7	-8,0	22,0	-3,5
Ciencias Sociales/ Humanidades	2.336	1.836	1.747	52,8	43,5	38,1	-21,4	-21,4	-4,9
Libros Prácticos	4.478	3.833	4.445	101,3	90,7	97,1	7,0	-14,4	16,0
Divulgación general	4.163	4.781	6.550	94,1	113,2	143,0	-36,3	14,8	37,0
Diccionarios/Enciclopedias	6.843	4.746	8.077	154,7	112,4	176,4	5,7	-30,6	70,2
Cómics	7.484	9.448	8.347	169,2	223,6	182,3	8,4	26,2	-11,6
Otros	3.075	2.538	3.254	69,5	60,1	71,1	75,5	-17,5	28,2

En los gráficos que se muestran a continuación se puede apreciar la evolución de la tirada media, en las principales materias, junto con el número de títulos editados, en los últimos tres años.

EVOLUCIÓN DE LA TIRADA MEDIA Y TÍTULOS EDITADOS



La edición de libros en las distintas lenguas

Se observa un incremento respecto al año anterior en la edición en euskera (13,0%) y también en castellano (3,9%) y un descenso para gallego (–2,6%) y catalán (–2,1%).

Tabla 16. EVOLUCIÓN DE LA EDICIÓN EN LAS LENGUAS OFICIALES
(2000-2004)

	2000		2001		2002		2003		2004		2004/2003
Total	58.893		60.267		62.337		65.824		67.822		3,0
Castellano	45.968	78,1	46.978	77,9	48.759	78,2	50.744	77,1	52.707	77,7	3,9
Catalán	8.759	14,9	9.045	15,0	9.446	15,2	10.373	15,8	10.151	15,0	–2,1
Euskera	1.435	2,3	1.326	2,2	1.342	2,2	1.487	2,3	1.681	2,5	13,0
Gallego	1.286	2,2	1.354	2,3	1.394	2,2	1.588	2,4	1.547	2,3	–2,6
Otras	1.445	2,5	1.564	2,6	1.396	2,2	1.632	2,5	1.736	2,6	6,4

Nota: Otras lenguas incluye principalmente el valenciano y lenguas extranjeras.

La producción de títulos en cada una de las distintas lenguas consideradas tiene lugar principalmente en las Comunidades donde se hablan cada una de dichas lenguas. Así, el 79,0% de la producción de títulos en catalán se produce en Cataluña, el 66,8% de los títulos en euskera provienen de Euskadi y el 64,1% de la producción en gallego procede de Galicia.

Tabla 17. EDICIÓN EN LAS LENGUAS OFICIALES
(Según gremio)

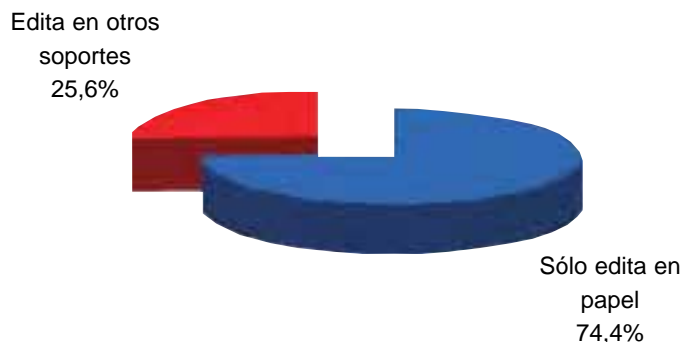
Absolutos	Títulos editados	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Títulos editados	67.822	29.652	29.259	2.924	2.423	1.144	2.420
Castellano	52.707	26.825	20.415	1.647	2.259	115	1.446
Catalán	10.151	1.240	8.016	34	93	0	768
Euskera	1.681	359	196	1.123	0	3	0
Gallego	1.547	342	207	1	0	992	5
Otras	1.736	886	425	119	71	34	201

% horizontales	Títulos editados	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Títulos editados	67.822	43,7	43,1	4,3	3,6	1,7	3,6
Castellano	52.707	50,9	38,7	3,1	4,3	0,2	2,7
Catalán	10.151	12,2	79,0	0,3	0,9	0,0	7,6
Euskera	1.681	21,4	11,7	66,8	0,0	0,1	0,0
Gallego	1.547	22,1	13,4	0,1	0,0	64,1	0,3
Otras	1.736	51,1	24,5	6,9	4,1	2,0	11,6

% verticales	Títulos editados	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Títulos editados	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,00
Castellano	77,7	90,5	69,8	56,3	93,2	10,1	59,7
Catalán	15,0	4,2	27,4	1,1	3,9	0,0	31,8
Euskera	2,5	1,2	0,7	38,4	0,0	0,2	0,0
Gallego	2,3	1,1	0,7	0,1	0,0	86,7	0,2
Otras	2,5	3,0	1,4	4,1	2,9	3,0	8,3

La edición en soportes diferentes del papel

El 25,6% de las editoriales editan en otros formatos además del papel.



Desde el año 1995, año en que se demandó por primera vez la edición en otros soportes distintos al papel, la edición en dichos soportes ha experimentado un aumento considerable, si bien en el último año se ha producido una reducción en el número de empresas editoras en éste tipo de soportes.



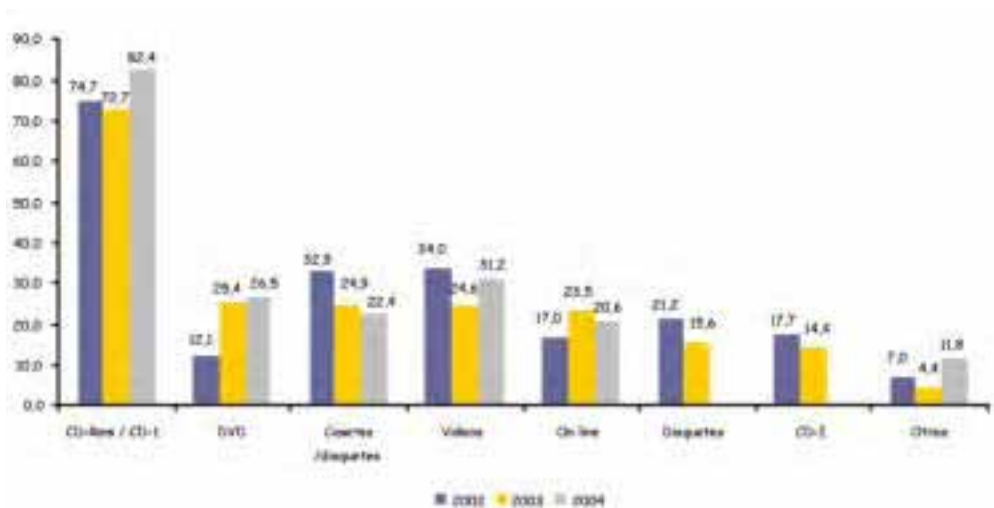
La facturación en otros soportes asciende, para el año 2004, a 265.500 euros, un 81,4% más que en el 2003.

Respecto del volumen total de facturación la edición en otros soportes representa el 9,2%.

Tabla 18. EDICIÓN EN OTROS SOPORTES

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Edita sólo en soporte papel	72,0	71,0	71,5	69,4	67,2	67,1	74,4
Edita también en otros soportes	28,0	29,0	28,5	30,6	32,8	32,9	25,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% cifra global de facturación	5,5	5,8	5,3	4,9	4,3	5,2	9,2

El 82,4% de las editoriales que editan en otros soportes lo hacen en CD Rom/CD-I, el 31,2% en videos, el 26,5% en DVD, el 22,4% en casetes y disquetes, el 20,6% lo hace *on line* y en otros soportes un 11,8%.



Nota: En 2002 y 2003 se diferencia casetes de disquetes y CD-Rom de CD-I.

El libro de bolsillo

El formato de libro de bolsillo supone el 7,4% de los títulos editados y el 12,0% de los ejemplares, es decir, 5.031 títulos y 37.261.117 ejemplares editados.

Se han editado 545 títulos más que en el año 2003 y se han producido 13,3 millones de ejemplares más, pasando la tirada media de 5.335 en 2003 a 7.406 en 2004.

Tabla 19. TÍTULOS Y EJEMPLARES EDITADOS DE LIBROS DE BOLSILLO. TIRADA MEDIA

Absolutos	2000	2001	2002	2003	2004
Títulos editados	6.134	3.956	3.610	4.486	5.031
Ejemplares editados	31.405.994	32.000.718	30.297.527	23.935.958	37.261.117
Tirada media	5.120	8.089	8.393	5.335	7.406

TÍTULOS Y EJEMPLARES EDITADOS DE LIBROS DE BOLSILLO. TIRADA MEDIA.
(Según tamaño)

Absolutos	Total	Grande	Mediana	Pequeña
Títulos editados	5.031	2.144	2.566	321
Ejemplares editados	37.261.117	13.815.945	22.015.159	1.430.013
Tirada media	7.406	6.444	8.580	4.456

Por Gremios, Madrid ha editado el 48% de los títulos y ha producido el 58% de los ejemplares y Cataluña ha editado el 50% de los títulos y el 41% de los ejemplares.

El número de títulos vendidos en 2004 asciende a 10.950 y de ejemplares a 25.054.780, lo que supone el 67% de los ejemplares producidos.

TÍTULOS Y EJEMPLARES VENDIDOS DE LIBROS DE BOLSILLO. VENTA MEDIA. (Según tamaño)

Absolutos	Total	Grande	Mediana	Pequeña
Títulos vendidos	10.950	1.403	6.174	3.373
Ejemplares vendidos	25.054.780	9.970.206	13.986.908	1.097.666
Venta media por título	2.288	7.106	2.265	325

Cuando se habla de títulos vendidos de libros de bolsillo, en realidad se está haciendo referencia tanto a los títulos editados en 2004 (5.031 títulos) como a los títulos editados en años anteriores en este formato; por tanto, el número de títulos vendidos es siempre superior al de títulos editados.

Facturación por libros de bolsillo

La facturación en el 2004 por la venta de libros de bolsillo en el mercado interior ha sido de 137.006 miles de euros, lo que supone un 8,2% más que lo que se obtuvo en el 2003, y representa el 4,8% de la facturación total de las editoriales agremiadas.

El precio medio que se ha obtenido este año para los libros de bolsillo es de 5,5 euros, alcanzando los 8,4 euros entre los libros de Infantil y juvenil y los 5,5 euros entre los de Literatura o Divulgación general.

Tabla 20. CIFRAS DE FACTURACIÓN DE LIBROS DE BOLSILLO SEGÚN LAS MATERIAS
(En miles de euros)

	Cifra de facturación (miles de €)				Ejemplares vendidos				Precio medio (€/ejem.)
	2002	2003	2004	2004/03	2002	2003	2004	2004/03	2004
Total	120.170	126.592	137.006	8,2	19.156.031	21.349.185	25.054.780	17,4	5,5
Literatura	95.371	102.743	122.772	19,5	14.758.305	18.557.132	22.508.105	21,3	5,5
Infantil y juvenil	1.587	1.329	2.312	73,9	305.509	194.575	274.571	41,1	8,4
Ciencias sociales y humanidades	14.816	4.046	4.498	11,2	1.656.094	365.336	855.682	134,2	5,3
Libros prácticos	2.566	8.282	2.093	-74,7	668.610	757.879	440.910	-41,8	4,7
Divulgación general	5.235	9.772	5.265	-46,1	1.703.303	1.399.425	958.888	-31,5	5,5
Otras materias	595	421	66	-84,2	64.210	74.838	16.623	-77,8	4,0

Títulos vivos en catálogo

Los títulos que las editoriales mantienen en catálogo constituyen la oferta editorial y es una información esencial para conocer la variedad de la misma y el tiempo medio de la vida del libro en el mercado.

- El total de títulos vivos en catálogo de las empresas privadas asociadas a los gremios de editores de España para el año 2004 es de 309.090 títulos, un 5,9% más que el año anterior y un 79,3% más que en 1995.
- El fondo de catálogo supone 4,6 veces la producción editorial total (67.822 títulos) y 8,9 veces la producción de novedades (34.734 títulos).



Evolución interanual	1,7%	3,8%	15,3%	8,0%	7,2%	5,4%	3,7%	5,9%	5,7%	5,9%
Variación respecto a 1995	100,0%	103,8%	119,6%	129,1%	138,4%	145,9%	151,3%	160,3%	169,4%	179,3%

Se puede observar un incremento en el número de los títulos vivos en el último año para los tres segmentos de empresas definidos, si bien la variación es más elevada para las empresas grandes.

**Tabla 21. EVOLUCIÓN DE TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO
(Según tamaño) 1995-2004**

Absolutos	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Variación 2004/2003
Total	172.380	178.870	206.169	222.595	238.607	251.435	260.847	276.314	291.966	309.090	5,9
Grandes	32.050	41.590	40.376	43.860	54.129	60.339	65.530	60.479	71.677	80.395	12,2
Medianas	58.230	59.220	72.581	77.450	82.354	85.217	81.998	87.003	90.551	93.212	2,9
Pequeñas	82.100	78.060	93.212	101.285	102.124	105.879	113.319	128.832	129.738	135.483	4,4

% verticales	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Diferencia 2004-2003
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Grandes	18,6	23,3	19,6	19,7	22,7	24,0	25,1	21,9	24,5	26,0	1,5
Medianas	33,7	33,1	35,2	34,8	34,5	33,9	31,4	31,5	31,0	30,2	-0,8
Pequeñas	47,6	43,7	45,2	45,5	42,8	42,1	43,4	46,6	44,5	43,8	-0,7

El número medio de títulos en catálogo crece un 5,5%, con un incremento claramente superior a la media en las empresas de tamaño grande.

**Tabla 22. MEDIA DE TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO
(Según tamaño) 2000-2004**

	Media global	Tamaño de la editorial		
		Grande	Mediana	Pequeña
Año 2000	344	2.414	820	217
Año 2001	380	2.621	750	212
Año 2002	443	2.419	837	260
Año 2003	418	2.472	802	233
Año 2004	441	2.772	804	244

En las siguientes tablas se muestra la evolución de los títulos vivos en catálogo por Gremio.

Tabla 23. EVOLUCIÓN DE TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO
(Según gremio) 1995-2004

Absolutos	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Variación 2004/2003
Total	172.380	178.870	206.169	222.595	238.607	251.435	260.847	276.314	291.966	309.090	5,9
Madrid	81.830	82.840	92.840	94.888	102.942	111.953	108.810	116.278	125.818	134.469	6,9
Cataluña	78.830	82.790	97.270	105.257	110.676	111.816	121.896	121.127	122.964	129.071	5,0
Euskadi	6.200	6.680	7.695	8.048	8.802	8.526	9.828	13.539	13.805	14.722	6,6
Andalucía	1.730	2.610	3.372	3.850	5.326	6.698	6.994	8.545	10.255	10.736	4,7
Galicia	3.790	3.950	4.992	5.791	4.833	4.358	5.445	5.835	6.967	7.861	12,8
Valencia	-	-	-	4.761	6.026	8.084	7.874	10.990	12.157	12.231	0,6

Variación porcentual de los títulos vivos en catálogo (base: 1995; base Valencia: 1998)										
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total	100,0	103,8	119,6	129,1	138,4	145,9	151,3	160,3	169,4	179,3
Madrid	100,0	101,2	113,5	116,0	125,8	136,8	133,0	142,1	153,8	164,3
Cataluña	100,0	105,0	123,4	133,5	140,4	141,8	154,6	153,7	156,0	163,7
Euskadi	100,0	107,7	124,1	129,8	142,0	137,5	158,5	218,4	222,7	237,5
Andalucía	100,0	150,9	194,9	222,5	307,9	387,2	404,3	493,9	592,8	620,6
Galicia	100,0	104,2	131,7	152,8	127,5	115,0	143,7	154,0	183,8	207,4
Valencia	-	-	-	100,0	126,6	169,8	165,4	230,8	255,3	256,9

Tabla 24. MEDIA DE TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO
(Según gremio) 2000-2004

	Media global	Gremio					
		Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Año 2000	344	446	516	268	131	251	217
Año 2001	380	428	507	281	132	218	202
Año 2002	443	464	542	330	158	233	268
Año 2003	418	463	500	294	168	270	296
Año 2004	441	498	518	327	168	246	298

Los títulos en catálogo según las materias

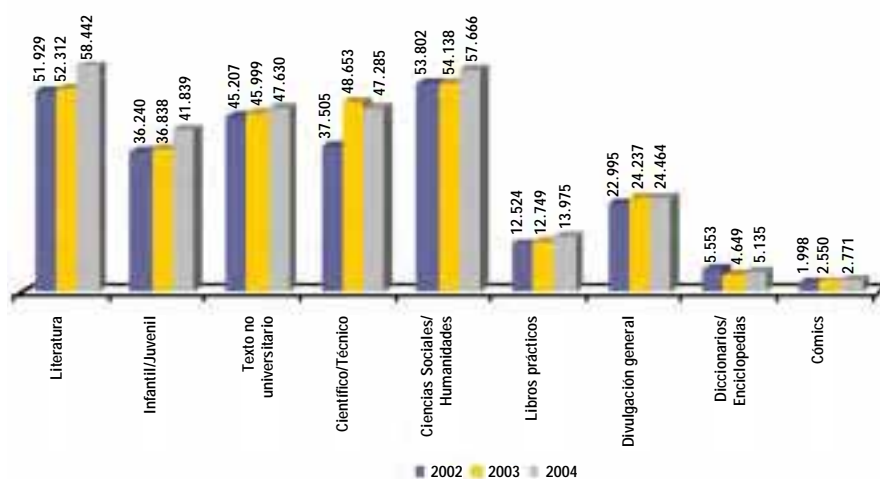
Han aumentado sus títulos vivos en catálogo Literatura e Infantil/Juvenil y disminuido Universitario/Científico-Técnico.

Tabla 25. TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO
(Según materia)

	2000	2001	2002	2003	2004		Variación 2004/2003	Diferencia* 2004-2003
	%	%	%	%	Nº títulos	%		
Total	251.435	260.847	276.314	291.966	309.090	100,0	5,9	
Literatura	17,9	19,2	18,8	17,9	58.442	18,9	11,7	1,0
Infantil/Juvenil	14,6	13,0	13,1	12,6	41.839	13,5	13,6	0,9
Texto no universitario	18,0	17,6	16,4	15,8	47.630	15,4	3,5	-0,4
• Educación infantil	1,7	1,9	1,6	1,7	5.357	1,7	7,9	0,0
• Educación primaria	5,4	5,1	4,4	4,0	12.117	3,9	5,0	-0,1
• E.S.O.	6,5	6,0	4,9	4,3	12.982	4,2	4,4	-0,1
• Bachiller	1,9	1,9	1,6	1,6	4.900	1,6	4,8	0,0
• F.P.	0,6	0,3	0,3	0,5	1.552	0,5	3,5	0,0
• Libros y materiales complem.	1,8	2,4	3,6	3,7	10.722	3,5	-1,5	-0,2
Universitario Científico/Técnico	13,4	13,3	13,6	16,7	47.285	15,3	-2,8	-1,4
Ciencias Sociales/Humanidades	17,2	17,0	19,5	18,5	57.666	18,7	6,5	0,2
Libros prácticos	4,4	4,4	4,5	4,4	13.975	4,5	9,6	0,1
Divulgación general	8,0	8,8	8,3	8,3	24.464	7,9	0,9	-0,4
Diccionarios /Enciclopedias	2,0	2,3	2,0	1,6	5.135	1,7	10,5	0,1
Cómics	1,1	0,7	0,7	0,9	2.771	0,9	8,7	0,0
Otras materias	3,4	3,7	3,1	3,4	9.883	3,2	0,4	-0,2

* En puntos porcentuales.

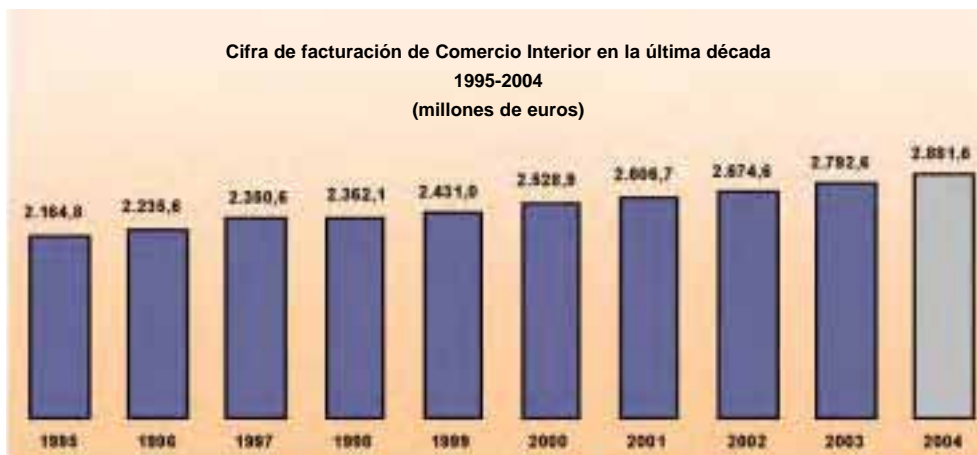
El gráfico siguiente muestra la variación que ha experimentado los títulos en catálogo de las principales materias en los últimos tres años.



La venta de libros en el mercado interior

Las ventas de libros en el mercado interior, obtenidas a partir de los datos de facturación anual que los editores facilitan en el cuestionario de la investigación, constituyen el eje de la investigación y aportan información sobre la situación de la industria del libro.

- **En 2004 la cifra de facturación obtenida por ventas de libros en el mercado interior, calculada a precios de tapa, I.V.A. incluido, ha sido de 2.881,60 millones de euros. Se mantiene el crecimiento sostenido observado en la última década y en el último año se corresponde con el aumento de índice de Precios al Consumo.**
- A partir de una cifra de ejemplares vendidos de 237.067.206, un 2,1% más que en 2003, se obtiene un precio medio por ejemplar de 12,16 euros.
- Son las editoriales asociadas a los gremios de Madrid, Euskadi, Andalucía y Galicia las que, en conjunto, han aumentado su facturación respecto al ejercicio anterior.
- Literatura, con un 21,7%, y Libros de texto, con un 23,9%, son las materias que alcanzan mayor cuota de participación respecto al total. Con un porcentaje bastante más bajo se encuentran Infantil y Juvenil (9,5%), Ciencias Sociales y Humanidades (9,4%), Diccionarios/Enciclopedias (8,0%), Científico/Técnico (7,9%), Divulgación general (7,1%) y Libros prácticos (6,2%). Han aumentado su facturación en esta edición fundamentalmente Ciencias Sociales y Humanidades, Literatura, Cómic y Divulgación general.



El aumento a precios corrientes respecto a 2003 ha sido del 3,2%. A precios constantes, se obtiene un crecimiento cero.



En los últimos diez años, el incremento experimentado a precios corrientes, IVA incluido, es del 33,1%.

A precios constantes, eliminando el efecto de la inflación y del IVA, se ha ganado un 3,4%.



Facturación por tamaño de empresa

Las tablas siguientes ofrecen, para cada uno de los grupos establecidos en función del tamaño de las empresas, la cifra de facturación en los últimos 10 años y se obtiene que las 29 empresas grandes suponen el 62,2% del total de la cifra de facturación global. Las variaciones más significativas se encuentran en el grupo de las medianas, que han aumentado respecto a 2003 un 14,9%.

