

COMERCIO
2005
DEL LIBRO
EN ESPAÑA



FEDERACIÓN DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA

Comercio Interior del Libro en España

2005



FEDERACIÓN DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA

Con el patrocinio de:



© Federación de Gremios de Editores de España
Cea Bermúdez, 44
28003 Madrid
e-mail: fge@fge.es
www.federacioneditores.org

Autorizada la reproducción citando la fuente

Depósito Legal: M-36.801-2006

Impresión: NUEVA IMPRENTA, S. A.

Índice de contenidos

Índice de tablas	7
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 en soportes diferentes del papel	39
La edición de libros en las distintas lenguas	41

El libro de bolsillo	43
Facturación de libros de bolsillo por materias	45
Títulos vivos en catálogo	47
Los títulos en catálogo según las materias	50
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	69
El descuento en la venta de libros a distribuidores y minoristas	76
Cifra de facturación neta del sector	77
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 2005	113
Anexo de tablas estadísticas	119
Cuestionario utilizado	131

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. Edición en otros soportes	40
Tabla 17. Evolución de la edición en las lenguas oficiales (2001-2005)	41

Tabla 18. Edición en las lenguas oficiales (según gremio)	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	45
Tabla 21. Evolución de títulos vivos en catálogo (según tamaño) (1996-2005).	48
Tabla 22. Media de títulos vivos en catálogo (según tamaño) (2001-2005) ...	48
Tabla 23. Evolución de títulos vivos en catálogo (según gremio) (1996-2005).	49
Tabla 24. Media de títulos vivos en catálogo (según gremio) (2001-2005) ...	49
Tabla 25. Títulos vivos en catálogo (según materias)	50
Tabla 26. Cifra de facturación en el mercado interior (según tamaño) (1996-2005). Absolutos (en millones de euros).	53
Tabla 27. Cifra de facturación en el mercado interior (según tamaño) (1996-2005). Porcentajes verticales	54
Tabla 28. Cifra de facturación en el mercado interior (según tamaño). Evolución desde 1996	54
Tabla 29. Cifra media de facturación en el mercado interior (según tamaño) (1996-2005). En miles de euros	54
Tabla 30. Cifra de facturación en el mercado interior (según gremio) (1996-2005). Absolutos (en millones de euros)	55
Tabla 31. Cifra de facturación en el mercado interior (según gremio) (1996-2005). Porcentajes verticales	56
Tabla 32. Cifra de facturación en el mercado interior (según gremio). Evolución desde 1996	56
Tabla 33. Cifra media de facturación en el mercado interior (según gremio) (1996-2005). En miles de euros	56
Tabla 34. Cifra de facturación (según materia) (2001-2005). 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	66
Tabla 37. Cifra de facturación (por canales de comercialización) (2001-2005).	70

Tabla 38. Cuota por canales de la cifra de facturación (2001-2005)	71
Tabla 39. Descuento medio por canales	76
Tabla 40. Descuento medio por canales (según tamaño)	76
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)	78
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)	111
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 (2005)	118
Tabla 59. Edición de títulos según materias. Por tamaño	119
Tabla 60. Edición de títulos según materias. Por gremio	120
Tabla 61. Edición de ejemplares según materias. Por tamaño (× 1.000)	121
Tabla 62. Edición de ejemplares según materias. Por gremio (× 1.000)	122
Tabla 63. Tirada media por materias. Por tamaño	123
Tabla 64. Tirada media por materias. Por gremio	123
Tabla 65. Títulos en catálogo según materias. Por tamaño	124
Tabla 66. Títulos en catálogo según materias. Por gremio	125
Tabla 67. Cifra de facturación según materias. Por tamaño (millones de euros)	126
Tabla 68. Ejemplares vendidos según materias. Por tamaño (× 1.000)	127
Tabla 69. Cifra de facturación según materias. Por gremio (millones de euros)	128
Tabla 70. Cifra de facturación según canales de comercialización. Por tamaño (millones de euros)	129
Tabla 71. Cifra de facturación según canales de comercialización. Por gremio (millones de euros)	130

Presentación

El estudio de Comercio Interior del Libro sigue siendo la radiografía más completa sobre la situación del libro en España, de su industria y de su comercio. Además de las grandes magnitudes y de las series históricas que permiten establecer tendencias, el Estudio recoge, elabora y ordena una enorme cantidad de información, cada vez más consultada por los profesionales de la edición en su trabajo. Estamos, pues, ante un esfuerzo consolidado que, gracias a la labor continuada desde la Federación de Gremios de Editores y destacados expertos, la respuesta de Precisa Research y de las propias empresas, el fruto tiene reconocimiento y utilidad.

Los interesados encontrarán en esta edición, la correspondiente al año 2005, un anexo con tablas estadísticas, bien expresivas de la variedad y riqueza de nuestra oferta editorial.

Valoración distinta merece, sin duda, el estancamiento ya apuntado en años anteriores de las grandes cifras económicas. La facturación total del año 2005, a precios de venta al público, IVA incluido, creció por debajo de la inflación. Tuvo un incremento del 1,8% sobre el año anterior, cuando la inflación del año 2005 se situó en el 3,6%. La tendencia al estancamiento se acentúa, pues si en los últimos nueve años sólo se había incrementado la facturación en un 3,4% en moneda constante, el retroceso del año 2005 deja la evolución de los diez últimos años en un exiguo 1,5% de crecimiento.

Por otra parte, los datos del pasado ejercicio añaden otro leve retroceso: se vendieron un 2,7% de ejemplares menos. A pesar de que suben los títulos que se editan (2,6% más) y el número de ejemplares que se producen (3,5% más).

Estos indicadores son más desfavorables para las empresas medianas y pequeñas, cuya facturación retrocede ligeramente incluso en moneda corriente, a diferencia de las de mayor dimensión que crecen en la misma proporción de la inflación.

No faltan, pues, ni información ni razones para el análisis y la reflexión.

EMILIANO MARTÍNEZ
Presidente
Federación de Gremios de Editores de España

Introducción

La Federación de Gremios de Editores de España presenta en este informe el Estudio de Comercio Interior del Libro en España, que ha sido elaborado por la empresa PRECISA RESEARCH.

Esta edición del Estudio recoge los datos de las empresas editoriales privadas y agremiadas referidos al año 2005.

El objetivo central de la investigación ha sido determinar 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.

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 facilita una visión cualitativa del mercado del libro en España.

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 son otros capítulos que se analizan en el Estudio.

El Estudio ha ido incorporando innovaciones en la metodología y contenido del mismo, enriqueciéndose en las sucesivas ediciones y ahondando en las características y submercados del libro.

La información obtenida ha sido facilitada por 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 les enviamos nuestro agradecimiento por su colaboración. También queremos agradecer el apoyo prestado por la Federación de Gremios de Editores de España y por cada uno de los Gremios y Asociaciones de Editores, cuya contribución ha sido imprescindible para que este estudio sea una realidad.

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 2005.

Universo y muestra

- El cuestionario base de la investigación se envió a un total de 724 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 52,9% del total a las que se remitió el cuestionario. La representatividad de la respuesta obtenida es más elevada si se considera que las empresas con mayor volumen de facturación ofrecen un nivel de respuesta del 86,7%. La facturación de éstas representa el 63,2% de la facturación total del sector editorial en el mercado interior en el 2005, 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 2005:
 - 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 ubicadas 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	724	280	260	45	68	31	40
Más de 18 millones de €	30	14	16	0	0	0	0
De 6 a 18 millones de €	49	22	22	3	2	0	0
De 2,4 a 6 millones de €	69	20	32	7	2	4	4
De 0,6 a 2,4 millones de €	176	61	83	10	8	6	8
Hasta 0,6 millones de €	400	163	107	25	56	21	28

Han contestado 383 empresas.

Tabla 2. MUESTRA DE EMPRESAS

Tramo de facturación	Gremio						
	Total	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	383	141	134	33	32	19	24
Más de 18 millones de €	26	12	14	0	0	0	0
De 6 a 18 millones de €	29	12	13	2	2	0	0
De 2,4 a 6 millones de €	43	15	14	6	1	3	4
De 0,6 a 2,4 millones de €	95	35	36	8	6	4	6
Hasta 0,6 millones de €	190	67	57	17	23	12	14

Tabla 3. MUESTRA OBTENIDA Y UNIVERSO

Tramo de facturación	Universo	Muestra	Porcentaje de muestreo	Fracción de muestreo
Total	724	383	52,9%	1,9
Más de 18 millones de €	30	26	86,7%	1,2
De 6 a 18 millones de €	49	29	59,2%	1,7
De 2,4 a 6 millones de €	69	43	62,3%	1,6
De 0,6 a 2,4 millones de €	176	95	54,0%	1,9
Hasta 0,6 millones de €	400	190	47,5%	2,1

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 €

En el grupo de las grandes se considerarán, en algunos apartados, dos subgrupos: el primero comprende a aquellas empresas que facturan más de 60.000.000 euros y el segundo a las que facturan entre 18.000.001 y 60.000.000 euros.

¹ Desde la edición del informe en 2002, 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 **medianas (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 suman y forman el grupo de empresas **pequeñas (hasta 2.400.000 euros)**.

Trabajo de campo

Los cuestionarios se enviaron por e-mail o por correo (según la preferencia de la empresa editora) a todas las empresas que constituían el universo inicial el 28 de febrero de 2006.

El 8 de junio, con 383 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, cuyo contenido sólo se utiliza con fines estadísticos.

Codificación y depuración de resultados

Concluida la recogida de encuestas, se pasa a la depuración de los datos. En la misma, se analiza el contenido de los cuestionarios y las correspondencias entre los diversos apartados con el fin de detectar los posibles errores al interpretar o contestar a las preguntas.

Las estimaciones por falta de respuesta en algunos apartados 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: 724 Editoriales privadas asociadas a los gremios de Madrid, Cataluña, Euskadi, Andalucía, Galicia y Valencia.

Tamaño de la muestra: 383 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:

$\pm 3,5\%$ (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 febrero al 8 de junio de 2006.

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

La empresa editorial

El sector editorial privado y agremiado tiene una estructura empresarial caracterizada por un número pequeño de empresas —30— que facturan anualmente más de 18.000.000 de euros —suponen casi las dos terceras partes de la facturación editorial (el 63,2%)², repartiéndose el tercio restante entre 694 editoriales. Dentro de estas últimas es indicador de la realidad del sector que 400 facturen menos de 600.000 euros al año.

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, ya que no cumplen 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 724 empresas editoriales privadas y agremiadas. 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.

² Las nueve editoriales que facturan más de 60.000.000 de euros tienen una cuota de mercado del 39,1%.

Además de estas empresas asociadas hay, según los datos del ISBN, 548 empresas editoriales privadas que han editado algún libro en el año 2005, 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 2002	%	Universo 2003	%	Universo 2004	%	Universo 2005	%	Diferencia 2005-2004
Total	1.104	100,0	1.139	100,0	1.265	100,0	1.272	100,0	7
Agremiadas	682	61,8	699	61,4	701	55,4	724	56,9	23
Grande	26	2,4	29	2,5	29	2,3	30	2,4	1
Mediana	107	9,7	113	9,9	116	9,2	118	9,3	2
Pequeña	549	49,7	557	48,9	556	44	576	45,3	20
No agremiadas	422	38,2	440	38,6	564	44,6	548	43,1	-16

Tabla 5. NIVEL DE ASOCIACIÓN
(Según gremio)

	Universo 2002	%	Universo 2003	%	Universo 2004	%	Universo 2005	%	Diferencia 2005-2004
Total	1.104	100,0	1.139	100,0	1.265	100,0	1.272	100,0	7
Agremiadas	682	61,8	699	61,4	701	55,4	724	56,9	23
Madrid	273	24,7	272	23,9	270	21,3	280	22,0	10
Cataluña	248	22,5	253	22,2	249	19,7	260	20,4	11
Euskadi	41	3,7	47	4,1	45	3,6	45	3,5	0
Andalucía	54	4,9	61	5,4	64	5,1	68	5,3	4
Galicia	25	2,3	25	2,2	32	2,5	31	2,4	-1
Valencia	41	3,7	41	3,6	41	3,2	40	3,1	-1
No agremiadas	422	38,2	440	38,6	564	44,6	548	43,1	-16

Integración empresarial

Un 26,5% de las empresas agremiadas forman parte de un grupo empresarial o "holding".



Están integradas en un grupo el 92,9% de las empresas grandes (89,8% en el 2004), un 50,7% de las medianas (50,8% en 2004) y un 18,1% de las pequeñas (17,7% en 2004).

Por tamaño	Total 2004	Total 2005	Grandes	Medianas	Pequeñas
Forma parte de un grupo	26,1	26,5	92,9	50,7	18,1
No forma parte de un grupo	73,9	73,5	7,1	49,3	81,9

Las editoriales de Galicia son las que en mayor medida están integradas en grupos empresariales.

Por gremio	Total 2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Forma parte de un grupo	26,5	23,6	27,7	29,3	25,1	52,2	17,7
No forma parte de un grupo	73,5	76,4	72,3	70,7	74,7	47,8	82,3

El empleo

El empleo directo del sector privado y agremiado ha sido de 14.619 empleados en 2005, aumentando un 1,8% respecto al año anterior y un 36,9% respecto a 10 años atrás (1996).

Su evolución en los últimos diez años es la siguiente:

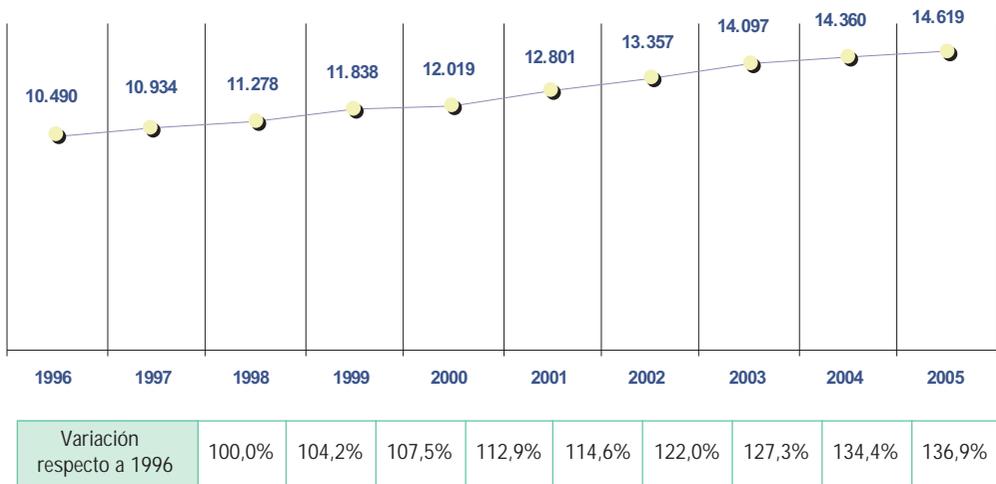


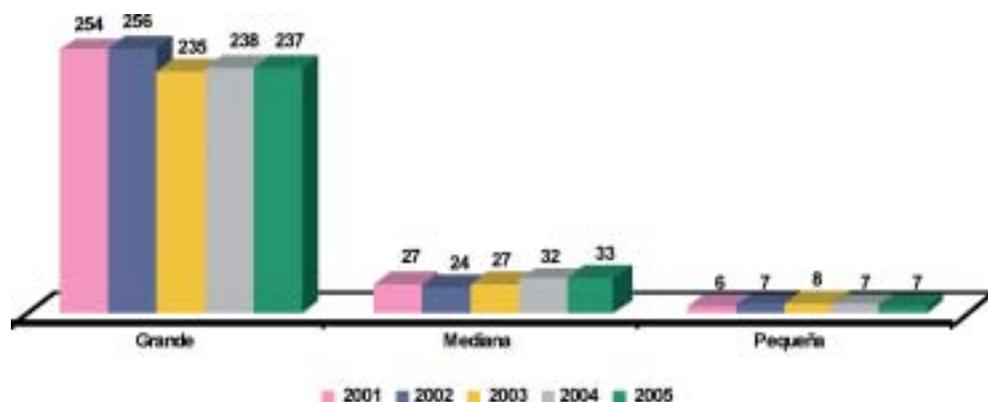
Tabla 6. NÚMERO DE EMPLEADOS EN NÓMINA (Según tamaño)

	2004			2005		
	Número medio de empleados	Total empleo generado Absolutos	% verticales	Número medio de empleados	Total empleo generado Absolutos	% verticales
Total agremiadas	20	14.360	100,0	20	14.619	100,0
Grande	238	6.913	48,1	237	7.124	48,7
Mediana	32	3.669	25,6	33	3.749	25,6
Pequeña	7	3.778	26,3	7	3.746	25,7

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

	Grande	Mediana	Pequeña
2001	254	27	6
2002	256	24	7
2003	235	27	8
2004	238	32	7
2005	237	33	7

En el gráfico siguiente se aprecia la evolución de la media de empleados para cada uno de los tamaños de editoriales contemplados.



- En las editoriales grandes la media de personas empleadas se mantiene estable en los últimos tres años. El promedio para 2005 es de 237 personas y en total emplean a 7.124 personas.
- La media de empleados (33) en empresas medianas es similar al año pasado. Este segmento de empresas emplea en total 3.749 personas, un 2,2% más que el año anterior.
- Las editoriales pequeñas emplean a 7 personas de media. El número de personas empleadas en empresas pequeñas es de 3.746 personas, cifra también muy parecida a la del año anterior.

Considerando el conjunto de la serie de cinco años, no se aprecian cambios significativos por tamaño de empresa.

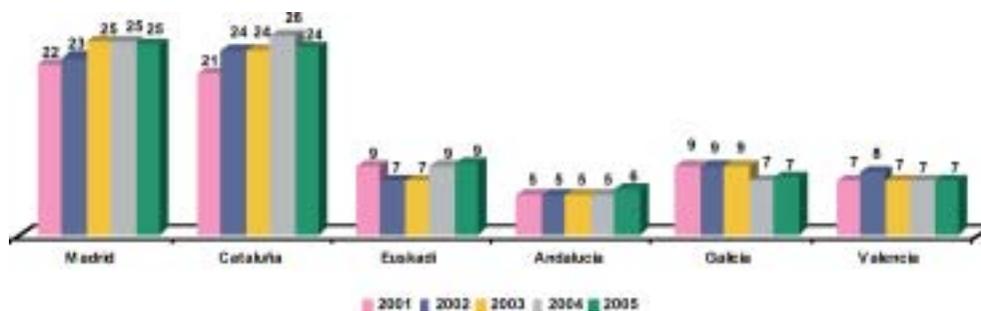
Tabla 8. NÚMERO DE EMPLEADOS EN NÓMINA
(Según gremio)

	2004			2005		
	Número medio de empleados	Total empleo generado Absolutos	% verticales	Número medio de empleados	Total empleo generado Absolutos	% verticales
Total agremiadas	20	14.360	100,0	20	14.619	100,0
Madrid	25	6.646	46,3	25	6.906	47,2
Cataluña	26	6.452	44,9	24	6.393	43,7
Euskadi	9	427	3,0	9	418	2,9
Andalucía	5	339	2,4	6	393	2,7
Galicia	7	218	1,5	7	230	1,6
Valencia	7	278	1,9	7	279	1,9

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

	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
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
2005	25	24	9	6	7	7

El gráfico siguiente muestra la evolución del número medio de empleados en cada uno de los gremios en el último lustro. La media de empleados por editorial muestra una tendencia ligeramente creciente en Cataluña, decreciente en Galicia y estable para el resto de los Gremios.



- Hay 25 empleados de media en las editoriales asociadas al gremio de Madrid, el mismo número que el año anterior. El volumen total de empleo en las editoriales de este gremio es de 6.906 empleados, un 3,9% más que en 2004, lo que supone el 47,2% del total.
- Las editoriales asociadas al gremio de Cataluña alcanzan 24 empleados por término medio, siendo el volumen total de empleo de estas editoriales de 6.393 personas, un 0,9% menos que el año anterior. Su empleo representa el 43,7% del total.
- En las editoriales asociadas al gremio de Euskadi la media se mantiene en 9. Ocupan a 418 empleados, cifra muy similar a la del año anterior.
- En las editoriales del gremio de Andalucía hay una media de 6 empleados por empresa, y tienen un empleo fijo de 393 personas.
- Las editoriales asociadas al gremio de Galicia obtienen una media de 7 personas por editorial y las personas empleadas por este gremio totalizan 230.
- En las editoriales del gremio de Valencia se mantiene en 7 la media de empleados por empresa, y el empleo generado por las mismas suma un total de 279 empleados.

Distribución del empleo editorial por tipo de actividad

Del total de empleados, un 34,4% se dedica a producción editorial, un 33,2% a Administración y un 25,5% a la actividad comercial. Los empleados dedicados a publicidad constituyen el 3,6% del total y los de recursos humanos el 1,3%. El porcentaje de personas que se ocupan principalmente de temas de comercio exterior en 2005 es del 2,0%.

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

Empleados dedicados a:	Total 2004	Total 2005	Grande	Mediana	Pequeña
Número de empleados	14.360	14.619	7.124	3.749	3.746
Producción editorial	4.963	5.032	1.838	1.676	1.518
Actividad comercial	3.839	3.734	2.120	844	770
Publicidad	459	520	278	92	150
Administración	4.665	4.851	2.694	1.054	1.103
Recursos humanos	196	196	102	29	65
Comercio exterior	238	286	92	54	140
Porcentajes verticales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Producción editorial	34,6	34,4	25,8	44,7	40,5
Actividad comercial	26,7	25,5	29,8	22,5	20,6
Publicidad	3,2	3,6	3,9	2,5	4,0
Administración	32,5	33,2	37,8	28,1	29,4
Recursos humanos	1,4	1,3	1,4	0,8	1,7
Comercio exterior	1,7	2,0	1,3	1,4	3,7

Por gremios, Cataluña y Euskadi superan al resto 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 Madrid. El gremio de Cataluña 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 2004	Total 2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	País Valenciano
Número de empleados	14.360	14.619	6.906	6.393	418	393	230	279
Producción editorial	4.963	5.032	2.297	2.305	164	122	69	76
Actividad comercial	3.839	3.734	2.062	1.259	129	119	76	88
Publicidad	459	520	258	203	20	21	7	11
Administración	4.665	4.851	2.167	2.321	90	112	73	89
Recursos humanos	196	196	93	79	7	4	3	11
Comercio exterior	238	286	129	126	9	15	2	5
Porcentajes verticales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Producción editorial	34,6	34,4	32,8	36,6	39,2	31,1	30,1	27,1
Actividad comercial	26,7	25,5	29,4	20,0	30,8	30,4	33,0	31,5
Publicidad	3,2	3,6	3,7	3,2	4,8	5,3	3,1	4,0
Administración	32,5	33,2	30,9	36,9	21,5	28,4	31,5	31,9
Recursos humanos	1,4	1,3	1,3	1,3	1,6	0,9	1,5	3,9
Comercio exterior	1,7	2,0	1,9	1,9	2,1	3,9	0,8	1,6

Colaboradores profesionales externos

El 87,6% de las empresas agremiadas contrataron colaboradores externos en 2005.



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 y Cataluña, en tanto que caen para Galicia y la Comunidad Valenciana.

Tabla 12. COLABORADORES PROFESIONALES EXTERNOS

Por tamaño	Nº medio de colaboradores 2003	Nº medio de colaboradores 2004	Nº medio de colaboradores 2005
Total	25	27	28
Grande	135	158	225
Mediana	48	51	59
Pequeña	14	12	13

Por gremio	Nº medio de colaboradores 2003	Nº medio de colaboradores 2004	Nº medio de colaboradores 2005
Total	25	27	28
Madrid	23	26	28
Cataluña	35	35	38
Euskadi	14	18	17
Andalucía	6	11	7
Galicia	32	29	27
Valencia	19	13	14

La edición

- Durante el año 2005 el número total de títulos editados asciende a 69.598, lo que significa un 2,6% más que en el año 2004. Del total de títulos editados, 35.046 fueron títulos nuevos y 34.552 reimpresiones o reediciones³.
- El volumen total de ejemplares editados ha ascendido a 321.469.155, un 3,5% más que en 2004.
- La tirada media se sitúa en 4.619 ejemplares por título (4.579 ejemplares el año anterior).
- Tres materias continúan siendo las que concentran el mayor número de títulos y de ejemplares editados: Texto no universitario, Literatura y Libros Infantiles y juveniles. Entre las tres suman el 59,8% de los títulos editados (61,3% en 2004) y el 68,9% de los ejemplares (69,9% en 2004).
- Un 77,9% de los libros editados están escritos en castellano, un 15,6% en catalán, un 2,2% en euskera, un 2,5% en gallego y el 1,8% en otras lenguas.
- El 25,2% de las editoriales ha editado en otros soportes distintos del papel. La facturación en otros soportes distintos representa el 9,8% de la facturación global.

³ **Títulos nuevos o novedades:** primera publicación de un texto por una editorial concreta en una colección específica y en un determinado formato.

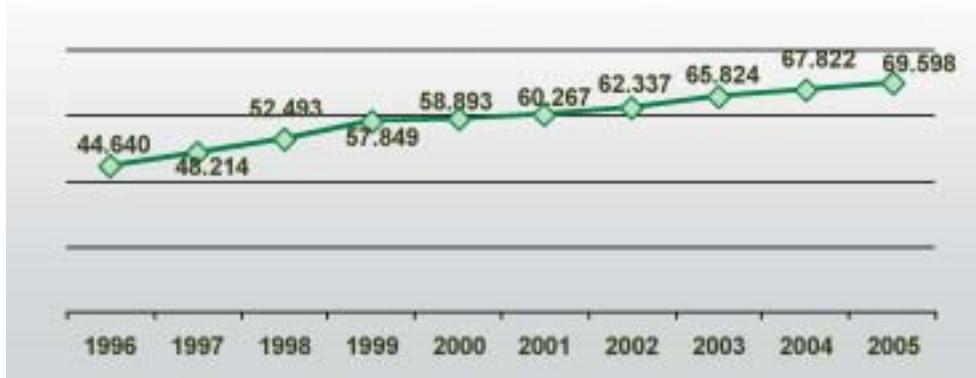
Reedición: edición que se distingue de la anterior por algunas modificaciones introducidas en el contenido o en la presentación, y que requiere un nuevo ISBN.

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 (5.378 títulos) representan el 7,7% del total de títulos editados y el 13,5% del de ejemplares editados. La tirada media para este formato de libro ha sido de 8.061 ejemplares por título, es decir, 3.442 ejemplares más que para la edición general. Sus ventas (155 millones de euros) suponen el 5,3% de la facturación total de las editoriales agremiadas, aumentando un 13,3% respecto al año anterior.

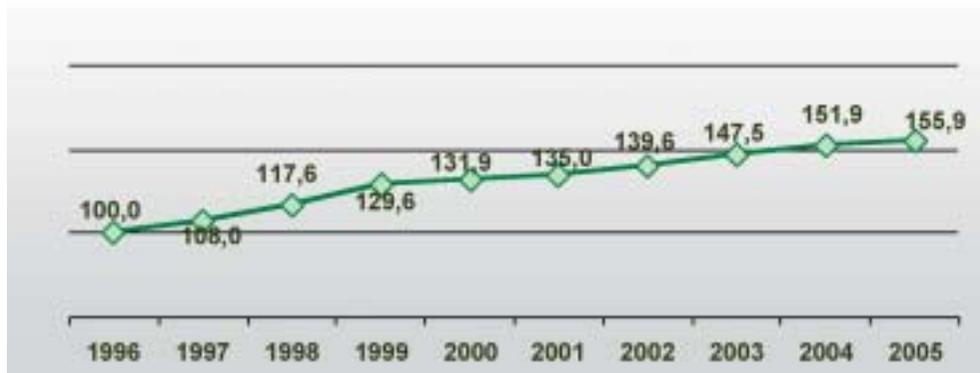
En las páginas siguientes se ofrece una exposición más detallada de los datos de producción editorial apuntados, y la evolución de los mismos en los últimos años.