Tabla 26. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según tamaño) (1995-2004). Absolutos (en millones de euros)

Absolutos	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Variación 2004/2003
Total	2.165	2.236	2.351	2.362	2.431	2.529	2.607	2.675	2.793	2.882	3,2
Grandes	1.356	1.373	1.440	1.449	1.567	1.627	1.648	1.690	1.809	1.792	-0,9
Medianas	560	622	668	649	610	637	679	687	699	803	14,9
Pequeñas	250	241	243	264	254	265	279	298	285	286	0,3

Tabla 27. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según tamaño) (1995-2004). Porcentajes verticales

% verticales	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Grandes	62,6	61,4	61,3	61,3	64,5	64,3	63,2	63,2	64,8	62,2	-2,6
Medianas	25,9	27,8	28,4	27,5	25,1	25,2	26,0	25,7	25,0	27,9	2,9
Pequeñas	11,5	10,8	10,3	11,2	10,4	10,5	10,7	11,1	10,2	9,9	-0,3

La tabla siguiente refleja el crecimiento que han experimentado.

Tabla 28. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según tamaño). Evolución desde 1995

	Variación porcentual de la cifra de facturación									
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total	100,0	103,3	108,6	109,1	112,3	116,8	120,4	123,6	129,0	133,1
Grandes	100,0	101,3	106,2	106,9	115,6	120,0	121,5	124,6	133,4	132,2
Medianas	100,0	111,1	119,3	115,9	108,9	113,8	121,3	122,7	124,8	143,5
Pequeñas	100,0	96,4	97,2	105,6	101,6	106,0	111,6	119,2	113,9	114,4

Tabla 29. CIFRA MEDIA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según tamaño) (1995-2004) En miles de euros

	Total	Grandes	Medianas	Pequeñas
1995	3.682	56.480	6.152	527
1996	3.868	54.906	6.287	530
1997	3.872	57.598	6.480	508
1998	3.785	57.971	6.182	534
1999	3.902	60.282	5.867	515
2000	3.803	65.085	5.849	498
2001	3.794	65.910	6.016	509
2002	3.910	65.014	6.420	540
2003	3.995	62.385	6.184	511
2004	4.111	61.800	6.927	514

Empresas editoriales agremiadas en 2004: 701		2002	2003	2004
Grandes:		26	29	29
• Empresas que facturan más de 60,0 millones de euros al año:		9	9	9
• Empresas que facturan de 30,1 a 60,0 millones de euros al año		13	15	12
• Empresas que facturan de 18,1 a 30,0 millones de euros al año		4	5	8
Medianas:		107	113	116
• Empresas que facturan de 12,1 a 18,0 millones de euros al año		13	19	17
• Empresas que facturan de 6,1 a 12,0 millones de euros al año		28	28	34
• Empresas que facturan de 4,51 a 6,0 millones de euros al año		17	18	11
• Empresas que facturan de 2,41 a 4,5 millones de euros al año		49	48	54
Pequeñas		549	557	556
• Empresas que facturan de 1,21 a 2,4 millones de euros al año		84	75	87
• Empresas que facturan de 0,61 a 1,2 millones de euros al año		86	101	85
• Empresas que facturan de 0,31 a 0,6 millones de euros al año		97	81	83
• Empresas que facturan menos de 0,3 millones de euros al año		282	300	301
Total		682	699	701

Facturación por gremios

La cifra de facturación se ha incrementado en los gremios de Madrid, Euskadi, Andalucía y Galicia; hay que mencionar que en estos dos últimos ha aumentado también el número de empresas. En los gremios de Cataluña y Valencia la cifra de facturación ha disminuido respecto al año anterior.

Tabla 30. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según gremio) (1995-2004). Absolutos (en millones de euros)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Variación 2004/2003
Total	2.164,84	2.235,64	2.350,55	2.362,03	2.431,01	2.528,95	2.606,70	2.674,64	2.792,61	2.881,60	3,19
Madrid	798,32	816,18	862,48	857,14	892,74	965,62	1.035,65	1.122,23	1.052,81	1.146,26	8,88
Cataluña	1.292,24	1.346,15	1.405,92	1.396,15	1.422,59	1.450,97	1.445,67	1.426,23	1.583,66	1.555,70	-1,77
Euskadi	53,01	42,43	44,75	49,97	50,64	47,75	55,58	54,36	75,16	85,02	13,12
Andalucía	8,11	14,36	18,28	20,25	23,10	21,48	25,71	29,12	35,84	42,91	19,72
Galicia	13,16	16,52	19,12	17,41	19,18	18,88	21,29	18,18	15,67	22,48	43,45
Valencia	-	-	-	21,12	22,75	24,25	22,80	24,54	29,45	29,23	-0,76

**Tabla 31. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según gremio) (1995-2004) Porcentajes verticales**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Madrid	36,9	36,5	36,7	36,3	36,7	38,2	39,7	42,0	37,7	39,8	2,1
Cataluña	59,7	60,2	59,8	59,1	58,5	57,4	55,5	53,3	56,7	54,0	-2,7
Euskadi	2,4	1,9	1,9	2,1	2,1	1,9	2,1	2,0	2,7	3,0	0,3
Andalucía	0,4	0,6	0,8	0,9	1,0	0,8	1,0	1,1	1,3	1,5	0,2
Galicia	0,6	0,8	0,8	0,7	0,8	0,7	0,8	0,7	0,6	0,8	0,2
Valencia	-	-	-	0,9	0,9	1,0	0,9	0,9	1,1	1,0	0,0

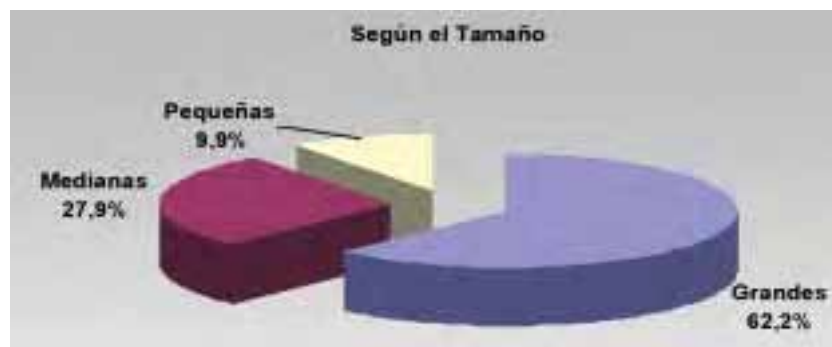
**Tabla 32 CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según gremio) Evolución desde 1995**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total	100,0	103,3	108,6	109,1	112,3	116,8	120,4	123,5	129,0	133,1
Madrid	100,0	102,2	108,0	107,4	111,8	121,0	129,7	140,6	131,9	143,6
Cataluña	100,0	104,2	108,8	108,0	110,1	112,3	111,9	110,4	122,6	120,4
Euskadi	100,0	80,0	84,4	94,3	95,5	90,1	104,8	102,5	141,8	160,4
Andalucía	100,0	177,1	225,4	249,7	284,9	264,9	317,0	359,0	442,0	529,1
Galicia	100,0	125,5	145,3	132,3	145,7	143,5	161,8	138,1	119,1	170,8
Valencia	-	-	-	100,0	107,7	114,8	108,0	116,2	139,4	138,4

**Tabla 33. CIFRA MEDIA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según gremio) (1995-2004). En miles de euros**

	Total	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
1995	3.682	3.047	5.274	1.893	312	487	-
1996	3.868	3.201	5.680	1.463	479	612	-
1997	3.872	3.292	5.762	1.443	416	735	-
1998	3.785	3.151	5.891	1.666	506	829	880
1999	3.902	3.246	6.526	1.535	513	872	758
2000	3.803	3.511	5.804	1.364	448	821	713
2001	3.794	3.780	5.539	1.588	485	852	585
2002	3.910	4.111	5.751	1.294	549	673	598
2003	3.995	3.871	6.260	1.599	588	627	718
2004	4.111	4.245	6.248	1.889	670	703	713

CUOTA DE MERCADO EN 2004 SEGÚN CIFRA DE FACTURACIÓN
EN EL MERCADO INTERIOR (A precio de tapa –IVA incluido–)



Facturación según las materias

El crecimiento de la facturación de las distintas materias no es homogénea con la de la facturación global del sector y así la evolución de las mismas respecto a 2003 ha sido:

- Literatura y Ciencias Sociales/Humanidades han tenido aumentos del 11,9% y 25,3%, respectivamente. Divulgación General incrementa su facturación en un 5,8%.
- Se obtiene una subida del 1,4% en Texto no universitario, en relación al año 2003, debida sobre todo al aumento en Educación infantil. Disminuyen en esta materia Libros y materiales complementarios, F.P. y Bachiller.
- Disminuye la facturación de Diccionarios/Enciclopedias (–9,8%), Libros Científico/Técnicos (–6,6%), Libros prácticos (–2,9%) y otras materias (–16,7%).

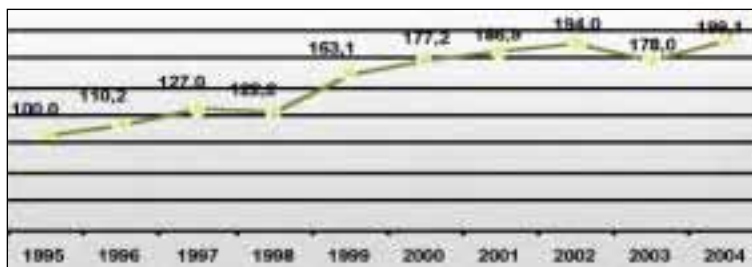
Tabla 34. CIFRA DE FACTURACIÓN
(Según materia) (2000-2004). Absolutos (en millones de euros)

	2000	2001	2002	2003	2004		Variación 2004/2003
	Millones de €			Mills. €		%	
Total	2.528,95	2.606,70	2.674,64	2.792,61	2.881,60	100,0	3,2
Literatura	556,04	586,48	608,56	558,49	624,74	21,7	11,9
Infantil/Juvenil	238,43	234,02	245,43	272,29	274,73	9,5	0,9
Texto no universitario	505,57	546,86	624,58	680,21	689,86	23,9	1,4
• Educación infantil	39,37	59,95	75,01	76,46	91,86	3,2	20,1
• Educación primaria	180,27	191,53	206,95	240,42	239,98	8,3	–0,2
• E.S.O.	199,61	200,49	212,76	213,50	215,50	7,5	0,9
• Bachiller.	52,46	52,53	61,62	67,73	66,11	2,3	–2,4
• F.P.	11,06	10,42	11,04	17,40	16,39	0,6	–5,8
• Libros y materiales complem.	22,80	31,94	57,21	64,72	60,02	2,1	–7,3
Universitario Científico/Técnico	209,57	204,71	221,07	243,02	227,10	7,9	–6,6
Ciencias sociales/Humanidades	178,83	224,37	210,66	216,20	270,98	9,4	25,3
Libros prácticos	185,24	182,18	188,90	182,86	177,49	6,2	–2,9
Divulgación general	239,23	259,23	227,78	192,62	203,72	7,1	5,8
Diccionarios/Enciclopedias	230,78	200,27	182,21	254,16	229,27	8,0	–9,8
Cómics	124,15	111,47	94,06	88,28	96,65	3,4	9,5
Otras materias	61,12	57,12	71,39	104,48	87,06	3,0	–16,7

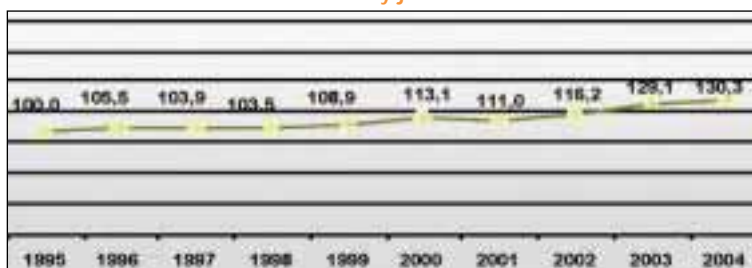
A continuación se presenta la evolución de la facturación por materias en los últimos diez años:

EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN POR MATERIAS (1995-2004)

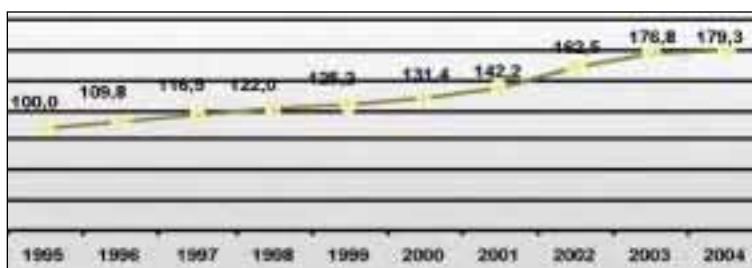
Literatura



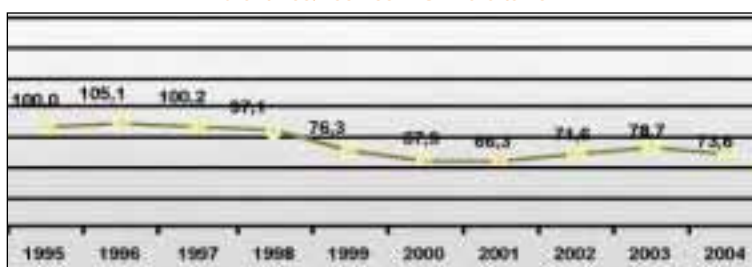
Infantil y juvenil



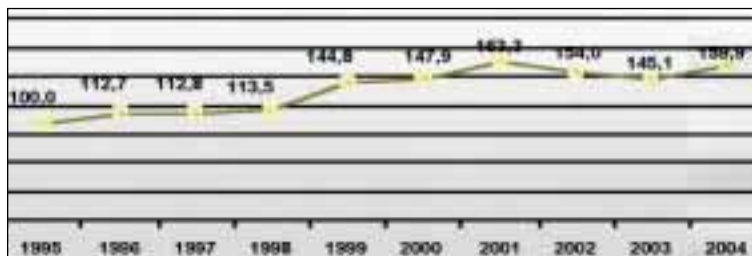
Texto no universitario



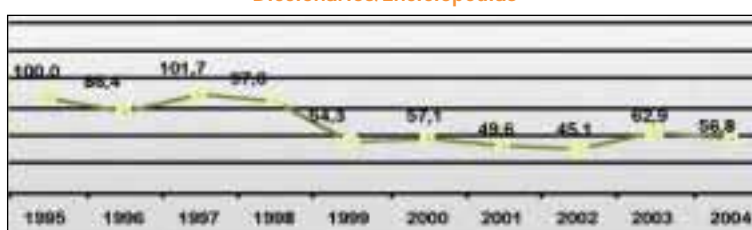
Científico/Técnico + Universitario



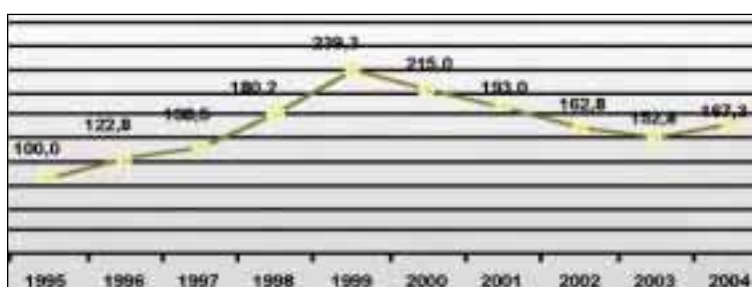
Ciencias Sociales/Humanidades + Libros prácticos + Divulgación general



Diccionarios/Enciclopedias



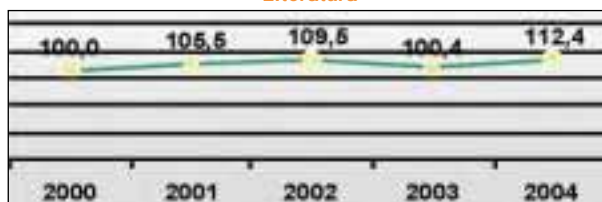
Cómic



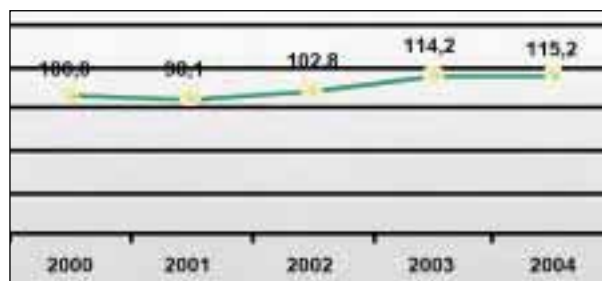
Debido a que las materias de Ciencias Sociales y Humanidades, Libros prácticos y Divulgación General no se contemplaron por separado hasta 1998 y a la conveniencia de disponer de una referencia temporal más cercana, se refleja a continuación la evolución en los últimos cinco años.

EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN POR MATERIAS (2000-2004)

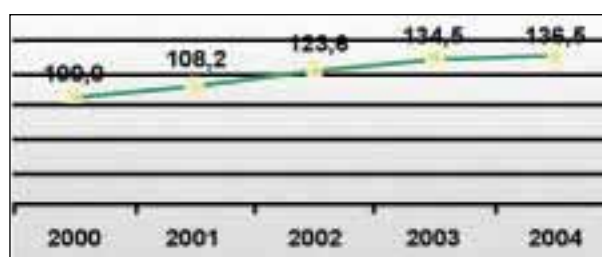
Literatura



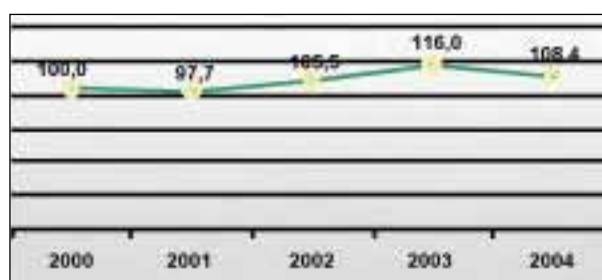
Infantil y juvenil



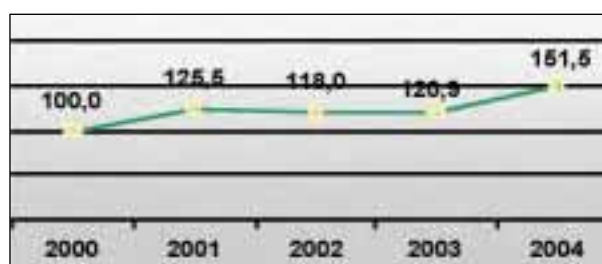
Texto no universitario



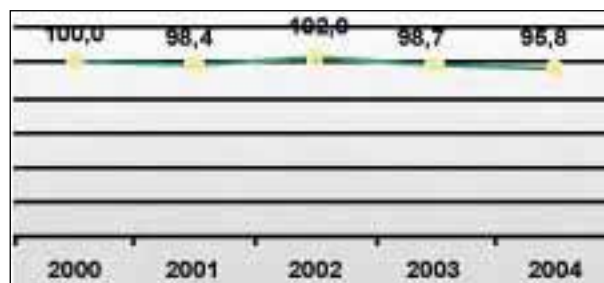
Científico/Técnico + Universitario



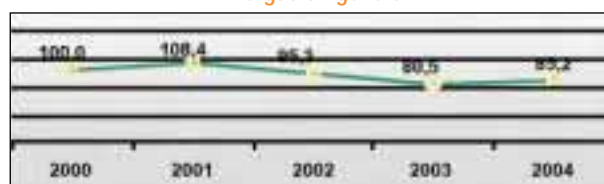
Ciencias Sociales/Humanidades



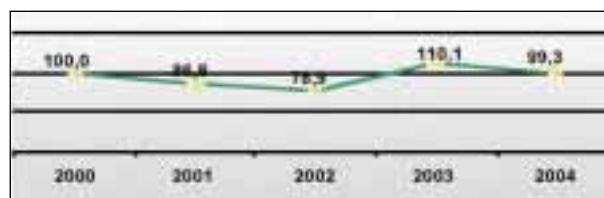
Libros prácticos



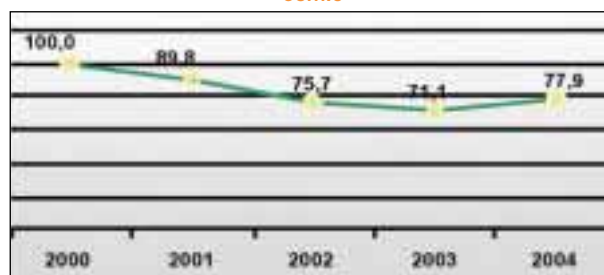
Divulgación general



Diccionarios/Enciclopedias



Cómic



El precio medio de los libros según las materias

Relacionando la cifra de facturación y el número de ejemplares vendidos de cada una de las materias se obtiene el precio medio de los libros, que presenta diferencias significativas entre las distintas materias.

El número total de ejemplares vendidos en el año 2004 ha sido de 237.067.206. A partir de este dato y de la cifra de facturación de 2.880,60 millones de euros, se obtiene un precio medio por ejemplar de 12,16 euros.

El precio medio por ejemplar de 12,16 euros es superado en Diccionarios/Enciclopedias, Ciencias Sociales y Humanidades, Libros Científico/Técnicos y Universitarios, Cómic, Libros prácticos y Texto no universitario. No alcanzan el precio medio las materias de Infantil y juvenil, Literatura y Divulgación general.

Tabla 35. PRECIO MEDIO DE LOS LIBROS SEGÚN LAS MATERIAS

	Facturación (miles de €)	Ejemplares vendidos	Precio medio
Total	2.881.604	237.067.206	12,16
Literatura	624.742	66.685.380	9,37
Infantil y juvenil	274.724	41.174.950	6,67
Texto no universitario	689.853	53.141.107	12,98
Científico Técnico / Universitario	227.106	14.014.973	16,20
Ciencias Sociales y Humanidades	270.978	13.501.157	20,07
Libros prácticos	177.495	13.090.841	13,56
Divulgación general	203.718	17.570.471	11,59
Diccionarios / Enciclopedias	229.273	5.599.392	40,95
Cómic	96.653	6.158.344	15,69
Otros	87.063	6.130.591	14,20

Los precios que se obtienen para las materias de enseñanza se reflejan en la siguiente tabla:

	Facturación (miles de €)	Ejemplares vendidos	Precio medio
Texto no universitario	689.853	53.141.107	12,98
Educación infantil	91.856	6.459.739	14,22
Educación primaria	239.979	18.483.077	12,98
Educación secundaria	215.497	12.274.223	17,56
Bachillerato	66.109	3.748.706	17,64
FP	16.387	889.476	18,42
Libros y materiales complementarios	60.025	11.285.886	5,32

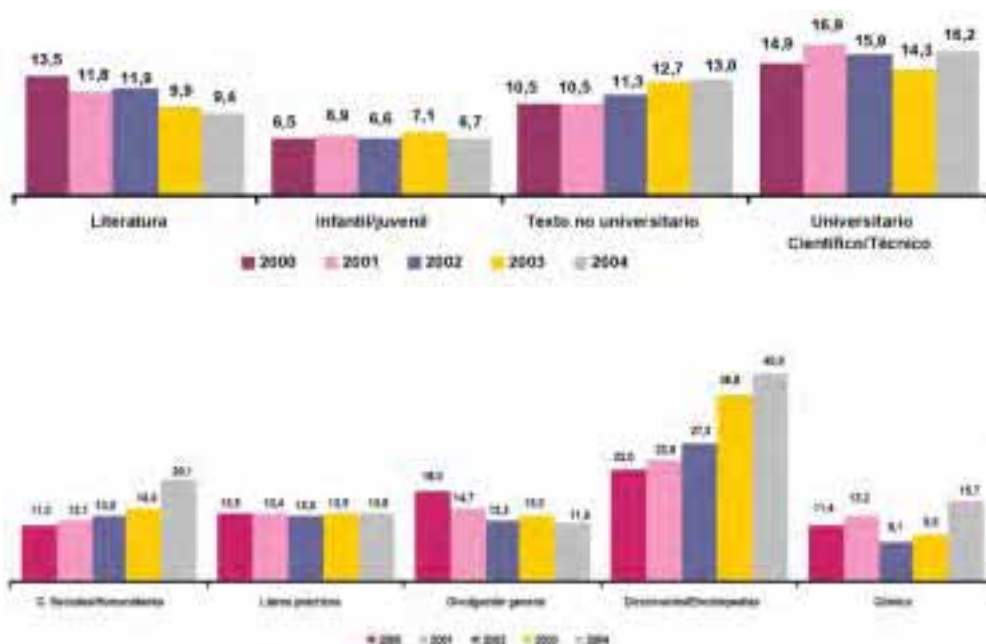
El precio medio obtenido para cada una de las materias en los cinco últimos años a partir de la cifra de facturación global y del número de ejemplares vendidos de cada una de ellas es:

Tabla 36. PRECIO MEDIO DE LOS LIBROS SEGÚN LAS MATERIAS
Evolución

	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Global (en euros)	12,02	11,95	11,80	12,03	12,16	0,13
Literatura	13,49	11,79	11,93	9,91	9,37	-0,54
Infantil/juvenil	6,51	6,89	6,64	7,06	6,67	-0,39
Texto no universitario	10,51	10,48	11,34	12,68	12,98	0,30
Universitario Científico/Técnico	14,94	16,86	15,91	14,27	16,20	1,93
C. Sociales/Humanidades	11,01	12,06	12,96	14,42	20,07	5,65
Libros prácticos	13,50	13,39	13,00	13,52	13,56	0,04
Divulgación general	17,98	14,72	12,32	13,04	11,59	-1,45
Diccionarios/Enciclopedias	22,01	23,82	27,27	36,75	40,95	4,20
Cómics	11,40	13,20	8,08	9,54	15,69	6,15
Otras	10,52	14,84	16,31	14,80	14,20	-0,60

Se observa cómo el precio de los libros de Literatura disminuye a los 9.37 euros, sin duda influenciado por el precio de los libros de bolsillo; los de Infantil y juvenil cuestan 6.67 euros; el precio de los libros científicos o universitarios aumenta respecto al año anterior, etc.

PRECIO MEDIO SEGÚN MATERIAS (EVOLUCIÓN)



Canales de comercialización de los libros

La evolución de las ventas de libros a través de los distintos canales de comercialización adquiere especial relevancia en los momentos actuales y está relacionada con los cambios que están experimentando los hábitos de compra de los españoles y la introducción y el desarrollo en el mercado de nuevos productos editoriales.

- Las librerías/cadenas de librerías tienen en el 2004 un 49,2% de cuota de mercado, 2,3 puntos menos que en el ejercicio anterior.
- Las ventas en hipermercados suponen el 10,2% de las ventas y aumenta 0,4 puntos respecto al ejercicio de 2003.
- Las ventas a crédito suponen el 9,8% de las ventas, 1,8 puntos menos que en el ejercicio anterior.
- Los quioscos suponen el 5,1% de las ventas, con 0,2 puntos más que en 2003.
- Aumentan las ventas a empresas e instituciones en 2,6 puntos. Se incluyen en las mismas las ventas de libros de texto a colegios.
- Las ventas por Clubs del libro son el 3,9% de la cifra de facturación y las ventas por correo suponen sólo el 3,5% de la facturación total; sumadas ambas, subirían 0,5 puntos su cuota.
- Las ventas a través de Internet aumentan un 122,8%, aunque suponen sólo un 0,9% de la facturación. La cuota de Internet aumenta en 0,5 puntos, lo mismo que la de venta telefónica.

La relación entre el tamaño de las empresas y los canales de comercialización de los libros es la siguiente:

- En las *grandes editoriales*, la venta directa al consumidor final: crédito (puerta a puerta más organismos de venta a crédito), clubs, correo y venta por teléfono presenta porcentajes superiores a los globales.
- En las *medianas*, son superiores los porcentajes de las ventas que realizan a librerías, cadenas de librerías, hipermercados y quioscos.
- En las *pequeñas*, destacan en las ventas a través de librerías y bibliotecas.

Las tablas siguientes reflejan, a lo largo de los últimos diez años, la cifra de facturación y las cuotas en el mercado interior de los distintos canales de comercialización:

Tabla 37. CIFRA DE FACTURACIÓN
(Por canales de comercialización) (2000-2004)

	2000	2001	2002	2003	2004	2004/2003
Total facturación (millones de euros)	2.528,95	2.606,70	2.674,64	2.792,61	2.881,60	3,2
Librerías	841,00	937,10	1.031,10	1.028,62	998,79	-2,9
Cadenas de librerías ³	278,50	286,60	312,60	409,63	417,31	1,9
Hipermercados ⁴	220,40	196,14	285,60	272,30	293,55	7,8
Quioscos	204,00	177,93	147,10	136,17	148,24	8,9
Empresas e Instituciones ⁵	216,80	216,90	178,00	160,11	238,62	49,0
Bibliotecas ⁶	18,60	20,30	15,40	17,73	15,63	-11,8
Venta a crédito	379,60	360,60	200,60	325,27	282,14	-13,3
Correo	100,00	66,90	62,80	61,20	100,36	64,0
Clubs	132,60	139,30	131,50	130,09	112,65	-13,4
Internet	4,04	4,60	10,90	11,20	24,95	122,8
Suscripciones	7,34	17,40	15,00	32,78	37,06	13,1
Venta telefónica	47,14	78,10	92,50	90,65	105,78	16,7
Otros canales	78,93	104,83	191,54	116,86	106,52	-8,8

³ El Corte Inglés, Crisol, FNAC, Casa del Libro y similares se incluyen dentro de las cadenas de librerías.

⁴ Dentro de las grandes superficies (desde 2000 hipermercados) se consideran Alcampo, Continente, Pryca y afines.

⁵ Hasta 1998, empresas e instituciones se desglosaban entre instituciones públicas y privadas.

⁶ La venta a bibliotecas se consideró por separado, por primera vez, en 1999.

Tabla 38. CUOTA POR CANALES DE LA CIFRA DE FACTURACIÓN
(2000-2004)

	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Porcentajes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	33,3	36,0	38,5	36,8	34,7	-2,1
Cadenas de librerías	11,0	11,0	11,7	14,7	14,5	-0,2
Hipermercados	8,7	7,5	10,7	9,8	10,2	0,4
Quioscos	8,1	6,8	5,5	4,9	5,1	0,2
Empresas e Instituciones	8,6	8,3	6,6	5,7	8,3	2,6
Bibliotecas	0,7	0,8	0,6	0,6	0,5	-0,1
Venta a crédito	15,0	13,8	7,5	11,6	9,8	-1,8
Correo	4,0	2,6	2,3	2,2	3,5	1,3
Clubs	5,2	5,3	4,9	4,7	3,9	-0,8
Internet	0,2	0,2	0,4	0,4	0,9	0,5
Suscripciones	0,3	0,7	0,6	1,2	1,3	0,1
Venta telefónica	1,9	3,0	3,5	3,2	3,7	0,5
Otros canales	3,0	4,0	7,2	4,2	3,7	-0,5

En la tabla anterior se observa cómo las **librerías y cadenas de librerías** disminuyen su participación en la cifra de facturación total y suponen un 49,2% del mercado. Disminuye en 2,1 puntos en librerías y baja, -0,2, en cadenas de librerías, entre las que se encuentra el Corte Inglés, FNAC, Casa del Libro..., cuya implantación y desarrollo no ha cesado en los últimos años. El aumento en la facturación a las mismas ha sido del 49,8% desde el año 2000.

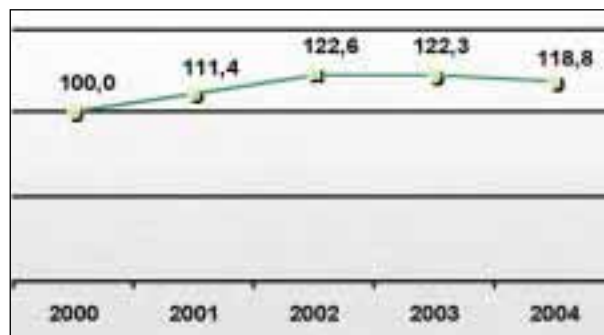
Los **hipermercados**, aunque aumentan un 18,8% su facturación, apenas varían su cuota de mercado en los últimos años. En conjunto, **librerías + cadenas de librerías + hipermercados** han incrementado sus cifra de ventas en los últimos cinco años en un 27,6%.

Quioscos ha disminuido su facturación en un 27,3% en los últimos cinco años.

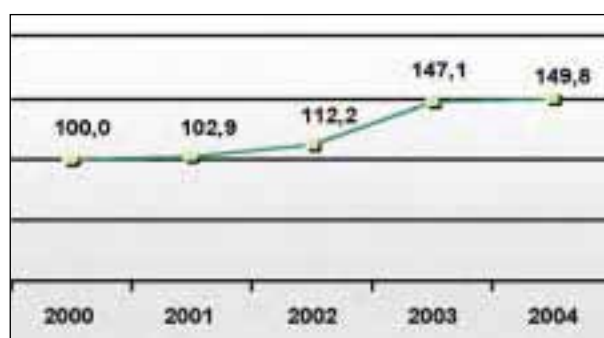
En los gráficos siguientes se observa la evolución de los canales minoristas en los últimos cinco años.

EVOLUCIÓN VENTA AL CANAL MINORISTA ÚLTIMOS CINCO AÑOS

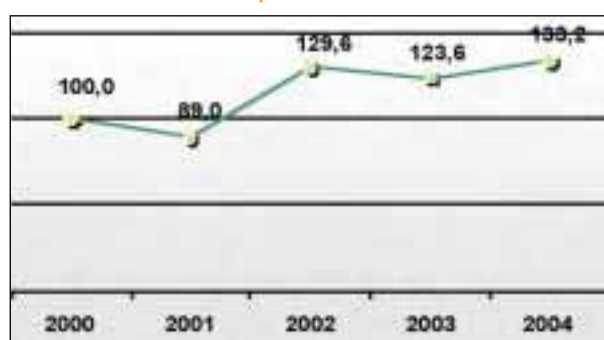
Librerías



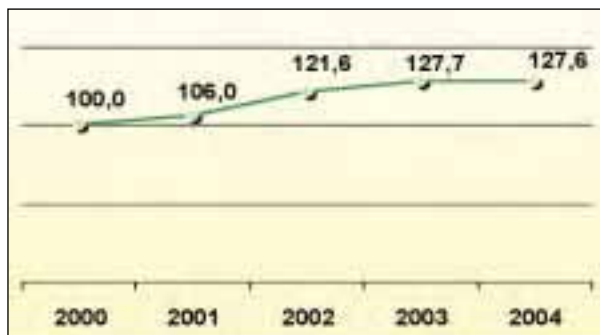
Cadenas de librerías



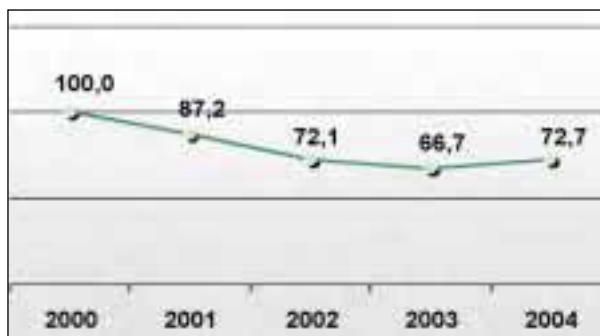
Hipermercados



Canal minorista
(Librería+Cadenas de librerías+Hipermercados)



Quioscos



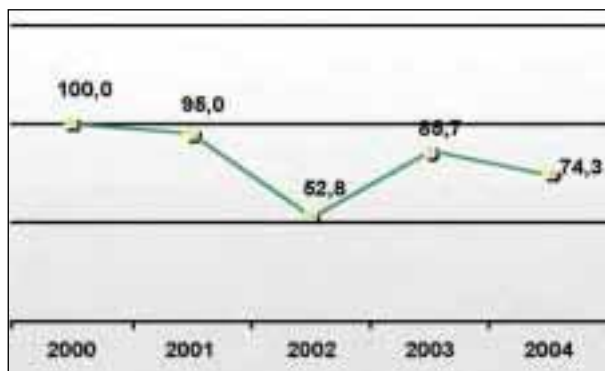
La venta a **crédito** ocupa el cuarto lugar en cuanto a su cuota en la facturación total. Su facturación actual es un 25,7% inferior a la obtenida en 2000. La venta telefónica o telemarketing, aunque con una pequeña cuota de mercado, ha aumentado sus ventas en estos cinco años un 124,4%.

Club pierde un 15,0% respecto a 2000; las ventas por **correo** se mantienen gracias al aumento en el último año.

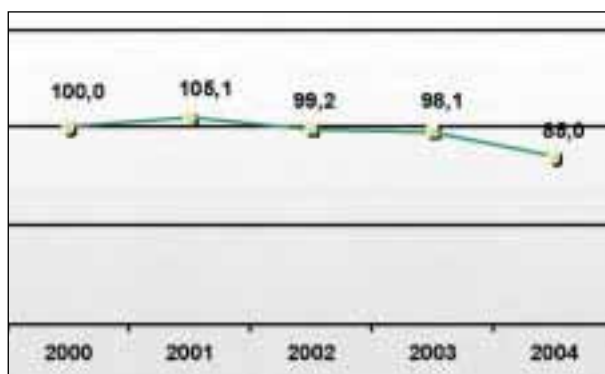
Globalmente, **las ventas al consumidor final** (crédito, club, correo, Internet, suscripciones y venta telefónica) han disminuido su cifra de facturación un 1,2% en los últimos cinco años.

EVOLUCIÓN VENTA DIRECTA ÚLTIMOS CINCO AÑOS

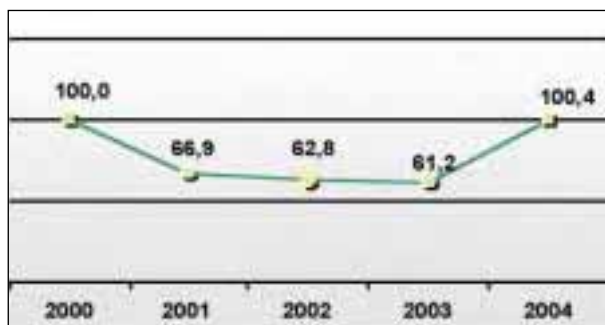
Venta a crédito



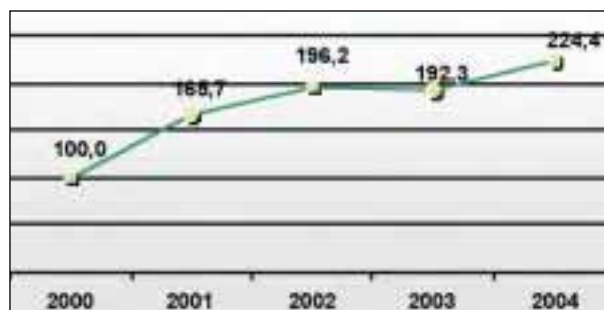
Clubs del libro



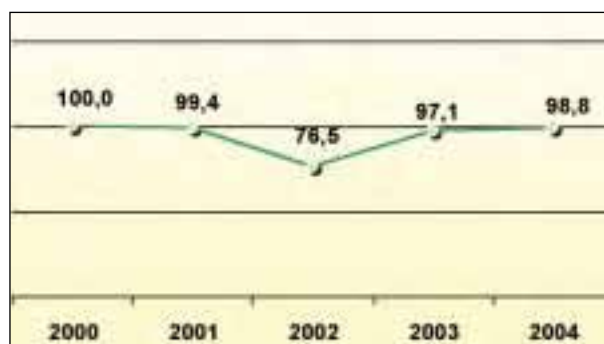
Correo



Teléfono

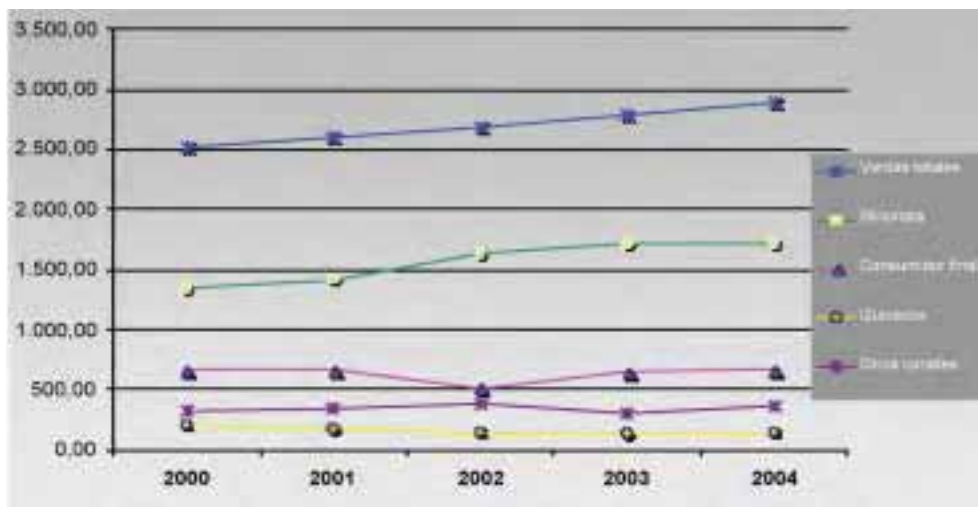


Consumidor final



El gráfico siguiente refleja la evolución de la cifra de facturación al Comercio Interior en los últimos cinco años, que ha aumentado en 352,65 millones de euros.

- La contribución a dicho aumento de la venta a través la cadena minorista ha sido fundamental, pues le ha aportado 369,75 millones de euros.
- La venta directa al consumidor final ha disminuido, pese al aumento de la venta telefónica o telemarketing, en 7,77 millones de euros.
- La venta a quioscos de las editoriales disminuye 55,76 millones de euros.
- La venta a otros canales (donde están incluidas la venta institucional y a bibliotecas) aumenta 46,43 millones de euros.



El descuento en la venta de libros a distribuidores y minoristas

En la tabla siguiente se reflejan los valores obtenidos en el año 2004, la solidez de los datos de los descuentos medios está vinculada a sus desviaciones típicas, es decir, que cuanto menor sea la desviación típica, mayor será la representatividad de su descuento medio asociado.

Tabla 39. DESCUENTO MEDIO POR CANALES

	Descuento medio 2002	Descuento medio 2003	Descuento medio 2004	Desviación típica	Valor modal*	Base de cálculo (Nº de casos)
A distribuidores	48,6	48,3	47,5	8,6	50	587
A librerías	30,5	30,5	30,9	9,0	30	457
A cadenas de librerías	37,0	36,4	34,6	10,4	40	264
A hipermercados	37,0	37,3	32,4	14,5	40	178
A quioscos	33,2	34,8	21,0	18,3	30-35	86
Directas	24,6	24,4	15,5	15,1	10	198
A otros canales	31,4	31,4	26,0	20,5	15	163

* Valor modal = valor más repetido

Tabla 40. DESCUENTO MEDIO POR CANALES (Según tamaño)

	Total 2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
A distribuidores	47,5	38,6	44,9	48,5
A librerías	30,9	29,2	30,8	31,0
A cadenas de librerías	34,6	33,3	36,4	34,1
A hipermercados	32,4	31,3	34,2	31,7
A quioscos	21,0	19,4	25,9	19,9
Directas	15,5	8,8	16,8	15,6
A otros canales	26,3	24,2	30,9	24,7

⁷ La base del descuento medio se refiere sólo a las editoriales que tienen descuento. Si consideramos la cifra de facturación de todas las editoriales, tanto las que practican el descuento como las que no lo hacen, el porcentaje de descuento global sería del 32,8%.

Cifra de facturación neta del sector

Como ya se ha dicho, la cifra de facturación, a precios de tapa IVA incluido, para 2004 ha sido de 2.881,60 millones de euros.

Los descuentos aplicados canal por canal dan un descuento para el total del 32,6 %. Deduciendo los mismos y el IVA de la cifra de facturación bruta se obtiene una cifra de facturación neta para 2004 de 1.867,50 millones de euros, superior en un 2,6% a la obtenida en 2003.

Cifra de facturación. Ventas especiales

A continuación se ofrecen datos de los segundos mercados del libro y las ventas por operaciones especiales. Para el año 2004 sólo 79 empresas saldan libros, 40 menos que el año anterior, y 153 editoriales que realizan ventas por operaciones especiales, 50 menos que en 2003.

Tabla 41. VENTAS POR SALDO. EMPRESAS QUE SALDAN LIBROS
Absolutos (en miles de euros)

	2001	2002	2003	2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Nº EMPRESAS	102	125	119	79	10	31	38
Media ventas por saldo	124,93	106,2	116,79	163,2	394,5	264,1	20,1
Total ventas por saldo	12.743	12.243	13.898	12.895	3.945	8.186	764

Tabla 42. VENTA POR OPERACIONES ESPECIALES. EMPRESAS QUE LAS REALIZAN
Absolutos (en miles de euros)

	2001	2002	2003	2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Nº EMPRESAS	187	192	203	153	16	47	90
Media ventas operaciones especiales	235,4	260,0	291,2	455,1	1972,9	615,9	101,2
Total ventas operaciones especiales.	44.022	47.190	59.108	69.624	31.566	28.949	9.109

Las ventas por saldo suponen sólo el 0,4% de la facturación total en 2004. Facturan 12.895 mil euros, un 7,2% menos que en el año 2003.

Las ventas por operaciones especiales ascienden a 69.624 mil euros (alrededor de un 2,4% de la facturación total). Aumentan un 17,8% respecto al anterior ejercicio.

Tabla 43. FACTURACIÓN POR VENTAS TOTALES
Absolutos (en miles de euros)

Valores absolutos	2001	2002	2003	2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Total	2.606.703	2.674.637	2.792.605	2.881.604	1.792.181	803.480	285.943
Ventas normales	2.549.936	2.615.204	2.719.599	2.799.085	1.756.669	766.345	276.071
Ventas por saldo	12.743	12.243	13.898	12.895	3.945	8.186	764
Operaciones especiales	44.022	47.190	59.108	69.624	31.566	28.949	9.109

FACTURACIÓN POR VENTAS TOTALES
Porcentajes verticales

Valores verticales	2001	2002	2003	2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas normales	97,8	97,8	97,4	97,1	98,0	95,4	96,5
Ventas por saldo	0,5	0,4	0,5	0,4	0,2	1,0	0,3
Operaciones especiales	1,7	1,8	2,1	2,4	1,8	3,6	3,2

Venta en las Comunidades Autónomas

Debido a que un porcentaje de editoriales, que en esta edición se sitúa en torno al 25% de la facturación, no conoce la distribución territorial de sus ventas, el desglose de las mismas por Comunidades Autónomas se calcula a partir de aquellas editoriales que saben y contestan esta pregunta.