TÍTULOS EDITADOS



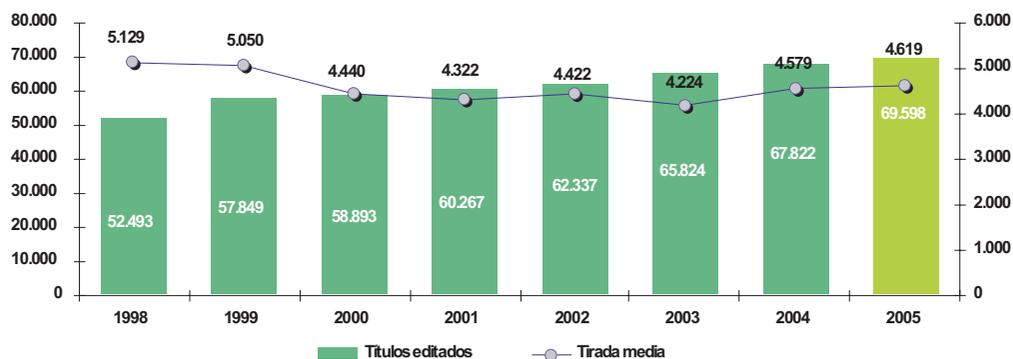
Evolución interanual	0,0%	8,0%	8,9%	10,2%	1,8%	2,3%	3,4%	5,6%	3,0%	2,6%
----------------------	------	------	------	-------	------	------	------	------	------	------

TÍTULOS EDITADOS



Para el año 2005, la tirada media ha sido de 4.619, un 0,9% más que la del año anterior. La tendencia observada en el gráfico durante el período que se considera es la de un aumento en la cifra de títulos editados. El estancamiento del número de ejemplares producidos por cada título editado que se observa hasta el 2003 parece haber roto en los dos últimos años.

NÚMERO DE TÍTULOS EDITADOS Y TIRADA MEDIA POR TÍTULO



Según el tamaño de empresa, para las empresas medianas aumenta el número de títulos, pero cae el de ejemplares editados, mientras que, por el contrario, se incrementa el número de ejemplares para las pequeñas y grandes, si bien se estanca el número de títulos.

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

Títulos	2003		2004		2005		Variación interanual 2005/2004
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Total	65.824	100,0	67.822	100,0	69.598	100,0	2,6
Grande	23.901	36,3	24.833	36,6	24.871	35,7	0,2
Mediana	22.012	33,4	23.182	34,2	25.013	35,9	7,9
Pequeña	19.911	30,2	19.807	29,2	19.714	28,3	-0,5

Ejemplares	2003		2004		2005		Variación interanual 2005/2004
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Total	278.066.196	100,0	310.583.181	100,0	321.469.155	100,0	3,5
Grande	137.946.807	49,6	156.277.264	50,3	177.097.802	55,1	13,3
Mediana	103.470.594	37,2	120.059.649	38,7	104.121.665	32,4	-13,3
Pequeña	36.648.795	13,2	34.246.268	11,0	40.249.688	12,5	17,5

Tirada media	2003	2004	2005	Diferencia 2005-2004
	Absolutos	Absolutos	Absolutos	
Total	4.224	4.579	4.619	40
Grande	5.772	6.293	7.121	828
Mediana	4.701	5.179	4.163	-1.016
Pequeña	1.841	1.729	2.042	313

Atendiendo al gremio, aumentan los títulos de Galicia y Andalucía, y, en menor grado, los de Cataluña y Euskadi, mientras descienden los de la Comunidad Valenciana y Madrid. La producción de ejemplares aumenta particularmente en Galicia y algo por encima de la media en el resto de Comunidades, excepto Madrid, donde desciende.

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

Títulos	2003		2004		2005		Variación interanual 2005/2004
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Total	65.824	100,0	67.822	100,0	69.598	100,0	2,6
Madrid	29.288	44,5	29.652	43,7	28.919	41,6	-2,5
Cataluña	27.788	42,2	29.259	43,1	30.708	44,1	5,0
Euskadi	2.717	4,1	2.924	4,3	3.059	4,4	4,6
Andalucía	2.155	3,3	2.423	3,6	2.934	4,2	21,1
Galicia	1.202	1,8	1.144	1,7	1.626	2,3	42,2
Valencia	2.675	4,1	2.420	3,6	2.352	3,4	-2,8
Ejemplares	2003		2004		2005		Variación interanual 2005/2004
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%	
Total	278.066.196	100,0	310.583.181	100,0	321.469.155	100,0	3,5
Madrid	133.319.558	47,9	138.188.758	44,5	136.433.382	42,4	-1,3
Cataluña	127.599.029	45,9	155.338.441	50,1	165.987.280	51,6	6,9
Euskadi	7.770.462	2,8	6.270.438	2,0	6.633.391	2,1	5,8
Andalucía	3.911.547	1,4	5.003.261	1,6	5.231.687	1,6	4,6
Galicia	2.093.585	0,8	2.245.092	0,7	3.421.166	1,1	52,4
Valencia	3.372.014	1,2	3.537.191	1,1	3.762.249	1,2	6,4
Tirada media	2003		2004		2005		Diferencia 2005-2004
Total	4.224		4.579		4.619		40
Madrid	4.552		4.660		4.718		58
Cataluña	4.592		5.309		5.405		96
Euskadi	2.860		2.144		2.169		25
Andalucía	1.815		2.065		1.783		-282
Galicia	1.742		1.961		2.104		143
Valencia	1.261		1.462		1.600		138

Producción editorial por materias

En las siguientes tablas se ofrecen datos sobre la distribución por materias editoriales, en 2005, del total de títulos editados, número de ejemplares producidos y tirada media.

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

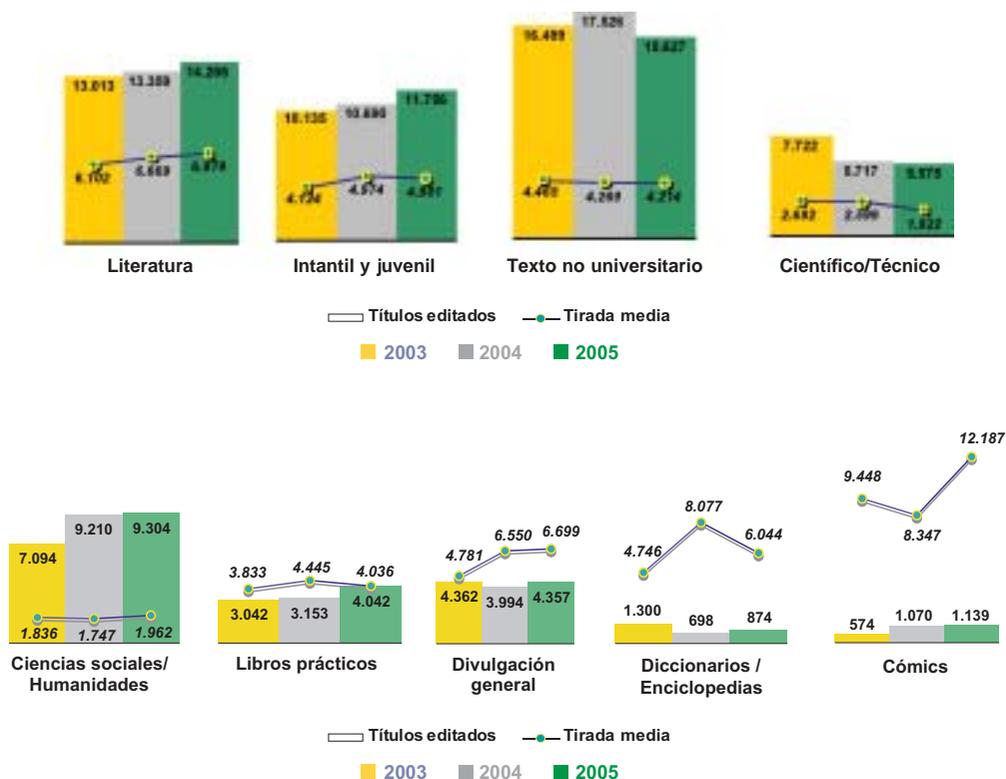
Títulos	2003	2004	2005	Variación interanual 2005/2004
Total	65.824	67.822	69.598	2,6
Literatura	13.013	13.359	14.208	6,4
Infantil y juvenil	10.135	10.690	11.756	10,0
Texto no universitario	16.499	17.526	15.627	-10,8
• Educación infantil	2.262	3.515	3.090	-12,1
• Educación primaria	4.672	6.363	5.378	-15,5
• E.S.O.	4.260	3.831	3.245	-15,3
• Bachillerato	1.512	1.131	1.166	3,1
• F.P.	447	308	310	0,6
• Libros y materiales complementarios	3.346	2.378	2.438	2,5
Científico/Técnico	7.722	5.717	5.575	-2,5
Ciencias sociales y Humanidades	7.094	9.210	9.304	1,0
Libros prácticos	3.042	3.153	4.042	28,2
Divulgación general	4.362	3.994	4.357	9,1
Diccionarios/Enciclopedias	1.300	698	874	25,2
Cómics	574	1.070	1.139	6,5
Otros	2.083	2.405	2.716	12,9

Ejemplares	2003	2004	2005	Variación interanual 2005/2004
Total	278.066.196	310.583.181	321.469.155	3,5
Literatura	79.404.499	89.089.812	99.155.699	11,3
Infantil y juvenil	41.793.972	53.167.457	56.445.269	6,2
Texto no universitario	73.662.418	74.813.441	65.855.012	-12,0
• Educación infantil	13.194.603	16.311.821	14.572.046	-10,7
• Educación primaria	24.659.825	27.824.601	23.286.011	-16,3
• E.S.O.	17.114.741	14.995.873	11.772.981	-21,5
• Bachillerato	5.837.915	4.111.944	2.963.239	-27,9
• F.P.	1.296.048	782.830	831.530	6,2
• Libros y materiales complementarios	11.559.285	10.786.372	12.429.205	15,2
Científico/Técnico	20.788.145	14.855.877	10.717.094	-27,9
Ciencias sociales y Humanidades	13.025.054	16.085.610	18.254.728	13,5
Libros prácticos	11.659.354	14.018.290	16.314.673	16,4
Divulgación general	20.851.431	26.155.794	29.188.859	11,6
Diccionarios/Enciclopedias	6.170.350	5.643.482	5.279.722	-6,4
Cómics	5.424.539	8.930.698	13.883.540	55,5
Otros	5.286.434	7.822.720	6.374.559	-18,5

	Tirada media			Índice tirada media (Total=100)			Variación %		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003/02	2004/03	2005/04
Total	4.224	4.579	4.619	100,0	100,0	100,0	-4,5	8,4	0,9
Literatura	6.102	6.669	6.979	144,4	145,6	151,1	1,4	9,3	4,6
Infantil y juvenil	4.124	4.974	4.801	97,6	108,6	103,9	-1,7	20,6	-3,5
Texto no universitario	4.465	4.269	4.214	105,7	93,2	91,2	-9,5	-4,4	-1,5
• Educación infantil	5.832	4.639	4.716	138,1	101,3	102,1	2,0	-20,5	1,7
• Educación primaria	5.278	4.373	4.330	124,9	95,5	93,8	-9,0	-17,2	-1,0
• E.S.O.	4.018	3.915	3.628	95,1	85,5	78,6	-7,3	-2,6	-7,3
• Bachillerato	3.862	3.633	2.542	91,4	79,3	55,0	-3,8	-5,9	-30,0
• F.P.	2.899	2.547	2.683	68,6	55,6	58,1	-8,0	-12,1	5,4
• Libros y materiales complementarios	3.454	4.537	5.097	81,8	99,1	110,4	-20,0	31,4	12,3
Científico / Técnico	2.692	2.599	1.922	63,7	56,7	41,6	22,0	-3,5	-26,0
Ciencias sociales/ Humanidades	1.836	1.747	1.962	43,5	38,1	42,5	-21,4	-4,9	12,3
Libros prácticos	3.833	4.445	4.036	90,7	97,1	87,4	-14,4	16,0	-9,2
Divulgación general	4.781	6.550	6.699	113,2	143,0	145,0	14,8	37,0	2,3
Diccionarios/Enciclopedias	4.746	8.077	6.044	112,4	176,4	130,8	-30,6	70,2	-25,2
Cómics	9.448	8.347	12.187	223,6	182,3	263,8	26,2	-11,6	46,0
Otros	2.538	3.254	2.347	60,1	71,1	50,8	-17,5	28,2	-27,9

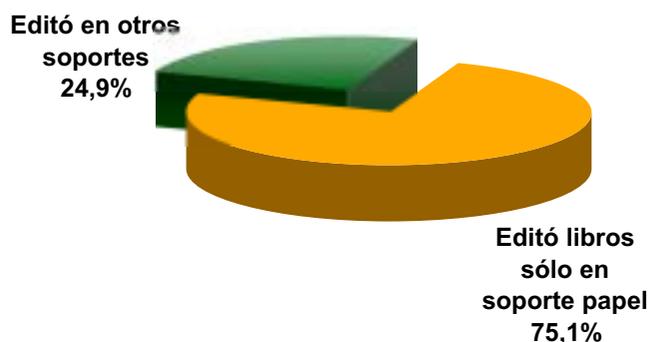
En los gráficos que se muestran a continuación se puede apreciar la evolución de la tirada media, en las principales materias, junto con el número de títulos editados, en los últimos tres años.

EVOLUCIÓN DE LA TIRADA MEDIA Y TÍTULOS EDITADOS



La edición en soportes diferentes del papel

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



Desde el año 1996 la edición en dichos soportes ha experimentado un aumento considerable, si bien en los dos últimos años se ha producido una reducción en el número de empresas editoras en este tipo de soportes.



Por edición en otros soportes, las empresas editoras han facturado, en 2005, 287 millones de euros, un 8,3% más que en 2004.

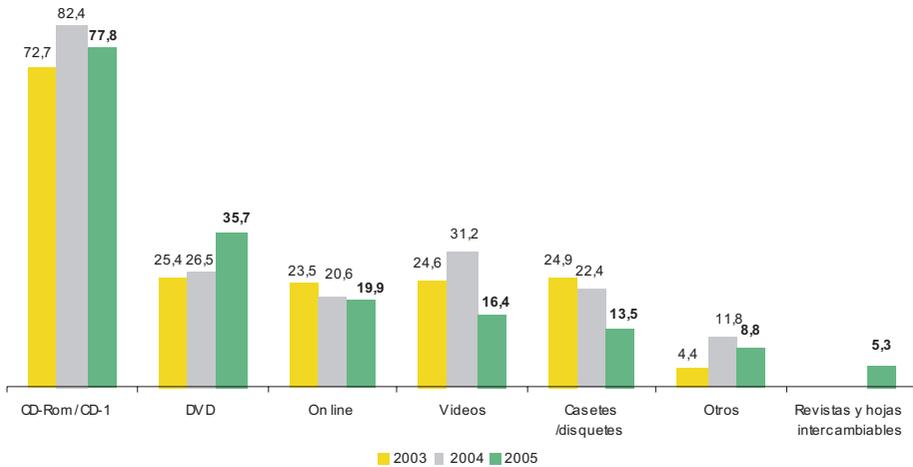
La edición en otros soportes representa el 9,8% del volumen total de facturación.

Tabla 16. EDICIÓN EN OTROS SOPORTES

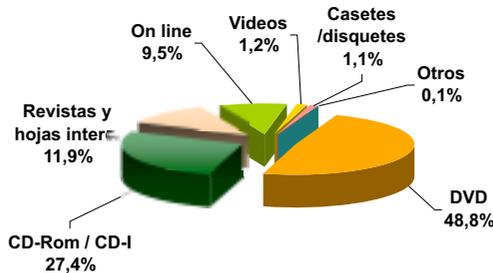
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Edita sólo en soporte papel	71	71	70	67	67	74	75
Edita también en otros soportes	29	29	30	33	33	26	25
TOTAL	100						
% cifra global de facturación	5,8	5,3	4,9	4,3	5,2	9,2	9,8

El 77,8% de las editoriales que editan en otros soportes lo hacen en CD-Rom/CD-I, el 35,7% en DVD, el 19,9% lo hace *on line*, y ya es menor la proporción de las que editan en otros soportes.

Quizá la disminución del número de editoriales que editan vídeos o disquetes y casetes contribuya a que el número de empresas que editan en estos soportes haya descendido los dos últimos años a pesar de que ha aumentado la cifra de facturación en otros soportes.



Respecto a la facturación, aproximadamente la mitad de la misma se obtiene del DVD.



La edición de libros en las distintas lenguas

Respecto al año 2004 se aprecian incrementos en la edición en gallego (10,3%) y también en catalán (7,0%) y en castellano (2,9%). Se produce un descenso para euskera del 8,7%.

Tabla 17. EVOLUCIÓN DE LA EDICIÓN EN LAS LENGUAS OFICIALES (2001-2005)

	2001		2002		2003		2004		2005		2005/2004
Total	60.267		62.337		65.824		67.822		69.598		2,6
Castellano	46.978	77,9	48.759	78,2	50.744	77,1	52.707	77,7	54.248	77,9	2,9
Catalán	9.045	15,0	9.446	15,2	10.373	15,8	10.151	15,0	10.861	15,6	7,0
Euskera	1.326	2,2	1.342	2,2	1.487	2,3	1.681	2,5	1.534	2,2	-8,7
Gallego	1.354	2,3	1.394	2,2	1.588	2,4	1.547	2,3	1.706	2,5	10,3
Otras	1.564	2,6	1.396	2,2	1.632	2,5	1.736	2,6	1.249	1,8	-28,1

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 en donde se habla cada una de dichas lenguas. Así, el 82,0% de la producción de títulos en catalán se produce en Cataluña, el 87,4% de los títulos en euskera provienen de Euskadi y el 79,1% de la producción en gallego procede de Galicia.

Tabla 18. EDICIÓN EN LAS LENGUAS OFICIALES
(Según gremio)

Absolutos	Títulos editados	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Títulos editados	69.598	28.919	30.709	3.059	2.934	1.625	2.352
Castellano	54.248	26.504	21.548	1.608	2.838	271	1.479
Catalán	10.861	1.175	8.909	28	70	4	675
Euskera	1.534	182	11	1.341	0	0	0
Gallego	1.706	279	70	0	2	1.349	6
Otras	1.249	779	171	82	24	1	192

% horizontales	Títulos editados	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Títulos editados	69.598	41,6	44,1	4,4	4,2	2,3	3,4
Castellano	54.248	48,9	39,7	3,0	5,2	0,5	2,7
Catalán	10.861	10,8	82,0	0,3	0,6	0,0	6,2
Euskera	1,534	11,8	0,7	87,4	0,0	0,0	0,0
Gallego	1.706	16,3	4,1	0,0	0,1	79,1	0,3
Otras	1.249	62,4	13,7	6,5	1,9	0,1	15,4

% 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	77,9	91,7	70,2	52,6	96,7	16,7	62,9
Catalán	15,6	4,1	29,0	0,9	2,4	0,3	28,7
Euskera	2,2	0,6	0,0	43,9	0,0	0,0	0,0
Gallego	2,5	1,0	0,2	0,0	0,1	83,0	0,2
Otras	1,8	2,7	0,6	2,7	0,8	0,1	8,2

El libro de bolsillo

Aunque no hay una definición exacta de qué se entiende por libro de bolsillo, podemos entender como sus características más determinantes el de tener un formato más pequeño que el de las ediciones principales, lo que se traduce en una mayor manejabilidad, acompañado de un precio más reducido.

Los libros editados en este formato representan el 7,7% de los títulos editados y el 13,5% de los ejemplares. En el año 2005 se editaron en libros de bolsillo 5.378 títulos y 43.353.034 ejemplares.

Tanto para títulos como para ejemplares se registra un crecimiento respecto al año anterior. En concreto se han editado 347 títulos y 6,0 millones de ejemplares más que en 2004. La tirada media también es más elevada, pasando de 7.406 a 8.061.

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

Absolutos	2001	2002	2003	2004	2005
Títulos editados	3.956	3.610	4.486	5.031	5.378
Ejemplares editados	32.000.718	30.297.527	23.935.958	37.261.117	43.353.034
Tirada media	8.089	8.393	5.335	7.406	8.061

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

Absolutos	Total	Grande	Mediana	Pequeña
Títulos editados	5.378	1.331	3.425	622
Ejemplares editados	43.353.034	12.969.892	27.990.201	2.392.941
Tirada media	8.061	9.743	8.173	3.846

En Madrid se editaron el 38,2% de los títulos y se produjeron el 61,6% de los ejemplares. En Cataluña los porcentajes fueron del 61,0% y 37,5% respectivamente.

El número de títulos vendidos en 2005 asciende a 13.334 y de ejemplares a 28.498.249, lo que supone casi el 66% de los ejemplares producidos.

En el año 2005 se ha facturado por la venta de libros de bolsillo en el mercado interior 155,28 millones de euros, un 13,3% más que el año anterior. La facturación por libros de bolsillo representa un 5,3% de la facturación total de las editoriales agremiadas.

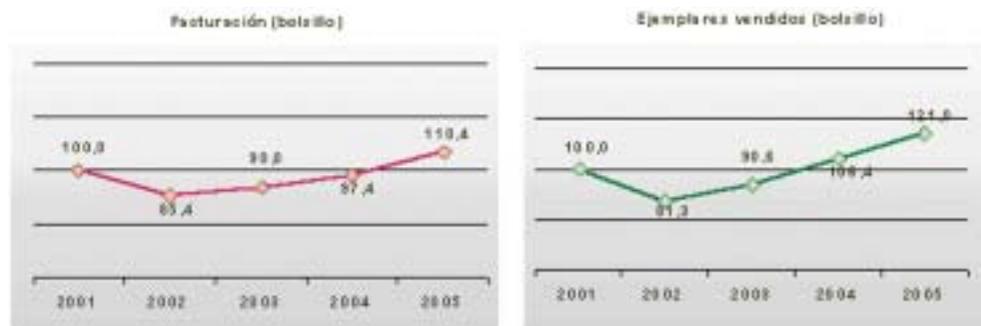
El precio medio resultante ha sido de 5,45 euros.

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

Absolutos	Total	Grande	Mediana	Pequeña
Títulos vendidos	13.334	2.017	8.678	2.639
Ejemplares vendidos	28.498.249	10.220.486	17.031.391	1.246.372
Venta media por título	2.137	5.067	1.963	472
Facturación (mill. €)	155,28	79,74	67,58	7,96
Precio medio	5,45	7,80	3,97	6,39

Al referirnos a títulos vendidos de libros de bolsillo, en realidad se están considerando tanto los títulos editados en 2005 (5.378 títulos) como los títulos editados en años anteriores en este formato; por tanto, el número de títulos vendidos es siempre superior al de títulos editados.

La evolución en los últimos cinco años de la facturación y el número de ejemplares vendidos de libros de bolsillo ha sido:



El aumento en el número de ejemplares ha sido mayor que el de la facturación, lo que se traduce en que el precio medio ha bajado de 5,97 euros en 2001 a los 5,45 de 2005.

Facturación de libros de bolsillo por materias

Los libros de Literatura representan el 88,0% de las ventas de libros en este formato y Divulgación general el 6,1%.

El precio medio que se ha obtenido este año para los libros de bolsillo es de 5,5 euros, alcanzando desde los 8,7 euros entre los libros de Ciencias sociales y Humanidades a 5,4 euros en los libros de Literatura.

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

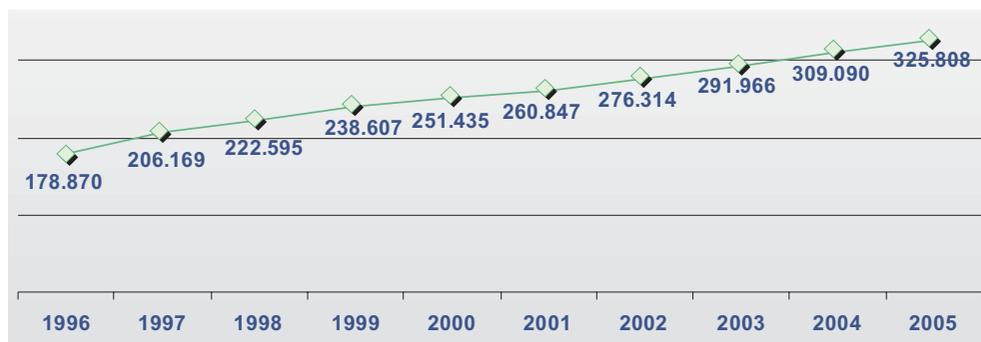
	Cifra de facturación (millones de €)				Ejemplares vendidos				Precio medio (€/ejem.)
	2003	2004	2005	2005/04	2003	2004	2005	2005/04	2005
Total	126,59	137,01	155,28	13,3	21.349.185	25.054.780	28.498.249	13,7	5,45
Literatura	102,74	122,77	136,55	11,2	18.557.132	22.508.105	25.442.107	13,0	5,37
Infantil y juvenil	1,33	2,31	2,44	5,6	194.575	274.571	438.454	59,7	5,57
Ciencias sociales y Humanidades	4,05	4,50	2,99	-33,5	365.336	855.682	345.087	-59,7	8,66
Libros prácticos	8,28	2,09	3,77	80,2	757.879	440.910	619.058	40,4	6,09
Divulgación general	9,77	5,27	9,53	80,9	1.399.425	958.888	1.653.543	72,4	5,76
Otras materias	0,42	0,07	-	-100,0	74.838	16.623	-	-100,0	-

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.

- Para el año 2005 el total de títulos vivos en catálogo de las empresas privadas asociadas a los gremios de editores de España es de 325.808, lo que representa un 5,4% más que el año anterior y un 82,1% más que en 1996.
- El fondo de catálogo resulta ser 4,7 veces la producción editorial total (69.598 títulos) y 9,3 veces la producción de novedades (35.046 títulos).

TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO



Evolución interanual	3,8%	15,3%	8,0%	7,2%	5,4%	3,7%	5,9%	5,7%	5,9%	5,4%
Variación respecto a 1996	100,0%	115,3%	124,4%	133,4%	140,6%	145,8%	154,5%	163,2%	172,8%	182,1%

Como puede apreciarse en las siguientes tablas, se registra 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 medianas.

**Tabla 21. EVOLUCIÓN DE TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO
(Según tamaño) 1996-2005**

Absolutos	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Variación 2005/2004
Total	178.870	206.169	222.595	238.607	251.435	260.847	276.314	291.966	309.090	325.808	5,4
Grande	41.590	40.376	43.860	54.129	60.339	65.530	60.479	71.677	80.395	85.427	6,3
Mediana	59.220	72.581	77.450	82.354	85.217	81.998	87.003	90.551	93.212	101.484	8,9
Pequeña	78.060	93.212	101.285	102.124	105.879	113.319	128.832	129.738	135.483	138.897	2,5

% verticales	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Diferencia 2005-2004
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Grande	23,3	19,6	19,7	22,7	24,0	25,1	21,9	24,5	26,0	26,2	0,2
Mediana	33,1	35,2	34,8	34,5	33,9	31,4	31,5	31,0	30,2	31,1	0,9
Pequeña	43,7	45,2	45,5	42,8	42,1	43,4	46,6	44,5	43,8	42,6	-1,2

El crecimiento del número medio de títulos en catálogo es de un 2,0%.

**Tabla 22. MEDIA DE TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO
(Según tamaño) 2001-2005**

	Media global	Tamaño de la editorial		
		Grande	Mediana	Pequeña
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
Año 2005	450	2.848	860	241

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) 1996-2005**

Absolutos	Años										Variación 2005/2004
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Total	178.870	206.169	222.595	238.607	251.435	260.847	276.314	291.966	309.090	325.808	5,4
Madrid	82.840	92.840	94.888	102.942	111.953	108.810	116.278	125.818	134.469	139.104	3,4
Cataluña	82.790	97.270	105.257	110.676	111.816	121.896	121.127	122.964	129.071	136.556	5,8
Euskadi	6.680	7.695	8.048	8.802	8.526	9.828	13.539	13.805	14.722	15.444	4,9
Andalucía	2.610	3.372	3.850	5.326	6.698	6.994	8.545	10.255	10.736	13.045	21,5
Galicia	3.950	4.992	5.791	4.833	4.358	5.445	5.835	6.967	7.861	9.050	15,1
Valencia	-	-	4.761	6.026	8.084	7.874	10.990	12.157	12.231	12.609	3,1

	Variación porcentual de los títulos vivos en catálogo (base: 1996; base Valencia: 1998)									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Total	100,0	115,3	124,4	133,4	140,6	145,8	154,5	163,2	172,8	182,1
Madrid	100,0	112,1	114,5	124,3	135,1	131,3	140,4	151,9	162,3	167,9
Cataluña	100,0	117,5	127,1	133,7	135,1	147,2	146,3	148,5	155,9	164,9
Euskadi	100,0	115,2	120,5	131,8	127,6	147,1	202,7	206,7	220,4	231,2
Andalucía	100,0	129,2	147,5	204,1	256,6	268,0	327,4	392,9	411,3	499,8
Galicia	100,0	126,4	146,6	122,4	110,3	137,8	147,7	176,4	199,0	229,1
Valencia	-	-	100,0	126,6	169,8	165,4	230,8	255,3	256,9	264,8

**Tabla 24. MEDIA DE TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO
(Según gremio) 2001-2005**

	Media global	Gremio					
		Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
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
Año 2005	450	497	525	343	192	292	315

Los títulos en catálogo según las materias

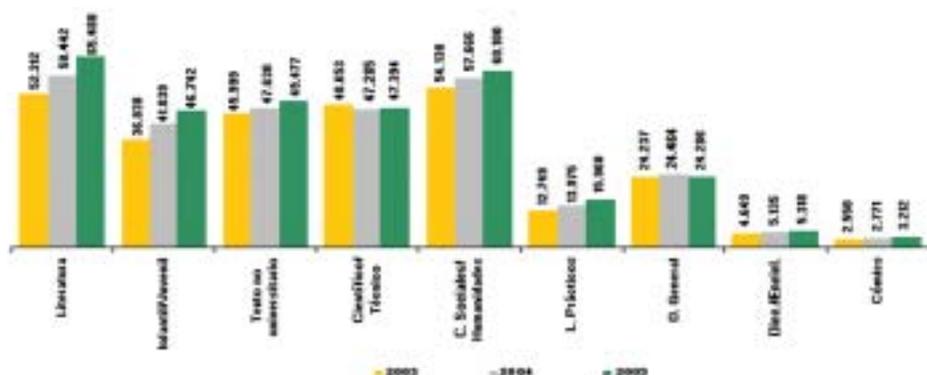
Han aumentado sus títulos vivos en catálogo principalmente Cómics, Libros prácticos, Literatura e Infantil y juvenil.

Tabla 25. TÍTULOS VIVOS EN CATÁLOGO (Según materia)

	2001	2002	2003	2004	2005	Variación		Diferencia* 2005-2004
	%	%	%	%	Nº títulos	%	2005/2004	
Total	260.847	276.314	291.966	309.090	325.808	100,0	5,4	
Literatura	19,2	18,8	17,9	18,9	65.480	20,1	12,0	1,2
Infantil y juvenil	13,0	13,1	12,6	13,5	46.742	14,3	11,7	0,8
Texto no universitario	17,6	16,4	15,8	15,4	49.476	15,2	3,9	-0,2
• Educación infantil	1,9	1,6	1,7	1,7	5.357	1,6	0,0	-0,1
• Educación primaria	5,1	4,4	4,0	3,9	12.883	4,0	6,3	0,1
• E.S.O.	6,0	4,9	4,3	4,2	12.950	4,0	-0,2	-0,2
• Bachiller	1,9	1,6	1,6	1,6	4.898	1,5	-0,1	-0,1
• F.P.	0,3	0,3	0,5	0,5	1.487	0,5	-4,2	0,0
• Libros y materiales complem.	2,4	3,6	3,7	3,5	11.901	3,7	11,0	0,2
Universitario Científico/Técnico	13,3	13,6	16,7	15,3	47.394	14,5	0,2	-0,8
Ciencias sociales/Humanidades	17,0	19,5	18,5	18,7	60.100	18,4	4,2	-0,3
Libros prácticos	4,4	4,5	4,4	4,5	15.960	4,9	14,2	0,4
Divulgación general	8,8	8,3	8,3	7,9	24.286	7,5	-0,7	-0,4
Diccionarios /Enciclopedias	2,3	2,0	1,6	1,7	5.318	1,6	3,6	-0,1
Cómics	0,7	0,7	0,9	0,9	3.212	1,0	15,9	0,1
Otras materias	3,7	3,1	3,4	3,2	7.840	2,4	-20,7	-0,8

* En puntos porcentuales.

Se detalla en el gráfico siguiente la evolución de los títulos en catálogo de las principales materias en los tres últimos años.

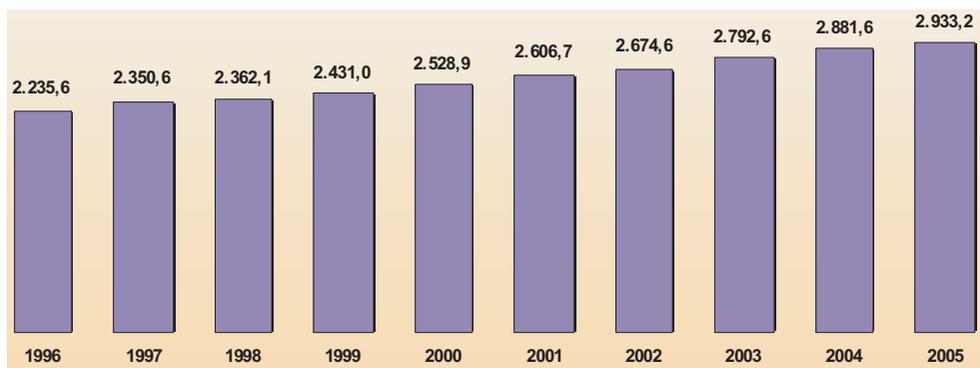


La venta de libros en el mercado interior

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 del estudio y aportan información sobre la situación de la industria del libro.

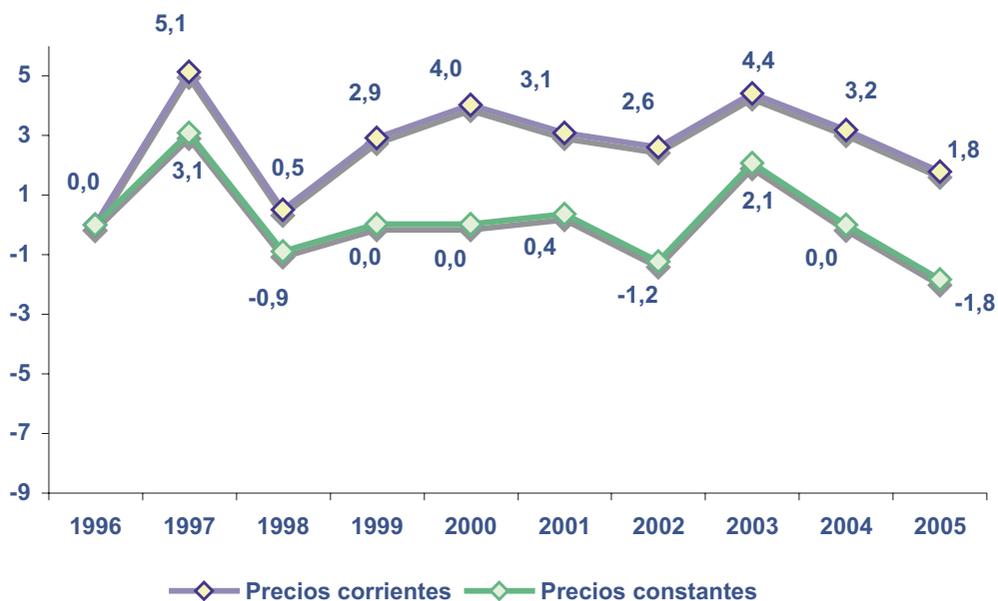
- **En 2005 la cifra de facturación obtenida por ventas de libros en el mercado interior, calculada a precios de tapa, I.V.A. incluido, ha sido de 2.933,23 millones de euros. Respecto al año anterior, el crecimiento es de 1,8% en euros corrientes.**
- Siendo el número de ejemplares vendidos de 230.626.086 (un 2,7% menos que en 2004), se obtiene un precio medio por ejemplar de 12,72 euros.
- Son las editoriales asociadas a los gremios de Andalucía, Valencia y Madrid las que han aumentado su facturación respecto al ejercicio anterior.
- Literatura, con un 21,4%, y Libros de texto, con un 23,8%, son las materias que alcanzan mayor cuota de participación respecto al total. Con un porcentaje bastante más bajo se encuentran Ciencias sociales y Humanidades (10,5%), Infantil y juvenil (9,6%), Diccionarios/Enciclopedias (7,6%), Divulgación general (7,2%), Científico/Técnico (6,5%) y Libros prácticos (6,1%). Han aumentado su facturación en esta edición fundamentalmente Ciencias sociales y Humanidades y Divulgación general.

CIFRA DE FACTURACIÓN DE COMERCIO INTERIOR EN LA ÚLTIMA DÉCADA (1996-2005)



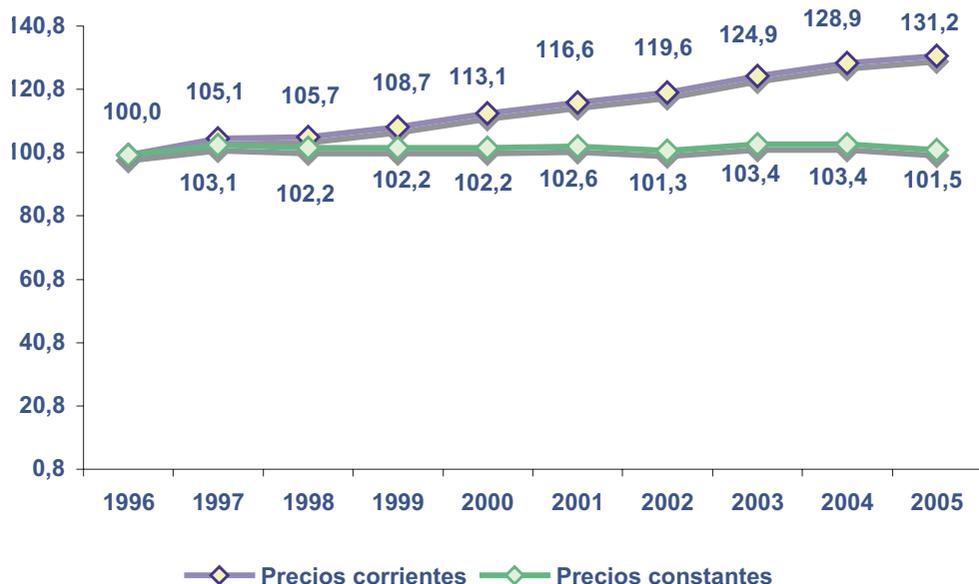
El aumento a precios corrientes respecto a 2004 ha sido del 1,8%. Sin embargo, considerando la evolución a precios constantes, resulta un descenso del -1,8%.

CIFRA DE FACTURACIÓN. TASA DE VARIACIÓN INTERANUAL



Mientras que en los últimos diez años el incremento experimentado a precios corrientes, IVA incluido, es del 31,2%, a precios constantes y eliminando el efecto de la inflación y del IVA, se ha ganado únicamente un 1,5%.

CIFRA DE FACTURACIÓN. TASA DE VARIACIÓN RESPECTO A 1996



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, resultando que las 30 empresas grandes suponen el 63,2% del total de la cifra de facturación global. El grupo de empresas grandes ha aumentado respecto a 2004 un 3,5%.

Tabla 26. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR (Según tamaño) (1996-2005). Absolutos (en millones de euros)

Absolutos	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Variación 2005/2004
Total	2.236	2.351	2.362	2.431	2.529	2.607	2.675	2.793	2.882	2.933	1,8
Grande	1.373	1.440	1.449	1.567	1.627	1.648	1.690	1.809	1.792	1.854	3,5
Mediana	622	668	649	610	637	679	687	699	803	794	-1,2
Pequeña	241	243	264	254	265	279	298	285	286	285	-0,2

**Tabla 27. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según tamaño) (1996-2005). Porcentajes verticales**

% verticales	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Grande	61,4	61,3	61,3	64,5	64,3	63,2	63,2	64,8	62,2	63,2	1,0
Mediana	27,8	28,4	27,5	25,1	25,2	26,0	25,7	25,0	27,9	27,1	-0,8
Pequeña	10,8	10,3	11,2	10,4	10,5	10,7	11,1	10,2	9,9	9,7	-0,2

La tabla siguiente refleja el crecimiento que han experimentado.

**Tabla 28. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según tamaño). Evolución desde 1996**

	Variación porcentual de la cifra de facturación									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Total	100,0	105,1	105,6	108,7	113,1	116,6	119,6	124,9	128,9	131,2
Grande	100,0	104,9	105,5	114,1	118,5	120,0	123,1	131,8	130,5	135,0
Mediana	100,0	107,4	104,3	98,1	102,4	109,2	110,5	112,4	129,1	127,6
Pequeña	100,0	100,8	109,5	105,4	110,0	115,8	123,7	118,3	118,7	118,4

**Tabla 29. CIFRA MEDIA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según tamaño) (1996-2005) En miles de euros**

	Total	Grande	Mediana	Pequeña
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
2005	4.051	61.803	6.726	496

	2003	2004	2005
Grande:	29	29	30
• 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	15	12	11
• Empresas que facturan de 18,1 a 30,0 millones de euros al año	5	8	10
Mediana:	113	116	118
• Empresas que facturan de 12,1 a 18,0 millones de euros al año	19	17	19
• Empresas que facturan de 6,1 a 12,0 millones de euros al año	28	34	30
• Empresas que facturan de 4,51 a 6,0 millones de euros al año	18	11	15
• Empresas que facturan de 2,41 a 4,5 millones de euros al año	48	54	54
Pequeña:	557	556	576
• Empresas que facturan de 1,21 a 2,4 millones de euros al año	75	87	74
• Empresas que facturan de 0,61 a 1,2 millones de euros al año	101	85	102
• Empresas que facturan de 0,31 a 0,6 millones de euros al año	81	83	87
• Empresas que facturan menos de 0,3 millones de euros al año	300	301	313
Total	699	701	724

Facturación por gremios

La facturación ha aumentado más en los gremios de Andalucía (7,6% respecto a 2004), Valencia (3,8%) y Madrid (3,3%). Hay que mencionar que en Madrid ha aumentado también el número de empresas. En el gremio de Euskadi la cifra de facturación ha disminuido respecto al año anterior.

Tabla 30. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según gremio) (1996-2005). Absolutos (en millones de euros)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Variación 2005/2004
Total	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	2.933,23	1,8
Madrid	816,18	862,48	857,14	892,74	965,62	1.035,65	1.122,23	1.052,81	1.146,26	1.183,63	3,3
Cataluña	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	1.569,31	0,9
Euskadi	42,43	44,75	49,97	50,64	47,75	55,58	54,36	75,16	85,02	81,15	-4,5
Andalucía	14,36	18,28	20,25	23,10	21,48	25,71	29,12	35,84	42,91	46,16	7,6
Galicia	16,52	19,12	17,41	19,18	18,88	21,29	18,18	15,67	22,48	22,65	0,7
Valencia	-	-	21,12	22,75	24,25	22,80	24,54	29,45	29,23	30,33	3,8

**Tabla 31. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según gremio) (1996-2005) Porcentajes verticales**

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Madrid	36,5	36,7	36,3	36,7	38,2	39,7	42,0	37,7	39,8	40,4	0,6
Cataluña	60,2	59,8	59,1	58,5	57,4	55,5	53,3	56,7	54,0	53,4	-0,6
Euskadi	1,9	1,9	2,1	2,1	1,9	2,1	2,0	2,7	3,0	2,8	-0,2
Andalucía	0,6	0,8	0,9	1,0	0,8	1,0	1,1	1,3	1,5	1,6	0,1
Galicia	0,8	0,8	0,7	0,8	0,7	0,8	0,7	0,6	0,8	0,8	0,0
Valencia	-	-	0,9	0,9	1,0	0,9	0,9	1,1	1,0	1,0	0,0

**Tabla 32. CIFRA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según gremio) Evolución desde 1996**

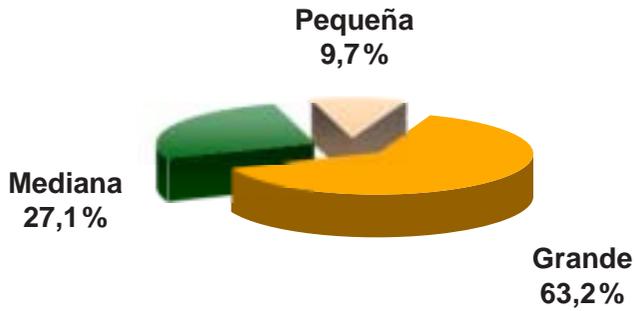
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Total	100,0	105,1	105,7	108,7	113,1	116,6	119,6	124,9	128,9	131,2
Madrid	100,0	105,7	105,0	109,4	118,3	126,9	137,5	129,0	140,4	145,0
Cataluña	100,0	104,4	103,7	105,7	107,8	107,4	105,9	117,6	115,6	116,6
Euskadi	100,0	105,5	117,8	119,3	112,5	131,0	128,1	177,1	200,4	191,3
Andalucía	100,0	127,3	141,0	160,9	149,6	179,0	202,8	249,6	298,8	321,5
Galicia	100,0	115,7	105,4	116,1	114,3	128,9	110,0	94,9	136,1	137,1
Valencia	-	-	100,0	100,0	111,1	100,0	100,0	122,2	111,1	114,9

**Tabla 33. CIFRA MEDIA DE FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR
(Según gremio) (1996-2005). En miles de euros**

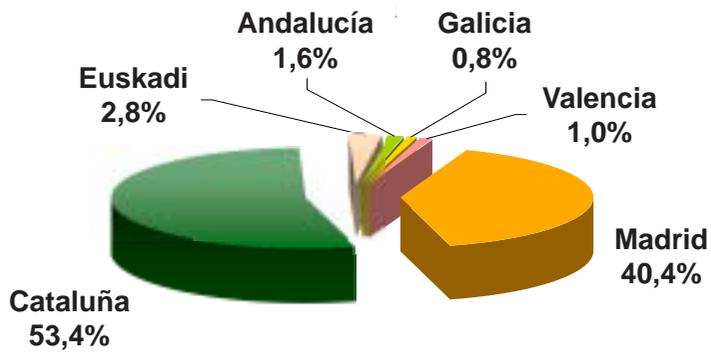
	Total	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
1996	3.868	3.201	5.680	1.463	479	612	-
1997	3.872	3.292	5.762	1.443	416	735	-
1998	3.785	3.151	5.891	1.666	506	829	880
1999	3.902	3.246	6.526	1.535	513	872	758
2000	3.803	3.511	5.804	1.364	448	821	713
2001	3.794	3.780	5.539	1.588	485	852	585
2002	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
2005	4.051	4.227	6.036	1.803	679	731	758

CUOTA DE MERCADO EN 2005 SEGÚN CIFRA DE FACTURACIÓN
EN EL MERCADO INTERIOR (A precio de tapa —IVA incluido—)

Según tamaño



Según el gremio



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 2004 ha sido:

- Ciencias sociales y Humanidades es la que experimenta el mayor crecimiento (13,8%). También aumentan Divulgación general, con un 4,0%; Infantil y juvenil, con un 2,6%; Cómicos, con un 2,2%; Texto no universitario (1,3%), y Libros prácticos, con un 1,2%.
- Disminuyen Científico-Técnico y Universitario un 16,6% y Diccionarios/Enciclopedias el 2,4%.

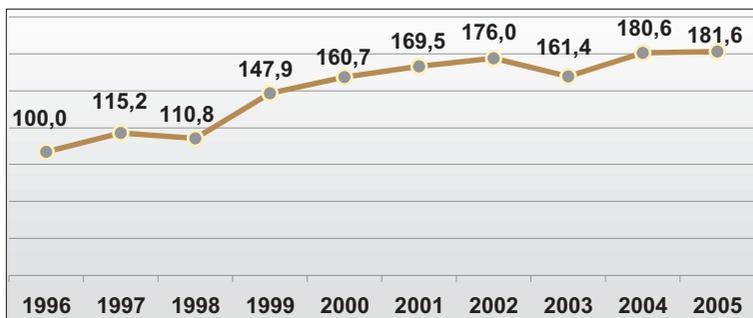
Tabla 34. CIFRA DE FACTURACIÓN
(Según materia) (2001-2005). Absolutos (en millones de euros)

	2001	2002	2003	2004	2005	Variación	
	Millones de €			Mills. €	%	2005/2004	
Total	2.606,70	2.674,64	2.792,61	2.881,60	2.933,23	100,0	1,8
Literatura	586,48	608,56	558,49	624,74	628,46	21,4	0,6
Infantil y juvenil	234,02	245,43	272,29	274,73	281,75	9,6	2,6
Texto no universitario	546,86	624,58	680,21	689,86	698,84	23,8	1,3
• Educación infantil	59,95	75,01	76,46	91,86	91,64	3,1	-0,2
• Educación primaria	191,53	206,95	240,42	239,98	253,68	8,6	5,7
• E.S.O.	200,49	212,76	213,50	215,50	201,46	6,9	-6,5
• Bachiller.	52,53	61,62	67,73	66,11	63,39	2,2	-4,1
• F.P.	10,42	11,04	17,40	16,39	15,58	0,5	-4,9
• Libros y materiales complem.	31,94	57,21	64,72	60,02	73,09	2,5	21,8
Universitario Científico/Técnico	204,71	221,07	243,02	227,10	189,45	6,5	-16,6
Ciencias sociales/Humanidades	224,37	210,66	216,20	270,98	308,39	10,5	13,8
Libros prácticos	182,18	188,90	182,86	177,49	179,57	6,1	1,2
Divulgación general	259,23	227,78	192,62	203,72	211,84	7,2	4,0
Diccionarios/Enciclopedias	200,27	182,21	254,16	229,27	223,84	7,6	-2,4
Cómicos	111,47	94,06	88,28	96,65	98,79	3,4	2,2
Otras materias	57,12	71,39	104,48	87,06	112,30	3,8	29,0

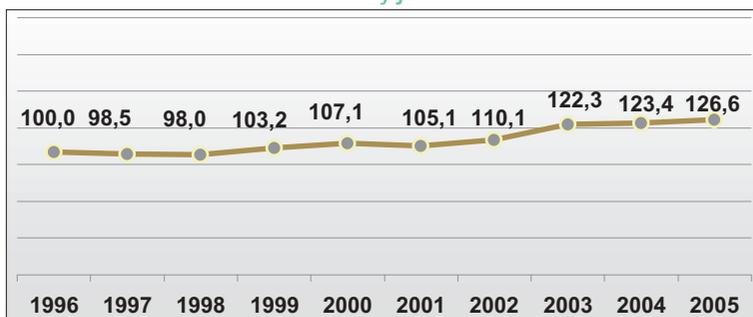
En los gráficos siguientes se presenta la evolución de la facturación por materias en los últimos 10 años:

EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN POR MATERIAS (1996-2005)

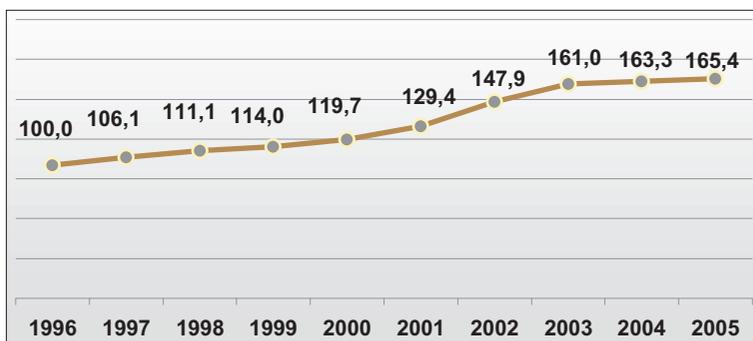
Literatura



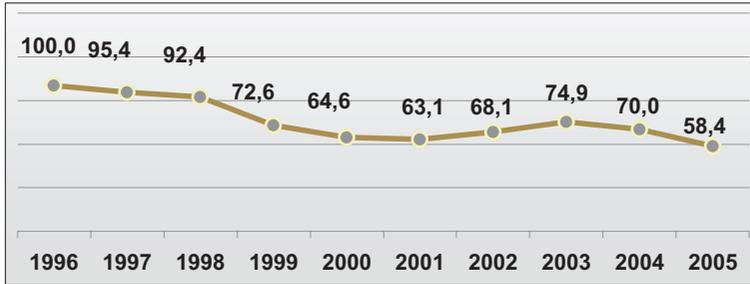
Infantil y juvenil



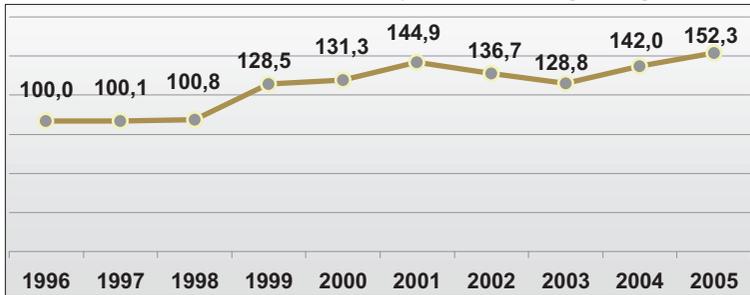
Texto no universitario



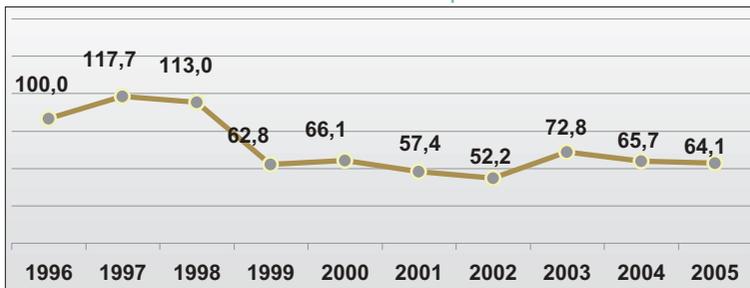
Científico/Técnico + Universitario



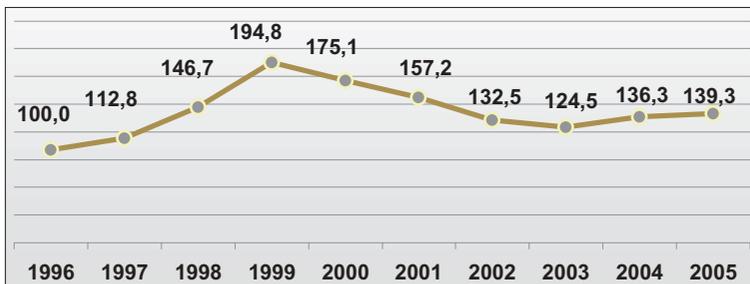
C. Sociales/Humanidades + Libros prácticos + Divulgación general



Diccionarios/Enciclopedias



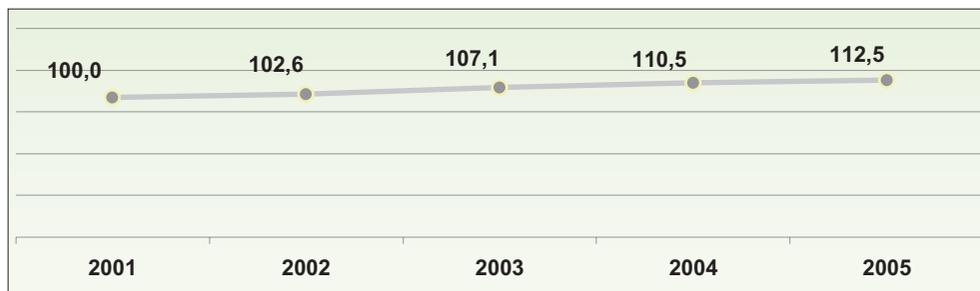
Cómics



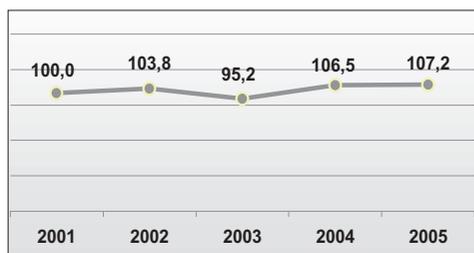
Debido a que las materias de Ciencias sociales y Humanidades, Libros prácticos y Divulgación general no se contemplaron por separado hasta 1998 y a la conveniencia de disponer de una referencia temporal más cercana, se refleja a continuación la evolución a precios corrientes, en los últimos cinco años, de la facturación total y para las distintas materias.

EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN TOTAL Y POR MATERIAS (2001-2005)

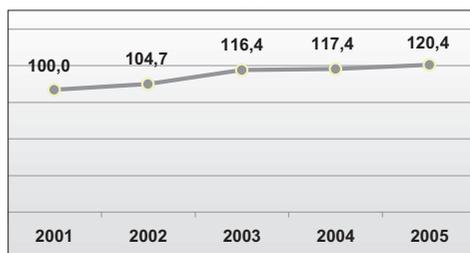
Facturación total (2001-2005)



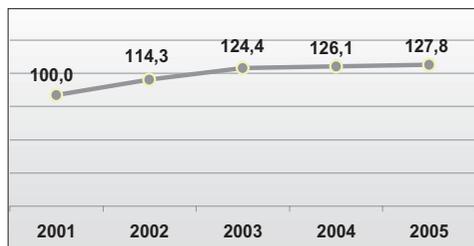
Literatura



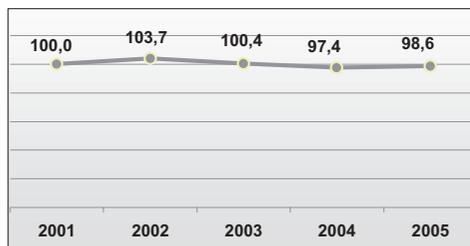
Infantil y juvenil



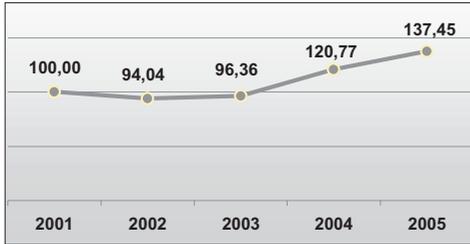
Texto no universitario



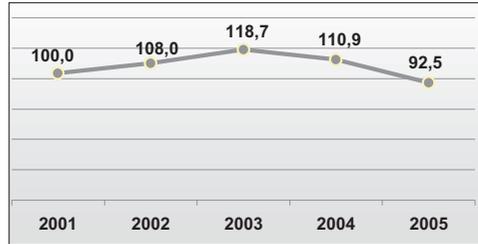
Libros prácticos



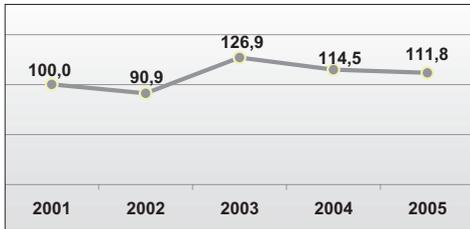
Ciencias Sociales/Humanidades



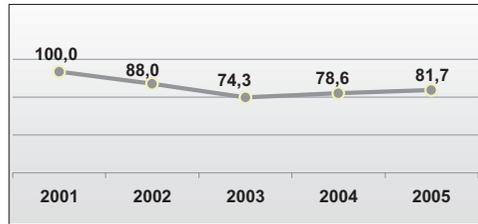
Científico-Técnico + Universitario



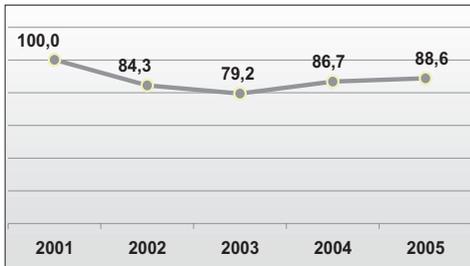
Diccionarios/Enciclopedias



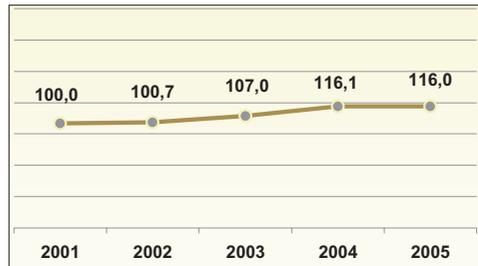
Divulgación general



Cómics



Científico-Técnico + C. Sociales/Humanidades



Nota.—A efectos prácticos, se unen Ciencias sociales/Humanidades y Libro Universitario y Científico-Técnico para comparar posteriormente con el número de ejemplares vendidos de los mismos.

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.

En el año 2005 el total de ejemplares vendidos fue de 230.626.086. A partir de este dato y de la cifra de facturación de 2.933,23 millones de euros, se obtiene un precio medio por ejemplar de 12,72 euros.

El precio medio por ejemplar de 12,72 euros es superado en Diccionarios/Enciclopedias, Ciencias sociales y Humanidades, Libros Científico-Técnicos y Universitarios, 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	2.933.230	230.626.086	12,72
Literatura	628.458	68.141.339	9,22
Infantil y juvenil	281.745	39.806.585	7,08
Texto no universitario	698.841	51.607.830	13,54
Científico-Técnico / Universitario	189.453	8.756.470	21,64
Ciencias sociales y Humanidades	308.393	14.208.900	21,70
Libros prácticos	179.572	11.939.582	15,04
Divulgación general	211.842	18.704.195	11,53
Diccionarios / Enciclopedias	223.840	5.053.176	44,30
Cómics	98.785	7.881.700	12,53
Otros	112.302	4.526.309	24,81

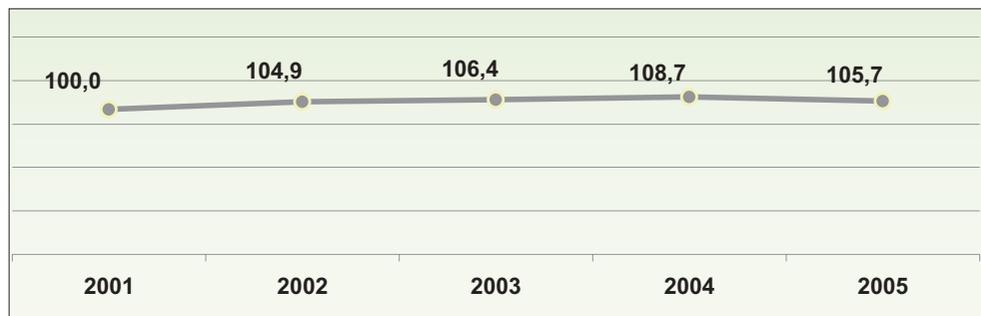
Los precios que se obtienen para las materias de enseñanza se reflejan en la siguiente tabla:

	Facturación (miles de €)	Ejemplares vendidos	Precio medio
Texto no universitario	698.841	51.607.830	13,54
Educación infantil	91.645	6.461.109	14,18
Educación primaria	253.680	18.003.862	14,09
E.S.O.	201.455	10.860.926	18,55
Bachillerato	63.393	2.946.419	21,52
FP	15.580	677.725	22,99
Libros y materiales complementarios	73.088	12.657.789	5,77

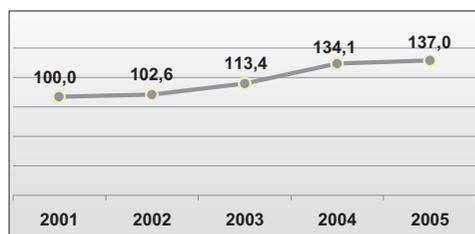
La evolución, en los últimos cinco años, del número de ejemplares vendidos, en general y para las distintas materias, es:

EVOLUCIÓN DE LOS EJEMPLARES VENDIDOS TOTAL Y POR MATERIAS (2001-2005)

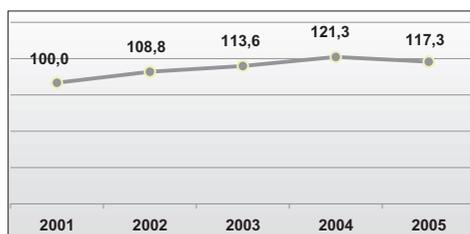
Ejemplares vendidos (2001-2005)



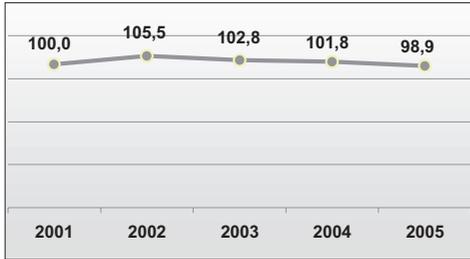
Literatura



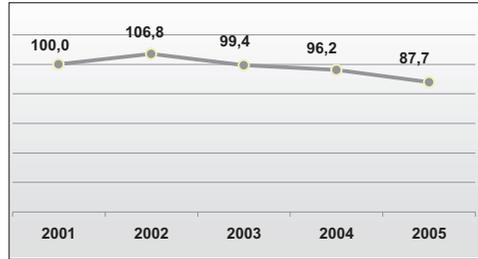
Infantil y juvenil



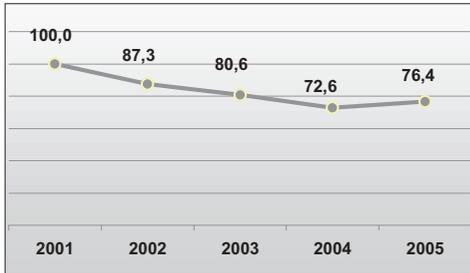
Texto no universitario



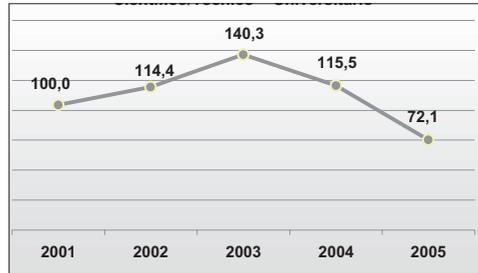
Libros prácticos



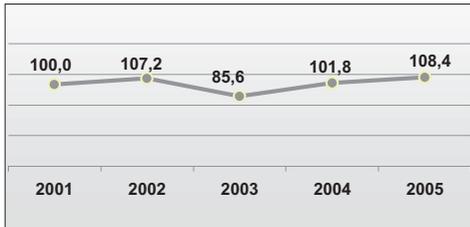
Ciencias Sociales/Humanidades



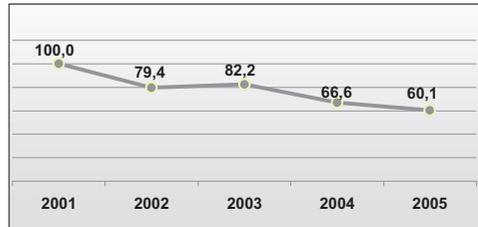
Científico-Técnico + Universitario



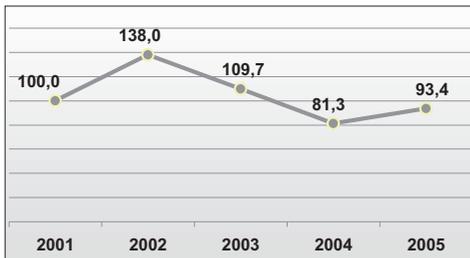
Divulgación general



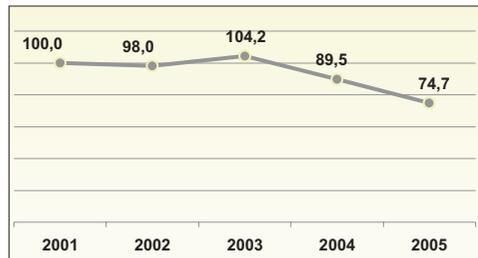
Diccionarios/Enciclopedias



Cómics



Científico-Técnico + C. Sociales/Humanidades



Comparando la evolución de la facturación y de los ejemplares vendidos en estos cinco años, se observa que mientras que la facturación ha aumentado un 12,5%, los ejemplares han tenido un aumento del 5,7%. Esto ha motivado que el precio medio haya pasado de 11,95 euros en 2001 a 12,72 en 2005. El aumento sería de 0,77 euros, un 6,4%, que es evidentemente mucho menor que la inflación en estos cinco años.

La disparidad de comportamiento entre las distintas materias hace necesario matizar lo apuntado anteriormente, y así se obtiene que:

Literatura aumenta su facturación en un 7,2% y el número de ejemplares vendidos en un 37,0%, lo que hace que su precio medio haya bajado 2,57 euros. La influencia del aumento de la venta de los libros de bolsillo es aquí evidente.

Infantil y juvenil aumenta un porcentaje similar en la facturación y en los ejemplares vendidos (20,4% y 17,3%, respectivamente), lo que indica un precio ligeramente superior.

Texto no universitario aumenta un 27,8% la facturación y se mantiene prácticamente en número de ejemplares vendidos.

Científico-Técnico y Ciencias sociales y Humanidades, consideradas conjuntamente, han aumentado su facturación un 16,0%, mientras que los ejemplares vendidos han disminuido un 25,3%.

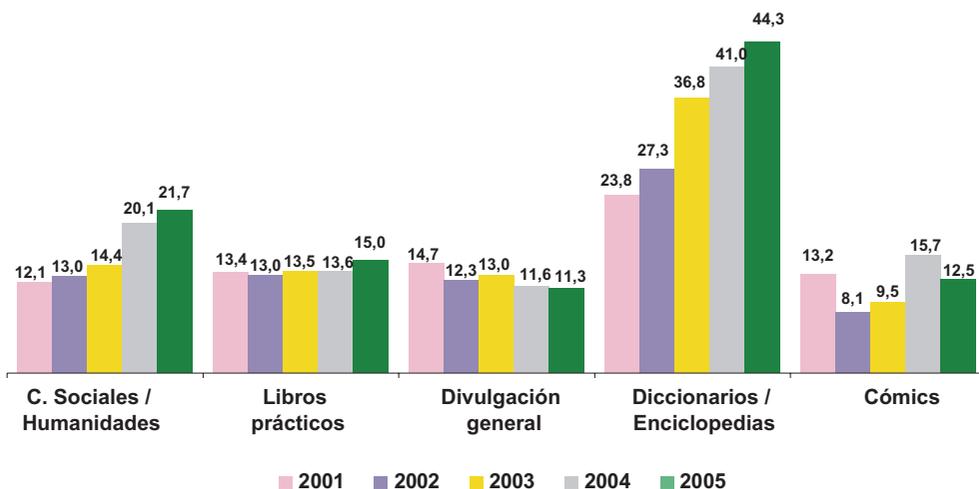
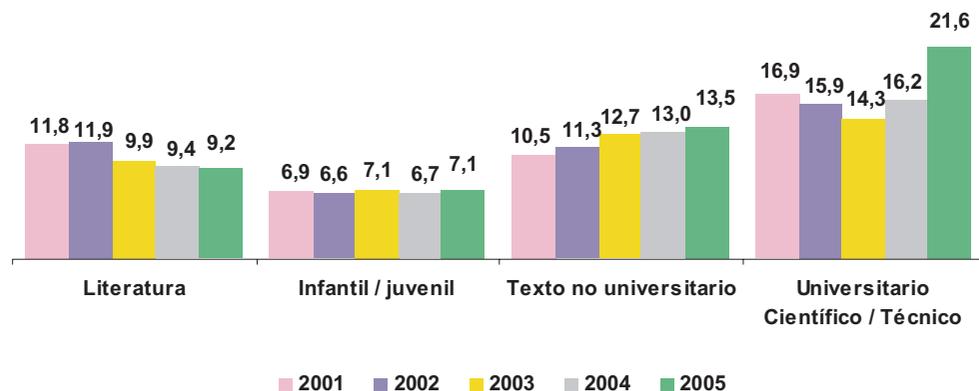
El precio medio obtenido para cada una de las materias en los cinco últimos años a partir de la cifra de facturación global y del número de ejemplares vendidos de cada una de ellas es:

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

	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Global (en euros)	11,95	11,80	12,03	12,16	12,72	0,56
Literatura	11,79	11,93	9,91	9,37	9,22	-0,15
Infantil y juvenil	6,89	6,64	7,06	6,67	7,08	0,41
Texto no universitario	10,48	11,34	12,68	12,98	13,54	0,56
Universitario Científico/Técnico	16,86	15,91	14,27	16,20	21,64	5,44
Ciencias sociales y Humanidades	12,06	12,96	14,42	20,07	21,70	1,63
Libros prácticos	13,39	13,00	13,52	13,56	15,04	1,48
Divulgación general	14,72	12,32	13,04	11,59	11,33	-0,26
Diccionarios/Enciclopedias	23,82	27,27	36,75	40,95	44,30	3,35
Cómics	13,20	8,08	9,54	15,69	12,53	-3,16
Otras	14,84	16,31	14,80	14,20	24,81	10,61

La evolución de los precios medios por materias permite destacar un descenso de los precios de Literatura, Divulgación general y Cómics, en tanto tienden a aumentar los de Ciencias sociales/Humanidades, Científico-Técnico/Universitario, Texto no universitario y Diccionarios/Enciclopedias.

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 2005 un 48,8% de cuota de mercado, un porcentaje algo inferior al del ejercicio anterior (49,2%).
- Las ventas en hipermercados suponen el 9,8% de las ventas, con una disminución de 0,4 puntos porcentuales respecto a 2004.
- Las ventas a crédito suponen el 9,6% de las ventas, 0,2 puntos menos que en el ejercicio anterior.
- Los quioscos suponen el 5,3% de las ventas, con 0,2 puntos más que en 2004.
- Las ventas a empresas e instituciones participan con un 8,6% del total, 0,3 puntos más que en 2004. 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 4,0% de la facturación total; sumadas ambas, aumentaría 0,5 puntos su cuota.
- Las ventas a través de Internet representan el 0,8% del total (0,9% en 2005).
- La venta telefónica alcanza al 3,1% (0,6 puntos menos que en 2004).

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, así como a empresas e instituciones.
- En las *pequeñas*, destacan en las ventas a través de librerías y bibliotecas.

Las tablas siguientes reflejan, a lo largo de los últimos cinco 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) (2001-2005)

	2001	2002	2003	2004	2005	2005/2004
Total facturación (millones de euros)	2.606,70	2.674,64	2.792,61	2.881,60	2.933,23	1,8
Librerías	937,10	1.031,10	1.028,62	998,79	960,53	-3,8
Cadenas de librerías	286,60	312,60	409,63	417,31	471,53	13,0
Hipermercados	196,14	285,60	272,30	293,55	287,91	-1,9
Quioscos	177,93	147,10	136,17	148,24	156,47	5,5
Empresas e Instituciones	216,90	178,00	160,11	238,62	250,88	5,1
Bibliotecas	20,30	15,40	17,73	15,63	14,00	-10,5
Venta a crédito	360,60	200,60	325,27	282,14	281,10	-0,4
Correo	66,90	62,80	61,20	100,36	116,05	15,6
Clubs	139,30	131,50	130,09	112,65	113,17	0,5
Internet	4,60	10,90	11,20	24,95	24,26	-2,8
Suscripciones	17,40	15,00	32,78	37,06	33,35	-10,0
Venta telefónica	78,10	92,50	90,65	105,78	92,19	-12,8
Otros canales	104,83	191,54	116,86	106,52	131,79	23,7

Tabla 38. CUOTA POR CANALES DE LA CIFRA DE FACTURACIÓN
(2001-2005)

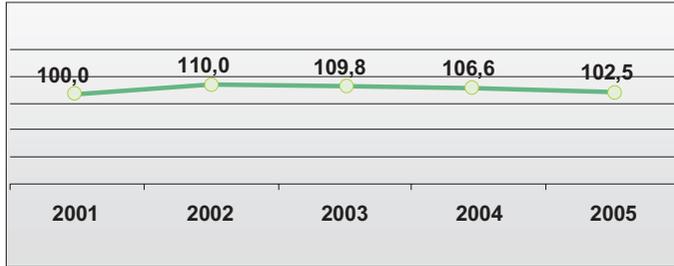
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Porcentajes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	36,0	38,5	36,8	34,7	32,7	-2,0
Cadenas de librerías	11,0	11,7	14,7	14,5	16,1	1,6
Hipermercados	7,5	10,7	9,8	10,2	9,8	-0,4
Quioscos	6,8	5,5	4,9	5,1	5,3	0,2
Empresas e Instituciones	8,3	6,6	5,7	8,3	8,6	0,3
Bibliotecas	0,8	0,6	0,6	0,5	0,5	0,0
Venta a crédito	13,8	7,5	11,6	9,8	9,6	-0,2
Correo	2,6	2,3	2,2	3,5	4,0	0,5
Clubs	5,3	4,9	4,7	3,9	3,9	0,0
Internet	0,2	0,4	0,4	0,9	0,8	-0,1
Suscripciones	0,7	0,6	1,2	1,3	1,1	-0,2
Venta telefónica	3,0	3,5	3,2	3,7	3,1	-0,6
Otros canales	4,0	7,2	4,2	3,7	4,5	0,8

En los gráficos siguientes se puede observar la evolución de los canales minoristas en los últimos cinco años. Puede destacarse que:

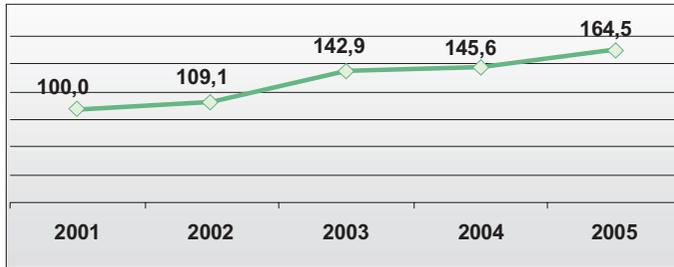
- La participación de las librerías ha experimentado en el período un aumento de un 2,5%, frente al fuerte incremento de cadenas de librerías, con un 64,5%.
- Los hipermercados también han incrementado fuertemente sus ventas, las cuales suponen un 46,8% más que en el 2001.
- En conjunto, librerías, cadenas e hipermercados aumentan respecto a cinco años atrás en un 21,1%.
- Las ventas de libros a quioscos han evolucionado a la baja, siendo en el 2005 un 87,9% de las registradas en el año 2001.

EVOLUCIÓN VENTA AL CANAL MINORISTA ÚLTIMOS CINCO AÑOS

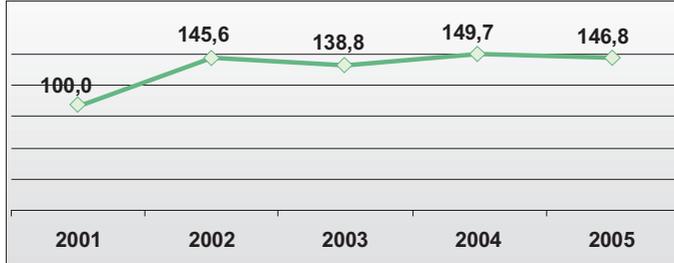
Librerías



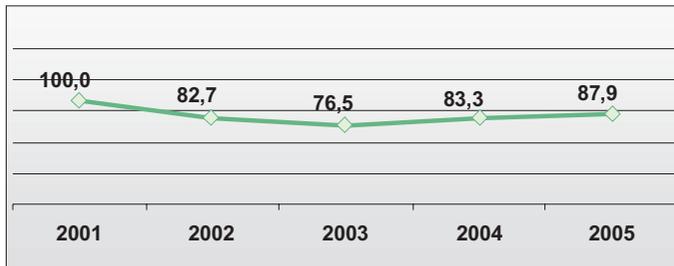
Cadena de librerías



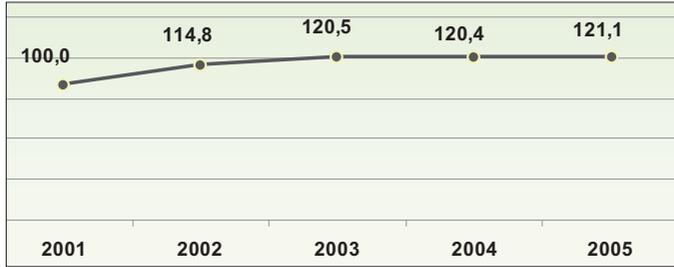
Hipermercados



Quioscos



Librerías + Cadenas de librerías + Hipermercados



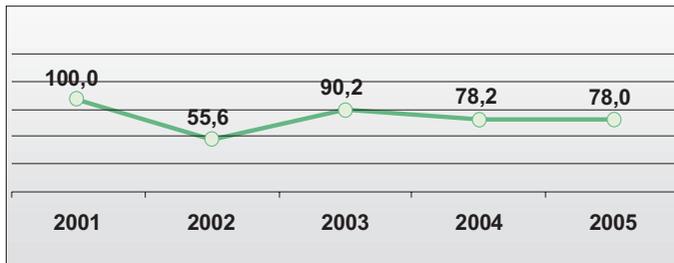
La venta a **crédito** ocupa el tercer lugar en cuanto a su cuota en la facturación total. Su facturación actual es con todo menor que la obtenida en 2001 en un 22,0%. La venta telefónica o telemarketing, aunque con una pequeña cuota de mercado, ha aumentado sus ventas en estos cinco años un 18,0%.

Club pierde un 18,8% respecto a 2001; las ventas por **correo** continúan el fuerte incremento experimentado el año anterior.

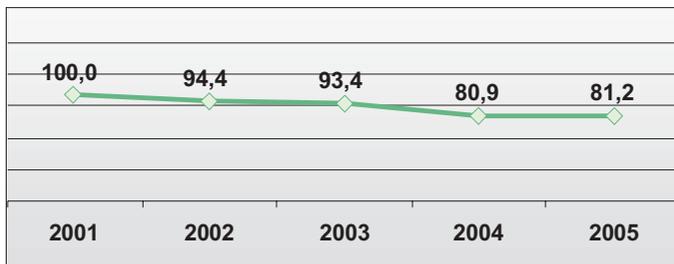
Globalmente, **las ventas al consumidor final**: (crédito, club, correo, internet, suscripciones y venta telefónica), han aumentado su cifra de facturación un 4,9% en los últimos cinco años.