**TABLA 44. DESTINO DE LAS VENTAS AL MERCADO INTERIOR
SEGÚN COMUNIDADES AUTÓNOMAS**

Provincia	2000	2001	2002	2003	2004	Diferencia 2004-2003
Cataluña	24,7	24,5	23,4	24,7	23,0	-1,7
Madrid	20,4	21,8	21,7	20,8	21,8	1,0
Andalucía	11,7	11,7	12,3	12,9	12,9	0,0
Comunidad Valenciana	9,2	8,3	8,5	8,3	7,8	-0,5
Subtotal	66,0	66,2	65,9	66,7	65,5	-1,2
País Vasco	5,3	5,0	5,8	4,9	5,7	0,8
Galicia	5,5	4,9	5,0	5,0	5,0	0,0
Castilla y León	3,5	3,9	3,8	3,8	3,8	0,0
Canarias	3,5	3,8	3,7	3,8	3,6	-0,2
Aragón	2,8	2,8	2,8	2,7	2,7	0,0
Castilla-La Mancha	2,4	2,2	2,2	2,2	2,5	0,3
Murcia	1,6	1,8	2,1	2,1	2,3	0,2
Baleares	2,4	2,0	2,0	2,2	2,2	0,0
Asturias	2,1	2,2	2,0	1,9	1,9	0,0
Extremadura	1,4	1,4	1,4	1,5	1,6	0,1
Navarra	1,3	1,3	1,3	1,2	1,3	0,1
Cantabria	1,3	1,4	1,2	1,2	1,2	0,0
La Rioja	0,8	1,1	0,8	0,8	0,7	-0,1
Subtotal	34,0	33,8	34,1	33,3	34,5	1,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

Las diferencias entre ventas y población, según los datos de población del INE, a 1 de enero de 2004, se reflejan en la tabla siguiente:

Tabla 45. CORRELACIÓN ENTRE POBLACIÓN Y VENTA DE LIBROS EN LAS 17 CC.AA.

	Ventas	Población	Dif. Ventas-Población*
Más del 10% de facturación total:			
Cataluña	23,0	15,8	7,2
Madrid	21,8	13,4	8,4
Andalucía	12,9	18,0	-5,1
Del 4% al 10% de la facturación total:			
Comunidad Valenciana	7,8	10,5	-2,7
País Vasco	5,7	4,9	0,8
Galicia	5,0	6,4	-1,4
Entre el 2% y el 5% de la facturación total:			
Castilla y León	3,8	5,8	-2,0
Canarias	3,6	4,4	-0,8
Aragón	2,7	2,9	-0,2
Castilla-La Mancha	2,5	4,3	-1,8
Murcia	2,3	3,0	-0,7
Baleares	2,2	2,2	0,0
Menos del 2% de la facturación total:			
Asturias	1,9	2,5	-0,6
Extremadura	1,6	2,5	-0,9
Navarra	1,3	1,4	-0,1
Cantabria	1,2	1,3	-0,1
La Rioja	0,7	0,7	0,0

* Según las cifras de población a 01/01/2004.

El porcentaje de ventas es mayor que el de población en Cataluña, Madrid y País Vasco.

El porcentaje de ventas es menor que el de población en el resto de Comunidades, excepto en Baleares y en La Rioja.

Estacionalidad de las ventas de libros en el mercado interior

La distribución de la venta de libros a lo largo de los cuatro trimestres del año, aunque sin grandes cambios, aumenta 0,7 puntos en el primer trimestre y 0,9 puntos en el segundo. El tercer trimestre sigue siendo en el que más facturación se registra, aunque pierde 1,4 puntos.

Tabla 46. ESTACIONALIDAD DE LA VENTA DE LIBROS EN EL MERCADO INTERIOR

Trimestres	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Primero	18,3	18,6	17,5	18,3	19,0	0,7
Segundo	22,9	23,4	23,1	23,0	23,9	0,9
Tercero	32,9	33,3	36,3	35,2	33,8	-1,4
Cuarto	25,9	24,7	23,1	23,5	23,3	-0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Los dos primeros grupos de facturación alcanzan su mayor porcentaje de ventas en el tercer trimestre, mientras que las empresas más pequeñas consiguen la máxima facturación en el cuarto trimestre.

Tabla 47. ESTACIONALIDAD DE LA VENTA DE LIBROS EN EL MERCADO INTERIOR (Según tamaño)

Trimestres	Total	Tamaño de la empresa		
		Grandes	Medianas	Pequeñas
Primero	19,0	18,2	19,9	22,1
Segundo	23,9	24,6	22,1	24,2
Tercero	33,8	36,2	32,1	22,2
Cuarto	23,3	21,0	25,9	31,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

En los gremios de Madrid, Euskadi, Andalucía y Galicia la máxima facturación se alcanza en el tercer trimestre. En el gremio de Cataluña las ventas se encuentran más repartidas entre los cuatro trimestres, aunque es en los trimestres segundo y tercero donde mayor porcentaje de facturación se consigue. En el gremio de Valencia el mayor porcentaje de facturación se da en los trimestres tercero y cuarto.

Tabla 48. ESTACIONALIDAD DE LA VENTA DE LIBROS EN EL MERCADO INTERIOR
(Según gremio)

Trimestres	Total	Gremios					
		Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Primero	19,0	14,5	22,3	18,7	15,9	15,9	17,3
Segundo	23,9	21,8	25,7	21,5	18,5	23,0	17,8
Tercero	33,8	43,3	26,5	37,9	51,2	35,7	32,6
Cuarto	23,3	20,4	25,5	21,9	14,4	25,3	32,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Devolución anual de libros

El número de editoriales que declaran haber tenido devolución de libros en el año 2004 es de 560, lo que supone el 79,9% del universo.

Valores absolutos	2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Total	701	29	116	556
Tienen devolución	560	28	101	431
No tienen devolución	141	1	15	125

Porcentajes	2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Tienen devolución	79,9	96,6	87,1	77,5
No tienen devolución	20,1	3,4	12,9	22,5

La cifra media de facturación, de las editoriales que han tenido devolución de libros en 2004, es de 4.887 mil euros y **la cifra media de devolución** de estas editoriales de 1.254 mil euros.

La tasa de devolución anual, que se calcula a partir de la cifra media de devolución y de la cifra media de facturación de las editoriales que tienen devolución de libros, **ha sido del 25,7% en 2004**, 0,3% más que la de 2003.

Entre las editoriales grandes la tasa de devolución anual se sitúa en el 24,2%, en las de tamaño medio es del 22,3% y en las más pequeñas llega al 14,8%.

Tabla 49. TASA DE DEVOLUCIÓN ANUAL

	Total	Grandes	Medianas	Pequeñas
Nº de empresas con devolución	560	28	101	431
Media facturación	4.887	61.281	7.813	537
Media devolución	1.254	14.829	1.742	80
Tasa de devolución 2004	25,7	24,2	22,3	14,8
Tasa de devolución 2003	25,4	27,1	23,4	14,6
Tasa de devolución 2002	27,6	26,6	31,5	16,3
Tasa de devolución 2001	22,2	23,5	21,3	15,0
Tasa de devolución 2000	20,1	12,5	17,9	20,7
Variación 2004-2003	0,3	-2,9	-1,1	0,2

Canales de comercialización de las diferentes materias

Se analizan a continuación los datos referentes a la cuota que las materias tienen en el total de títulos vivos, en el de los títulos y ejemplares editados y en la cifra de facturación por ventas de libros en el mercado interior.

También, y *éste es el objetivo central del mismo*, se desglosan los canales de comercialización para las distintas materias.

Para concluir el capítulo se incluye al final un apartado con la información que se obtiene agrupando los canales de venta para las materias generales y aquellas específicas.

Literatura

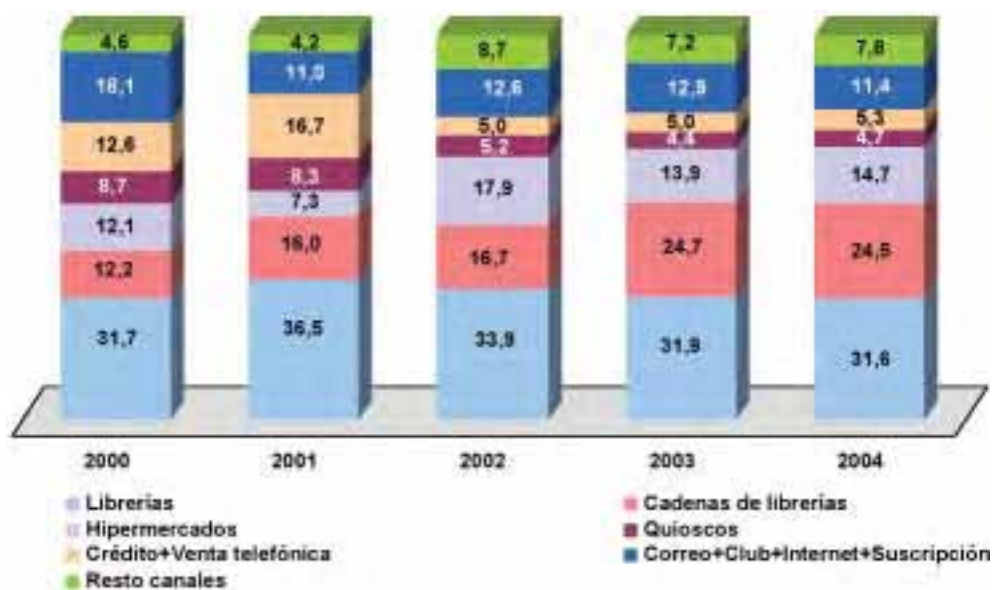
La materia Literatura supone para el 2004:

- El 18,9% de los títulos en catálogo
- El 19,7% de los títulos editados
- El 28,7% de los ejemplares editados
- El 21,7% de la cifra de facturación.

Los canales a través de los que se vende la materia "Literatura" son principalmente: Librerías (31,6%), Cadenas de librerías (24,5%), Hipermercados (14,7%) y Clubs del libro (9,5%). Estos canales suponen el 80,3% en las ventas de esta materia.

En el gráfico y en la tabla que aparecen a continuación se muestra la evolución de la venta por canales de esta materia.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: LITERATURA



LITERATURA: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total Literatura (mill. €)	556,04	586,48	608,56	558,49	624,74	66,25
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	31,7	36,5	33,9	31,9	31,6	-0,3
Cadenas de librerías	12,2	16,0	16,7	24,7	24,5	-0,2
Hipermercados	12,1	7,3	17,9	13,9	14,7	0,8
Quioscos	8,7	8,3	5,2	4,4	4,7	0,3
Crédito + Venta telefónica	12,6	16,7	5,0	5,0	5,3	0,3
Correo + Club + Internet + Suscripción	18,1	11,0	12,6	12,9	11,4	-1,5
Resto canales	4,6	4,2	8,7	7,2	7,8	0,6

<i>Correo</i>	1,0	1,7	0,7
<i>Clubs del libro</i>	11,8	9,5	-2,3
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	3,7	4,1	0,4
<i>Crédito</i>	1,3	1,2	-0,1

Nota: En el recuadro pequeño aparece el detalle de los porcentajes de ventas por Correo, Club, Internet y Suscripción; y de Crédito y Venta telefónica, que en el recuadro grande y los gráficos están sumados.

Infantil y juvenil

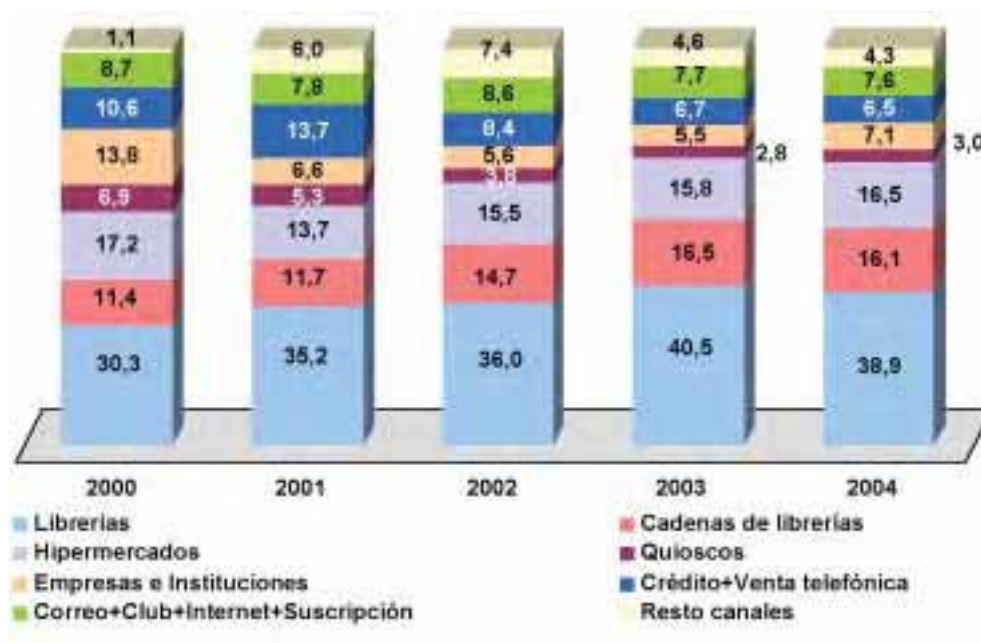
En términos globales, esta materia supone:

- El 13,5% de los títulos en catálogo.
- El 15,8% de los títulos editados.
- El 17,1% de la edición de ejemplares.
- El 9,5% de la cifra de facturación en el mercado interior.

La materia “Infantil y juvenil” se vende fundamentalmente en los canales de: Librerías (38,9%), Cadenas de librerías (16,1%), Hipermercados (16,5%) y Clubs del libro (4,7%). Disminuye en esta edición la cuota canalizada por Librerías y Cadenas de librerías.

La evolución de la venta por canales de esta materia se refleja en el gráfico y en la tabla que aparecen a continuación.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: INFANTIL Y JUVENIL



INFANTIL Y JUVENIL: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total Infantil y juvenil (mill. €)	238,43	234,02	245,43	272,29	274,73	2,43
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	30,3	35,2	36,0	40,5	38,9	-1,7
Cadenas de librerías	11,4	11,7	14,7	16,5	16,1	-0,3
Hipermercados	17,2	13,7	15,5	15,8	16,5	0,7
Quioscos	6,9	5,3	3,8	2,8	3,0	0,2
Empresas e Instituciones	13,8	6,6	5,6	5,5	7,1	1,6
Crédito + Venta telefónica	10,6	13,7	8,4	6,7	6,5	-0,2
Correo + Club + Internet + Suscripción	8,7	7,8	8,6	7,7	7,6	-0,1
Resto canales	1,1	6,0	7,4	4,6	4,3	-0,2

<i>Correo</i>	1,6	2,6	1,0
<i>Clubs del libro</i>	5,9	4,7	-1,2
<i>Internet</i>	0,1	0,2	0,1
<i>Suscripciones</i>	0,1	0,1	0,0
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	2,7	3,0	0,3
<i>Crédito</i>	4,0	3,5	-0,5

Texto no universitario

Para 2004, la materia Texto no universitario supone:

- El 15,4% de los títulos en catálogo.
- El 25,8% de los títulos editados.
- El 24,1% de la edición de ejemplares.
- El 23,9% de la cifra de facturación en el mercado interior.

La materia “Texto no universitario” se vende fundamentalmente a Librerías (48,5%), Cadenas de librerías (13,2%), Empresas e instituciones (colegios) (16,5%) e Hipermercados (15,4%). Disminuye la cuota de Librerías (–5,7 puntos) y aumenta la de Hipermercados (2,1 puntos) y la de empresas e instituciones (2,6 puntos); se incluyen en este apartado las ventas a colegios y centros de enseñanza.

En el gráfico y en la tabla que aparecen a continuación se muestra la evolución de la venta por canales de esta materia.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: TEXTO NO UNIVERSITARIO



TEXTO NO UNIVERSITARIO: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total texto no universitario (mill. €)	505,57	546,86	624,58	680,21	689,85	9,64
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	53,4	53,4	54,0	54,2	48,5	-5,7
Cadenas de librerías	17,5	13,8	13,6	13,2	13,2	0,0
Hipermercados	6,7	11,7	12,7	13,3	15,4	2,1
Empresas e Instituciones	21,3	20,4	15,7	14,0	16,5	2,6
Resto canales	1,1	0,7	4,0	5,3	6,3	1,0

Texto universitario y Científico-Técnico

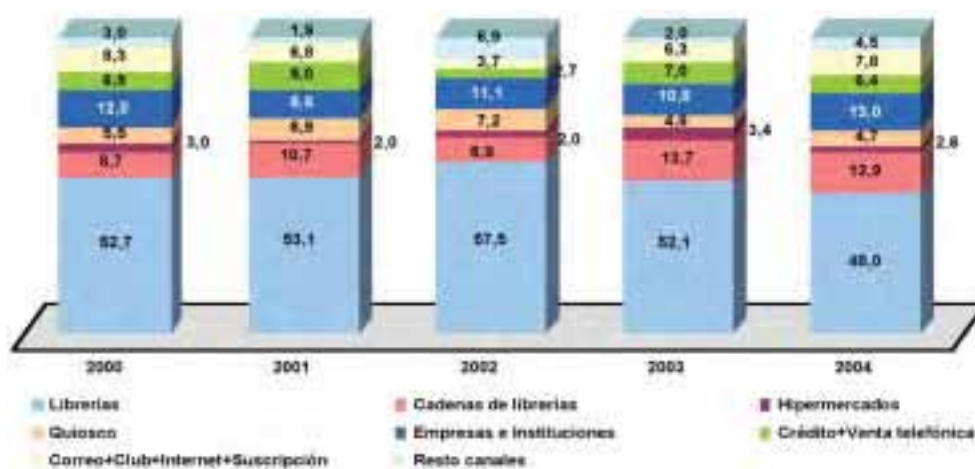
La materia Texto universitario y Científico-Técnico supone en 2004:

- El 15,3% de los títulos en catálogo.
- El 8,4% de los títulos editados.
- El 4,8% de la edición de ejemplares.
- El 7,9% de la cifra de facturación en el mercado interior.

La materia “Texto universitario y Científico-Técnico” se vende fundamentalmente a Librerías (48,0%), Cadenas de librerías (12,9%), Empresas e instituciones (13,0%), crédito (6,4%) y suscripciones (4,6%). Estos canales suponen el 84,9% de las ventas de esta materia, en los que disminuye en 4,1 puntos la cuota de Librerías y aumenta la de Empresas e instituciones en 2,2 puntos (incluye la venta a colegios y centros de enseñanza).

La evolución de la venta por canales de esta materia se refleja en el gráfico⁸ y en la tabla que aparecen a continuación.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: TEXTO UNIVERSITARIO Y CIENTÍFICO-TÉCNICO



⁸ Hipermercados se engloba en resto canales.

TEXTO UNIVERSITARIO Y CIENTÍFICO-TÉCNICO: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total texto universitario (mill. €)	209,57	204,71	221,07	243,02	227,11	-15,91
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	52,7	53,1	57,5	52,1	48,0	-4,1
Cadenas de librerías	8,7	10,7	8,9	13,7	12,9	-0,8
Hipermercados	3,0	2,0	2,0	3,4	2,6	-0,9
Quiosco	5,5	6,9	7,2	4,6	4,7	0,1
Empresas e Instituciones	12,0	9,6	11,1	10,8	13,0	2,2
Crédito + Venta telefónica	6,8	9,0	2,7	7,0	6,4	-0,6
Correo + Club + Internet + Suscripción	8,3	6,8	3,7	6,3	7,9	1,6
Resto canales	3,0	1,9	6,9	2,0	4,5	2,5

Correo	1,5	2,3	0,8
Internet	0,5	0,9	0,4
Suscripciones	4,3	4,6	0,3
Venta por teléfono o telemarketing	2,4	2,6	0,2
Crédito	4,6	3,8	-0,8

Ciencias Sociales y Humanidades

La materia Ciencias Sociales y Humanidades general supone para 2004:

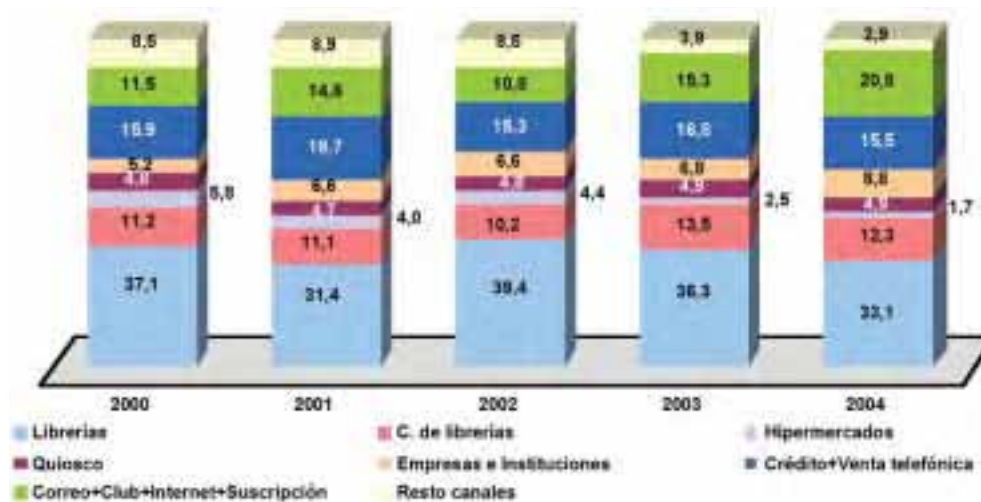
- El 18,7% de los títulos en catálogo.
- El 13,6% de los títulos editados.
- El 5,2% de la producción de ejemplares.
- El 9,4% de la cifra de facturación en el mercado interior.

Esta materia se vende fundamentalmente en Librerías (33,1%), Cadenas de librerías (12,3%), Crédito + venta telefónica (15,5%), a Empresas o instituciones (8,8%) y por Suscripción (6,5%). Estos canales suponen el 76,2% de su facturación.

También disminuye en esta materia la cuota de Librerías (-3,1 puntos) y la de Cadenas de librerías (-1,2 puntos).