EVOLUCIÓN VENTA DIRECTA ÚLTIMOS CINCO AÑOS

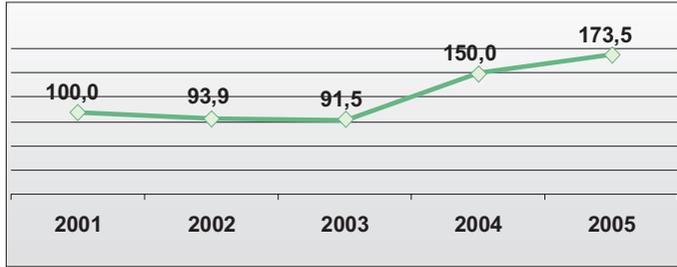
Venta a crédito



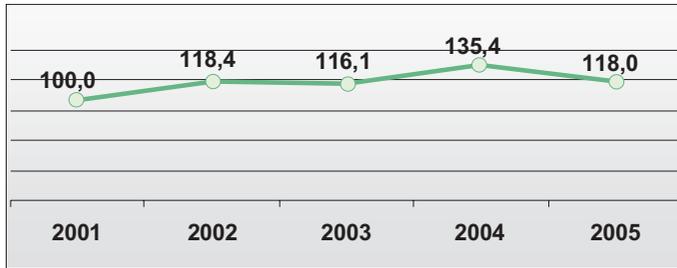
Clubs del libro



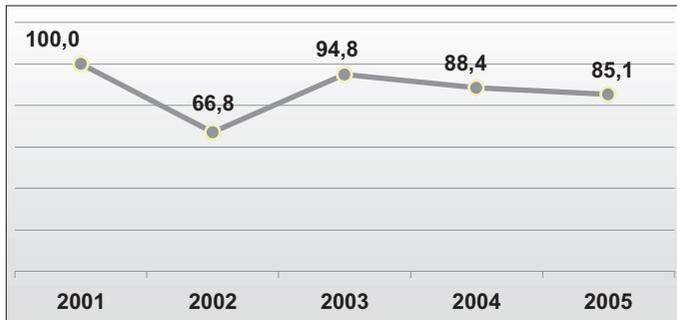
Correo



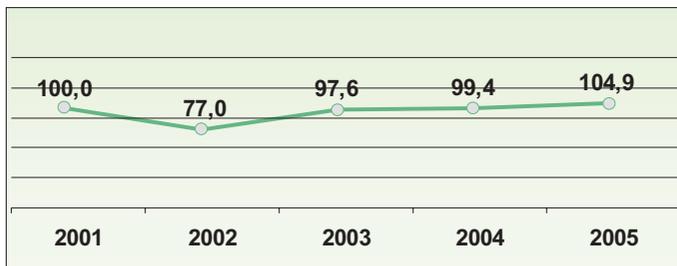
Teléfono



Crédito + Teléfono



Consumidor final

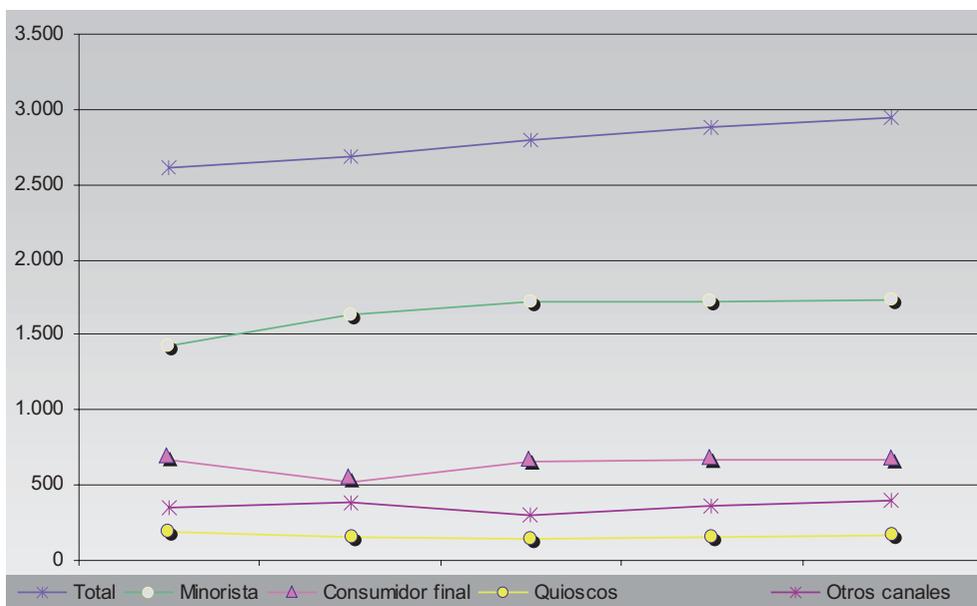


El gráfico siguiente refleja la evolución de la cifra de facturación al Comercio Interior en los últimos cinco años, que ha aumentado en 326,53 millones de euros.

La contribución a dicho aumento de la venta a través de la cadena minorista ha sido fundamental, pues le ha aportado 300,13 millones de euros. Ha disminuido la venta a quioscos en 21,46 millones de euros y al consumidor final en 6,78 millones.

En cambio, la venta a través de otros canales ha aumentado en 54,64 millones de euros.

EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN POR CANALES



El descuento en la venta de libros a distribuidores y minoristas

En la tabla siguiente se reflejan los valores obtenidos en el año 2005, 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.

Respecto al año anterior se observa un incremento en el descuento medio a los quioscos, que vuelve a los valores que resultaron en 2003.

Tabla 39. DESCUENTO MEDIO POR CANALES

	Descuento medio 2003	Descuento medio 2004	Descuento medio 2005	Desviación típica	Valor modal*	Base de cálculo (Nº de casos)
A distribuidores	48,3	47,5	48,0	7,3	50	580
A librerías	30,5	30,9	30,0	4,2	30	447
A cadenas de librerías	36,4	34,6	35,7	6,0	40	259
A hipermercados	37,3	32,4	36,5	7,7	40	114
A quioscos	34,8	21,0	32,5	10,8	25	44
Directas	24,4	15,5	15,8	12,1	10	154
A otros canales	31,4	26,0	33,1	19,6	15	128

* Valor modal = valor más repetido

Tabla 40. DESCUENTO MEDIO POR CANALES (Según tamaño)

	Total 2005	Grande	Mediana	Pequeña
A distribuidores	48,0	42,1	44,9	49,0
A librerías	30,9	30,8	31,7	29,6
A cadenas de librerías	35,7	37,3	37,5	34,8
A hipermercados	36,5	34,4	36,4	37,1
A quioscos	32,5	37,5	39,9	30,8
Directas	15,8	11,5	21,2	14,9
A otros canales	33,1	28,9	32,3	33,7

Cifra de facturación neta del sector

Para el año 2005 la cifra de facturación, a precios de tapa IVA incluido, ha sido de 2.933,23 millones de euros.

Los descuentos aplicados canal por canal, dan un descuento para el total del 32,8%. Deduciendo los mismos y el IVA de la cifra de facturación bruta se obtiene una cifra de facturación neta para 2005 de 1.852,40 millones de euros. Esta cifra resulta similar a la obtenida en 2004.

Si a esta cifra se suman los 35,8 millones de euros obtenidos por la venta de derechos, se obtiene una cifra de negocios neta en Comercio Interior para las editoriales privadas de 1.888,20 millones de euros. La suma de la facturación neta y venta de derechos obtenida en 2004 fue de 1.899,00 millones de euros.

Cifra de facturación. Ventas especiales

Un 10,9% de las empresas han realizado ventas por saldo. Por término medio, las ventas para estas empresas fueron de 201,7 miles de euros, con lo que resulta una venta total de 15,87 millones de euros.

Las ventas por operaciones especiales sumaron 90,19 millones de euros, de los cuales un 57,8% corresponden a las empresas grandes.

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

	2002	2003	2004	2005	Grande	Mediana	Pequeña
Nº EMPRESAS	125	119	79	79	8	24	47
Media ventas por saldo	106,2	116,8	163,2	201,7	730,0	90,0	160,0
Total ventas por saldo	12.243	13.898	12.895	15.868	6.161	2.170	7.537

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

	2002	2003	2004	2005	Grande	Mediana	Pequeña
Nº EMPRESAS	192	203	153	170	15	42	113
Media ventas operaciones especiales	260,0	291,2	455,1	529,7	3.470,0	540,0	140,0
Total ventas operaciones especiales	47.190	59.108	69.624	90.192	51.946	22.418	15.828

Las ventas por saldo representaron apenas un 0,5% de las ventas totales de las empresa (0,4% en 2004) y las ventas por operaciones especiales un 3,1% (2,4% en 2004).

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

Valores absolutos	2002	2003	2004	2005	Grande	Mediana	Pequeña
Total	2.674.637	2.792.605	2.881.604	2.933.230	1.854.090	793.720	285.420
Ventas normales	2.615.204	2.719.599	2.799.085	2.827.169	1.795.983	769.132	262.054
Ventas por saldo	12.243	13.898	12.895	15.868	6.161	2.170	7.537
Operaciones especiales	47.190	59.108	69.624	90.192	51.946	22.418	15.828

FACTURACIÓN POR VENTAS TOTALES
Porcentajes verticales

Valores verticales	2002	2003	2004	2005	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas normales	97,8	97,4	97,1	96,4	96,9	96,9	91,8
Ventas por saldo	0,4	0,5	0,4	0,5	0,3	0,3	2,6
Operaciones especiales	1,8	2,1	2,4	3,1	2,8	2,8	5,5

Venta en las Comunidades Autónomas

El desglose territorial de la venta de libros se refleja a continuación. Hay un porcentaje de editoriales que no conoce la distribución territorial de sus ventas (en esta edición se sitúa en torno al 25% de la facturación). Los datos siguientes se han calculado sólo a partir de aquellas editoriales que saben y contestan esta pregunta.

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

Provincia	2001	2002	2003	2004	2005	Diferencia 2005-2004
Cataluña	24,5	23,4	24,7	23,0	23,0	0,0
Madrid	21,8	21,7	20,8	21,8	22,3	0,5
Andalucía	11,7	12,3	12,9	12,9	12,7	-0,2
Comunidad Valenciana	8,3	8,5	8,3	7,8	9,2	1,4
Subtotal	66,2	65,9	66,7	65,5	67,2	1,7
País Vasco	5,0	5,8	4,9	5,7	5,3	-0,4
Galicia	4,9	5,0	5,0	5,0	5,0	0,0
Castilla y León	3,9	3,8	3,8	3,8	3,6	-0,2
Canarias	3,8	3,7	3,8	3,6	3,5	-0,1
Aragón	2,8	2,8	2,7	2,7	2,5	-0,2
Castilla-La Mancha	2,2	2,2	2,2	2,5	2,3	-0,2
Murcia	1,8	2,1	2,1	2,3	2,3	0,0
Baleares	2,0	2,0	2,2	2,2	2,0	-0,2
Asturias	2,2	2,0	1,9	1,9	1,8	-0,1
Extremadura	1,4	1,4	1,5	1,6	1,6	0,0
Navarra	1,3	1,3	1,2	1,3	1,3	0,0
Cantabria	1,4	1,2	1,2	1,2	1,0	-0,2
La Rioja	1,1	0,8	0,8	0,7	0,6	-0,1
Subtotal	33,8	34,1	33,3	34,5	32,8	-1,7
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 2005, 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:	58,0	47,4	10,7
Cataluña	23,0	15,9	7,1
Madrid	22,3	13,6	8,7
Andalucía	12,7	17,9	-5,1
Del 5% al 10% de la facturación total:	19,5	21,8	-2,3
Comunidad Valenciana	9,2	10,7	-1,5
País Vasco	5,3	4,8	0,5
Galicia	5,0	6,3	-1,3
Entre el 2% y el 5% de la facturación total:	16,2	22,7	-6,4
Castilla y León	3,6	5,7	-2,1
Canarias	3,5	4,5	-1,0
Aragón	2,5	2,9	-0,4
Castilla-La Mancha	2,3	4,3	-2,0
Murcia	2,3	3,0	-0,8
Baleares	2,0	2,2	-0,2
Menos del 2% de la facturación total:	6,3	8,2	-2,0
Asturias	1,8	2,4	-0,6
Extremadura	1,6	2,5	-0,9
Navarra	1,3	1,3	-0,1
Cantabria	1,0	1,3	-0,2
La Rioja	0,6	0,7	-0,1

* Según las cifras de población a 01/01/2005.

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

El porcentaje de ventas es menor que el de población en el resto de Comunidades, excepto en el País Vasco.

Estacionalidad de las ventas de libros en el mercado interior

El tercero y el segundo trimestre continúan siendo, por ese orden, aquellos en que se producen las mayores venta del año.

La venta por trimestres registra pocos cambios respecto al año anterior. Crece el porcentaje de ventas en el segundo trimestre en dos puntos y se reduce en el tercero en 1,6 puntos.

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

Trimestres	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Primero	18,6	17,5	18,3	19,0	19,1	0,1
Segundo	23,4	23,1	23,0	23,9	25,9	2,0
Tercero	33,3	36,3	35,2	33,8	32,2	-1,6
Cuarto	24,7	23,1	23,5	23,3	22,8	-0,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

La importancia que alcanza la facturación en el tercer trimestre guarda relación principalmente con la distribución de las ventas entre las empresas grandes, donde la facturación en ese periodo alcanza al 34,0% frente a un 31,0% entre las medianas y un 23,3% de las pequeñas.

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

Trimestres	Total	Tamaño de la empresa		
		Grande	Mediana	Pequeña
Primero	19,1	18,4	20,3	20,6
Segundo	25,9	27,0	23,6	24,9
Tercero	32,2	34,0	31,0	23,3
Cuarto	22,8	20,5	25,2	31,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Excepto Cataluña, en el resto de los gremios el mayor porcentaje de ventas corresponde al tercer trimestre. Los porcentajes más altos son los de Andalucía (50,8%), Galicia (43,8%) y Madrid (41,8%).

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

Trimestres	Total	Gremios					
		Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Primero	19,1	15,0	22,6	17,9	15,1	12,6	16,1
Segundo	25,9	24,1	27,6	24,1	19,0	24,0	20,0
Tercero	32,2	41,8	24,0	35,5	50,8	43,8	33,1
Cuarto	22,8	19,1	25,7	22,5	15,1	19,0	30,7
Total	100,0						

Devolución anual de libros

Declaran tener devoluciones en 2005 unas 582 editoriales, el 80,5% del total.

Valores absolutos	2005	Grande	Mediana	Pequeña
Total	724	30	118	576
Tienen devolución	582	30	106	446
No tienen devolución	142	0	12	130

Porcentajes	2005	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Tienen devolución	80,5	100,0	90,2	77,4
No tienen devolución	19,5	0,0	9,8	22,6

La cifra media de facturación de las editoriales que han tenido devolución de libros en 2005 es de 4,05 millones de euros y **la cifra media de devolución** de estas editoriales es de 1,17 millones de 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 29,0% en 2005**. El porcentaje de devolución resulta 3,3 puntos porcentuales más alto que el año anterior. Particularmente crece la tasa entre las empresas medianas y pequeñas.

Tabla 49. TASA DE DEVOLUCIÓN ANUAL

	Total	Grande	Mediana	Pequeña
Nº de empresas con devolución	582	30	106	446
Media facturación	4.051	61.803	6.726	496
Media devolución	1.173	15.303	1.739	87
Tasa de devolución 2005	29,0	24,8	25,9	17,6
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
Variación 2005-2004	3,3	0,6	3,6	2,8

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.

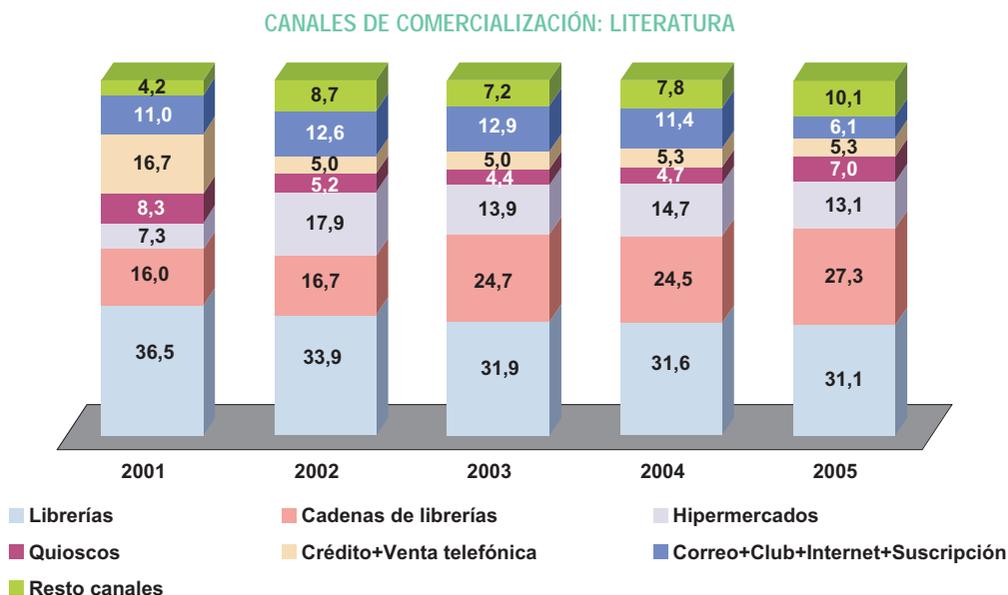
Literatura

La materia Literatura supone para el 2005:

- El 20,1% de los títulos en catálogo.
- El 20,4% de los títulos editados.
- El 30,8% de los ejemplares editados.
- El 21,4% de la cifra de facturación.

Los canales a través de los que se vende la materia Literatura son principalmente: Librerías (31,1%), Cadenas de librerías (27,3%) e Hipermercados (13,1%). Estos canales suponen el 71,5% 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.



LITERATURA: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total Literatura (mill. €)	586,48	608,56	558,49	624,74	628,46	3,72
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	36,5	33,9	31,9	31,6	31,1	-0,5
Cadenas de librerías	16,0	16,7	24,7	24,5	27,3	2,8
Hipermercados	7,3	17,9	13,9	14,7	13,1	-1,6
Quioscos	8,3	5,2	4,4	4,7	7,0	2,3
Crédito + Venta telefónica	16,7	5,0	5,0	5,3	5,3	0,0
Correo + Club + Internet + Suscripción	11,0	12,6	12,9	11,4	6,1	-5,3
Resto canales	4,2	8,7	7,2	7,8	10,1	2,3

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

Nota: En el recuadro pequeño aparece el detalle de los porcentajes de venta por Correo, Club, Internet y Suscripción, así como los de Crédito y Venta telefónica que en el cuadro general y en los gráficos están sumados.

Infantil y juvenil

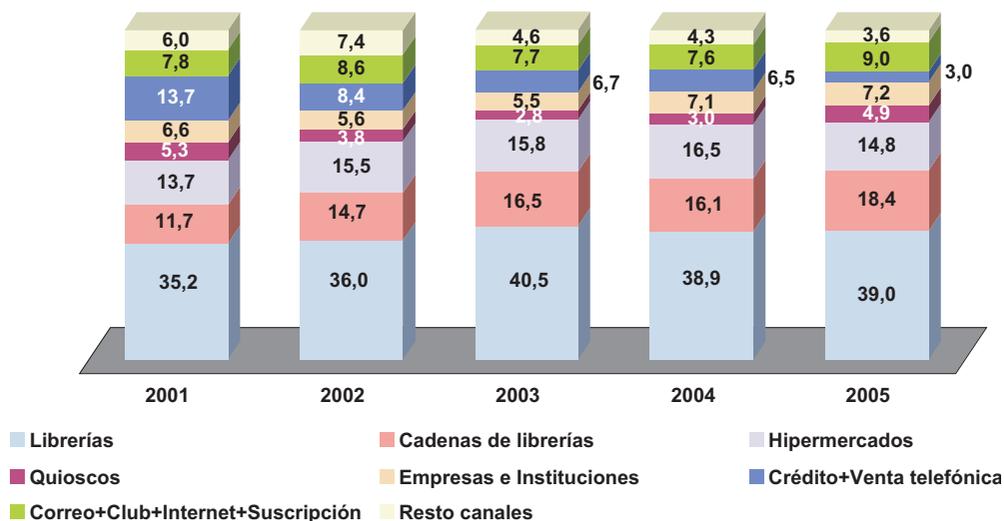
En términos globales, esta materia supone:

- El 14,3% de los títulos en catálogo.
- El 16,9% de los títulos editados.
- El 17,6% de la edición de ejemplares.
- El 9,6% de la cifra de facturación en el mercado interior.

La materia Infantil y juvenil se vende fundamentalmente en los canales de: Librerías (39,0%), Cadenas de librerías (18,4%), Hipermercados (14,8%) y Clubs del Libro (8,0%). Estos cuatro canales suponen el 80,2%.

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						
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total Infantil y juvenil (mill. €)	234,02	245,43	272,29	274,73	281,74	7,01
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	35,2	36,0	40,5	38,9	39,1	0,2
Cadenas de librerías	11,7	14,7	16,5	16,1	18,4	2,3
Hipermercados	13,7	15,5	15,8	16,5	14,8	-1,7
Quioscos	5,3	3,8	2,8	3,0	4,9	1,9
Empresas e Instituciones	6,6	5,6	5,5	7,1	7,2	0,1
Crédito + Venta telefónica	13,7	8,4	6,7	6,5	3,0	-3,5
Correo + Club + Internet + Suscripción	7,8	8,6	7,7	7,6	9,0	-1,4
Resto canales	6,0	7,4	4,6	4,3	3,6	-0,7

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

Nota: En el recuadro pequeño aparece el detalle de los porcentajes de venta por Correo, Club, Internet y Suscripción, así como los de Crédito y Venta telefónica que en el cuadro general y en los gráficos están sumados.

Texto no universitario

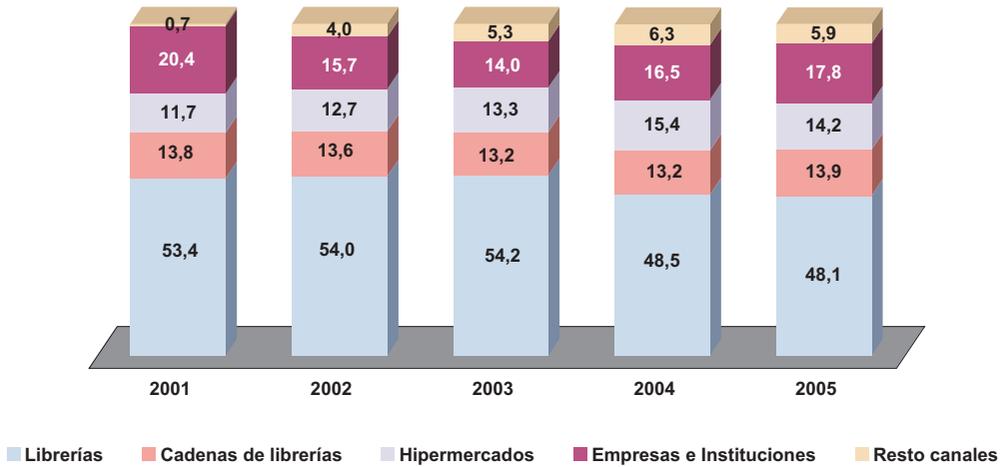
Para 2005, la materia Texto no universitario supone:

- El 15,2% de los títulos en catálogo.
- El 22,5% de los títulos editados.
- El 20,5% de la edición de ejemplares.
- El 23,8% de la cifra de facturación en el mercado interior.

La materia Texto no universitario se vende fundamentalmente a Librerías (48,1%), Empresas e instituciones (colegios) (17,8%), Hipermercados (14,2%) y Cadenas de librerías (13,9%). Disminuyen las cuotas de Hipermercados y Librerías.

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						
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total texto no universitario (mill. €)	546,86	624,58	680,21	689,85	698,84	8,99
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	53,4	54,0	54,2	48,5	48,2	-0,3
Cadenas de librerías	13,8	13,6	13,2	13,2	13,9	0,7
Hipermercados	11,7	12,7	13,3	15,4	14,2	-1,2
Empresas e Instituciones	20,4	15,7	14,0	16,5	17,8	1,3
Resto canales	0,7	4,0	5,3	6,3	5,9	-0,4

Texto Universitario y Científico-Técnico *

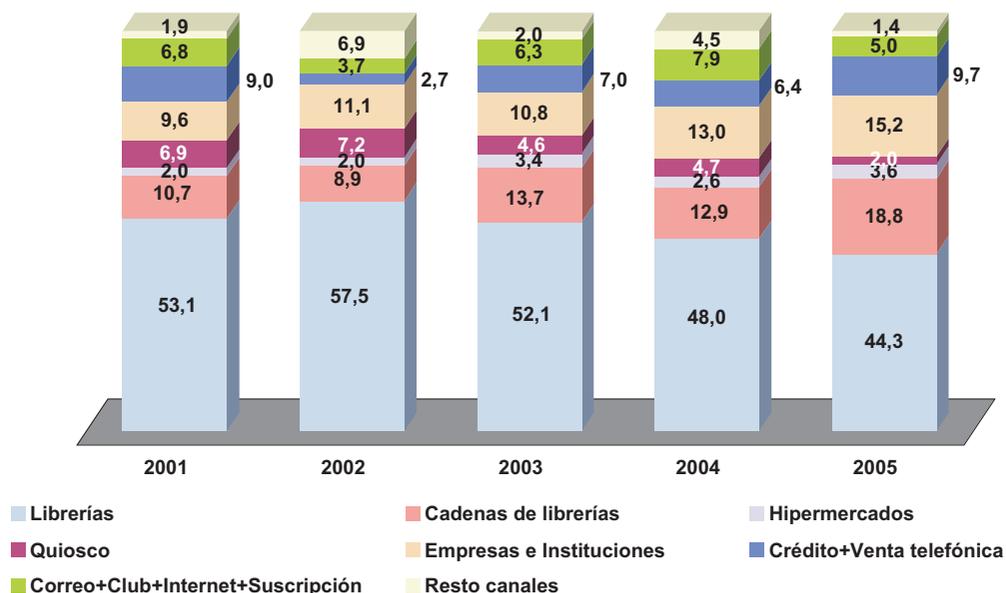
La materia Texto Universitario y Científico-Técnico supone en 2005:

- El 14,5% de los títulos en catálogo.
- El 8,0% de los títulos editados.
- El 3,3% de la edición de ejemplares.
- El 6,5% de la cifra de facturación en el mercado interior.

La materia Texto Universitario y Científico-Técnico se vende fundamentalmente a Librerías (44,3%), Cadenas de librerías (18,8%), Empresas e instituciones (15,2%), Crédito (5,2%) y Venta por teléfono (4,5%). Estos canales suponen el 88,0% de las ventas de esta materia. Aumenta 5,9 puntos la cuota de Cadena de Librerías y se reduce en 3,7 la 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: TEXTO UNIVERSITARIO Y CIENTÍFICO-TÉCNICO



* En algunos apartados del Informe se hace referencia a esta misma materia con la denominación de Científico/Técnico. En ambos casos el concepto es el mismo.