En el gráfico y en la tabla siguientes se observa la evolución de la venta por canales de esta materia.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES



CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total C. Soc. y Humanidades (mill. €)	178,83	224,37	210,66	216,20	270,98	54,78
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	37,1	31,4	39,4	36,3	33,1	-3,1
Cadenas de librerías	11,2	11,1	10,2	13,5	12,3	-1,2
Hipermercados	5,8	4,0	4,4	2,5	1,7	-0,8
Quiosco	4,8	4,7	4,8	4,9	4,9	-0,1
Empresas e Instituciones	5,2	6,6	6,6	6,8	8,8	2,0
Crédito + Venta telefónica	15,9	18,7	15,3	16,8	15,5	-1,3
Correo + Club + Internet + Suscripción	11,5	14,6	10,8	15,3	20,8	5,5
Resto canales	8,5	8,9	8,5	3,9	2,9	-1,0

<i>Correo</i>	3,7	5,5	1,8
<i>Clubs del libro</i>	1,5	1,5	0,0
<i>Internet</i>	3,9	7,3	3,4
<i>Suscripciones</i>	6,2	6,5	0,3
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	8,4	8,7	0,3
<i>Crédito</i>	8,4	6,8	-1,6

Libros prácticos

La materia Libros prácticos supone para 2004:

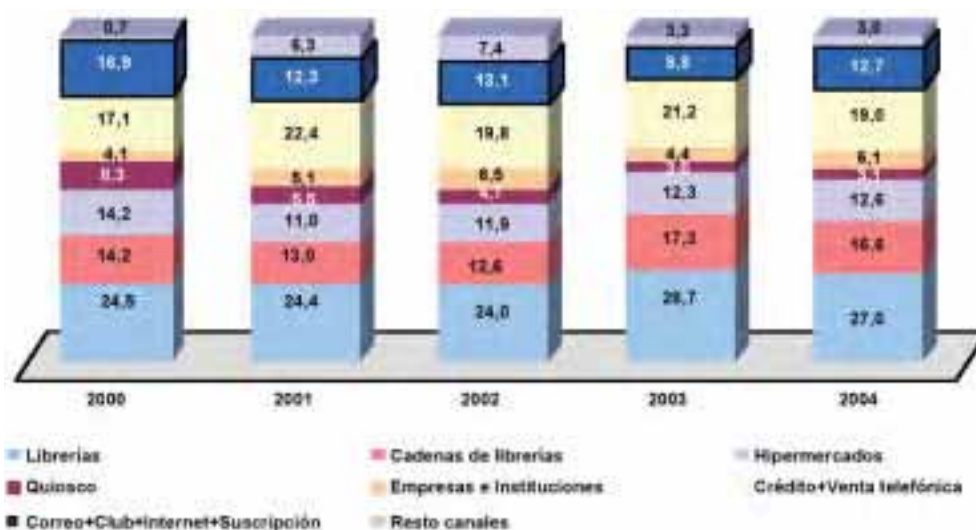
- El 4,5% de los títulos en catálogo.
- El 4,7% de los títulos editados.
- El 4,5% de la edición de ejemplares.
- El 6,2% de la cifra de facturación en el mercado interior.

Mantiene prácticamente las cuotas del ejercicio anterior.

Los “Libros prácticos” se venden principalmente a través de Librerías (27,0%), Cadenas de librerías (16,6%), Crédito y venta telefónica (19,0%), Hipermercados (12,6%) y Correo (9,4%). Respecto a 2003, disminuye la cuota de ventas a Librerías, Cadenas de librerías y Crédito.

La evolución de la venta por canales de esta materia se refleja en el gráfico y en la tabla siguientes:

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: LIBROS PRÁCTICOS



LIBROS PRÁCTICOS: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total libros prácticos (mill. €)	185,24	182,18	188,90	182,86	177,49	-5,37
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	24,5	24,4	24,0	28,7	26,9	-1,8
Cadenas de librerías	14,2	13,0	12,6	17,3	16,6	-0,7
Hipermercados	14,2	11,0	11,9	12,3	12,6	0,3
Quiosco	8,3	5,5	4,7	3,0	3,1	0,1
Empresas e Instituciones	4,1	5,1	6,5	4,4	6,1	1,7
Crédito + Venta telefónica	17,1	22,4	19,8	21,2	19,0	-2,2
Correo + Club + Internet + Suscripción	16,9	12,3	13,1	9,8	12,7	2,9
Resto canales	0,7	6,3	7,4	3,3	3,0	-0,3

<i>Correo</i>	6,0	9,4	3,4
<i>Clubs del libro</i>	3,2	2,5	-0,7
<i>Internet</i>	0,2	0,4	0,2
<i>Suscripciones</i>	0,3	0,4	0,0
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	4,0	4,4	0,3
<i>Crédito</i>	17,2	14,6	-2,6

Divulgación general

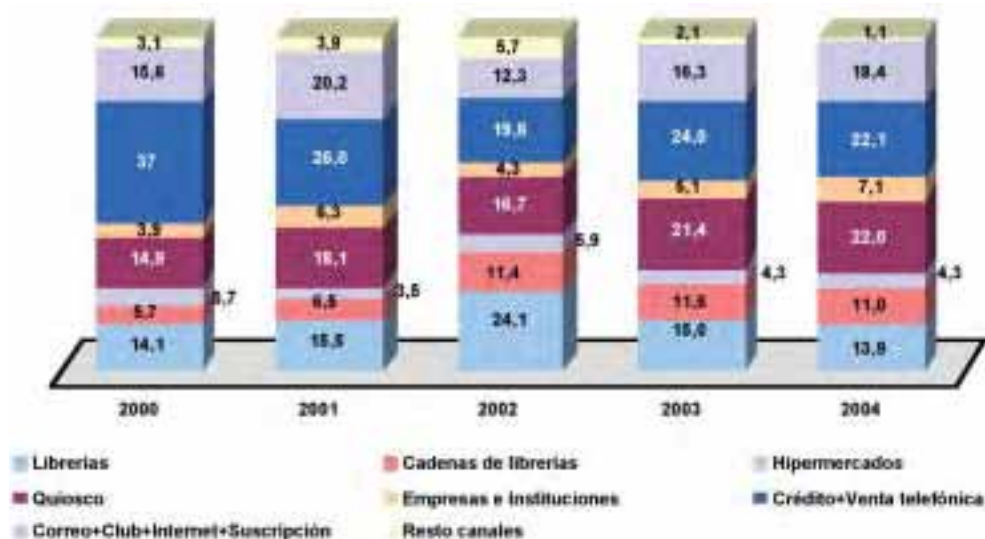
La materia Divulgación general supone para 2004:

- El 7,9% de los títulos en catálogo.
- El 5,9% de los títulos editados.
- El 8,4% de la edición de ejemplares.
- El 7,1% de la cifra de facturación en el mercado interior.

Los libros de “Divulgación general” se canalizan a través de Quioscos (22,1%), Crédito y venta telefónica (22,1%), Librerías (13,9%), Cadenas de librerías (11,0%); Clubs (8,2%) y Correo (9,7%). Respecto a 2003, aumenta la cuota de ventas a Correo y disminuye la de Librerías, Cadenas de librerías, Club y Crédito.

En el gráfico y en la tabla que aparecen a continuación se muestra la evolución de la venta por canales de esta materia.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: DIVULGACIÓN GENERAL



DIVULGACIÓN GENERAL: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total divulgación general (mill. €)	239,23	259,23	227,78	192,62	203,72	11,10
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	14,1	15,5	24,1	15,0	13,9	-1,1
Cadenas de librerías	5,7	6,5	11,4	11,6	11,0	-0,6
Hipermercados	5,7	3,5	5,9	4,3	4,3	0,1
Quiosco	14,9	18,1	16,7	21,4	22,1	0,6
Empresas e Instituciones	3,9	6,3	4,3	5,1	7,1	1,9
Crédito + Venta telefónica	37	26,0	19,6	24,0	22,1	-1,9
Correo + Club + Internet + Suscripción	15,6	20,2	12,3	16,3	18,4	2,0
Resto canales	3,1	3,9	5,7	2,1	1,1	-1,0

<i>Correo</i>	6,2	9,7	3,5
<i>Clubs del libro</i>	9,7	8,2	-1,5
<i>Suscripciones</i>	0,4	0,4	0,0
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	7,9	8,5	0,6
<i>Crédito</i>	16,2	13,6	-2,6

Diccionarios/Enciclopedias

Suponen para 2004:

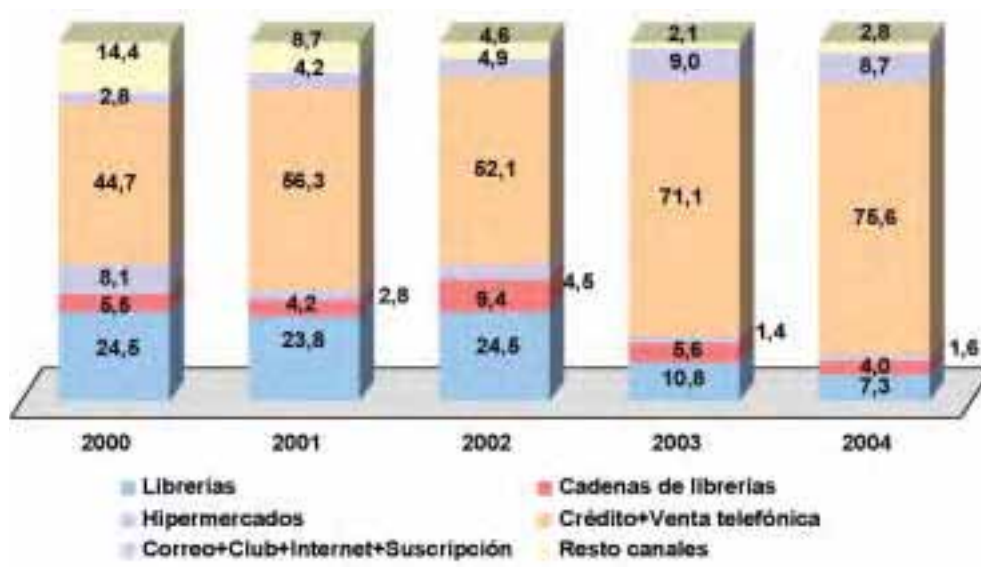
- El 1,7% de los títulos en catálogo.
- El 1,0% de los títulos editados.
- El 1,8% de la edición de ejemplares.
- El 8,0% de la cifra de facturación en el mercado interior.

Disminuye en general la participación de esta materia en títulos en catálogo, en títulos y ejemplares editados y en la facturación. La cifra de facturación disminuye respecto a 2003 y se sitúa en los mismos valores que en el año 2000. Como se comenta en otras ediciones, esta cifra más que a los diccionarios en un solo volumen o escolares está relacionada con la venta a crédito de enciclopedias.

Confirmando lo anterior, se obtiene en el estudio que el 75,6% de la venta de “Diccionarios/Enciclopedias” se realiza a Crédito o por teléfono; las Librerías suponen el 7,3% de las ventas, Clubs del libro el 7,2% y Cadenas de librerías el 4,0%. Estos canales suponen el 94,1% de las ventas de esta materia, en los que disminuye la cuota de Librerías y Cadenas de librerías y aumenta casi en igual proporción la de Crédito más venta telefónica.

La evolución de la venta por canales de esta materia aparece en el gráfico y en la tabla que figuran a continuación.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS



DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total dicc./enciclopedias (mill. €)	230,78	200,27	182,21	254,16	229,27	-24,89
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	24,5	23,8	24,5	10,8	7,3	-3,5
Cadenas de librerías	5,5	4,2	9,4	5,6	4,0	-1,7
Hipermercados	8,1	2,8	4,5	1,4	1,6	0,2
Empresas e Instituciones	3,7	2,0	1,0	1,1	1,8	0,7
Crédito + Venta telefónica	44,7	56,3	52,1	71,1	75,6	4,5
Correo + Club + Internet + Suscripción	2,8	4,2	4,9	9,0	8,7	-0,3
Resto canales	10,7	6,7	3,6	1,0	1,0	0,1

Correo	0,8	1,4	0,6
Clubs del libro	8,1	7,2	-0,9
Suscripciones	0,1	0,1	0,0
Venta por teléfono o telemarketing	5,1	6,3	1,2
Crédito	66,0	69,3	3,3

Cómics

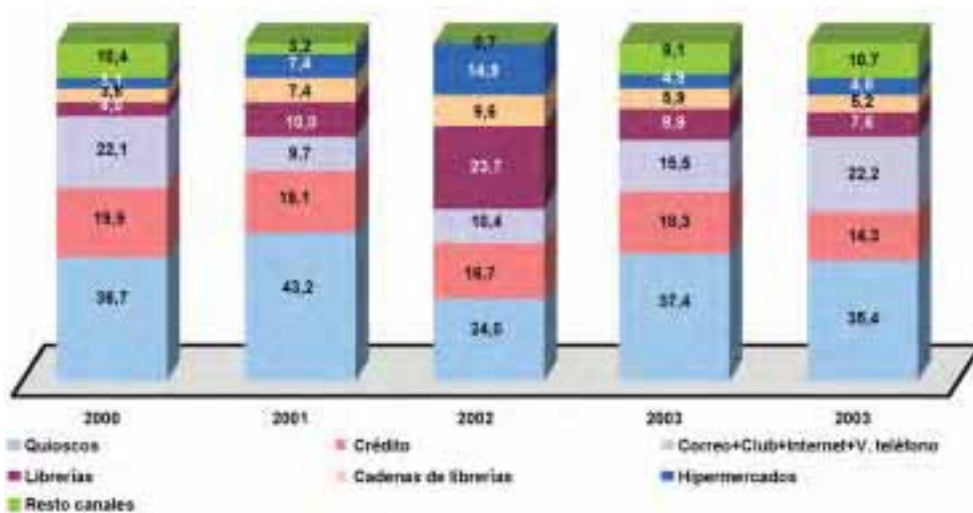
La participación de esta materia en las magnitudes contempladas supone:

- El 0,9% de los títulos en catálogo.
- El 1,6% de los títulos editados.
- El 2,9% de la edición de ejemplares.
- El 3,4% de la cifra de facturación en el mercado interior.

La materia "Cómics" se canaliza a través de Quioscos (35,4%), Correo (22,1%), Crédito y venta telefónica (14,3%), Librerías (7,6%), Cadenas de librerías (5,2%) e Hipermercados (4,6%).

En el gráfico y en la tabla siguientes se muestra la evolución de la venta por canales de esta materia.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: CÓMICS



CÓMICS: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total (mill. €)	124,15	111,47	94,06	88,28	96,65	8,37
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	4,0	10,0	23,7	8,9	7,6	-1,3
Cadenas de librerías	3,8	7,4	9,6	5,9	5,2	-0,7
Hipermercados	3,1	7,4	14,9	4,9	4,6	-0,3
Quioscos	36,7	43,2	24,0	37,4	35,4	-2,0
Crédito + Venta telefónica	19,9	19,1	16,7	18,3	14,3	-4,0
Correo + Club + Internet + Suscripción	22,1	9,7	10,4	15,5	22,2	6,7
Resto canales	10,4	3,2	0,7	9,1	10,7	1,6

<i>Correo</i>	15,4	22,1	6,7
<i>Clubs del libro</i>	0,1	0,1	0,0
<i>Suscripciones</i>	0,1	0,1	0,0
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	0,1	0,1	0,0
<i>Crédito</i>	18,2	14,2	-4,0

Materias generales

Si excluimos en la facturación total las materias de texto y científicas, además de los diccionarios, la facturación es de 1.464,39 millones de euros, aproximadamente la mitad de la facturación total.

El reparto por materias y canales sería:

	Total	Literatura	Infantil	Libros prácticos	Divulgación general	Cómics	Otros
Total	1.464,39	624,74	274,73	177,49	203,72	96,65	87,06
Librerías	448,60	197,45	106,73	47,85	28,37	7,38	60,82
Cadenas de librerías	254,02	152,83	44,31	29,38	22,49	4,98	0,04
Hipermercados	173,10	92,03	45,38	22,32	8,83	4,45	0,08
Quioscos	123,98	29,37	8,12	5,55	44,86	34,23	1,85
Crédito + venta por teléfono	157,64	33,12	17,77	33,80	45,04	13,80	14,11
Correo + club + internet + suscripciones	177,85	71,05	20,92	22,50	37,43	21,50	4,45
Resto	129,20	48,88	31,50	16,09	16,71	10,32	5,70

	Total	Literatura	Infantil	Libros prácticos	Divulgación general	Cómics	Otros
% horizontales	100,0	42,7	18,8	12,1	13,9	6,6	5,9
Total (% verticales)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Librerías	30,6	31,6	38,8	27,0	13,9	7,6	69,9
Cadenas de librerías	17,3	24,5	16,1	16,5	11,1	5,2	0,0
Hipermercados	11,8	14,7	16,5	12,6	4,3	4,6	0,1
Quioscos	8,5	4,7	3,0	3,1	22,0	35,4	2,1
Crédito + venta por teléfono	10,8	5,3	6,5	19,0	22,1	14,3	16,2
Correo + club + internet + suscripciones	12,1	11,4	7,6	12,7	18,4	22,2	5,1
Resto	8,8	7,8	11,5	9,1	8,2	10,7	6,6

Si consideramos sólo la venta de estas materias a través de los canales minoristas, la facturación es de 913,57 millones de euros, que supone casi dos tercios de la facturación total de las mismas.

Facturación (en millones de euros)	Total	Literatura	Infantil y juvenil	Libros prácticos	Divulgación general	Cómics	Otros
Total materias	1.464,39	624,74	274,73	177,49	203,72	96,65	87,06
Total canales minoristas	913,57	457,42	204,28	103,59	61,59	16,82	69,85
Librerías	448,60	197,45	106,73	47,85	28,37	7,38	60,82
Cadenas de librerías	254,02	152,83	44,31	29,38	22,49	4,98	0,04
Hipermercados	173,10	92,03	45,38	22,32	8,83	4,45	0,08
Resto	37,85	15,12	7,86	4,04	1,91	0,01	8,91

	Total	Literatura	Infantil y juvenil	Libros prácticos	Divulgación general	Cómics	Otros
% minoristas/total	62,4	73,2	74,4	58,4	30,2	17,4	80,2
Total (% verticales)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Librerías	49,1	43,2	52,3	46,2	46,1	43,9	87,1
Cadenas de librerías	27,8	33,4	21,7	28,4	36,5	29,6	0,1
Hipermercados	18,9	20,1	22,2	21,5	14,3	26,5	0,1
Resto	4,1	3,3	3,8	3,9	3,1	0,0	12,7

Materias científicas

Para terminar, se hace un pequeño resumen de lo que supone por canal minorista, crédito o resto de venta directa la facturación de las materias científicas.

Las ventas de estas materias, que representan un 17,3% de la facturación total, no es homogénea, y así, el canal minorista supone casi dos tercios de la facturación de Científico/Técnico y no alcanza la mitad en Ciencias Sociales y Humanidades, donde la venta directa resulta significativa.

	Total	Científico técnico	Ciencias sociales Humanidades
Facturación (en millones de euros)	498,08	227,11	270,98
Venta canal minorista	272,20	144,25	127,95
Crédito	56,60	14,63	41,96
Resto venta directa	74,15	17,81	56,34
Resto canales	95,13	50,41	44,72

	Total	Científico técnico	Ciencias sociales Humanidades
Total (% verticales)	100,0	100,0	100,0
Venta canal minorista	54,6	63,5	47,2
Crédito	11,4	6,4	15,5
Resto venta directa	14,9	7,8	20,8
Resto canales	19,1	22,2	16,5

Las materias de Texto no universitario y los Diccionarios/Enciclopedias ya se han visto en sus correspondientes apartados.

Los costes editoriales de los derechos de autor

Las editoriales agremiadas pagan por compra de derechos en el año 2004 un total de 166,4 millones de euros, 150,0 millones se pagan por compra de derechos de autor y 16,4 por la compra de otros derechos.

La cantidad pagada por Derechos de Autor supone sobre el total de la facturación de las empresas editoriales un 5,2%, de los cuales el 70,0% se paga a autores españoles, con un aumento respecto al año anterior de 11,3 puntos porcentuales.

- Las empresas grandes pagan un 4,0% de su facturación bruta por derechos de autor, 70,8 millones de euros. Un 76,8% de los pagos son a autores españoles y un 23,2% a autores extranjeros.
- Las empresas medianas pagan 57,9 millones de euros lo que supone el 7,2% de su facturación. Un 62,2% de sus pagos van a autores españoles y un 37,8% a autores extranjeros.
- Las empresas pequeñas pagan 21,3 millones de euros por derechos de autor, un 7,5% de su cifra de facturación, el 71,1% a autores españoles y el 28,9% a autores extranjeros.

Las cifras que se presentan en las tablas siguientes muestran los pagos que las editoriales realizan en concepto de derechos de autor (comprende los porcentajes sobre ventas más los precios tasados), tanto a autores españoles como extranjeros, así como los pagos por compra de otros derechos.

Tabla 50. PAGOS POR COMPRA DE DERECHOS
(Según tamaño) (En millones de euros)

	2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Total	166,4	81,1	63,1	22,2
Pagos en concepto de derechos de autor	150,0	70,8	57,9	21,3
Pagos por compra de otros derechos	16,4	10,3	5,2	0,9

Tabla 51. PAGOS POR DERECHOS DE AUTOR SEGÚN LA NACIONALIDAD DEL AUTOR

	2002	2003	2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Pagos por derechos de autor (millones euros)	153,0	138,5	150,0	70,8	57,9	21,3
Total %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% Autores españoles	68,9	59,7	70,0	76,8	62,2	71,1
% Autores extranjeros	31,1	40,3	30,0	23,2	37,8	28,9
Cifra de facturación total (millones euros)	2.674,6	2.792,6	2.881,60	1.792,20	803,5	285,9
% Sobre cifra de facturación	5,7	5,0	5,2	4,0	7,2	7,5

La cantidad total que las editoriales perciben por venta de derechos, propios de la editorial o ajenos que la editorial administra, es de 31,5 millones de euros lo que representa el 21,0% de los pagos realizados por derechos de autor.

Tabla 52. CANTIDAD PERCIBIDA POR VENTA DE DERECHOS
(Según tamaño) (En millones de euros)

Millones de euros	2003	2004	Grandes	Medianas	Pequeñas
Total	19,8	31,5	18,9	7,2	5,4
Derechos ajenos	12,6	22,1	15,6	3,7	2,8
Derechos propios	7,2	9,4	3,3	3,5	2,6
% Sobre pagos por derechos de autor	12,8	21,0	26,7	12,4	25,4

El desglose de los pagos de derechos de autor por gremios se refleja en las tablas siguientes. Euskadi y Cataluña son los dos gremios en los que se registra un mayor porcentaje de pagos a autores extranjeros.

Tabla 53. PAGOS DE DERECHO DE AUTOR
(Según gremio) (En millones de euros)

Millones de euros	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	166,40	63,64	89,74	4,57	3,45	1,01	4,03
Pagos en concepto de derechos de autor	150,00	62,08	75,38	4,24	3,41	0,93	3,96
Pagos por compra de otros derechos	16,4	1,56	14,36	0,33	0,04	0,08	0,07

	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Pagos por derechos de autor (millones de euros)	150,0	62,1	75,4	4,2	3,4	0,9	4,0
Total %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% Autores españoles	70,0	73,4	64,1	55,4	92,4	94,0	98,2
% Autores extranjeros	30,0	26,6	35,9	44,6	7,6	6,0	1,8
Cifra de facturación total (millones de euros)	2.881,6	1.146,3	1.555,7	85,0	42,9	22,5	29,2
% Sobre cifra de facturación	5,2	5,4	4,8	5,0	7,9	4,1	13,5

Son las editoriales de Euskadi, Madrid y Cataluña las que más perciben por la venta de sus derechos y que suponen en torno a un 28%, 25% y un 19% en cada caso.

Tabla 54. CANTIDAD PERCIBIDA POR VENTA DE DERECHOS
(Según gremio) (En millones de euros)

	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	31,49	15,67	14,43	1,16	0,05	0,06	0,12
Derechos ajenos	22,12	13,98	7,91	0,09	0,04	0,05	0,05
Derechos propios	9,37	1,69	6,52	1,07	0,01	0,01	0,07
% Sobre pagos por derechos de autor	20,99	25,27	19,16	27,62	1,47	6,67	3,00

Promoción y publicidad

La inversión en Promoción y Publicidades para el año 2004 es de 134,88 millones de euros, un 5,5% más que en el ejercicio anterior. Esta cifra supone un 4,7% de la cifra de facturación bruta de las empresas.