TEXTO UNIVERSITARIO Y CIENTÍFICO-TÉCNICO: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total texto universitario (mill. €)	204,71	221,07	243,02	227,11	189,45	-37,66
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	53,1	57,5	52,1	48,0	44,3	-3,7
Cadenas de librerías	10,7	8,9	13,7	12,9	18,8	5,9
Hipermercados	2,0	2,0	3,4	2,6	3,6	1,0
Quiosco	6,9	7,2	4,6	4,7	2,0	-2,7
Empresas e Instituciones	9,6	11,1	10,8	13,0	15,2	2,2
Crédito + Venta telefónica	9,0	2,7	7,0	6,4	9,7	3,3
Correo + Club + Internet + Suscripción	6,8	3,7	6,3	7,9	5,0	-2,9
Resto canales	1,9	6,9	2,0	4,5	1,4	-3,1

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

Ciencias Sociales y Humanidades

La materia Ciencias Sociales y Humanidades general supone para 2005:

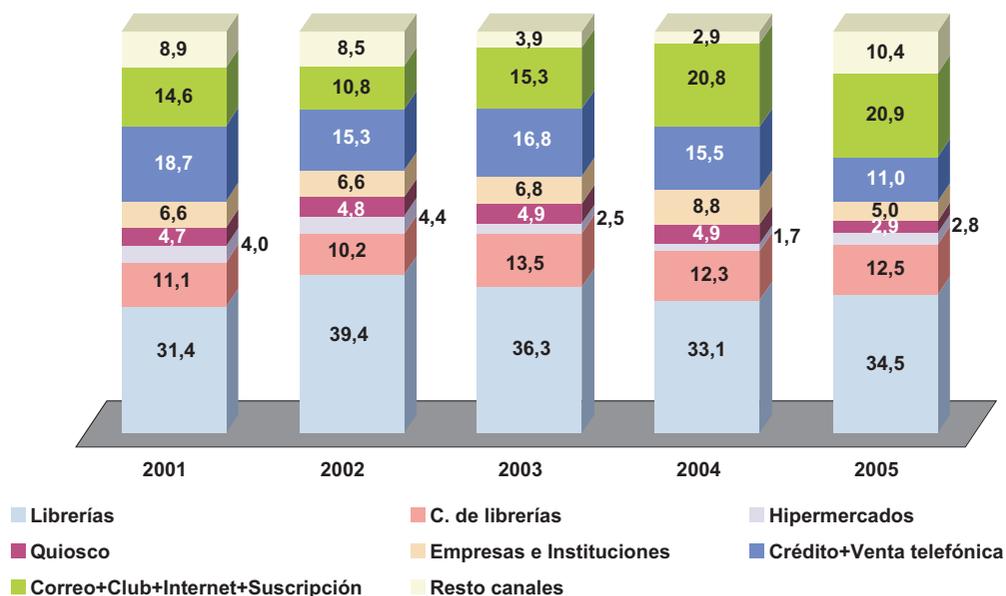
- El 18,4% de los títulos en catálogo.
- El 13,4% de los títulos editados.
- El 5,7% de la producción de ejemplares.
- El 10,5% de la cifra de facturación en el mercado interior.

Esta materia se vende fundamentalmente en Librerías (34,5%), Cadenas de librerías (12,5%), Crédito + Venta telefónica (11,0%) y Correo (9,4%). En total estos canales suponen un 67,4%.

Respecto al año anterior disminuyen las cuotas de Crédito y venta telefónica, así como de Empresas e instituciones y Quioscos.

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						
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total C. Soc. y Humanidades (mill. €)	224,37	210,66	216,20	270,98	308,39	
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	31,4	39,4	36,3	33,1	34,5	1,4
Cadenas de librerías	11,1	10,2	13,5	12,3	12,5	0,2
Hipermercados	4,0	4,4	2,5	1,7	2,8	1,1
Quiosco	4,7	4,8	4,9	4,9	2,9	-2,0
Empresas e Instituciones	6,6	6,6	6,8	8,8	5,0	-3,8
Crédito + Venta telefónica	18,7	15,3	16,8	15,5	11,0	-4,5
Correo + Club + Internet + Suscripción	14,6	10,8	15,3	20,8	20,9	0,1
Resto canales	8,9	8,5	3,9	2,9	10,4	7,5

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

Libros prácticos

La materia Libros prácticos supone para 2005:

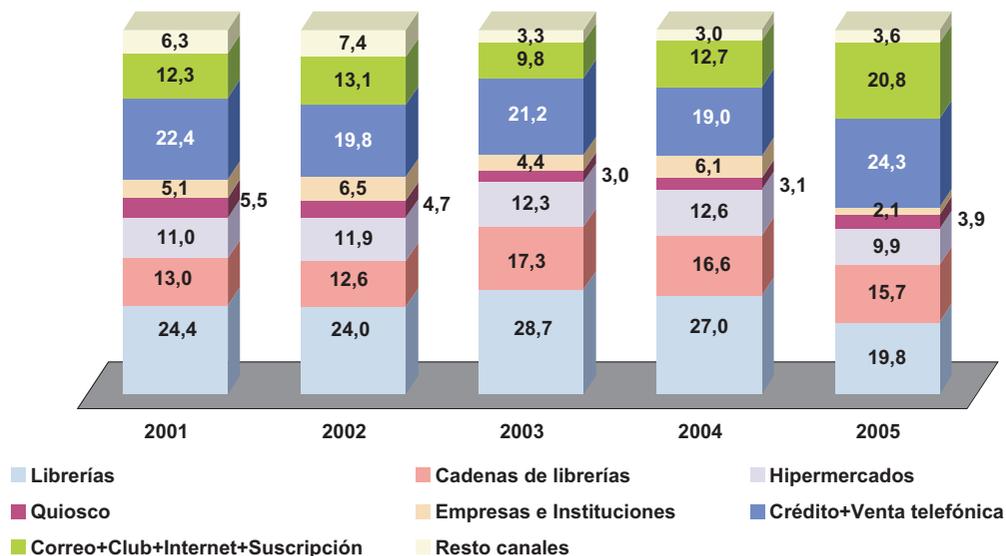
- El 4,9% de los títulos en catálogo.
- El 5,8% de los títulos editados.
- El 5,1% de la edición de ejemplares.
- El 6,1% de la cifra de facturación en el mercado interior.

Los Libros prácticos se venden principalmente a través de Librerías (19,8%), Cadenas de librerías (15,7%), Crédito y venta telefónica (24,3%), Correo (12,7%) e Hipermercados (9,9%).

Respecto a 2004, disminuye la cuota de ventas a Librerías, Empresas e Instituciones e Hipermercados y aumentan los canales de Venta directa.

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						
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total libros prácticos (mill. €)	182,18	188,90	182,86	177,49	179,57	2,08
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	24,4	24,0	28,7	27,0	19,8	-7,2
Cadenas de librerías	13,0	12,6	17,3	16,6	15,7	-0,9
Hipermercados	11,0	11,9	12,3	12,6	9,9	-2,7
Quiosco	5,5	4,7	3,0	3,1	3,9	0,8
Empresas e Instituciones	5,1	6,5	4,4	6,1	2,1	-4,0
Crédito + Venta telefónica	22,4	19,8	21,2	19,0	24,2	5,2
Correo + Club + Internet + Suscripción	12,3	13,1	9,8	12,7	20,8	8,1
Resto canales	6,3	7,4	3,3	3,0	3,6	0,6

<i>Correo</i>	9,4	12,7	3,3
<i>Clubs del libro</i>	2,5	5,9	3,4
<i>Internet</i>	0,4	0,5	0,1
<i>Suscripciones</i>	0,4	1,7	1,3
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	4,4	7,1	2,7
<i>Crédito</i>	14,6	17,1	2,5

Divulgación general

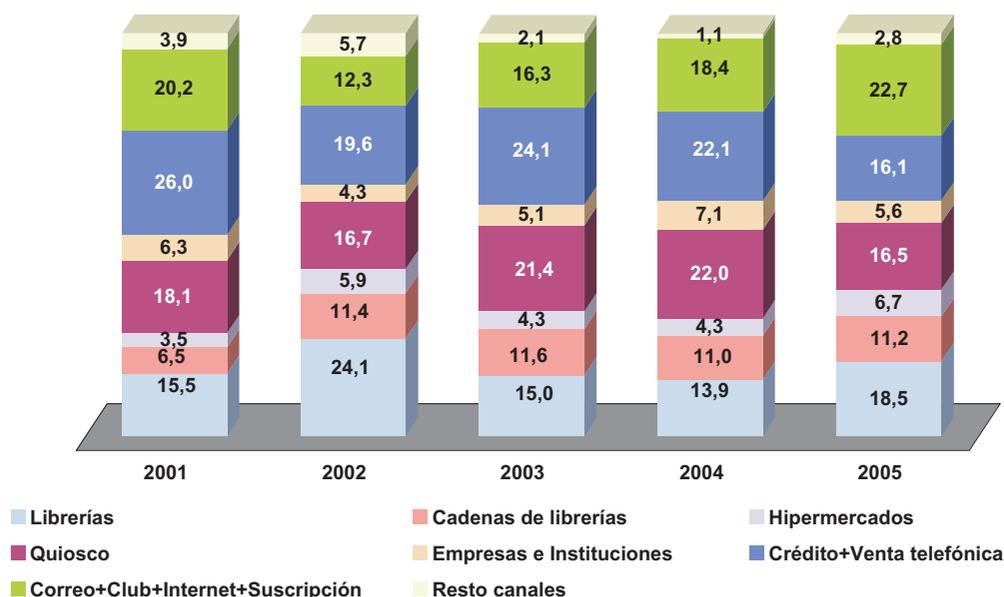
La materia Divulgación general supone para 2005:

- El 7,5% de los títulos en catálogo.
- El 6,3% de los títulos editados.
- El 9,1% de la edición de ejemplares.
- El 7,2% de la cifra de facturación en el mercado interior.

Los libros de Divulgación general se venden principalmente a través de Librerías (18,5%) y Quioscos (16,5%). También tienen importancia el Crédito y la Venta telefónica (16,1%), así como la Venta por correo, Clubs, Internet o Suscripción (22,7%). Son precisamente estos últimos lo que más han crecido respecto al año anterior (4,3 puntos porcentuales).

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						
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total divulgación general (mill. €)	259,23	227,78	192,62	203,72	211,84	8,12
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	15,5	24,1	15,0	13,9	18,5	4,6
Cadenas de librerías	6,5	11,4	11,6	11,0	11,2	0,2
Hipermercados	3,5	5,9	4,3	4,3	6,7	2,4
Quiosco	18,1	16,7	21,4	22,1	16,5	-5,5
Empresas e Instituciones	6,3	4,3	5,1	7,1	5,6	-1,5
Crédito + Venta telefónica	26,0	19,6	24,2	22,1	16,1	-6,0
Correo + Club + Internet + Suscripción	20,2	12,3	16,3	18,4	22,7	4,3
Resto canales	3,9	5,7	2,1	1,1	2,7	1,6

<i>Correo</i>	9,7	10,9	1,2
<i>Clubs del libro</i>	8,2	9,9	1,7
<i>Internet</i>	0,1	0,1	0,0
<i>Suscripciones</i>	0,4	1,8	1,4
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	8,5	9,8	1,3
<i>Crédito</i>	13,6	6,3	-7,3

Diccionarios/Enciclopedias

La participación de Diccionarios y Enciclopedias para el año 2005 es:

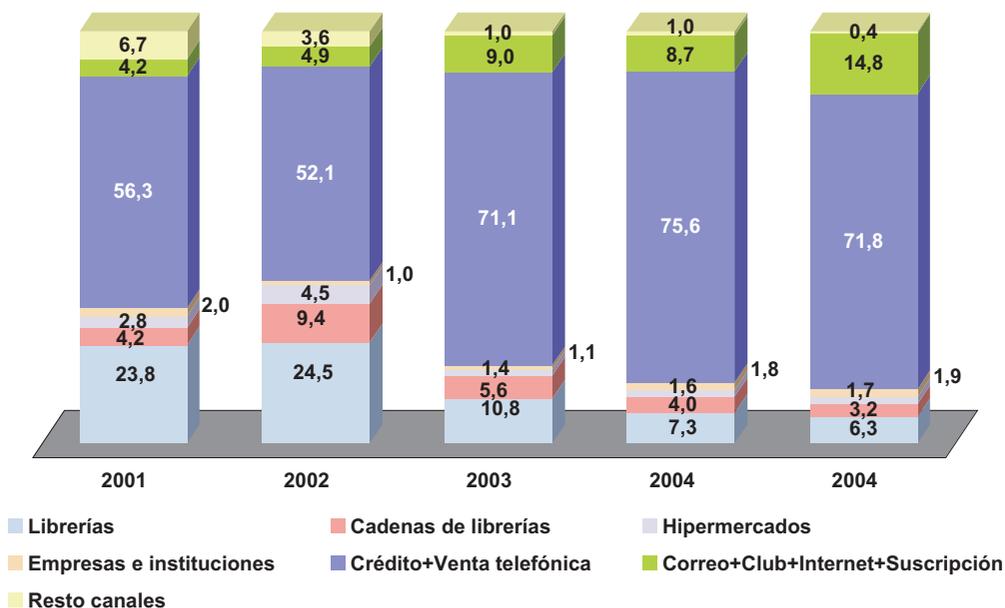
- El 1,6% de los títulos en catálogo.
- El 1,3% de los títulos editados.
- El 1,6% de la edición de ejemplares.
- El 7,6% de la cifra de facturación en el mercado interior.

La venta de Diccionarios y Enciclopedias se canaliza fundamentalmente a través de Crédito y Venta telefónica (71,8%). De los demás canales destaca Clubs del libro, con un 11,0% del total.

La venta a través de Clubs ha crecido un 3,8% y la Venta telefónica ha descendido respecto al año anterior en un 3,9%.

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						
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total dicc./enciclopedias (mill. €)	200,27	182,21	254,16	229,27	223,84	-5,43
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	23,8	24,5	10,8	7,3	6,3	-1,0
Cadenas de librerías	4,2	9,4	5,6	4,0	3,2	-0,8
Hipermercados	2,8	4,5	1,4	1,6	1,7	0,1
Empresas e Instituciones	2,0	1,0	1,1	1,8	1,9	0,1
Crédito + Venta telefónica	56,3	52,1	71,1	75,6	71,7	-3,9
Correo + Club + Internet + Suscripción	4,2	4,9	9,0	8,7	14,8	6,1
Resto canales	6,7	3,6	1,0	1,0	0,4	-0,6

<i>Correo</i>	1,4	2,3	0,9
<i>Clubs del libro</i>	7,2	11,0	3,8
<i>Suscripciones</i>	0,1	1,5	1,4
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	6,3	2,4	-3,9
<i>Crédito</i>	69,3	69,3	0,0

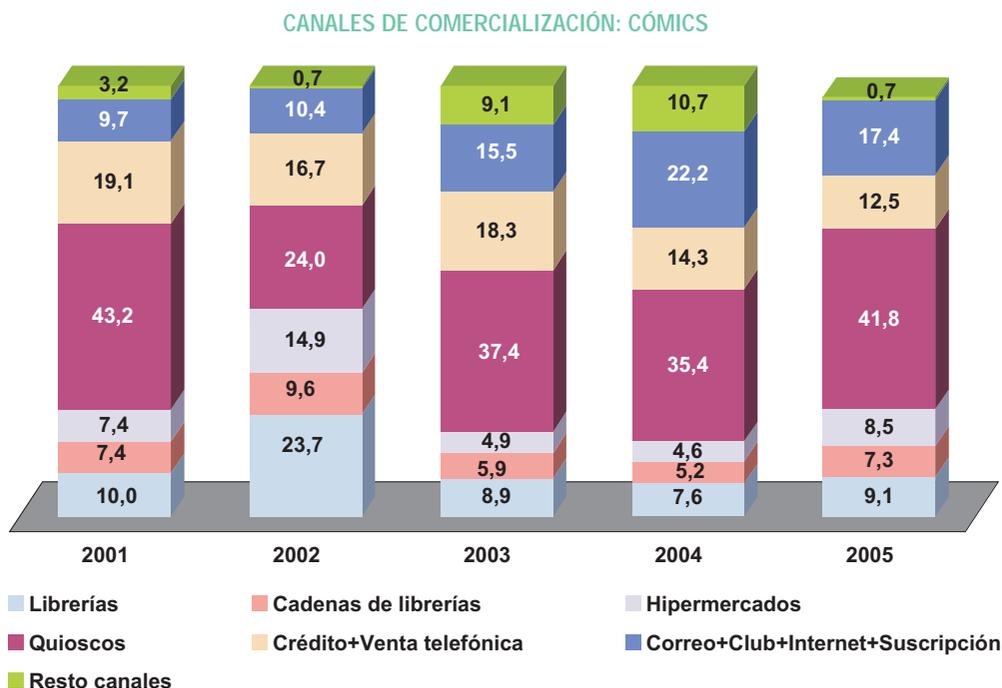
Cómics

Para el año 2005 la participación de esta materia ha sido:

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

El 41,8% de la facturación se vende en Quioscos, un 17,3% a través de Correo y un 12,5% por medio de sistemas de crédito. A destacar los aumentos en la venta experimentados para Quioscos (6,4 puntos porcentuales) e Hipermercados (3,9%).

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



CÓMICS: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN						
	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total (mill. €)	111,47	94,06	88,28	96,65	98,78	2,13
Total (porcentajes)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Librerías	10,0	23,7	8,9	7,6	9,1	1,5
Cadenas de librerías	7,4	9,6	5,9	5,2	7,3	2,1
Hipermercados	7,4	14,9	4,9	4,6	8,5	3,9
Quioscos	43,2	24,0	37,4	35,4	41,8	6,4
Crédito + Venta telefónica	19,1	16,7	18,3	14,3	12,5	-1,8
Correo + Club + Internet + Suscripcióna	9,7	10,4	15,5	22,2	17,4	-4,8
Resto canales	3,2	0,7	9,1	10,7	3,4	-7,3

<i>Correo</i>	22,1	17,3	-4,8
<i>Clubs del libro</i>	0,1	0,1	0,0
<i>Suscripciones</i>	0,1	0,0	-0,1
<i>Venta por teléfono o telemarketing</i>	0,1	0,0	-0,1
<i>Crédito</i>	14,2	12,5	-1,7

Materias generales

Excluyendo de la facturación total las materias de Texto y Científicas, además de los Diccionarios, las ventas alcanzan los 1.624,24 millones de euros, el 55,4% de la facturación total.

El reparto por materias y canales sería:

	Total	Literatura	Infantil	Libros prácticos	Divulgación general	Diccionarios y Enciclopedias	Cómics
Total	1.624,24	628,46	281,74	179,57	211,84	223,84	98,78
Librerías	397,40	195,16	109,82	30,15	39,12	14,15	9,00
Cadenas de librerías	284,11	171,31	51,91	22,82	23,73	7,17	7,17
Hipermercados	162,83	82,64	41,59	12,31	14,11	3,74	8,43
Quioscos	141,23	43,90	13,92	7,04	35,05	0,01	41,31
Crédito + Venta por teléfono	308,66	33,26	8,54	59,76	34,06	160,67	12,36
Correo + club + internet + suscripciones	202,80	38,16	25,33	40,98	48,05	33,09	17,19
Resto	127,21	64,03	30,64	6,50	17,71	5,01	3,32

	Total	Literatura	Infantil	Libros prácticos	Divulgación general	Diccionarios y Enciclopedias	Cómics
% horizontales)	100,0	38,7	17,3	11,1	13,0	13,8	6,1
Total (% verticales)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Librerías	24,5	31,1	39,0	16,8	18,5	6,3	9,1
Cadenas de librerías	17,5	27,3	18,4	12,7	11,2	3,2	7,3
Hipermercados	10,0	13,1	14,8	6,9	6,7	1,7	8,5
Quioscos	8,7	7,0	4,9	3,9	16,5	0,0	41,8
Crédito + Venta por teléfono	19,0	5,3	3,0	33,3	16,1	71,8	12,5
Correo + club + internet + suscripciones	12,5	6,1	9,0	22,8	22,7	14,8	17,4
Resto	7,8	10,1	10,9	3,6	8,3	2,2	3,4

La venta a través de canales minoristas de estas materias alcanza los 882,86 millones de euros, lo que representa un 54,4% de la facturación de estas materias.

Facturación (en millones de euros)	Total	Literatura	Infantil y juvenil	Libros prácticos	Divulgación general	Diccionarios y Enciclopedias	Cómics
Total materias	1.624,24	628,46	281,74	179,57	211,84	223,84	98,78
Total canales minoristas	882,86	471,15	211,46	67,62	82,13	25,54	24,96
Librerías	397,40	195,16	109,82	30,15	39,12	14,15	9,00
Cadenas de librerías	284,11	171,31	51,91	22,82	23,73	7,18	7,17
Hipermercados	162,83	82,64	41,59	12,31	14,11	3,74	8,43
Resto	38,52	22,04	8,13	2,34	5,16	0,48	0,36

	Total	Literatura	Infantil y juvenil	Libros prácticos	Divulgación general	Diccionarios y Enciclopedias	Cómics
% minoristas/total	54,4	75,0	75,1	37,7	38,8	11,4	25,3
Total (% verticales)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Librerías	45,0	41,4	51,9	44,6	47,6	55,4	36,1
Cadenas de librerías	32,2	36,4	24,5	33,7	28,9	28,1	28,7
Hipermercados	18,4	17,5	19,7	18,2	17,2	14,6	33,8
Resto	4,4	4,7	3,8	3,5	6,3	1,9	1,4

Materias científicas

Las ventas de estas materias representan un 17,0% de la facturación total. La venta a través del canal minorista participa con un 58,1% del total.

	Total	Científico-técnico	Ciencias sociales Humanidades
Facturación (en millones de euros)	497,85	189,45	308,39
Venta canal minorista	289,02	126,30	162,72
Crédito	17,99	13,66	4,33
Resto venta directa	101,00	16,18	84,81
Resto canales	89,84	33,31	56,53

	Total	Científico-técnico	Ciencias sociales Humanidades
Total (% verticales)	100,0	100,0	100,0
Venta canal minorista	58,1	66,7	52,8
Crédito	3,6	7,2	1,4
Resto venta directa	20,3	8,5	27,5
Resto canales	18,0	17,6	18,3

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 pagaron por la compra de derechos en el año 2005 un total de 167,6 millones de euros. De ese total, 150,7 millones se pagan por compra de derechos de autor y 16,9 por la compra de otros derechos.

Lo que se paga en concepto de derechos de autor representa un 5,1% del total de la facturación de las empresas editoriales. El 68,3% de la cantidad total se paga a autores españoles.

Las empresas grandes pagan un 4,6% de su facturación bruta por derechos de autor, 84,6 millones de euros. Un 72,8% de los pagos son a autores españoles y un 27,2% a autores extranjeros.

Las empresas medianas pagan 44,4 millones de euros, lo que supone el 5,6% de su facturación. Un 62,7% de sus pagos van a autores españoles y un 37,3% a autores extranjeros.

Las empresas pequeñas pagan 21,6 millones de euros por derechos de autor, un 7,6% de su cifra de facturación, el 62,5% a autores españoles y el 37,5% 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)

	2005	Grande	Mediana	Pequeña
Total	167,60	94,48	50,77	22,35
Pagos en concepto de derechos de autor	150,67	84,62	44,41	21,64
Pagos por compra de otros derechos	16,93	9,86	6,36	0,71

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

	2003	2004	2005	Grande	Mediana	Pequeña
Pagos por derechos de autor (millones euros)	138,5	150,0	150,7	84,6	44,4	21,7
Total %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% Autores españoles	59,7	70,0	68,3	72,8	62,7	62,5
% Autores extranjeros	40,3	30,0	31,7	27,2	37,3	37,5
Cifra de facturación total (millones euros)	2.792,60	2.881,60	2.933,23	1.854,09	793,72	285,42
% Sobre cifra de facturación	5,0	5,2	5,1	4,6	5,6	7,6

Las editoriales perciben por la venta de derechos propios o ajenos que la editorial administra 35,8 millones de euros, lo que representa el 23,9% de los pagos realizados por derechos de autor. De esa cifra, 22,6 millones son percibidos por las empresas grandes.

La venta de derechos ajenos representa la mayor parte de esos ingresos, 24,6 millones de los 35,8 totales.

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

Millones de euros	2004	2005	Grande	Mediana	Pequeña
Total	31,5	35,8	22,6	6,7	6,5
Derechos ajenos	22,1	24,6	17,5	2,4	4,7
Derechos propios	9,4	11,2	5,2	4,3	1,8
% Sobre pagos por derechos de autor	21,0	23,9	15,0	7,9	14,6

El desglose de los pagos de derechos de autor por gremios se refleja en la tabla siguiente. Para Cataluña es para la que se observa la mayor entidad de los pagos por la compra de otros derechos.

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

Millones de euros	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	167,60	63,41	93,86	3,07	2,94	1,48	2,84
Pagos en concepto de derechos de autor	150,67	61,88	78,78	2,86	2,88	1,45	2,82
Pagos por compra de otros derechos	16,93	1,53	15,08	0,21	0,06	0,03	0,02

	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Pagos por derechos de autor (millones de euros)	150,7	61,9	78,8	2,9	2,9	1,5	2,8
Total %	100,0						
% Autores españoles	68,3	71,0	62,3	74,2	87,5	79,3	94,6
% Autores extranjeros	31,7	29,0	37,7	25,8	12,5	20,7	5,4
Cifra de facturación total (millones de euros)	2.933,2	1.183,6	1.569,3	81,2	46,2	22,6	30,3
% Sobre cifra de facturación	5,1	5,2	5,0	3,5	6,2	6,4	9,3

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

	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	35,80	14,62	20,45	0,42	0,07	0,19	0,05
Derechos ajenos	24,60	12,44	11,68	0,21	0,07	0,16	0,03
Derechos propios	11,20	2,18	8,77	0,21	0,00	0,02	0,02
% Sobre pagos por derechos de autor	23,76	23,64	25,96	14,57	2,44	12,89	1,62

Promoción y publicidad

El gasto de promoción y publicidad ascendió en 2005 a unos 138,59 millones de euros y representó un 4,7% de la facturación total.

La cifra de gasto creció en 2,7 puntos porcentuales respecto a 2004, siendo dicho crecimiento para las empresas grandes de 4,7 puntos.

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

	2001	2002	2003	2004	2005	2005/2004	% sobre facturación
Grande	73.256	88.434	96.923	100.179	104.913	4,7	5,7
Mediana	22.055	22.265	21.496	24.185	23.077	-4,6	2,9
Pequeña	11.713	7.976	9.453	10.520	10.598	0,7	3,7
Total	107.024	118.675	127.873	134.884	138.588	2,7	4,7

Donde se observa crecimiento respecto a 2004 es en Galicia (18,1%), Andalucía (9,8%), Madrid (9,2%) y Valencia (7,6%). El descenso en este gasto se produce en Euskadi (-7,8%) y Cataluña (-1,0%).

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

	2001	2002	2003	2004	2005	2005/2004	% sobre facturación
Madrid	38.459	44.458	41.713	47.150	51.481	9,2	4,3
Cataluña	65.252	70.447	81.811	81.868	81.070	-1,0	5,2
Euskadi	1.387	1.096	1.557	2.503	2.308	-7,8	2,8
Andalucía	784	675	934	1.463	1.607	9,8	3,5
Galicia	455	469	568	739	873	18,1	3,9
Valencia	687	1.530	1.290	1.161	1.249	7,6	4,1
Total	107.024	118.675	127.873	134.884	138.588	2,7	4,7

Medios promocionales y publicitarios

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

Los datos permiten apreciar un descenso en la inversión publicitaria, que con un 23,8% del total pasa a ser el segundo medio con más gasto, por detrás de material impreso (25,8%).