Aunque el aumento se produce para todos los tramos de facturación, es mayor en los grupos medianos y pequeños.

Tabla 55. EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN PUBLICIDAD
(Según tamaño) (En miles de euros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2004/ 2003	% sobre facturación
Grande	68.545	73.256	88.434	96.923	100.179	3,4	5,6
Medianas	19.395	22.055	22.265	21.496	24.185	12,5	3,0
Pequeñas	8.774	11.713	7.976	9.453	10.520	11,3	3,7
Total	96.715	107.024	118.675	127.873	134.884	5,5	4,7

Según los gremios el aumento en la inversión es notable en las editoriales de los gremios de Euskadi, Andalucía, Galicia y Madrid. Se mantiene en Cataluña y desciende en Valencia.

Tabla 56. EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN PUBLICIDAD
(Según gremio) (En miles de euros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2004/ 2003	% sobre facturación
Madrid	37.143	38.459	44.458	41.713	47.150	13,0	4,1
Cataluña	56.303	65.252	70.447	81.811	81.868	0,1	5,3
Euskadi	1.521	1.387	1.096	1.557	2.503	60,8	2,9
Andalucía	889	784	675	934	1.463	56,6	3,4
Galicia	313	455	469	568	739	30,1	3,3
Valencia	547	687	1.530	1.290	1.161	-10,0	4,0
Total	96.715	107.024	118.675	127.873	134.884	5,5	4,7

Medios promocionales y publicitarios

En la siguiente tabla se presentan los datos estadísticos de la evolución, en los últimos cinco años, de los gastos en promoción y publicidad según el medio al que se dirige la misma.

A través de las cifras recogidas en el mismo se observa que con la excepción de la inversión en Internet, que disminuyen ligeramente, el resto han aumentado la cifra de inversión, destacando el aumento de la dedicada a la publicidad en prensa, en presencia en ferias, relaciones públicas y, sobre todo, en regalos de incentivación.

Tabla 57. EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN LOS MEDIOS PROMOCIONALES
(En miles de euros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2004-2003
Total	96.715	107.024	118.675	127.873	134.884	5,5
Publicidad TV.	26,5	36,8	29,6	30,1	30,4	0,3
Material impreso	22,9	24,2	28,2	27,9	28,0	0,1
Publicidad prensa	14,5	11,1	10,0	9,6	12,5	2,9
Regalos de incentivación	6,7	6,0	5,4	6,5	11,0	4,5
Relaciones publicas	7,5	5,1	5,2	4,9	6,3	1,4
Presencia en ferias	7,4	5,4	3,6	3,3	4,8	1,5
Internet	6,3	2,8	3,6	3,7	2,4	-1,3
Publicidad exterior	1,2	1,7	1,5	2,2	1,8	-0,4
Publicidad radio	1,3	1,5	1,4	1,7	1,6	-0,1
Otros	5,7	5,3	11,5	10,1	1,2	-8,9

Resumen con los datos básicos del estudio de comercio interior del libro para 2004

Un repaso a los datos del estudio nos indica que el Comercio del libro se mueve en el año 2004 en un entorno de:

	(Variación respecto a 2003)
■ 701 empresas editoriales privadas y agremiadas.	0,3 %
■ 68.000 títulos editados (incluidas las reimpresiones).	3,0 %
■ 310.583.000 ejemplares publicados.	11,7 %
■ Una tirada media de 4.579 ejemplares por título.	355
■ 309.000 títulos vivos en oferta.	5,9 %
■ 237.067.000 ejemplares vendidos.	2,1 %

Todo ello para obtener *una facturación en el Mercado Interior de 2.881,60 millones de euros.*

Según los datos reflejados en el informe, el Comercio del Libro en España en el año 2004 no ha experimentado muchos cambios; el aumento de la facturación por venta de libros en España ha supuesto un 3,2 % más que en 2003, lo que iguala a la cifra de inflación en dicho año.

En 2004 se han editado en torno a 311 millones de ejemplares de los que se han vendido 237 millones. Las ventas de los mismos han supuesto una facturación de casi 2.882 millones de euros, con un catálogo vivo de 309.090 títulos, que experimenta un aumento del 5,9% respecto al año anterior.

Hay más títulos y más ejemplares editados que en los ejercicios precedentes destacando una tirada media de 4.579 ejemplares por título, que supone un aumento por título de 355 ejemplares.

Oferta editorial

La oferta editorial, medida en el número de títulos que las editoriales mantienen en sus catálogos, es una de las magnitudes que mayor crecimiento viene experimentando año a año, y es en 2004 de 309.000 títulos, un 5,9% más que el año anterior y un 79% más que en 1995 donde el fondo de títulos en catálogo fue de 172.380.

La literatura ocupa el primer lugar con 58.440 títulos y los libros infantiles y juveniles tienen 41.840. Tienen también una gran importancia en el fondo de catálogo los libros de referencia como los de ciencias sociales y humanidades que tienen 57.670 títulos, los de texto no universitario, con 47.630 y los libros científico-técnicos con 47.290.

Pese a que se habla del problema de sobredimensión de la oferta, el número de títulos publicados ha aumentado. Las editoriales privadas han editado 67.822 títulos, 34.734 títulos fueron primeras ediciones y 33.088 (el 48,8%) reediciones o reimpressiones. Según los segmentos de facturación, el porcentaje de novedades es sólo del 39,2% en las nueve empresas del subgrupo de las muy grandes (más de 60 millones de euros), del 48,7% en el resto de las grandes (de 18 a 60 millones de euros); del 51,6% en el de las medianas (de 2,4 a 18 millones de euros) y del 60,0% en el de las pequeñas (hasta 2,4 millones de euros). Los porcentajes de novedades fueron en 2003 de 43,0%; 43,9%; 48,6% y 66,4% respectivamente. Se puede interpretar que las editoriales muy grandes están realizando un esfuerzo en la cadencia en la edición de novedades, excluido el texto no universitario, en favor de las reediciones, al igual que ha ocurrido en las de menor tamaño, mientras que en el segmento del resto de las grandes y en el de las medianas aumenta. En cualquier caso, el aumento de títulos editados se ve en muchos

casos forzado por la presión del mercado y, sobre todo, para las editoriales que no están integradas en grandes grupos la mayor oferta de títulos obedece a la necesidad de mantener las mismas perspectivas económicas.

El número de ejemplares editados ha aumentado en esta edición un 11,7%, lo que lleva a una tirada media de 4.579 ejemplares, con un aumento de 355 ejemplares por título respecto al ejercicio anterior. Son las editoriales del segmento de las grandes y de las medianas las que han visto aumentadas sus tiradas medias en 521 y 478 ejemplares por título respectivamente, mientras que las pequeñas sólo alcanzan una tirada media de 1.729 ejemplares por título, 112 menos que en 2003.

Por materias, esta mayor tirada media se obtiene sobre todo en literatura, 6.669 ejemplares por título; divulgación general, 6.550 ejemplares; literatura infantil y juvenil, 4.974 ejemplares y sobre todo, diccionarios enciclopedias, con 8.077 ejemplares por título.

Títulos editados	2002	2003	2004	Variación interanual 2004/2003
Total	62.337	65.824	67.822	3,0
Literatura	12.228	13.013	13.359	2,7
Infantil y juvenil	11.544	10.135	10.690	5,5
Texto no universitario	15.878	16.499	17.526	6,2
• Educación infantil	1.780	2.262	3.515	55,4
• Educación primaria	5.286	4.672	6.363	36,2
• E.S.O.	4.699	4.260	3.831	-10,1
• Bachillerato	1.465	1.512	1.131	-25,2
• F.P.	195	447	308	-31,1
• Libros y materiales complementarios	2.453	3.346	2.378	-28,9
Científico/Técnico	5.463	7.722	5.717	-26,0
Ciencias sociales y Humanidades	6.607	7.094	9.210	29,8
Libros Prácticos	2.894	3.042	3.153	3,6
Divulgación general	4.068	4.362	3.994	-8,4
Diccionarios/Enciclopedias	1.381	1.300	698	-46,3
Cómics	334	574	1.070	86,4
Otros	1.940	2.083	2.405	15,5

Facturación

Las 29 grandes empresas han facturado 1.792 millones de euros, el 62,2% del total, con una ligera disminución del 1% respecto a 2003. Las medianas son las que han obtenido mejores resultados, con una facturación de 803 millones de euros, que supone un 27,9% del total, han aumentado su facturación un 14,9%.

Las empresas editoriales de Cataluña son las que mayor volumen de ventas alcanzaron. Con cerca de 1.556 millones de euros, suponen el 54% del total, aunque con una disminución del 1,8% en relación al ejercicio anterior.

Las empresas del gremio de Madrid han aumentado un 8,9% su facturación, con 1.146 millones de euros, suponen el 40% de la facturación total.

La facturación de las editoriales de Euskadi, 85 millones de euros; Andalucía, 43 millones; Comunidad Valenciana, 29 millones y Galicia, 22 millones, se sitúa lejos de los dos gremios anteriores. Referidas a estos datos destaca que han sido las editoriales de Euskadi, Andalucía y Galicia las que más han aumentado sus ventas respecto a 2003.

Por materias, si exceptuamos los libros de texto no universitario que con 689 millones de euros supone un 23,9% de la facturación total en 2004, hay que destacar la literatura que facturó por valor de 625 millones de euros, el 21,3% del total, con un aumento del 11,9% respecto al año anterior. De dicha facturación, 123 millones (casi el 20%) corresponde a la facturación por esta materia en formato de bolsillo.

La venta de libros de literatura infantil y juvenil ha tenido una evolución sostenida en los últimos diez años y con 275 millones de euros facturados en 2004, aumenta un 1% su facturación respecto al ejercicio anterior y un 30,3% en los últimos diez años.

Los libros de ciencias sociales y humanidades, han facturado 271 millones de euros y los universitarios y científico/técnicos 227 millones de euros. Los primeros aumentan un 25,3% y han tenido un aumento en los últimos cinco años del 51,5%; los segundos descienden un 6,6% después de una subida en 2003 del 11%, en general su crecimiento en los últimos cinco años está más ralentizado; sumadas ambas materias el crecimiento respecto al ejercicio anterior ha sido del 8,5% y en los últimos cinco años han aumentado su facturación en un 28,2%.

El mercado de Diccionarios/Enciclopedias, excluidos los de texto no universitario, con una cifra de facturación en torno a los 230 millones de euros, pese a sufrir variaciones interanuales, se mantiene en los mismos valores que en el año 2000 aunque esta cifra está muy por debajo de los 404 que alcanzó hace diez años.

Cómics experimenta una recuperación del 10% pero sin alcanzar los valores de finales de la década de los años 90. En 2003 su facturación alcanzó los 97 millones de euros, lejos de los 124 obtenidos en 2000 y de los 138 que facturó esta materia en 1999.

Cifra de facturación por materias:

	2004		Variación 2004/2003
	Millones €	%	
Total	2.881,60	100,0	3,2
Literatura	624,74	21,7	11,9
Infantil/Juvenil	274,73	9,5	0,9
Texto no universitario	689,86	23,9	1,4
• Educación infantil	91,86	3,2	20,1
• Educación primaria	239,98	8,3	-0,2
• E.S.O.	215,50	7,5	0,9
• B.U.P. y C.O.U.	66,11	2,3	-2,4
• F.P.	16,39	0,6	-5,8
• Libros y materiales complementarios	60,02	2,1	-7,3
Universitario Científico/Técnico	227,10	7,9	-6,6
Ciencias Sociales/Humanidades	270,98	9,4	25,3
Libros prácticos	177,49	6,2	-2,9
Divulgación general	203,72	7,1	5,8
Diccionarios /Enciclopedias	229,27	8,0	-9,8
Cómics	96,65	3,4	9,5
Otras materias	87,06	3,0	-16,7

Canales comerciales

Las librerías y cadenas de librerías siguen siendo los principales canales de venta de libros y un 49 % de la facturación de los mismos se realiza a través de estos dos canales. No obstante se ha producido en 2004 una ligera disminución en la facturación realizada a las librerías que de 1.029 millones de euros en 2003 ha pasado a 999 millones de euros en el ejercicio actual; las cadenas de librerías han facturado 417 millones (410 en 2003) y los hipermercados 293 millones (272 en el ejercicio anterior). En conjunto y sumados los tres canales, las ventas apenas han variado y lo que parece haber ocurrido es un trasvase de ventas de las librerías a hipermercados y cadenas de librerías. Las menores ventas en librerías se ha producido sobre todo en los libros de texto, que pierden un 5,7 % de cuota de mercado. En las librerías la venta de libros de texto ha supuesto 335 millones de euros en 2004 frente a los 369 del ejercicio anterior.

Si excluimos en la facturación total de las editoriales las materias de texto, científicas y sociales además de diccionarios enciclopedias, y consideramos sólo la literatura, los libros infantiles y juveniles, los libros prácticos, la divulgación general, los cómics y el apartado otras materias, la facturación por todos ellos, que alcanza los 1.464 millones de euros es para las librerías de 449 millones de euros frente a los 427 de año pasado. A través de las cadenas de librerías se facturan 254 millones de euros y en los hipermercados la facturación es de 173 millones (243 y 165 millones de euros respectivamente en 2003). En definitiva la facturación en las librerías no ha descendido en valores absolutos en las materias generales en su conjunto y sí lo ha hecho en texto y en las materias científicas.

Cifra de facturación por canales de comercialización:

	2004		Variación 2004/2003
	Millones €	%	
Total	2.881,60	100,0	3,2
Librerías	998,79	34,7	-2,9
Cadenas de librerías	417,31	14,5	1,9
Hipermercados	293,55	10,2	7,8
Quioscos	148,24	5,1	8,9
Empresas e Instituciones	238,62	8,3	49,0
Bibliotecas	15,63	0,5	-11,8
Venta a crédito	282,14	9,8	-13,3
Correo	100,36	3,5	64,0
Clubs	112,65	3,9	-13,4
Internet	24,95	0,9	122,8
Suscripciones	37,06	1,3	13,1
Venta telefónica	105,78	3,7	16,7
Otros canales	106,52	3,7	-8,8

Libros de bolsillo

El aumento en el libro de bolsillo es claro, se han vendido 25.055.000 ejemplares en este formato, lo que supone un aumento del 17,4% respecto a 2003. Considerando que el precio por ejemplar en este formato es reducido, 5,5 euros; el crecimiento en la cifra de facturación a 137 millones de euros, un 8,2% más que el ejercicio anterior ha sido notable. La materia literatura, que factura 123 millones de euros, sostiene las ventas en este formato.

Lenguas de edición

El castellano es el idioma en el que las editoriales españolas han editado el 78% de sus títulos, aproximadamente 52.700 títulos se editaron en esta lengua. En catalán se han editado casi 10.200, en euskera 1.680 y en gallego 1.550. Otras lenguas suponen 1.632 títulos.

Tabla 58. RESUMEN DE DATOS SOBRE LA ESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS PRIVADAS Y AGREMIADAS DEL SECTOR (2004)
Según la cifra de facturación* de las empresas

	Universo		Empleo generado		Fondo catálogo		Títulos editados		Ejemplares editados		Facturación		Inversión publicidad	
	Nº Empresas	%	Nº Emplead.	%	Nº Títulos	%	Nº Títulos	%	Nº Ejempl.	%	Mill. euros	%	Mill. euros	%
Más de 18 millones de €	29	4,1	6.913	48,1	80.395	26,0	24.833	36,6	156.278	50,3	1.792,18	62,2	100,18	74,3
Entre 6 y 18 millones de €	51	7,3	1.405	9,8	55.867	18,1	14.834	21,9	95.452	30,7	569,82	19,8	17,21	12,8
Entre 2,4 y 6 millones de €	65	9,3	2.264	15,8	37.345	12,1	8.349	12,3	24.607	7,9	233,66	8,1	6,98	5,2
Entre 0,6 y 2,4 millones de €	172	24,5	1.952	13,6	70.663	22,9	11.340	16,7	21.486	6,9	213,65	7,4	6,14	4,5
Hasta 0,6 millones de €	384	54,8	1.826	12,7	64.820	21,0	8.466	12,5	12.760	4,1	72,29	2,5	4,38	3,3
Total	701	100,0	14.360	100,0	309.090	100,0	67.822	100,0	310.583	100,0	2.881,60	100,0	134,88	100,0
Var. Interanual	2	0,3	263	1,9	17.124	5,9	1.998	3,0	32.517	11,7	89	3,2	7	5,5

* Se utilizan cinco grupos de facturación.

Según el Gremio al que pertenecen las empresas

	Universo		Empleo generado		Fondo catálogo		Títulos editados		Ejemplares editados		Facturación		Inversión publicidad	
	Nº Empresas	%	Nº Emplead.	%	Nº Títulos	%	Nº Títulos	%	Nº Ejempl.	%	Mill. euros	%	Mill. euros	%
Madrid	270	38,6	6.646	46,3	134.469	43,5	29.652	43,7	138.189	44,5	1.146,26	39,8	47.150	35,0
Cataluña	249	35,5	6.452	44,9	129.071	41,8	29.259	43,1	155.338	50,1	1.555,70	54,0	81.868	60,7
Euskadi	45	6,4	427	3,0	14.722	4,8	2.924	4,3	6.271	2,0	85,02	3,0	2.503	1,9
Andalucía	64	9,1	339	2,4	10.736	3,5	2.423	3,6	5.003	1,6	42,91	1,5	1.463	1,1
A. Gallega	32	4,6	218	1,5	7.861	2,5	1.144	1,7	2.245	0,7	22,48	0,8	739	0,5
Valencia	41	5,8	278	1,9	12.231	4,0	2.420	3,6	3.537	1,1	29,23	1,0	1.161	0,9
Total	701	100,0	14.360	100,0	309.090	100,0	67.822	100,0	310.583	100,0	2.881,60	100,0	134.884	100,0

Anexo de tablas estadísticas

Tabla 59. EDICIÓN DE TÍTULOS SEGÚN MATERIAS
Por tamaño ⁹

Absolutos	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	60.267	62.337	65.824	67.822	12.644	12.189	23.182	19.807
Literatura	11.709	12.228	13.013	13.359	3.657	1.197	5.445	3.060
Infantil y juvenil	9.894	11.544	10.135	10.690	2.395	1.693	4.564	2.038
Texto no universitario	13.849	15.878	16.499	17.526	4.980	6.188	4.931	1.427
• Educación infantil	1.819	1.780	2.262	3.515	987	1.180	950	398
• Educación primaria	4.075	5.286	4.672	6.363	1.823	2.394	1.757	389
• E.S.O.	4.324	4.699	4.260	3.831	1.084	1.282	1.143	322
• Bachillerato	1.367	1.465	1.512	1.131	178	357	503	93
• F.P.	182	195	447	308	62	59	153	34
• Libros y materiales complementarios	2.083	2.453	3.346	2.378	846	916	425	191
Científico/Técnico	5.891	5.463	7.722	5.717	363	635	2.229	2.490
Ciencias sociales y Humanidades	6.608	6.607	7.094	9.210	500	680	1.837	6.193
Libros Prácticos	2.973	2.894	3.042	3.153	459	249	1.286	1.159
Divulgación general	4.596	4.068	4.362	3.994	128	619	1.737	1.510
Diccionarios/Enciclopedias	1.174	1.381	1.300	698	70	437	90	101
Cómics	581	333	574	1.070	75	54	532	409
Otros	2.990	1.939	2.083	2.405	17	438	531	1.419

Porcentajes verticales	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	19,4	19,6	19,8	19,7	28,9	9,8	23,5	15,5
Infantil y juvenil	16,4	18,5	15,4	15,8	18,9	13,9	19,7	10,3
Texto no universitario	23,0	25,5	25,1	25,8	39,4	50,8	21,3	7,2
• Educación infantil	3,0	2,9	3,4	5,2	7,8	9,7	4,1	2,0
• Educación primaria	6,8	8,5	7,1	9,4	14,4	19,6	7,6	2,0
• E.S.O.	7,2	7,5	6,5	5,6	8,6	10,5	4,9	1,6
• Bachillerato	2,3	2,4	2,3	1,7	1,4	2,9	2,2	0,5
• F.P.	0,3	0,3	0,7	0,5	0,5	0,5	0,7	0,2
• Libros y materiales complementarios	3,5	3,9	5,1	3,5	6,7	7,5	1,8	1,0
Científico/Técnico	9,8	8,8	11,7	8,4	2,9	5,2	9,6	12,6
Ciencias sociales y Humanidades	11,0	10,6	10,8	13,6	4,0	5,6	7,9	31,3
Libros Prácticos	4,9	4,6	4,6	4,7	3,6	2,0	5,5	5,9
Divulgación general	7,6	6,5	6,6	5,9	1,0	5,1	7,5	7,6
Diccionarios/Enciclopedias	1,9	2,2	2,0	1,0	0,6	3,6	0,4	0,5
Cómics	1,0	0,5	0,9	1,6	0,6	0,4	2,3	2,1
Otros	5,0	3,1	3,2	3,5	0,1	3,6	2,3	7,2

⁹ Los grupos de empresas, según cifra de facturación, son: **muy grandes** (más de 60.000 millones de euros) y **grandes** (de 18.000 a 60.000 millones de euros), **medianas** (de 2.401.000 a 18.000.000 euros) y **pequeñas** (hasta 2.400.000 euros).