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

	2001	2002	2003	2004	2005	2005-2004
Total	107.024	118.675	127.873	134.884	138.588	3.703
Material impreso	24,2	28,2	27,9	28,0	25,8	-2,2
Publicidad TV	36,8	29,6	30,1	30,4	23,8	-6,6
Regalos de incentivación	6,0	5,4	6,5	11,0	14,5	3,5
Publicidad prensa	11,1	10,0	9,6	12,5	10,0	-2,5
Relaciones públicas	5,1	5,2	4,9	6,3	6,0	-0,3
Presencia en ferias	5,4	3,6	3,3	4,8	4,5	-0,3
Internet	2,8	3,6	3,7	2,4	3,9	1,5
Publicidad radio	1,5	1,4	1,7	1,6	2,7	1,1
Publicidad exterior	1,7	1,5	2,2	1,8	1,0	-0,8
Otros	5,3	11,5	10,1	1,2	2,7	1,5

Resumen con los datos básicos del estudio de comercio interior del libro para 2005

Los datos siguientes permiten tener una visión del entorno en el que se mueve el sector editorial privado en el ámbito del mercado interior y su evolución respecto al último año:

	Variación respecto a 2004
— 724 empresas editoriales privadas y agremiadas	3,3%
— 14.600 empleados (empleo directo)	1,8%
— 69.600 títulos editados (incluidas las reimpressiones)	2,6%
— 321.469.000 ejemplares publicados	3,5%
— 4.619 ejemplares de tirada media por título	0,9%
— 326.000 títulos vivos en oferta	5,4%
— 230.626.000 ejemplares vendidos	-2,7%
— 2.933 millones de euros en facturación al mercado interior	1,8%

Si se considera la evolución a precios constantes, el aumento de la facturación al mercado interior del 1,8% respecto al año anterior se transforma en un descenso del 1,8%. Es decir, por una parte, se produce un descenso de la facturación en términos reales, a la par que los ejemplares vendidos, que caen en un 2,7%. Por otra parte, se registran aumentos del 2% al 4% en títulos y ejemplares editados y también crece el número de títulos vivos en oferta en un 5,4%.

El descenso mencionado en la facturación afecta particularmente a empresas medianas y pequeñas, ya que las ventas de las empresas grandes crecen prácticamente de acuerdo con la inflación (3,5%), en tanto que la de las medianas descienden un 1,2% y la de las pequeñas un 0,2%. Si se analiza el período de los últimos diez años, también se comprueba que mientras las ventas de las primeras crecieron un 35,0%, las medianas sólo lo hicieron en un 27,6% y las pequeñas en un 18,4%.

Los gremios de Madrid y Cataluña participan con un 40,4% y un 55,3% de la facturación, respectivamente. De los demás gremios destaca Euskadi, con un 2,8%, seguido de Andalucía, con un 1,6%, Valencia, con el 1,0%, y Galicia, con el 0,8%. Se observan crecimientos respecto al 2004 para los gremios de Andalucía (7,6%), Valencia (3,8%) y Madrid (3,3%), así como un descenso para Euskadi (-4,5%).

El cuadro siguiente, donde se refleja la facturación por materias, permite observar algunos aspectos fundamentales:

- Por una parte, la concentración de las ventas en determinadas materias. Texto no universitario, con un 23,8%; Literatura, con el 21,4%; Ciencias sociales y Humanidades, con el 10,5%, e Infantil y juvenil, con el 9,6%, suman en total casi dos tercios del total de la facturación (65,3%).
- Por otra, se observa qué materias experimentan variaciones superiores a la media (+1,8%) respecto al año anterior: Ciencias sociales y Humanidades (13,8%), Divulgación general (4,0%), Infantil y juvenil (2,6%) y Cómicos (2,2%). Por debajo de la media crecen Libros prácticos (1,2%) y Literatura (0,6%). Y disminuyen respecto a 2004 Diccionarios y Enciclopedias (-2,4%) y Universitario/Científico-Técnico (-16,6%).

	2001	2002	2003	2004	2005		Variación
	Millones €			Millones €		%	2005/2004
Total	2.606,70	2.674,64	2.792,61	2.881,60	2.933,23	100,0	1,8
Literatura	586,48	608,56	558,49	624,74	628,46	21,4	0,6
Infantil y juvenil	234,02	245,43	272,29	274,73	281,74	9,6	2,6
Texto no universitario	546,86	624,58	680,21	689,86	698,84	23,8	1,3
• Educación infantil	59,95	75,01	76,46	91,86	91,64	3,1	-0,2
• Educación primaria	191,53	206,95	240,42	239,98	253,68	8,6	5,7
• E.S.O.	200,49	212,76	213,50	215,50	201,46	6,9	-6,5
• Bachiller	52,53	61,62	67,73	66,11	63,39	2,2	-4,1
• F.P.	10,42	11,04	17,40	16,39	15,58	0,5	-4,9
• Libros y materiales complem.	31,94	57,21	64,72	60,02	73,09	2,5	21,8
Universitario/Científico-Técnico	204,71	221,07	243,02	227,10	189,45	6,5	-16,6
Ciencias sociales y Humanidades	224,37	210,66	216,20	270,98	308,39	10,5	13,8
Libros prácticos	182,18	188,90	182,86	177,49	179,57	6,1	1,2
Divulgación general	259,23	227,78	192,62	203,72	211,84	7,2	4,0
Diccionarios/Enciclopedias	200,27	182,21	254,16	229,27	223,84	7,6	-2,4
Cómicos	111,47	94,06	88,28	96,65	98,78	3,4	2,2
Otras materias	57,12	71,39	104,48	87,06	112,30	3,8	29,0

A destacar también el descenso respecto del año anterior del número de ejemplares vendidos en Universitario Científico-Técnico, Diccionarios y Enciclopedias y Divulgación general.

La cifra de títulos editados alcanzó en el 2005 los 69.598 títulos.

Su crecimiento respecto a 2004 (2,6%) es superado principalmente por: Libros prácticos (28,2%), Diccionarios y Enciclopedias (25,2%), Infantil y juvenil (10,0%) y Literatura (6,4%). En cambio, se produce descenso en Libros de texto no universitario (10,8%) y Científico-Técnico (2,5%).

TÍTULOS	2003	2004	2005	Variación interanual 2005/2004
Total	65.824	67.822	69.598	2,6
Literatura	13.013	13.359	14.208	6,4
Infantil y juvenil	10.135	10.690	11.756	10,0
Texto no universitario	16.499	17.526	15.627	-10,8
• Educación infantil	2.262	3.515	3.090	-12,1
• Educación primaria	4.672	6.363	5.378	-15,5
• E.S.O.	4.260	3.831	3.245	-15,3
• Bachillerato	1.512	1.131	1.166	3,1
• F.P.	447	308	310	0,6
• Libros y materiales complementarios	3.346	2.378	2.438	2,5
Científico-Técnico	7.722	5.717	5.575	-2,5
Ciencias sociales y Humanidades	7.094	9.210	9.304	1,0
Libros prácticos	3.042	3.153	4.042	28,2
Divulgación general	4.362	3.994	4.357	9,1
Diccionarios/Enciclopedias	1.300	698	874	25,2
Cómics	574	1.070	1.139	6,5
Otros	2.083	2.405	2.716	12,9

Los ejemplares (321 millones), que crecieron un 3,5% respecto al año anterior, lo hicieron especialmente en las materias Cómic (55,5%), Libros prácticos (16,4%), Ciencias sociales y Humanidades (13,5%), Divulgación general (11,6%) y Literatura (11,3%). Los descensos tuvieron lugar especialmente en Científico-Técnico (-27,9%), Texto no universitario (-12,0%) y Diccionarios/Enciclopedias (-6,4%).

EJEMPLARES	2003	2004	2005	Variación interanual 2005/2004
Total	278.066.196	310.583.181	321.469.155	3,5
Literatura	79.404.499	89.089.812	99.155.699	11,3
Infantil y juvenil	41.793.972	53.167.457	56.445.269	6,2
Texto no universitario	73.662.418	74.813.441	65.855.012	-12,0
Educación infantil	13.194.603	16.311.821	14.572.046	-10,7
Educación primaria	24.659.825	27.824.601	23.286.011	-16,3
E.S.O.	17.114.741	14.995.873	11.772.981	-21,5
Bachillerato	5.837.915	4.111.944	2.963.239	-27,9
F.P.	1.296.048	782.830	831.530	6,2
Libros y materiales complementarios	11.559.285	10.786.372	12.429.205	15,2
Científico-Técnico	20.788.145	14.855.877	10.717.094	-27,9
Ciencias sociales y Humanidades	13.025.054	16.085.610	18.254.728	13,5
Libros prácticos	11.659.354	14.018.290	16.314.673	16,4
Divulgación general	20.851.431	26.155.794	29.188.859	11,6
Diccionarios/Enciclopedias	6.170.350	5.643.482	5.279.722	-6,4
Cómics	5.424.539	8.930.698	13.883.540	55,5
Otros	5.286.434	7.822.720	6.374.559	-18,5

A través de Librerías y Cadenas de librerías se canaliza el porcentaje más amplio de las ventas: el 48,8%. Los canales que han experimentado un crecimiento más importante respecto al año anterior son Correo (15,6%) y Cadenas de librerías (13,0%). Entre los que disminuyen cabe destacar Venta telefónica (12,8%) y Suscripciones (10,0%).

	2001	2002	2003	2004	2005	Variación 2005/2004
Total facturación (millones de euros)	2.606,70	2.674,64	2.792,61	2.881,60	2.933,23	1,8
Librerías	937,10	1.031,10	1.028,62	998,79	960,53	-3,8
Cadena de librerías	286,60	312,60	409,63	417,31	471,53	13,0
Hipermercados	196,14	285,60	272,30	293,55	287,91	-1,9
Quioscos	177,93	147,10	136,17	148,24	156,47	5,5
Empresas e instituciones	216,90	178,00	160,11	238,62	250,88	5,1
Bibliotecas	20,30	15,40	17,73	15,63	14,00	-10,5
Venta a crédito	360,60	200,60	325,27	282,14	281,10	-0,4
Correo	66,90	62,80	61,20	100,36	116,05	15,6
Clubs	139,30	131,50	130,09	112,65	113,17	0,5
Internet	4,60	10,90	11,20	24,95	24,26	-2,8
Suscripciones	17,40	15,00	32,78	37,06	33,35	-10,0
Venta telefónica	78,10	92,50	90,65	105,78	92,19	-12,8
Otros canales	104,83	191,54	116,86	106,52	131,79	23,7

El libro de bolsillo ha experimentado crecimientos en las distintas variables. Los libros editados en este formato representan el 7,7% de los títulos editados y el 13,5% de los ejemplares, siendo la variación respecto al año anterior del 6,9% en títulos editados y del 16,3% en ejemplares producidos. La facturación que alcanzó los 155,28 millones de euros, crece un 13,3% en relación al año anterior y supone del total de la facturación de las editoriales agremiadas un 5,3%.

En términos de facturación de libros de bolsillo hay aumentos importantes para Libros prácticos y Divulgación general.

Se edita en castellano el 77,9% de los títulos, en catalán un 15,6%, en gallego el 2,5%, en euskera un 2,2% y en otras lenguas un 1,8%. El número de títulos en gallego ha experimentado un crecimiento del 10,3% y el de catalán un 7,0%. Ha disminuido la edición de títulos en euskera en un 8,7%.

Tabla 58. RESUMEN DE DATOS SOBRE LA ESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS PRIVADAS Y AGREMIADAS DEL SECTOR (2005)
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. (X 1.000)	%	Mill. euros	%	Mill. euros	%
Más de 18 millones de €	30	4,1	7.124	48,7	85.427	26,3	24.871	35,7	177.098	55,1	1.854	63,2	105	75,4
Entre 6 y 18 millones de €	49	6,8	1.635	11,2	58.379	17,9	14.456	20,8	78.076	24,3	544	18,5	15	10,8
Entre 2,4 y 6 millones de €	69	9,5	2.114	14,5	43.105	13,2	10.557	15,2	26.046	8,1	250	8,5	8	5,7
Entre 0,6 y 2,4 millones de €	176	24,3	1.711	11,7	79.507	24,4	11.713	16,8	26.424	8,2	216	7,4	7	4,9
Hasta 0,6 millones de €	400	55,3	2.034	13,9	59.390	18,2	8.001	11,5	13.825	4,3	69	2,4	4	3,2
Total	724	100,0	14.619	100,0	325.808	100,0	69.598	100,0	321.469	100,0	2.933	100,0	139	100,0
Var. Interanual	3,3		1,8		5,4		2,6		3,5		1,8		2,7	

* 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. (X 1.000)	%	Mill. euros	%	Mill. euros	%
Madrid	280	38,7	6.906	47,2	139.104	42,7	28.919	41,6	136.433	42,4	1.184	40,4	52	37,4
Cataluña	260	35,9	6.393	43,7	136.556	41,9	30.708	44,0	165.988	51,6	1.569	53,5	81	58,3
Euskadi	45	6,2	418	2,9	15.444	4,7	3.059	4,4	6.633	2,1	81	2,8	2	1,4
Andalucía	68	9,4	393	2,7	13.045	4,0	2.934	4,2	5.232	1,6	46	1,6	2	1,4
A. Gallega	31	4,3	230	1,6	9.050	2,8	1.626	2,3	3.421	1,1	23	0,8	1	0,7
Valencia	40	5,5	279	1,9	12.609	3,9	2.352	3,4	3.762	1,2	30	1,0	1	0,7
Total	724	100,0	14.619	100,0	325.808	100,0	69.598	100,0	321.469	100,0	2.933	100,0	139	100,0
Var. Interanual	3,3		1,8		5,4		2,6		3,5		1,8		2,7	

Anexo de tablas estadísticas

Tabla 59. EDICIÓN DE TÍTULOS SEGÚN MATERIAS
Por tamaño ⁴

Absolutos	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	62.337	65.824	67.822	69.598	13.565	11.306	25.013	19.714
Literatura	12.228	13.013	13.359	14.208	3.759	1.495	5.834	3.119
Infantil y juvenil	11.544	10.135	10.690	11.756	2.735	2.343	4.914	1.765
Texto no universitario	15.878	16.499	17.526	15.627	4.443	4.077	4.749	2.358
• Educación infantil	1.780	2.262	3.515	3.090	950	417	1.040	683
• Educación primaria	5.286	4.672	6.363	5.378	1.652	1.505	1.624	595
• E.S.O.	4.699	4.260	3.831	3.245	719	1.082	979	465
• Bachillerato	1.465	1.512	1.131	1.166	158	248	527	233
• F.P.	195	447	308	310	20	54	157	79
• Libros y materiales complementarios	2.453	3.346	2.378	2.438	944	770	421	303
Científico/Técnico	5.463	7.722	5.717	5.575	537	620	1.552	2.866
Ciencias sociales y Humanidades	6.607	7.094	9.210	9.304	673	680	2.848	5.103
Libros prácticos	2.894	3.042	3.153	4.042	470	474	1.955	1.143
Divulgación general	4.068	4.362	3.994	4.357	549	535	1.481	1.792
Diccionarios/Enciclopedias	1.381	1.300	698	874	72	542	122	137
Cómics	333	574	1.070	1.139	273	89	455	323
Otros	1.939	2.083	2.405	2.716	53	452	1.103	1.109
Porcentajes verticales								
Total	100,0							
Literatura	19,6	19,8	19,7	20,4	27,7	13,2	23,3	15,8
Infantil y juvenil	18,5	15,4	15,8	16,9	20,2	20,7	19,6	9,0
Texto no universitario	25,5	25,1	25,8	22,5	32,8	36,1	19,0	12,0
• Educación infantil	2,9	3,4	5,2	4,4	7,0	3,7	4,2	3,5
• Educación primaria	8,5	7,1	9,4	7,7	12,2	13,3	6,5	3,0
• E.S.O.	7,5	6,5	5,6	4,7	5,3	9,6	3,9	2,4
• Bachillerato	2,4	2,3	1,7	1,7	1,2	2,2	2,1	1,2
• F.P.	0,3	0,7	0,5	0,4	0,1	0,5	0,6	0,4
• Libros y materiales complementarios	3,9	5,1	3,5	3,5	7,0	6,8	1,7	1,5
Científico/Técnico	8,8	11,7	8,4	8,0	4,0	5,5	6,2	14,5
Ciencias sociales y Humanidades	10,6	10,8	13,6	13,4	5,0	6,0	11,4	25,9
Libros prácticos	4,6	4,6	4,7	5,8	3,5	4,2	7,8	5,8
Divulgación general	6,5	6,6	5,9	6,3	4,0	4,7	5,9	9,1
Diccionarios/Enciclopedias	2,2	2	1	1,3	0,5	4,8	0,5	0,7
Cómics	0,5	0,9	1,6	1,6	2,0	0,8	1,8	1,6
Otros	3,1	3,2	3,5	3,9	0,4	4,0	4,4	5,6

⁴ 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	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	69.598	28.919	30.709	3.059	2.934	1.626	2.352
Literatura	14.208	4.405	8.455	273	514	252	310
Infantil y juvenil	11.756	4.827	5.376	516	137	498	402
Texto no universitario	15.627	7.071	5.928	900	624	498	606
• Educación infantil	3.090	1.333	1.040	140	263	184	130
• Educación primaria	5.377	2.349	2.279	316	141	154	139
• E.S.O.	3.245	1.288	1.430	282	58	66	121
• Bachillerato	1.166	352	595	50	34	21	114
• F.P.	310	178	40	13	70	6	3
• Libros y materiales complementarios	2.438	1.571	544	99	57	68	99
Científico/Técnico	5.575	2.437	2.107	649	194	112	76
Ciencias sociales y Humanidades	9.304	5.181	2.349	498	584	92	600
Libros prácticos	4.042	2.031	1.788	55	131	32	6
Divulgación general	4.357	1.680	2.266	70	148	109	84
Diccionarios/Enciclopedias	874	386	388	47	18	14	20
Cómics	1.139	81	1.035	0	1	4	17
Otros	2.716	821	1.018	51	582	14	231
Porcentajes verticales	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	20,4	15,2	27,5	8,9	17,5	15,5	13,2
Infantil y juvenil	16,9	16,7	17,5	16,9	4,7	30,6	17,1
Texto no universitario	22,5	24,4	19,3	29,4	21,3	30,6	25,8
• Educación infantil	4,4	4,6	3,4	4,6	9,0	11,3	5,5
• Educación primaria	7,7	8,1	7,4	10,3	4,8	9,5	5,9
• E.S.O.	4,7	4,5	4,7	9,2	2,0	4,1	5,1
• Bachillerato	1,7	1,2	1,9	1,6	1,2	1,3	4,9
• F.P.	0,4	0,6	0,1	0,4	2,4	0,4	0,1
• Libros y materiales complementarios	3,5	5,4	1,8	3,3	2,0	4,2	4,2
Científico/Técnico	8,0	8,4	6,9	21,2	6,6	6,9	3,2
Ciencias sociales y Humanidades	13,4	17,9	7,6	16,3	19,9	5,7	25,5
Libros prácticos	5,8	7,0	5,8	1,8	4,5	1,9	0,3
Divulgación general	6,3	5,8	7,4	2,3	5,1	6,7	3,6
Diccionarios/Enciclopedias	1,3	1,3	1,3	1,5	0,6	0,9	0,8
Cómics	1,6	0,3	3,4	0,0	0,0	0,3	0,7
Otros	3,9	2,8	3,3	1,7	19,8	0,9	9,8

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

Absolutos	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	275.635	278.066	310.583	321.469	111.867	65.231	104.122	40.250
Literatura	73.616	79.404	89.090	99.156	38.954	15.596	39.055	5.551
Infantil y juvenil	48.428	41.794	53.168	56.445	15.582	13.173	21.516	6.174
Texto no universitario	78.297	73.662	74.814	65.855	26.892	18.241	13.445	7.277
• Educación infantil	10.175	13.195	16.312	14.572	5.247	3.210	4.442	1.672
• Educación primaria	30.667	24.660	27.825	23.286	10.155	5.881	4.431	2.819
• E.S.O.	20.364	17.115	14.996	11.773	3.412	4.589	2.311	1.461
• Bachillerato	5.883	5.838	4.112	2.963	745	953	711	554
• F.P.	614	1296	783	832	106	107	420	198
• Libros y materiales complementarios	10.593	11.559	10.786	12.429	7.227	3.502	1.128	573
Científico/Técnico	12.051	20.788	14.856	10.717	1.343	2.171	4.407	2.796
Ciencias sociales y Humanidades	15.438	13.025	16.086	18.255	3.081	1.216	5.805	8.152
Libros prácticos	12.962	11.659	14.018	16.315	4.042	2.911	6.402	2.960
Divulgación general	16.932	20.851	26.156	29.189	10.685	5.325	9.161	4.017
Diccionarios/Enciclopedias	9.452	6.170	5.643	5.280	899	3.737	312	331
Cómics	2.496	5.425	8.930	13.884	10.114	731	1.304	1.735
Otros	5.963	5.286	7.822	6.375	274	2.129	2.715	1.256
Porcentajes verticales	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	26,7	28,6	28,7	30,8	34,8	23,9	37,5	13,8
Infantil y juvenil	17,6	15	17,1	17,6	13,9	20,2	20,7	15,3
Texto no universitario	28,4	26,5	24,1	20,5	24,0	28,0	12,9	18,1
• Educación infantil	3,7	4,7	5,3	4,5	4,7	4,9	4,3	4,2
• Educación primaria	11,1	8,9	9	7,2	9,1	9,0	4,3	7,0
• E.S.O.	7,4	6,2	4,8	3,7	3,1	7,0	2,2	3,6
• Bachillerato	2,1	2,1	1,3	0,9	0,7	1,5	0,7	1,4
• F.P.	0,2	0,5	0,3	0,3	0,1	0,2	0,4	0,5
• Libros y materiales complementarios	3,8	4,2	3,5	3,9	6,5	5,4	1,1	1,4
Científico/Técnico	4,4	7,5	4,8	3,3	1,2	3,3	4,2	6,9
Ciencias sociales y Humanidades	5,6	4,7	5,2	5,7	2,8	1,9	5,6	20,3
Libros prácticos	4,7	4,2	4,5	5,1	3,6	4,5	6,1	7,4
Divulgación general	6,1	7,5	8,4	9,1	9,6	8,2	8,8	10,0
Diccionarios/Enciclopedias	3,4	2,2	1,8	1,6	0,8	5,7	0,3	0,8
Cómics	0,9	2	2,9	4,3	9,0	1,1	1,3	4,3
Otros	2,2	1,9	2,5	2,0	0,2	3,3	2,6	3,1

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

Absolutos	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	321.469	136.433	165.987	6.633	5.232	3.421	3.762
Literatura	99.156	31.911	64.962	274	1.048	361	599
Infantil y juvenil	56.445	25.817	27.321	964	421	876	1.045
Texto no universitario	65.855	40.720	17.861	2.731	2.050	1.207	1.286
• Educación infantil	14.572	8.388	3.919	363	1.260	373	268
• Educación primaria	23.286	13.961	6.867	1.294	296	484	384
• E.S.O.	11.773	6.212	4.306	725	113	128	289
• Bachillerato	2.963	1.568	998	105	90	63	139
• F.P.	832	515	86	32	162	27	10
• Libros y materiales complementarios	12.429	10.076	1.684	213	130	131	196
Científico/Técnico	10.717	5.394	3.468	1.326	144	333	52
Ciencias sociales y Humanidades	18.255	8.558	7.658	683	512	216	627
Libros prácticos	16.315	8.507	7.117	120	490	73	6
Divulgación general	29.189	10.259	18.184	264	168	261	53
Diccionarios/Enciclopedias	5.280	1.202	3.898	80	3	68	29
Cómics	13.884	633	13.218	0	6	6	19
Otros	6.375	3.431	2.299	191	388	19	46
Porcentajes verticales	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	30,8	23,4	39,1	4,1	20,0	10,6	15,9
Infantil y juvenil	17,6	18,9	16,5	14,5	8,0	25,6	27,8
Texto no universitario	20,5	29,8	10,8	41,2	39,2	35,3	34,2
• Educación infantil	4,5	6,1	2,4	5,5	24,1	10,9	7,1
• Educación primaria	7,2	10,2	4,1	19,5	5,7	14,2	10,2
• E.S.O.	3,7	4,6	2,6	10,9	2,2	3,7	7,7
• Bachillerato	0,9	1,1	0,6	1,6	1,7	1,8	3,7
• F.P.	0,3	0,4	0,1	0,5	3,1	0,8	0,3
• Libros y materiales complementarios	3,9	7,4	1,0	3,2	2,5	3,8	5,2
Científico/Técnico	3,3	4,0	2,1	20,0	2,8	9,7	1,4
Ciencias sociales y Humanidades	5,7	6,3	4,6	10,3	9,8	6,3	16,7
Libros prácticos	5,1	6,2	4,3	1,8	9,4	2,1	0,2
Divulgación general	9,1	7,5	11,0	4,0	3,2	7,6	1,4
Diccionarios/Enciclopedias	1,6	0,9	2,3	1,2	0,1	2,0	0,8
Cómics	4,3	0,5	8,0	0,0	0,1	0,2	0,5
Otros	2,0	2,5	1,4	2,9	7,4	0,6	1,2

Tabla 63. TIRADA MEDIA POR MATERIAS
Por tamaño

Absolutos	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	4.422	4.224	4.579	4.619	8.247	5.769	4.163	2.042
Literatura	6.020	6.102	6.669	6.979	10.362	10.429	6.694	1.780
Infantil y juvenil	4.195	4.124	4.974	4.801	5.698	5.623	4.379	3.498
Texto no universitario	4.931	4.465	4.269	4.214	6.052	4.475	2.831	3.086
• Educación infantil	5.717	5.832	4.639	4.716	5.523	7.703	4.270	2.449
• Educación primaria	5.802	5.278	4.373	4.330	6.146	3.907	2.728	4.735
• E.S.O.	4.334	4.018	3.915	3.628	4.749	4.240	2.360	3.141
• Bachillerato	4.016	3.862	3.633	2.542	4.708	3.846	1.350	2.380
• F.P.	3.152	2.899	2.547	2.683	5.295	1.971	2.681	2.517
• Libros y materiales complementarios	4.319	3.454	4.537	5.097	7.657	4.545	2.679	1.891
Científico/Técnico	2.206	2.692	2.599	1.922	2.500	3.505	2.839	975
Ciencias sociales y Humanidades	2.336	1.836	1.747	1.962	4.577	1.788	2.038	1.598
Libros prácticos	4.478	3.833	4.445	4.036	8.599	6.145	3.274	2.590
Divulgación general	4.163	4.781	6.550	6.699	19.460	9.955	6.184	2.242
Diccionarios/Enciclopedias	6.843	4.746	8.077	6.044	12.465	6.893	2.560	2.411
Cómics	7.484	9.448	8.347	12.187	37.099	8.194	2.869	5.373
Otros	3.075	2.538	3.254	2.347	5.176	4.712	2.462	1.133

Tabla 64. TIRADA MEDIA POR MATERIAS
Por gremio

Absolutos	2005	Madrid	Cataluna	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	4.619	4.718	5.405	2.169	1.783	2.104	1.600
Literatura	6.979	7.245	7.683	1.005	2.040	1.432	1.929
Infantil y juvenil	4.801	5.348	5.082	1.868	3.074	1.759	2.599
Texto no universitario	4.214	5.759	3.013	3.034	3.287	2.425	2.123
• Educación infantil	4.716	6.290	3.767	2.597	4.784	2.033	2.069
• Educación primaria	4.330	5.944	3.014	4.089	2.099	3.146	2.769
• E.S.O.	3.628	4.823	3.010	2.570	1.951	1.937	2.401
• Bachillerato	2.542	4.455	1.678	2.116	2.647	3.050	1.214
• F.P.	2.683	2.898	2.186	2.437	2.294	4.606	2.932
• Libros y materiales complementarios	5.097	6.414	3.095	2.142	2.268	1.940	1.972
Científico/Técnico	1.922	2.213	1.646	2.043	743	2.974	686
Ciencias sociales y Humanidades	1.962	1.652	3.261	1.371	876	2.350	1.045
Libros prácticos	4.036	4.190	3.981	2.206	3.733	2.300	1.075
Divulgación general	6.699	6.107	8.025	3.773	1.135	2.387	636
Diccionarios/Enciclopedias	6.044	3.113	10.050	1.703	159	4.759	1.431
Cómics	12.187	7.793	12.769	—	4.899	1.430	1.118
Otros	2.347	4.181	2.258	3.774	668	1.328	199