Tabla 60. EDICIÓN DE TÍTULOS SEGÚN MATERIAS
Por gremio

Absolutos	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	67.822	29.652	29.259	2.924	2.423	1.144	2.420
Literatura	13.359	3.983	8.016	326	574	209	251
Infantil y juvenil	10.690	5.097	4.240	467	88	370	428
Texto no universitario	17.526	7.682	7.563	814	553	361	553
• Educación infantil	3.515	1.487	1.468	117	288	82	73
• Educación primaria	6.363	2.713	2.915	304	137	147	147
• E.S.O.	3.831	1.666	1.570	276	64	56	199
• Bachillerato	1.131	313	613	52	33	26	94
• F.P.	308	222	55	9	15	3	4
• Libros y materiales complementarios	2.378	1.281	942	56	16	47	36
Científico/Técnico	5.717	2.278	2.597	522	273	5	42
Ciencias sociales y Humanidades	9.210	5.252	2.165	397	495	47	854
Libros Prácticos	3.153	1.489	1.384	172	82	18	8
Divulgación general	3.994	1.895	1.536	86	208	116	153
Diccionarios/Enciclopedias	698	281	374	20	1	6	16
Cómics	1.070	89	962	0	0	0	19
Otros	2.405	1.606	422	120	149	12	96

Porcentajes verticales	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	19,7	13,4	27,4	11,1	23,7	18,2	10,4
Infantil y juvenil	15,8	17,2	14,5	16,0	3,7	32,3	17,7
Texto no universitario	25,8	25,9	25,8	27,9	22,8	31,6	22,9
• Educación infantil	5,2	5,0	5,0	4,0	11,9	7,2	3,0
• Educación primaria	9,4	9,1	10,0	10,4	5,7	12,8	6,1
• E.S.O.	5,6	5,6	5,4	9,4	2,6	4,9	8,2
• Bachillerato	1,7	1,1	2,1	1,8	1,4	2,3	3,9
• F.P.	0,5	0,7	0,2	0,3	0,6	0,3	0,2
• Libros y materiales complementarios	3,5	4,3	3,2	1,9	0,6	4,1	1,5
Científico/Técnico	8,4	7,7	8,9	17,8	11,3	0,5	1,7
Ciencias sociales y Humanidades	13,6	17,7	7,4	13,6	20,4	4,1	35,3
Libros Prácticos	4,7	5,0	4,7	5,9	3,4	1,6	0,3
Divulgación general	5,9	6,4	5,2	2,9	8,6	10,1	6,3
Diccionarios/Enciclopedias	1,0	0,9	1,3	0,7	0,0	0,5	0,7
Cómics	1,6	0,3	3,3	0,0	0,0	0,0	0,8
Otros	3,5	5,4	1,4	4,1	6,2	1,0	4,0

Tabla 61. EDICIÓN DE EJEMPLARES SEGÚN MATERIAS
Por tamaño (x 1.000)

Absolutos	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	260.447	275.635	278.066	310.583	94.692	61.586	120.059	34.246
Literatura	69.331	73.616	79.404	89.090	34.005	9.515	40.836	4.734
Infantil y juvenil	44.602	48.428	41.794	53.168	10.770	14.611	23.576	4.211
Texto no universitario	53.400	78.297	73.662	74.814	31.707	22.954	16.890	3.263
• Educación infantil	7.232	10.175	13.195	16.312	5.900	5.118	4.130	1.164
• Educación primaria	20.084	30.667	24.660	27.825	12.517	8.645	5.688	975
• E.S.O.	14.644	20.364	17.115	14.996	6.531	4.174	3.729	562
• Bachillerato	4.515	5.883	5.838	4.112	1.150	1.055	1.683	224
• F.P.	501	614	1.296	783	132	129	457	65
• Libros y materiales complementarios	6.425	10.593	11.559	10.786	5.477	3.833	1.203	273
Científico/Técnico	14.119	12.051	20.788	14.856	999	1.791	9.661	2.405
Ciencias sociales y Humanidades	19.635	15.438	13.025	16.086	2.219	1.626	4.814	7.427
Libros Prácticos	12.445	12.962	11.659	14.018	4.770	1.338	5.350	2.560
Divulgación general	30.060	16.932	20.851	26.156	4.118	2.822	15.395	3.821
Diccionarios/Enciclopedias	7.602	9.452	6.170	5.643	750	3.935	699	259
Cómics	4.012	2.496	5.425	8.930	5.200	149	1.343	2.238
Otros	5.240	5.963	5.286	7.822	154	2.845	1.495	3.328
Porcentajes verticales	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	26,6	26,7	28,6	28,7	35,9	15,4	34,0	13,8
Infantil y juvenil	17,1	17,6	15,0	17,1	11,4	23,7	19,6	12,3
Texto no universitario	20,5	28,4	26,5	24,1	33,5	37,3	14,1	9,5
• Educación infantil	2,8	3,7	4,7	5,3	6,2	8,3	3,4	3,4
• Educación primaria	7,7	11,1	8,9	9,0	13,2	14,0	4,7	2,8
• E.S.O.	5,6	7,4	6,2	4,8	6,9	6,8	3,1	1,6
• Bachillerato	1,7	2,1	2,1	1,3	1,2	1,7	1,4	0,7
• F.P.	0,2	0,2	0,5	0,3	0,1	0,2	0,4	0,2
• Libros y materiales complementarios	2,5	3,8	4,2	3,5	5,8	6,2	1,0	0,8
Científico/Técnico	5,4	4,4	7,5	4,8	1,1	2,9	8,0	7,0
Ciencias sociales y Humanidades	7,5	5,6	4,7	5,2	2,3	2,6	4,0	21,7
Libros Prácticos	4,8	4,7	4,2	4,5	5,0	2,2	4,5	7,5
Divulgación general	11,5	6,1	7,5	8,4	4,3	4,6	12,8	11,2
Diccionarios/Enciclopedias	2,9	3,4	2,2	1,8	0,8	6,4	0,6	0,8
Cómics	1,5	0,9	2,0	2,9	5,5	0,2	1,1	6,5
Otros	2,0	2,2	1,9	2,5	0,2	4,6	1,2	9,7

Tabla 62. EDICIÓN DE EJEMPLARES SEGÚN MATERIAS
Por gremio (x 1.000)

Absolutos	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	310.583	138.189	155.338	6.270	5.004	2.245	3.537
Literatura	89.090	29.165	58.118	220	968	244	375
Infantil y juvenil	53.168	28.382	22.046	950	201	685	904
Texto no universitario	74.814	46.196	22.122	2.130	1.910	843	1.613
• Educación infantil	16.312	8.464	5.470	507	1.342	237	292
• Educación primaria	27.825	17.593	8.274	832	308	335	483
• E.S.O.	14.996	9.307	4.522	491	97	107	472
• Bachillerato	4.112	1.887	1.749	110	84	57	225
• F.P.	783	599	110	37	19	7	11
• Libros y materiales complementarios	10.786	8.346	1.997	153	60	100	130
Científico/Técnico	14.856	4.780	8.339	1.491	219	6	21
Ciencias sociales y Humanidades	16.086	8.829	5.888	467	432	72	398
Libros Prácticos	14.018	5.977	7.043	653	281	46	18
Divulgación general	26.156	10.295	15.098	112	306	259	86
Diccionarios/Enciclopedias	5.643	1.896	3.537	90	2	63	55
Cómics	8.930	106	8.805	0	0	0	19
Otros	7.822	2.563	4.342	157	685	27	48

Porcentajes verticales	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	28,7	21,1	37,4	3,5	19,3	10,9	10,6
Infantil y juvenil	17,1	20,5	14,2	15,2	4,0	30,5	25,6
Texto no universitario	24,1	33,4	14,2	34,0	38,2	37,6	45,6
• Educación infantil	5,3	6,1	3,5	8,1	26,8	10,6	8,3
• Educación primaria	9,0	12,7	5,3	13,3	6,2	14,9	13,7
• E.S.O.	4,8	6,7	2,9	7,8	1,9	4,8	13,4
• Bachillerato	1,3	1,4	1,1	1,8	1,7	2,5	6,4
• F.P.	0,3	0,4	0,1	0,6	0,4	0,3	0,3
• Libros y materiales complementarios	3,5	6,0	1,3	2,4	1,2	4,5	3,7
Científico/Técnico	4,8	3,5	5,4	23,8	4,4	0,3	0,6
Ciencias sociales y Humanidades	5,2	6,4	3,8	7,4	8,6	3,2	11,3
Libros Prácticos	4,5	4,3	4,5	10,4	5,6	2,0	0,5
Divulgación general	8,4	7,4	9,7	1,8	6,1	11,6	2,4
Diccionarios/Enciclopedias	1,8	1,4	2,3	1,4	0,1	2,8	1,6
Cómics	2,9	0,1	5,7	0,0	0,0	0,0	0,5
Otros	2,5	1,9	2,8	2,5	13,7	1,2	1,4

Tabla 63. TIRADA MEDIA POR MATERIAS
Por tamaño

Absolutos	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	4.322	4.422	4.224	4.579	7.490	5.053	5.179	1.729
Literatura	5.921	6.020	6.102	6.669	9.300	7.949	7.500	1.547
Infantil y juvenil	4.508	4.195	4.124	4.974	4.497	8.632	5.166	2.066
Texto no universitario	3.856	4.931	4.465	4.269	6.366	3.709	3.426	2.287
• Educación infantil	3.975	5.717	5.832	4.639	5.975	4.337	4.346	2.921
• Educación primaria	4.928	5.802	5.278	4.373	6.862	3.611	3.238	2.509
• E.S.O.	3.387	4.334	4.018	3.915	6.026	3.256	3.263	1.746
• Bachillerato	3.303	4.016	3.862	3.633	6.427	2.952	3.347	2.415
• F.P.	2.750	3.152	2.899	2.547	2.157	2.175	2.986	1.917
• Libros y materiales complementarios	3.085	4.319	3.454	4.537	6.480	4.184	2.833	1.426
Científico/Técnico	2.397	2.206	2.692	2.599	2.752	2.821	4.334	966
Ciencias sociales y Humanidades	2.972	2.336	1.836	1.747	4.438	2.392	2.620	1.199
Libros Prácticos	4.186	4.478	3.833	4.445	10.372	5.378	4.160	2.209
Divulgación general	6.540	4.163	4.781	6.550	32.532	4.560	8.861	2.530
Diccionarios/Enciclopedias	6.474	6.843	4.746	8.077	10.526	9.009	7.765	2.574
Cómics	6.901	7.484	9.448	8.347	69.426	2.780	2.525	5.468
Otros	1.752	3.075	2.538	3.254	9.881	6.496	2.816	2.345

Tabla 64. TIRADA MEDIA POR MATERIAS
Por gremio

Absolutos	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	4.579	4.660	5.309	2.144	2.065	1.961	1.462
Literatura	6.669	7.322	7.251	675	1.686	1.168	1.494
Infantil y juvenil	4.974	5.569	5.200	2.034	2.268	1.852	2.113
Texto no universitario	4.269	6.014	2.925	2.613	3.455	2.335	2.916
• Educación infantil	4.639	5.691	3.725	4.334	4.655	2.883	4.005
• Educación primaria	4.373	6.485	2.838	2.733	2.248	2.283	3.276
• E.S.O.	3.915	5.586	2.881	1.779	1.509	1.929	2.373
• Bachillerato	3.633	6.027	2.853	2.094	2.523	2.165	2.402
• F.P.	2.547	2.702	2.002	4.173	1.281	2.262	2.733
• Libros y materiales complementarios	4.537	6.518	2.121	2.704	3.915	2.123	3.597
Científico/Técnico	2.599	2.098	3.211	2.857	801	1.161	509
Ciencias sociales y Humanidades	1.747	1.681	2.719	1.176	873	1.526	466
Libros Prácticos	4.445	4.014	5.088	3.792	3.439	2.482	2.250
Divulgación general	6.550	5.432	9.832	1.312	1.472	2.233	560
Diccionarios/Enciclopedias	8.077	6.750	9.447	4.406	3.735	10.153	3.425
Cómics	8.347	1.191	9.156	–	–	–	1.000
Otros	3.254	1.596	10.292	1.330	4.589	2.240	502

Tabla 65. TÍTULOS EN CATÁLOGO SEGÚN MATERIAS
Por tamaño

Absolutos	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	260.847	276.313	291.966	309.090	23.760	56.635	93.212	135.483
Literatura	50.164	51.929	52.312	58.442	6.586	9.099	24.431	18.326
Infantil y juvenil	33.845	36.240	36.838	41.839	4.348	7.642	18.181	11.668
Texto no universitario	45.805	45.207	45.999	47.630	6.948	19.907	12.301	8.474
• Educación infantil	4.879	4.269	4.966	5.357	551	1.587	1.545	1.674
• Educación primaria	13.231	12.113	11.540	12.117	2.418	4.466	3.389	1.844
• E.S.O.	15.546	13.432	12.433	12.982	1.877	5.410	3.283	2.412
• Bachillerato	5.038	4.530	4.674	4.900	572	1.652	1.823	853
• F.P.	806	932	1.499	1.552	92	704	391	365
• Libros y materiales complementarios	6.298	9.930	10.887	10.722	1.438	6.088	1.870	1.326
Científico/Técnico	34.646	37.505	48.653	47.285	1.777	6.577	12.325	26.606
Ciencias sociales y Humanidades	44.351	53.802	54.138	57.666	1.635	4.661	10.941	40.429
Libros Prácticos	11.387	12.524	12.749	13.975	1.503	1.335	4.416	6.721
Divulgación general	23.067	22.995	24.237	24.464	476	2.735	6.691	14.562
Diccionarios/Enciclopedias	5.905	5.553	4.649	5.135	291	2.946	1.052	846
Cómics	1.908	1.998	2.550	2.771	196	130	843	1.602
Otros	9.768	8.560	9.840	9.883	0	1.603	2.031	6.249

Porcentajes verticales	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	19,2	18,8	17,9	18,9	27,7	16,1	26,2	13,5
Infantil y juvenil	13,0	13,1	12,6	13,5	18,3	13,5	19,5	8,6
Texto no universitario	17,6	16,4	15,8	15,4	29,2	35,2	13,2	6,3
• Educación infantil	1,9	1,5	1,7	1,7	2,3	2,8	1,7	1,2
• Educación primaria	5,1	4,4	4,0	3,9	10,2	7,9	3,6	1,4
• E.S.O.	6,0	4,9	4,3	4,2	7,9	9,6	3,5	1,8
• Bachillerato	1,9	1,6	1,6	1,6	2,4	2,9	2,0	0,6
• F.P.	0,3	0,3	0,5	0,5	0,4	1,2	0,4	0,3
• Libros y materiales complementarios	2,4	3,6	3,7	3,5	6,1	10,7	2,0	1,0
Científico/Técnico	13,3	13,6	16,7	15,3	7,5	11,6	13,2	19,6
Ciencias sociales y Humanidades	17,0	19,5	18,5	18,7	6,9	8,2	11,7	29,8
Libros Prácticos	4,4	4,5	4,4	4,5	6,3	2,4	4,7	5,0
Divulgación general	8,8	8,3	8,3	7,9	2,0	4,8	7,2	10,7
Diccionarios/Enciclopedias	2,3	2,0	1,6	1,7	1,2	5,2	1,1	0,6
Cómics	0,7	0,7	0,9	0,9	0,8	0,2	0,9	1,2
Otros	3,7	3,1	3,4	3,2	0,0	2,8	2,2	4,6

Tabla 66. TÍTULOS EN CATÁLOGO SEGÚN MATERIAS
Por gremio

Absolutos	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	309.090	134.469	129.071	14.722	10.736	7.861	12.231
Literatura	58.442	14.997	35.789	1.458	1.651	2.228	2.319
Infantil y juvenil	41.839	14.592	21.451	2.038	411	2.003	1.344
Texto no universitario	47.630	23.800	17.648	2.584	569	961	2.068
• Educación infantil	5.357	1.965	2.594	375	172	128	123
• Educación primaria	12.117	5.839	4.735	761	84	359	339
• E.S.O.	12.982	6.687	4.348	729	150	185	883
• Bachillerato	4.900	2.390	1.622	255	59	116	458
• F.P.	1.552	1.278	202	33	24	9	6
• Libros y materiales complementarios	10.722	5.641	4.147	431	80	164	259
Científico/Técnico	47.285	24.386	14.730	2.779	3.036	464	1.890
Ciencias sociales y Humanidades	57.666	32.602	14.318	2.336	3.620	1.146	3.644
Libros Prácticos	13.975	5.513	7.433	584	286	106	53
Divulgación general	24.464	10.231	10.431	2.101	557	759	385
Diccionarios/Enciclopedias	5.135	2.426	2.331	159	13	73	133
Cómics	2.771	190	2.435	0	3	21	122
Otros	9.883	5.732	2.505	683	590	100	273

Porcentajes verticales	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	18,9	11,2	27,7	9,9	15,4	28,3	19,0
Infantil y juvenil	13,5	10,9	16,6	13,8	3,8	25,5	11,0
Texto no universitario	15,4	17,7	13,7	17,5	5,3	12,2	16,9
• Educación infantil	1,7	1,5	2,0	2,5	1,6	1,6	1,0
• Educación primaria	3,9	4,3	3,7	5,2	0,8	4,6	2,8
• E.S.O.	4,2	5,0	3,4	5,0	1,4	2,4	7,2
• Bachillerato	1,6	1,8	1,3	1,7	0,5	1,5	3,7
• F.P.	0,5	1,0	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
• Libros y materiales complementarios	3,5	4,2	3,2	2,9	0,7	2,1	2,1
Científico/Técnico	15,3	18,1	11,4	18,9	28,3	5,9	15,4
Ciencias sociales y Humanidades	18,7	24,2	11,1	15,9	33,7	14,6	29,8
Libros Prácticos	4,5	4,1	5,8	4,0	2,7	1,3	0,4
Divulgación general	7,9	7,6	8,1	14,3	5,2	9,7	3,1
Diccionarios/Enciclopedias	1,7	1,8	1,8	1,1	0,1	0,9	1,1
Cómics	0,9	0,1	1,9	0,0	0,0	0,3	1,0
Otros	3,2	4,3	1,9	4,6	5,5	1,3	2,2

Tabla 67. CIFRA DE FACTURACIÓN SEGÚN MATERIAS
Por tamaño (millones de €)

Absolutos	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	2.606,70	2.674,64	2.792,61	2.881,60	1.080,17	712,01	803,48	285,94
Literatura	586,48	608,44	558,49	624,74	341,44	78,70	171,39	33,21
Infantil y juvenil	234,02	245,43	272,29	274,73	85,78	74,71	95,95	18,29
Texto no universitario	546,86	624,58	680,21	689,86	289,19	200,64	169,19	30,84
• Educación infantil	59,95	75,01	76,46	91,86	22,43	31,03	31,64	6,76
• Educación primaria	191,53	206,95	240,42	239,98	126,41	60,07	43,73	9,77
• E.S.O.	200,49	212,76	213,50	215,50	91,80	60,33	56,37	7,00
• Bachillerato	52,53	61,62	67,73	66,11	18,48	23,62	21,89	2,12
• F.P.	10,42	11,04	17,40	16,39	1,17	6,24	7,90	1,08
• Libros y materiales complementarios	31,94	57,21	64,72	60,02	28,90	19,35	7,66	4,11
Científico/Técnico	204,71	220,82	243,02	227,10	19,25	38,40	115,28	54,17
Ciencias sociales y Humanidades	224,37	210,37	216,20	270,98	18,40	103,07	91,67	57,84
Libros Prácticos	182,18	188,90	182,86	177,49	74,95	41,56	43,00	17,98
Divulgación general	259,23	228,36	192,62	203,72	49,00	56,70	66,20	31,82
Diccionarios/Enciclopedias	200,27	182,16	254,16	229,27	126,16	87,31	9,68	6,12
Cómics	111,47	94,06	88,28	96,65	76,00	1,74	10,33	8,58
Otros	57,12	71,52	104,47	87,06	0,00	29,18	30,79	27,09

Porcentajes verticales	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	22,5	22,7	20,0	21,7	31,6	11,1	21,3	11,6
Infantil y juvenil	9,0	9,2	9,8	9,5	7,9	10,5	11,9	6,4
Texto no universitario	21,0	23,4	24,4	23,9	26,8	28,2	21,1	10,8
• Educación infantil	2,3	2,8	2,8	3,2	2,1	4,4	3,9	2,4
• Educación primaria	7,3	7,7	8,6	8,3	11,7	8,4	5,4	3,4
• E.S.O.	7,7	8,0	7,7	7,5	8,5	8,5	7,0	2,4
• Bachillerato	2,0	2,3	2,4	2,3	1,7	3,3	2,7	0,7
• F.P.	0,4	0,4	0,6	0,6	0,1	0,9	1,0	0,4
• Libros y materiales complementarios	1,2	2,1	2,3	2,1	2,7	2,7	1,0	1,4
Científico/Técnico	7,9	8,3	8,7	7,9	1,8	5,4	14,3	18,9
Ciencias sociales y Humanidades	8,6	7,9	7,7	9,4	1,7	14,5	11,4	20,2
Libros Prácticos	7,0	7,1	6,5	6,2	6,9	5,8	5,4	6,3
Divulgación general	9,9	8,5	6,9	7,1	4,5	8,0	8,2	11,1
Diccionarios/Enciclopedias	7,7	6,8	9,1	8,0	11,7	12,3	1,2	2,1
Cómics	4,3	3,5	3,2	3,4	7,0	0,2	1,3	3,0
Otros	2,2	2,7	3,7	3,0	0,0	4,1	3,8	9,5

Tabla 68. CIFRA DE FACTURACIÓN SEGÚN MATERIAS
Por gremio (millones de €)

Absolutos	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	2.881,60	1.146,26	1.555,70	85,02	42,91	22,48	29,23
Literatura	624,74	106,75	505,42	1,36	4,69	2,41	4,11
Infantil y juvenil	274,73	114,47	140,62	10,89	1,04	3,33	4,38
Texto no universitario	689,86	422,99	201,53	28,19	19,51	6,25	11,39
• Educación infantil	91,86	46,43	23,95	4,59	14,13	1,46	1,30
• Educación primaria	239,98	156,22	67,34	10,48	1,47	1,65	2,82
• E.S.O.	215,50	130,66	69,61	6,97	1,51	1,78	4,97
• Bachillerato	66,11	33,47	25,11	3,12	1,72	0,98	1,71
• F.P.	16,39	13,68	1,64	0,54	0,38	0,07	0,08
• Libros y materiales complementarios	60,02	42,53	13,88	2,49	0,30	0,31	0,51
Científico/Técnico	227,10	95,60	107,60	19,17	4,31	0,26	0,16
Ciencias sociales y Humanidades	270,98	165,14	78,92	9,29	7,27	3,36	7,00
Libros Prácticos	177,49	68,70	98,63	8,43	0,96	0,69	0,08
Divulgación general	203,72	90,82	104,77	1,44	1,73	4,11	0,85
Diccionarios/Enciclopedias	229,27	39,75	183,44	3,53	0,03	1,95	0,57
Cómics	96,65	0,76	95,74	0,00	0,00	0,02	0,13
Otros	87,06	41,28	39,03	2,72	3,37	0,10	0,56

Porcentajes verticales	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	21,7	9,3	32,5	1,6	10,9	10,7	14,1
Infantil y juvenil	9,5	10,0	9,0	12,8	2,4	14,8	15,0
Texto no universitario	23,9	36,9	13,0	33,1	45,4	27,8	39,0
• Educación infantil	3,2	4,1	1,5	5,4	32,9	6,5	4,4
• Educación primaria	8,3	13,6	4,3	12,3	3,4	7,3	9,7
• E.S.O.	7,5	11,4	4,5	8,2	3,5	7,9	17,0
• Bachillerato	2,3	2,9	1,6	3,7	4,0	4,4	5,8
• F.P.	0,6	1,2	0,1	0,6	0,9	0,3	0,3
• Libros y materiales complementarios	2,1	3,7	0,9	2,9	0,7	1,4	1,7
Científico/Técnico	7,9	8,3	6,9	22,5	10,1	1,2	0,6
Ciencias sociales y Humanidades	9,4	14,4	5,1	10,9	16,9	14,9	23,9
Libros Prácticos	6,2	6,0	6,3	9,9	2,2	3,1	0,3
Divulgación general	7,1	7,9	6,7	1,7	4,0	18,3	2,9
Diccionarios/Enciclopedias	8,0	3,5	11,8	4,2	0,1	8,7	1,9
Cómics	3,4	0,1	6,2	0,0	0,0	0,1	0,4
Otros	3,0	3,6	2,5	3,2	7,9	0,4	1,9

Tabla 69. CIFRA DE FACTURACIÓN SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN
Por tamaño. (millones de €).

Absolutos (Millones de €)	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	2.606,70	2.674,64	2.792,61	2.881,60	1.080,17	712,01	803,48	285,94
Librerías	937,10	1.031,10	1.028,62	998,79	315,15	205,98	329,26	148,40
Cadenas de librerías	286,60	312,60	409,63	417,31	126,93	115,10	138,77	36,51
Hipermercados	196,14	285,60	272,30	293,55	110,38	64,88	101,79	16,50
Quioscos	177,93	147,10	136,17	148,24	69,23	10,22	56,21	12,58
Empresas e Instituciones	216,90	178,00	160,11	238,62	79,36	65,66	67,38	26,22
Bibliotecas	20,30	15,40	17,73	15,63	0,13	4,29	4,73	6,48
Editoriales	14,90	51,70	10,03	12,69	0,00	3,12	6,43	3,14
Venta a crédito	360,60	200,60	325,27	282,14	168,30	85,06	16,87	11,91
Correo	66,90	62,80	61,20	100,36	54,37	33,06	6,87	6,06
Clubs del libro	139,30	131,50	130,09	112,65	107,56	0,99	3,62	0,48
Internet	4,60	10,90	11,20	24,95	0,00	20,33	2,33	2,29
Suscripciones	17,40	15,00	32,78	37,06	0,00	18,02	15,87	3,17
Venta por teléfono	78,10	92,50	90,65	105,78	19,36	73,15	9,78	3,49
Resto	89,93	139,84	106,83	93,83	29,40	12,15	43,57	8,71


Porcentajes verticales	2001	2002	2003	2004	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Librerías	35,9	38,6	36,8	34,7	29,2	28,9	41,0	51,9
Cadenas de librerías	11,0	11,7	14,7	14,5	11,8	16,2	17,3	12,8
Hipermercados	7,5	10,7	9,8	10,2	10,2	9,1	12,7	5,8
Quioscos	6,8	5,5	4,9	5,1	6,4	1,4	7,0	4,4
Empresas e Instituciones	8,3	6,7	5,7	8,3	7,3	9,2	8,4	9,2
Bibliotecas	0,8	0,6	0,6	0,5	0,0	0,6	0,6	2,3
Editoriales	0,6	1,9	0,4	0,4	0,0	0,4	0,8	1,1
Venta a crédito	13,8	7,5	11,6	9,8	15,6	11,9	2,1	4,2
Correo	2,6	2,3	2,2	3,5	5,0	4,6	0,9	2,1
Clubs del libro	5,3	4,9	4,7	3,9	10,0	0,1	0,5	0,2
Internet	0,2	0,4	0,4	0,9	0,0	2,9	0,3	0,8
Suscripciones	0,7	0,6	1,2	1,3	0,0	2,5	2,0	1,1
Venta por teléfono	3,0	3,5	3,2	3,7	1,8	10,3	1,2	1,2
Resto	3,4	5,2	3,8	3,3	2,7	1,7	5,4	3,0

Tabla 70. CIFRA DE FACTURACIÓN SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN
Por gremio (millones de €)

Absolutos (Millones de €)	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	2.881,60	1.146,26	1.555,70	85,02	42,91	22,48	29,23
Librerías	998,79	479,68	434,94	34,06	25,00	7,93	17,18
Cadenas de librerías	417,31	164,40	231,52	11,72	3,84	0,99	4,84
Hipermercados	293,55	148,58	133,64	7,35	1,76	0,70	1,52
Quioscos	148,24	37,68	110,25	0,07	0,21	0,02	0,01
Empresas e Instituciones	238,62	122,01	96,95	9,92	5,14	3,10	1,50
Bibliotecas	15,63	9,84	3,99	0,11	0,40	0,97	0,32
Editoriales	12,69	3,01	8,06	1,42	0,20	0,00	0,00
Venta a crédito	282,14	24,39	251,20	0,70	0,37	5,48	0,00
Correo	100,36	31,93	64,85	3,18	0,21	0,01	0,18
Clubs del libro	112,65	1,82	110,56	0,00	0,00	0,26	0,01
Internet	24,95	12,18	12,07	0,17	0,51	0,01	0,01
Suscripciones	37,06	27,10	7,83	1,46	0,08	0,03	0,56
Venta por teléfono	105,78	44,53	57,14	0,11	2,98	1,01	0,01
Resto	93,83	39,11	32,70	14,75	2,21	1,97	3,09

Porcentajes verticales	2004	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Librerías	34,7	41,8	28,0	40,1	58,2	35,3	58,8
Cadenas de librerías	14,5	14,3	14,9	13,8	8,9	4,4	16,5
Hipermercados	10,2	13,0	8,6	8,6	4,1	3,1	5,2
Quioscos	5,1	3,3	7,1	0,1	0,5	0,1	0,0
Empresas e Instituciones	8,3	10,6	6,2	11,7	12,0	13,8	5,1
Bibliotecas	0,5	0,9	0,3	0,1	0,9	4,3	1,1
Editoriales	0,4	0,3	0,5	1,7	0,5	0,0	0,0
Venta a crédito	9,8	2,1	16,1	0,8	0,9	24,4	0,0
Correo	3,5	2,8	4,2	3,7	0,5	0,0	0,6
Clubs del libro	3,9	0,2	7,1	0,0	0,0	1,2	0,0
Internet	0,9	1,1	0,8	0,2	1,2	0,1	0,0
Suscripciones	1,3	2,4	0,5	1,7	0,2	0,1	1,9
Venta por teléfono	3,7	3,9	3,7	0,1	6,9	4,5	0,0
Resto	3,3	3,4	2,1	17,3	5,2	8,8	10,5

Cuestionario utilizado

 Comercio del Libro en España Año: 2004		PRECISA <small>1.444.444</small>																								
EMPRESA EDITORIAL: <hr/>																										
PERSONA DE CONTACTO: <hr/> <small>(Apellidos y nombre)</small>																										
CARGO: <hr/>		TELÉFONO: <hr/>																								
DEPARTAMENTO: <hr/>		E-MAIL: <hr/>																								
<i>Por favor, rellene los apartados I a V del cuestionario. Los anexos sólo cuando corresponda.</i>																										
I.- Datos generales editorial																										
1.1 Recursos humanos																										
1.1.1.-	Total empleados en nómina al 31/12/04 <input type="text"/>																									
	<i>Personal dedicado principalmente a:</i>																									
	Creación y producción editorial	<input type="text"/>																								
	Actividad comercial	<input type="text"/>																								
	Publicidad	<input type="text"/>																								
	Administración y servicios generales	<input type="text"/>																								
	Recursos humanos	<input type="text"/>																								
	Comercio exterior	<input type="text"/>																								
1.1.2.-	¿Contaba colaboradores externos en el 2004? (marque con un X donde corresponda) <i>(Compositores, ilustradores, diseñadores, proofreaders, correctores...)</i>																									
	Colaboradores Externos:	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	¿cuántos? <input type="text"/>																							
1.2 Pertenencia a un grupo editorial																										
<i>Esta editorial (marque con una X donde corresponda)</i>																										
1.2.1.-	¿Está integrada a un grupo de empresas en 2004?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO																								
1.2.2.-	¿Está asociada a CEDRO en 2004?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO																								
1.2.3.-	¿Editó en formato de libros de bolsillo en 2004?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO																								
<i>(En caso afirmativo debe rellenar además el Anexo 1 al final del cuestionario)</i>																										
1.2.4.-	¿Tuvo exportación en 2004?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO																								
<i>(En caso afirmativo debe rellenar además el Anexo 2 al final del cuestionario)</i>																										
1.2.5.-	¿Editó colecciones en 2004?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO																								
<i>(En caso afirmativo debe rellenar además el Anexo 3 al final del cuestionario)</i>																										
1.3 Datos actividad de la editorial																										
1.3.1.-	En 2004, esta editorial (marque con una X en el sí, cuando corresponda):																									
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>editó sólo en soporte papel</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>editó en otros soportes</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100.0 %</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		SI	NO	editó sólo en soporte papel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	editó en otros soportes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Total	100.0 %														
	SI	NO																								
editó sólo en soporte papel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																								
editó en otros soportes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																								
Total	100.0 %																									
1.3.2.-	<i>Si editó en otros soportes porcentaje de cada uno en la edición en otros soportes</i>																									
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Casetes y Discos</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Videos</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CD-I / CD-Rom</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>DVD</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>On-Line</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Otros formatos digitales (citar)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100.0 %</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		SI	NO	Casetes y Discos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CD-I / CD-Rom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	DVD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	On-Line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Otros formatos digitales (citar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Total	100.0 %		
	SI	NO																								
Casetes y Discos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																								
Videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																								
CD-I / CD-Rom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																								
DVD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																								
On-Line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																								
Otros formatos digitales (citar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																								
Total	100.0 %																									

II.- Publicaciones y áreas temáticas			
2.1 Número total de títulos vivos en catálogo. Número de títulos y de ejemplares editados por su editorial en 2004			
	2.1.1. Títulos vivos en catálogo	2.1.2. Títulos editados	2.1.3. Ejemplares editados
Total	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2.2 Diferenciar en los títulos y ejemplares editados entre novedades y reediciones			
2.2.1	Títulos novedades:		Ejemplares novedades:
	<input type="text"/>		<input type="text"/>
2.2.2	Títulos reediciones:		Ejemplares reediciones:
	<input type="text"/>		<input type="text"/>
2.3 Distribución por materias (Citar en porcentaje)			
	Títulos Vivos 2004	Títulos Editados 2004	Ejemplares Editados 2004
Literatura:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Infantil/Juvenil:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Texto no universitario:			
Educación Infantil:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Educación primaria:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
E. secundaria obligatoria (ESO):	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Bachillerato:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Formación profesional:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Libros / Materiales complementarios:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Científico Técnico Universitario:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Ciencias Sociales/Humanidades:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Libros Prácticos:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Divulgación General:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Diccionarios/Enciclopedias:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Cómic:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Otros (Citar):	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %
2.3 El contenido de las distintas materias es: - Literatura: poesía, novela, teatro, ensayo, narrativa. - Texto no universitario: en el apartado de libros y materiales complementarios, y para todos los niveles educativos, se incluyen los diccionarios, las enciclopedias, los atlas, etc. destinados a estos niveles de enseñanza. - Científico/Técnico- Universitario: medicina, matemáticas, biología, física y química, etc. en función de su nivel de profundidad y rigor y del público al que va dirigido: universitario, técnicos cualificados y similares. - Ciencias Sociales y Humanidades: sociología, economía, derecho, psicología, religión, geografía, historia... - Libros prácticos: economía doméstica, cocina, viajes, guías, mapas... - Divulgación general: juegos, artes, música, deportes... - Diccionarios y Enciclopedias: no se consideran los incluidos en texto no universitario.			
2.4 Lengua de edición (indicar el %)			
Lengua vernácula de los títulos editados en el 2004			
Castellano:	SI <input type="text"/> %	Gallego:	SI <input type="text"/> %
Catalán:	SI <input type="text"/> %	Otros (Citar):	SI <input type="text"/> %
Euskera:	SI <input type="text"/> %		
Nº de T. Títulos Editados 2004		Total	100,0 %

III.- Actividad Comercial en el Mercado Interior				
3.1	Cifra de facturación anual en el Mercado Interior (a precios de tapa IVA incluido) y número de ejemplares vendidos			
	Facturación 2004		Ejemplares vendidos 2004	
	<input type="text" value="x(1.000 - 4)"/>		<input type="text"/>	
3.2	Distribución en porcentaje, según materias, de la cifra de facturación y de los ejemplares vendidos en el Mercado Interior en 2004 (según 3.1.)			
	Facturación		Ejemplares vendidos	
	Literatura	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Infantil/Juvenil	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Tercer no universitarios			
	Educación Infantil	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Educación primaria	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Educ. secundaria obligatoria (ESO)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Bachillerato	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Formación profesional	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Libros / Materiales complementarios	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Científico Técnico Universitario	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Ciencias Sociales/Humanidades	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Libros Prácticos	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Divulgación General	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Diccionarios/Enciclopedias	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Cómic	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Otros (Difer)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	
	Total	100,0 %	100,0 %	
<p>El valor de las ventas debe ser el resultado neto después de deducir las devoluciones.</p> <p>En todas las preguntas del apartado 3, donde figure el desglose de las ventas por materias, cursos, Comunidades Autónomas, etc., éstas son las que figuran en 3.1 (a precio de tapa, IVA incluido y dirigidas al mercado interior)</p> <p>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.</p> <p>Esta instrucción 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 código recomendado cuando se hayan producido estas operaciones comerciales entre editoriales.</p>				
3.3	Periodicidad facturación en el Mercado Interior para 2004			
	(N o T. Facturación)			
	Enero	<input type="text"/> %	Julio	<input type="text"/> %
	Febrero	<input type="text"/> %	Agosto	<input type="text"/> %
	Marzo	<input type="text"/> %	Septiembre	<input type="text"/> %
	Abril	<input type="text"/> %	Octubre	<input type="text"/> %
	Mayo	<input type="text"/> %	Noviembre	<input type="text"/> %
	Junio	<input type="text"/> %	Diciembre	<input type="text"/> %
	Total		100,0 %	

III.- Actividad Comercial en el Mercado Interior						
3.4 Distribución geográfica en el Mercado Interior para 2004						
(N.º de Puntos de Venta)						
Andalucía	<input type="text"/>	%	Extremadura	<input type="text"/>	%	
Aragón	<input type="text"/>	%	Galicia	<input type="text"/>	%	
Asturias	<input type="text"/>	%	Madrid	<input type="text"/>	%	
Baleares	<input type="text"/>	%	Murcia	<input type="text"/>	%	
Canarias	<input type="text"/>	%	Navarra	<input type="text"/>	%	
Cantabria	<input type="text"/>	%	C. A. Vasco	<input type="text"/>	%	
Castilla-La Mancha	<input type="text"/>	%	C. Valenciana	<input type="text"/>	%	
Castilla y León	<input type="text"/>	%	La Rioja	<input type="text"/>	%	
Cataluña	<input type="text"/>	%	Total	<input type="text"/>	100,0 %	
<i>(A los efectos de este trabajo, las ventas correspondientes a Ceuta y Melilla, se integran en Andalucía.)</i>						
3.5 Canales de distribución en el Mercado Interior para 2004						
A través de distribuidores		<input type="text"/>	€(1.000.- €)			
Sin pasar por distribuidores		<input type="text"/>	€(1.000.- €)			
En "A través de distribuidores" deben figurar las ventas totales a distribuidores. En este mismo apartado deben indicarse las ventas a distribuidores dedicados a la venta directa al crédito. (La suma de ambas modalidades debe ser igual a la cifra de facturación)						
3.6 Para cada una de estas modalidades efectuar el desglose según los canales de venta utilizados						
	Por Distribuidores	<input type="text"/>	%	Sin distribuidores	<input type="text"/>	%
Librerías	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Cadenas Librerías	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Hypermercados	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Quioscos	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Empresas e instituciones	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Bibliotecas	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Editoriales	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Venta al crédito	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Casa	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Casa del Libro	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Internet	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Subscripciones	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Venta por teléfono	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Otros (Citar):	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
No sabe con exactitud	<input type="text"/>	%		<input type="text"/>	%	
Total	<input type="text"/>	100,0 %		<input type="text"/>	100,0 %	
<i>En el desglose de las ventas a los distintos canales, El Corte Inglés, Grisel, FNAC, Casa del Libro, VPP y similares se deben incluir dentro de las cadenas de librerías, mientras que Alcampo, Carrefour, Zoco y otros se considerarán como hipermercados.</i>						

III.- Actividad Comercial en el Mercado Interior										
3.6.1 Desglose de la facturación total según materias y canales de venta (Cifrar en %)										
	Libros	Infantil-juvenil	Textos universitarios	Colecciones Técnicas - Libros	C. Sociales Humanas	Libros científicos	Obras de General	Obras de Especialidad	Obras de Cometa	
Librerías	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Cadenas Librerías	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Hipermercados	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Quioscos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Empresas e Instituciones	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Bibliotecas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Editoriales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Venta a crédito	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Correos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Clubs del Libro	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Internet	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Suscripciones	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Venta por teléfono	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Otros (Citar):	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
3.7 Descuentos o márgenes aplicados a los canales de distribución en 2004										
	A distribuidores	<input type="text"/>	%	A quioscos	<input type="text"/>	%				
	A librerías	<input type="text"/>	%	Ventas directas	<input type="text"/>	%				
	A cadenas de librerías	<input type="text"/>	%	Otros (Citar):	<input type="text"/>	%				
	A hipermercados	<input type="text"/>	%							
3.8 Ventas por azido y operaciones especiales de venta en 2004										
Su editorial: (marque con un X donde corresponda)										
(fs sobre facturación)										
3.8.1	¿Realiza Ventas por saldo?	SI	<input type="text"/>	%	NO	<input type="text"/>	%			
3.8.2	¿Realiza Ventas Especiales?	SI	<input type="text"/>	%	NO	<input type="text"/>	%			
Operaciones especiales de venta: operaciones especiales con instituciones, redes de librerías, quioscos, etc. a precio cerrado en un tiempo determinado.										
3.9 Devoluciones										
3.9.1	Su editorial: ¿Ha tenido devolución de libros en 2004?				Cifra de facturación devuelta					
		SI	<input type="text"/>	%	<input type="text"/> a(1.000 - 0)					
		NO	<input type="text"/>	%						
3.9.2	Devoluciones por Canales:									
	De distribuidores	<input type="text"/>	%	De quioscos	<input type="text"/>	%				
	De librerías	<input type="text"/>	%	De ventas directas	<input type="text"/>	%				
	De cadenas de librerías	<input type="text"/>	%	Otros (Citar):	<input type="text"/>	%				
	De hipermercados	<input type="text"/>	%							

IV Marketing y Publicidad			
<i>(Datos sobre gastos de promoción y publicidad)</i>			
4.1	Inversión en el 2004		€(1.000 - €)
4.2	Desglose según el medio promocional:		
	<u>Medios:</u>		
	Prensa y revistas		%
	Publicidad exterior		%
	Radio		%
	Televisión		%
	Internet		%
	<u>Marketing Promocional:</u>		
	Mailing/material impreso		%
	Regalos e incentivos		%
	Relaciones públicas		%
	Presencia en ferias		%
	Otros (Citar):		%
	Total	100,0	%
V Derechos de Autor y venta de derechos			
5.1	Pagos e ingresos por Derechos en 2004		
<i>(Se deben incluir tanto los derechos de autor individuales como los colectivos)</i>			
5.1.1	Cuántos de los pagos por Derechos de Autor:		€(1.000 - €)
	Autores españoles:		€(1.000 - €)
	Autores extranjeros:		€(1.000 - €)
5.1.2	Cuántos de pagos por compra de otros Derechos:		€(1.000 - €)
5.1.3	Ingresos por venta de Derechos de Autor gestionados por la editorial		€(1.000 - €)
5.1.4	Ingresos por venta de derechos propios:		€(1.000 - €)
Anexo 1- Formato Libros de Bolsillo			
Aun teniendo en cuenta que la producción de libros de bolsillo se engloba dentro de la producción general, y por tanto se incluirán en la cifra total de títulos y ejemplares editados y vendidos, así como en la cifra de facturación ICA3, la importancia de la edición en este formato merece el estudio de sus datos por separado.			
Este anexo debe ser rellenado sólo por las editoriales de libros de bolsillo y se recogen exclusivamente datos de los mismos			
A.1	Edición en formato de libros de bolsillo		
4.1.1	Nº de títulos editados		Nº de Ejemplares editados
A.1.2	Actividad comercial:		
4.1.2.1	Nº de títulos vendidos	Cifra de facturación	Nº de Ejemplares vendidos
4.1.2.2	Distribución por Materias:		
	Literatura		%
	Infantil / Juvenil		%
	Ciencias Sociales / Humanidades		%
	Libros Prácticos		%
	Divulgación General		%
	Otros (Citar)		%
	Total	100,0	%

Anexo 2: Comercio Exterior			
Este anexo debe ser rellenado exclusivamente por los editoriales con venta al mercado exterior en 2004			
A.2.1 Del total de títulos y ejemplares editados por su editorial en 2004 ¿cuántos lo han sido exclusivamente para el comercio exterior?			
	A.2.1.1. Títulos editados	A.2.1.2. Ejemplares editados	
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
A.2.2 Derechos: ¿Cuánto facturó su editorial por la venta de proyectos editoriales y cesión de derechos al mercado exterior en 2004?			
	Venta de derechos de edición en 2004	n(1.000 - €)	
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
A.2.3 Libros: títulos y ejemplares vendidos y cifra de facturación a precios de cesión en el mercado exterior			
	A.2.3.1. Títulos vendidos	A.2.3.2. Facturación por c. exterior (x1.000 €)	A.2.3.3. Ejemplares vendidos c. exterior
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
A.2.4 Desglosar en porcentaje			
A.2.4.1 Según materias			
	Títulos vendidos	Facturación C. Exterior	Ejemplares vendidos C. Exterior
Literaria	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Infantil / juvenil	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Enseñanza	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Científico/Técnico - Universitario	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Ciencias sociales - humanidades	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Libros prácticos	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Divulgación general	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Diccionarios - enciclopedias	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Cómic	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Otros (citar)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Total	100.0 %	100.0 %	100.0 %
A.2.4.2 Según países			
EUROPA	Títulos vendidos	Facturación C. Exterior	Ejemplares vendidos C. Exterior
Francia	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Italia	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Países Bajos	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Reino Unido	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Resto Unión Europea	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Resto Europa	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
SUDAMÉRICA			
Argentina	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Brasil	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Chile	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Otros países América (Perú, Colombia, Venezuela, Bolivia)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Resto Sudamérica	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
AMÉRICA DEL NORTE Y CENTRAL			
Estados Unidos	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
México	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Puerto Rico	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Resto América Norte y Central	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
RESTO PAÍSES			
Otros (citar)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Total Comercio Exterior		100.0 %	100.0 %
A.2.8 Desglosar el porcentaje que corresponde a libros de bolsillo			
	Títulos vendidos	Facturación C. Exterior	Ejemplares vendidos
% al total libros de bolsillo	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %

Anexo 3: Coleccionables							
Este anexo debe ser rellenado exclusivamente por los editores de coleccionables en 2004 y se refiere exclusivamente a la edición y venta de coleccionables, tanto de libros como de fascículos.							
El total de los libros y coleccionables, así como el de fascículos, se debe incluir en el apartado correspondiente.							
FASCÍCULOS							
A.3.1 FASCÍCULOS. Principales magnitudes en 2004							
	Nº total series en circulación	Nº de series lanzadas	Cifra de facturación (x 1.000 €)	Nº de ejemplares editados			
A.3.1.1 Desglose en porcentaje según las materias							
Según materias	Series en circulación	Series lanzadas	Facturación	Ejemplares editados			
Infantiles							
Cursos							
Coleccionables							
Referencia							
Cocina							
Manualidades							
Otros (otro)							
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %			
A.3.1.2 De las series y ejemplares lanzados en 2004 indique cuántos son novedades y cuántos relanzamientos							
	Nº de series lanzadas		Nº de ejemplares editados				
Novidades							
Relanzamientos							
LIBROS							
A.3.2 LIBROS. Principales magnitudes en 2004							
	Nº total series en circulación	Nº de series lanzadas	Cifra de facturación (x 1.000 €)	Nº de ejemplares editados			
A.3.2.1 Desglose en porcentaje según las materias							
Según materias	Series en circulación	Series lanzadas	Facturación	Ejemplares editados			
Literatura							
Infantiles							
Otros (otro)							
Total (100%)	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %			
A.3.2.2 De las series lanzadas en 2004 indique cuántos son novedades y cuántos relanzamientos							
	Nº de series lanzadas		Nº de ejemplares editados				
Novidades							
Relanzamientos							
MATERIAS POR CANALES							
A.3.3 Desglose de la cifra de facturación por coleccionables según materias y canales de venta							
	Libros	Fascículos					
		Infantiles	Cursos	Coleccionables	Referencia	Cocina	Manualidades
Quéenes							
Rescripciones							
Cursos							
Otros (otro)							
Total coleccionables	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