Tabla 65. TÍTULOS EN CATÁLOGO SEGÚN MATERIAS
Por tamaño

Absolutos	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	276.313	291.966	309.090	325.808	29.355	56.072	101.484	138.897
Literatura	51.929	52.312	58.442	65.480	8.171	8.599	28.265	20.445
Infantil y juvenil	36.240	36.838	41.839	46.742	5.783	9.885	18.092	12.982
Texto no universitario	45.207	45.999	47.630	49.476	8.009	18.852	12.567	10.048
• Educación infantil	4.269	4.966	5.357	5.357	503	1.623	1.557	1.674
• Educación primaria	12.113	11.540	12.117	12.883	2.825	4.566	3.154	2.338
• E.S.O.	13.432	12.433	12.982	12.950	1.866	5.169	3.039	2.876
• Bachillerato	4.530	4.674	4.900	4.898	540	1.294	1.978	1.086
• F.P.	932	1.499	1.552	1.487	37	459	548	444
• Libros y materiales complementarios	9930	10.887	10.722	11.901	2.240	5.741	2.291	1.629
Científico/Técnico	37.505	48.653	47.285	47.394	1.867	6.585	12.556	26.386
Ciencias sociales y Humanidades	53.802	54.138	57.666	60.100	1.959	3.820	12.789	41.532
Libros prácticos	12.524	12.749	13.975	15.960	1.972	1.424	6.371	6.193
Divulgación general	22.995	24.237	24.464	24.286	925	2.778	6.428	14.155
Diccionarios/Enciclopedias	5.553	4.649	5.135	5.318	248	2.911	1.174	984
Cómics	1.998	2.550	2.771	3.212	368	111	908	1.825
Otros	8.560	9.840	9.883	7.840	52	1.107	2.333	4.347
Porcentajes verticales	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	18,8	17,9	18,9	20,1	27,8	15,3	27,9	14,7
Infantil y juvenil	13,1	12,6	13,5	14,3	19,7	17,6	17,8	9,3
Texto no universitario	16,4	15,8	15,4	15,2	27,3	33,6	12,4	7,2
• Educación infantil	1,5	1,7	1,7	1,6	1,7	2,9	1,5	1,2
• Educación primaria	4,4	4,0	3,9	4,0	9,6	8,1	3,1	1,7
• E.S.O.	4,9	4,3	4,2	4,0	6,4	9,2	3,0	2,1
• Bachillerato	1,6	1,6	1,6	1,5	1,8	2,3	1,9	0,8
• F.P.	0,3	0,5	0,5	0,5	0,1	0,8	0,5	0,3
• Libros y materiales complementarios	3,6	3,7	3,5	3,7	7,6	10,2	2,3	1,2
Científico/Técnico	13,6	16,7	15,3	14,5	6,4	11,7	12,4	19,0
Ciencias sociales y Humanidades	19,5	18,5	18,7	18,4	6,7	6,8	12,6	29,9
Libros prácticos	4,5	4,4	4,5	4,9	6,7	2,5	6,3	4,5
Divulgación general	8,3	8,3	7,9	7,5	3,2	5,0	6,3	10,2
Diccionarios/Enciclopedias	2,0	1,6	1,7	1,6	0,8	5,2	1,2	0,7
Cómics	0,7	0,9	0,9	1,0	1,3	0,2	0,9	1,3
Otros	3,1	3,4	3,2	2,4	0,2	2,0	2,3	3,1

Tabla 66. TÍTULOS EN CATÁLOGO SEGÚN MATERIAS
Por gremio

Absolutos	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	325.808	139.104	136.556	15.444	13.045	9.050	12.609
Literatura	65.480	18.111	38.889	1.594	2.143	2.473	2.271
Infantil y juvenil	46.742	15.203	24.781	2.413	527	2.485	1.333
Texto no universitario	49.477	24.688	17.135	3.170	933	1.443	2.107
• Educación infantil	5.357	2.079	2.236	357	208	308	170
• Educación primaria	12.883	5.870	4.862	996	200	511	444
• E.S.O.	12.950	6.494	4.153	1.004	208	244	848
• Bachillerato	4.898	2.331	1.649	299	92	137	389
• F.P.	1.487	1.188	144	42	94	15	6
• Libros y materiales complementarios	11.901	6.726	4.093	472	132	229	249
Científico/Técnico	47.394	25.486	14.774	3.095	1.810	458	1.772
Ciencias sociales y Humanidades	60.100	33.860	13.114	2.602	5.512	1.021	3.991
Libros prácticos	15.960	5.943	8.595	500	724	137	61
Divulgación general	24.286	10.199	10.666	1.488	602	862	468
Diccionarios/Enciclopedias	5.318	2.106	2.816	184	22	74	116
Cómics	3.212	191	2.869	2	6	25	120
Otros	7.840	3.318	2.919	395	767	72	370
Porcentajes verticales	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	20,1	13,0	28,5	10,3	16,4	27,3	18,0
Infantil y juvenil	14,3	10,9	18,1	15,6	4,0	27,5	10,6
Texto no universitario	15,2	17,7	12,5	20,5	7,2	15,9	16,7
• Educación infantil	1,6	1,5	1,6	2,3	1,6	3,4	1,4
• Educación primaria	4,0	4,2	3,6	6,4	1,5	5,6	3,5
• E.S.O.	4,0	4,7	3,0	6,5	1,6	2,7	6,7
• Bachillerato	1,5	1,7	1,2	1,9	0,7	1,5	3,1
• F.P.	0,5	0,9	0,1	0,3	0,7	0,2	0,0
• Libros y materiales complementarios	3,7	4,8	3,0	3,1	1,0	2,5	2,0
Científico/Técnico	14,5	18,3	10,8	20,0	13,9	5,1	14,1
Ciencias sociales y Humanidades	18,4	24,3	9,6	16,9	42,2	11,3	31,6
Libros prácticos	4,9	4,3	6,3	3,2	5,5	1,5	0,5
Divulgación general	7,5	7,3	7,8	9,6	4,6	9,5	3,7
Diccionarios/Enciclopedias	1,6	1,5	2,1	1,2	0,2	0,8	0,9
Cómics	1,0	0,1	2,1	0,0	0,0	0,3	1,0
Otros	2,4	2,4	2,1	2,6	5,9	0,8	2,9

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

Absolutos	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	2.674,64	2.792,61	2.881,60	2.933,23	1.125,63	728,46	793,72	285,42
Literatura	608,44	558,49	624,74	628,46	332,97	86,07	171,88	37,53
Infantil y juvenil	245,43	272,29	274,73	281,74	103,64	73,02	85,90	19,19
Texto no universitario	624,58	680,21	689,86	698,84	311,12	181,59	168,44	37,69
• Educación infantil	75,01	76,46	91,86	91,64	26,79	26,35	32,92	5,58
• Educación primaria	206,95	240,42	239,98	253,68	142,90	52,09	43,43	15,26
• E.S.O.	212,76	213,5	215,5	201,46	89,16	52,53	49,86	9,90
• Bachillerato	61,62	67,73	66,11	63,39	18,32	20,44	20,07	4,56
• F.P.	11,04	17,4	16,39	15,58	0,73	6,81	7,85	0,19
• Libros y materiales complementarios	57,21	64,72	60,02	73,09	33,22	23,36	14,31	2,20
Científico/Técnico	220,82	243,02	227,1	189,45	19,91	41,36	80,47	47,71
Ciencias sociales y Humanidades	210,37	216,2	270,98	308,39	17,69	104,35	115,93	70,41
Libros prácticos	188,9	182,86	177,49	179,57	78,53	41,36	44,44	15,24
Divulgación general	228,36	192,62	203,72	211,84	54,28	61,87	66,54	29,15
Diccionarios/Enciclopedias	182,16	254,16	229,27	223,84	128,25	78,04	16,32	1,23
Cómics	94,06	88,28	96,65	98,78	79,24	2,46	10,06	7,03
Otros	71,52	104,47	87,06	112,30	0,00	58,32	33,74	20,24
Porcentajes verticales	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	22,7	20,0	21,7	21,4	29,6	11,8	21,7	13,1
Infantil y juvenil	9,2	9,8	9,5	9,6	9,2	10,0	10,8	6,7
Texto no universitario	23,4	24,4	23,9	23,8	27,6	24,9	21,2	13,2
• Educación infantil	2,8	2,8	3,2	3,1	2,4	3,6	4,1	2,0
• Educación primaria	7,7	8,6	8,3	8,6	12,7	7,2	5,5	5,3
• E.S.O.	8,0	7,7	7,5	6,9	7,9	7,2	6,3	3,5
• Bachillerato	2,3	2,4	2,3	2,2	1,6	2,8	2,5	1,6
• F.P.	0,4	0,6	0,6	0,5	0,1	0,9	1,0	0,1
• Libros y materiales complementarios	2,1	2,3	2,1	2,5	3,0	3,2	1,8	0,8
Científico/Técnico	8,3	8,7	7,9	6,5	1,8	5,7	10,1	16,7
Ciencias sociales y Humanidades	7,9	7,7	9,4	10,5	1,6	14,3	14,6	24,7
Libros prácticos	7,1	6,5	6,2	6,1	7,0	5,7	5,6	5,3
Divulgación general	8,5	6,9	7,1	7,2	4,8	8,5	8,4	10,2
Diccionarios/Enciclopedias	6,8	9,1	8,0	7,6	11,4	10,7	2,1	0,4
Cómics	3,5	3,2	3,4	3,4	7,0	0,3	1,3	2,5
Otros	2,7	3,7	3,0	3,8	0,0	8,0	4,3	7,1

Tabla 68. EJEMPLARES VENDIDOS SEGÚN MATERIAS
Por tamaño (x 1.000)

Absolutos	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	228.881	232.154	237.067	230.626	81.640	50.132	73.705	25.150
Literatura	51.012	56.380	66.685	68.141	28.670	12.040	23.675	3.756
Infantil y juvenil	36.946	38.571	41.175	39.807	10.420	11.058	15.543	2.786
Texto no universitario	55.077	53.651	53.141	51.608	23.822	13.002	10.867	3.917
• Educación infantil	5.850	5.787	6.460	6.461	1.782	1.909	2.231	538
• Educación primaria	20.588	20.565	18.483	18.004	9.933	4.019	2.681	1.371
• E.S.O.	13.273	11.967	12.274	10.861	4.481	2.767	2.580	1.033
• Bachillerato	3.690	4.011	3.749	2.946	784	929	836	397
• F.P.	652	1.106	889	678	35	268	332	44
• Libros y materiales complementarios	11.024	10.215	11.286	12.658	6.807	3.109	2.207	534
Científico/Técnico	13.882	17.029	14.015	8.756	1.014	1.813	3.834	2.095
Ciencias sociales y Humanidades	16.234	14.998	13.501	14.209	1.300	1.312	6.525	5.071
Libros prácticos	14.533	13.522	13.091	11.940	4.357	1.482	4.043	2.058
Divulgación general	18.494	14.771	17.570	18.704	4.690	4.995	6.196	2.824
Diccionarios/Enciclopedias	6.680	6.916	5.599	5.053	1.080	3.199	651	123
Cómics	11.645	9.258	6.158	7.882	6.287	200	692	703
Otros	4.377	7.059	6.131	4.526	—	1.030	1.680	1.817
Porcentajes verticales	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	22,3	24,3	28,1	29,5	35,1	24,0	32,1	14,9
Infantil y juvenil	16,1	16,6	17,4	17,3	12,8	22,1	21,1	11,1
Texto no universitario	24,1	23,1	22,4	22,4	29,2	25,9	14,7	15,6
• Educación infantil	2,6	2,5	2,7	2,8	2,2	3,8	3,0	2,1
• Educación primaria	9,0	8,9	7,8	7,8	12,2	8,0	3,6	5,5
• E.S.O.	5,8	5,2	5,2	4,7	5,5	5,5	3,5	4,1
• Bachillerato	1,6	1,7	1,6	1,3	1,0	1,9	1,1	1,6
• F.P.	0,3	0,5	0,4	0,3	0,0	0,5	0,5	0,2
• Libros y materiales complementarios	4,8	4,4	4,8	5,5	8,3	6,2	3,0	2,1
Científico/Técnico	6,1	7,3	5,9	3,8	1,2	3,6	5,2	8,3
Ciencias sociales y Humanidades	7,1	6,5	5,7	6,2	1,6	2,6	8,9	20,2
Libros prácticos	6,3	5,8	5,5	5,2	5,3	3,0	5,5	8,2
Divulgación general	8,1	6,4	7,4	8,1	5,7	10,0	8,4	11,2
Diccionarios/Enciclopedias	2,9	3,0	2,4	2,2	1,3	6,4	0,9	0,5
Cómics	5,1	4,0	2,6	3,4	7,7	0,4	0,9	2,8
Otros	1,9	3,0	2,6	2,0	—	2,1	2,3	7,2

Tabla 69. CIFRA DE FACTURACIÓN SEGÚN MATERIAS
Por gremio (millones de €)

Absolutos	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	2.933,23	1.183,63	1.569,31	81,15	46,16	22,65	30,33
Literatura	628,46	102,92	510,87	2,64	4,93	2,89	4,21
Infantil y juvenil	281,74	95,53	162,80	12,91	1,52	4,51	4,48
Texto no universitario	698,84	433,66	188,92	29,74	24,72	11,05	10,76
• Educación infantil	91,64	49,18	19,31	4,28	16,38	1,34	1,15
• Educación primaria	253,68	171,33	60,53	12,51	3,25	2,67	3,38
• E.S.O.	201,46	119,08	65,90	7,42	2,56	2,63	3,87
• Bachillerato	63,39	31,70	23,01	3,45	1,85	1,36	2,02
• F.P.	15,58	13,72	0,80	0,72	0,35	0,00	0,00
• Libros y materiales complementarios	73,09	48,65	19,37	1,35	0,32	3,06	0,34
Científico/Técnico	189,45	112,85	56,96	16,20	2,08	0,71	0,66
Ciencias sociales y Humanidades	308,39	191,41	89,94	12,30	5,81	0,34	8,59
Libros prácticos	179,57	70,88	103,69	1,25	2,70	1,05	0,00
Divulgación general	211,84	92,05	116,15	1,68	0,45	1,09	0,41
Diccionarios/Enciclopedias	223,84	41,84	178,50	2,13	0,00	0,81	0,55
Cómics	98,78	2,47	96,10	0,00	0,05	0,00	0,16
Otros	112,30	40,02	65,38	2,30	3,91	0,19	0,51
Porcentajes verticales	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Literatura	21,4	8,7	32,6	3,3	10,7	12,8	13,9
Infantil y juvenil	9,6	8,1	10,4	15,9	3,3	19,9	14,8
Texto no universitario	23,8	36,6	12,0	36,6	53,5	48,8	35,5
• Educación infantil	3,1	4,2	1,2	5,3	35,5	5,9	3,8
• Educación primaria	8,6	14,5	3,9	15,4	7,0	11,8	11,1
• E.S.O.	6,9	10,1	4,2	9,1	5,6	11,6	12,7
• Bachillerato	2,2	2,7	1,5	4,2	4,0	6,0	6,7
• F.P.	0,5	1,2	0,1	0,9	0,8	0,0	0,0
• Libros y materiales complementarios	2,5	4,1	1,2	1,7	0,7	13,5	1,1
Científico/Técnico	6,5	9,5	3,6	20,0	4,5	3,1	2,2
Ciencias sociales y Humanidades	10,5	16,2	5,7	15,2	12,6	1,5	28,3
Libros prácticos	6,1	6,0	6,6	1,5	5,9	4,6	0,0
Divulgación general	7,2	7,8	7,4	2,1	1,0	4,8	1,4
Diccionarios/Enciclopedias	7,6	3,5	11,4	2,6	0,0	3,6	1,8
Cómics	3,4	0,2	6,1	0,0	0,1	0,0	0,5
Otros	3,8	3,4	4,2	2,8	8,5	0,8	1,7

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

Absolutos (Millones de €)	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	2.674,64	2.792,61	2.881,60	2.933,23	1.125,63	728,46	793,72	285,42
Librerías	1031,1	1.028,62	998,79	960,53	293,88	205,10	316,90	144,65
Cadenas de librerías	312,6	409,63	417,31	471,53	155,55	130,05	155,69	30,24
Hipermercados	285,6	272,3	293,55	287,91	122,96	64,87	91,51	8,57
Quioscos	147,1	136,17	148,24	156,47	66,27	26,26	53,56	10,37
Empresas e Instituciones	178	160,11	238,62	250,88	83,81	70,02	64,06	32,99
Bibliotecas	15,4	17,73	15,63	14,00	0,17	2,17	6,41	5,24
Editoriales	51,7	10,03	12,69	5,14	0,00	0,77	1,98	2,39
Venta a crédito	200,6	325,27	282,14	281,10	170,50	76,42	20,25	13,93
Correo	62,8	61,2	100,36	116,05	61,11	45,48	5,24	4,22
Clubs del libro	131,5	130,09	112,65	113,17	108,17	0,68	3,13	1,19
Internet	10,9	11,2	24,95	24,26	0,00	11,72	7,80	4,74
Suscripciones	15,0	32,78	37,06	33,35	0,00	9,11	21,21	3,03
Venta por teléfono	92,5	90,65	105,78	92,19	13,41	59,97	14,01	4,80
Resto	139,84	106,83	93,83	126,65	49,81	25,82	31,97	19,06

Porcentajes verticales	2002	2003	2004	2005	Muy grande	Grande	Mediana	Pequeña
Total	100,0							
Librerías	38,6	36,8	34,7	32,7	26,1	28,2	39,9	50,7
Cadenas de librerías	11,7	14,7	14,5	16,1	13,8	17,9	19,6	10,6
Hipermercados	10,7	9,8	10,2	9,8	10,9	8,9	11,5	3,0
Quioscos	5,5	4,9	5,1	5,3	5,9	3,6	6,7	3,6
Empresas e Instituciones	6,7	5,7	8,3	8,6	7,4	9,6	8,1	11,6
Bibliotecas	0,6	0,6	0,5	0,5	0,0	0,3	0,8	1,8
Editoriales	1,9	0,4	0,4	0,2	0,0	0,1	0,2	0,8
Venta a crédito	7,5	11,6	9,8	9,6	15,1	10,5	2,6	4,9
Correo	2,3	2,2	3,5	4,0	5,4	6,2	0,7	1,5
Clubs del libro	4,9	4,7	3,9	3,9	9,6	0,1	0,4	0,4
Internet	0,4	0,4	0,9	0,8	0,0	1,6	1,0	1,7
Suscripciones	0,6	1,2	1,3	1,1	0,0	1,3	2,7	1,1
Venta por teléfono	3,5	3,2	3,7	3,1	1,2	8,2	1,8	1,7
Resto	5,2	3,8	3,3	4,3	4,4	3,5	4,0	6,7

Tabla 71. CIFRA DE FACTURACIÓN SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN
Por gremio (millones de €)

Absolutos (Millones de €)	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	2.933,23	1.183,63	1.569,31	81,15	46,16	22,65	30,33
Librerías	960,53	466,18	405,60	32,95	21,06	14,54	20,19
Cadenas de librerías	471,53	189,73	250,67	20,20	5,28	1,76	3,90
Hipermercados	287,91	151,53	123,17	7,62	3,14	0,94	1,50
Quioscos	156,47	45,48	110,59	0,17	0,18	0,05	0,00
Empresas e Instituciones	250,88	130,94	89,47	16,63	8,06	2,62	3,16
Bibliotecas	14,00	8,80	3,69	0,05	0,45	0,48	0,54
Editoriales	5,14	3,39	1,04	0,66	0,05	0,00	0,00
Venta a crédito	281,10	23,61	255,30	0,07	0,48	1,64	0,00
Correo	116,05	44,83	70,23	0,42	0,18	0,00	0,39
Clubs del libro	113,17	1,68	111,21	0,13	0,00	0,13	0,03
Internet	24,26	20,20	2,89	0,23	0,56	0,16	0,22
Suscripciones	33,35	28,09	4,99	0,15	0,09	0,03	0,00
Venta por teléfono	92,19	50,67	41,21	0,19	0,03	0,00	0,08
Resto	126,65	18,49	99,26	1,69	6,61	0,29	0,31

Porcentajes verticales	2005	Madrid	Cataluña	Euskadi	Andalucía	Galicia	Valencia
Total	100,0						
Librerías	32,7	39,4	25,8	40,6	45,6	64,2	66,6
Cadenas de librerías	16,1	16,0	16,0	24,9	11,4	7,8	12,9
Hipermercados	9,8	12,8	7,8	9,4	6,8	4,2	5,0
Quioscos	5,3	3,8	7,0	0,2	0,4	0,2	0,0
Empresas e Instituciones	8,6	11,1	5,7	20,5	17,5	11,6	10,4
Bibliotecas	0,5	0,7	0,2	0,1	1,0	2,1	1,8
Editoriales	0,2	0,3	0,1	0,8	0,1	0,0	0,0
Venta a crédito	9,6	2,0	16,3	0,1	1,0	7,3	0,0
Correo	4,0	3,8	4,5	0,5	0,4	0,0	1,3
Clubs del libro	3,9	0,1	7,1	0,2	0,0	0,6	0,1
Internet	0,8	1,7	0,2	0,3	1,2	0,7	0,7
Suscripciones	1,1	2,4	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0
Venta por teléfono	3,1	4,3	2,6	0,2	0,1	0,0	0,3
Resto	4,3	1,6	6,3	2,1	14,3	1,3	1,0

Cuestionario utilizado

		Comercio del Libro en España Año: 2005			
EMPRESA EDITORIAL:		Nº DE ESTABLECIMIENTO:		<input type="text"/>	
PERSONA DE CONTACTO:		CÓDIGO:		<input type="text"/>	
CARGO:		TELÉFONO:		<input type="text"/>	
DEPARTAMENTO:		E-MAIL:		<input type="text"/>	
Por favor, rellene los apartados 1.1 y 1.2 del cuestionario. Los apartos sólo cuando correspondan.					
I. Datos generales editorial					
1.1 Recursos humanos					
1.1.1	Total empleados en nómina el 31/12/05:		<input type="text"/>		
	Personal adscrito principalmente a:				
	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	¿Contáis colaboradores externos en el 2005? (marque con un X donde correspondan)				
	[Corresponsales, distribuidores, distribuidores, licenciados, promotores, autores, ...]				
	Colaboradores Externos:		SI		¿cuántos? <input type="text"/>
			NO		
1.2 Datos generales de la editorial					
Esa editorial (marque con una X donde correspondan)					
1.2.1	¿Estuvo integrada a un grupo de empresas en 2005?		SI		NO
1.2.2	¿Estuvo asociada a CEDRO en 2005?		SI		NO
1.2.3	¿Estuvo en formato de libros de bolsillo en 2005?		SI		NO
	[Si caso afirmativo, debe rellenar además el Anexo 1 al final del cuestionario.]				
1.2.4	¿Tuvo exportación en 2005?		SI		NO
	[Si caso afirmativo, debe rellenar además el Anexo 2 al final del cuestionario.]				
1.2.5	¿Estuvo seleccionable en 2005?		SI		NO
	[Si caso afirmativo, debe rellenar además el Anexo 3 al final del cuestionario.]				
1.3 Soportes de edición					
1.3.1	En 2005, esta editorial (marque con una X en sí o en otro, cuando correspondan):				
			%		%
	SERIE libros con en soporte papel		SI		<input type="text"/>
	SERIE en otros soportes		SI		<input type="text"/>
	Total		100,0		%
1.3.2	SI ESTÁ EN OTROS SOPORTES INDICARLE DE CADA UNO DE LOS EDICIONES EN OTROS SOPORTES				
	Casetes y Discos		SI		<input type="text"/>
	Fideos		SI		<input type="text"/>
	CD-I / CD-Rom		SI		<input type="text"/>
	DVD		SI		<input type="text"/>
	On-Line		SI		<input type="text"/>
	Revistas / Hojas intercalables		SI		<input type="text"/>
	Otras formas (uñas)		SI		<input type="text"/>
	Total		100,0		%

B.- Publicaciones y áreas temáticas			
2.1	Número total de títulos vivos en catálogo. Número de títulos y de ejemplares editados por su editorial en 2005		
	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 2005	Títulos editados 2005	Ejemplares editados 2005
Literatura:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Infantil/Juvenil:	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Fuente de universidades:			
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"/> %
Comics:	<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 los títulos incluidos es:		
	<ul style="list-style-type: none"> - Libros de poesía, novela, teatro, ensayo, verdades... - Fuente de universidades: 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 / medio o; matemáticas, biología, física y química, etc. en función de su nivel de profundidad y rigor y del público al que se dirige: universitarios, técnicos, científicos y similares. - Ciencias Sociales y Humanidades: economía, derecho, sociología, psicología, geografía, historia,... - Libros prácticos: economía doméstica, cocina, viajes, gram., mapas,... - Divulgación general: libros de ocio, cultura, deportes,... - Diccionarios y Enciclopedias: no se consideran los diccionarios de texto de universitarios. 		
2.4	Lengua de edición (indique el %)		
	Lengua de los títulos editados en el 2005:		
	Castellano: <input type="text"/> %	Galego: <input type="text"/> %	
	Catalán: <input type="text"/> %	Otras (Citar): <input type="text"/> %	
	Euskera: <input type="text"/> %		
	% T. Títulos editados 2005		Total <input type="text"/> %

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 2005 <input type="text"/> (M. A. U. \$)	Ejemplares vendidos 2005 <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 2005 (según 3.1)	
	<u>Facturación</u>	<u>Ejemplares vendidos</u>
	Literarias <input type="text"/> %	<input type="text"/> %
	Infantil (Juvenil) <input type="text"/> %	<input type="text"/> %
	Texto no universitario	
	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 / folletos 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"/> %
	Cómics <input type="text"/> %	<input type="text"/> %
	Otros (Otra) <input type="text"/> %	<input type="text"/> %
	Total <input type="text"/> 100,0 %	<input type="text"/> 100,0 %
<p><i>El valor de las ventas debe ser el resultado neto después de deducir las devoluciones.</i></p> <p><i>En todas las preguntas del apartado 3, siempre figure el desglose de las ventas por materias, canales, Comisariados, Autónomas, etc., éstos son los que figuran en 3.1 (a precio de tapa, IVA incluido y dirigidos al mercado interior)</i></p> <p><i>El valor de las ventas se refiere a los libros editados y vendidos con el ISBN de la editorial a la que corresponde el cuestionario. Esta indicación trata de evitar la duplicidad de las ventas cuando una editorial vende libros a otra, hay que tener en cuenta que el ISBN de la editorial que figura en los libros vendidos es el criterio recomendado cuando se hayan producido estas operaciones comerciales entre editoriales.</i></p>		
3.3	Periodicidad facturación en el Mercado Interior para 2005	
	(S. s/r. 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 <input type="text"/> 100,0 %

III.- Actividad Comercial en el Mercado Interior

3.4 Distribución geográfica en el Mercado Interior para 2005

[N. NIT. Facturación]			
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"/>	N 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	100,0

Si los efectos de este trabajo, los datos correspondientes a Ceuta y Melilla, se integran en Andalucía.

3.5 Canales de distribución en el Mercado Interior para 2005

A través de distribuidora	Sin pasar por distribuidora
<input type="text"/> (N. NIT. Fact.)	<input type="text"/> (N. NIT. Fact.)

En la parte de distribuidora deben figurar los puntos de venta e instituciones. En esta misma parte deben incluirse los puntos de distribución directos o de punto directo o crédito.
 La suma de ambas modalidades debe ser igual a la cifra de facturación.

3.6 Para cada una de estas modalidades efectuar el despliegue según los canales de venta utilizados

	Por Distribuidora	Sin distribuidora
Librerías	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Cadenas Librerías	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Supermercados	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Quinceros	<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 a crédito	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Comas	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Clubs 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"/>
Ne sabe con exactitud	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Total	100,0	100,0

En el desglose de los ventas a los distintos canales, el Canal (punto, punto FINE, Casa del Libro, YPE) y además se deben indicar entre los canales de Internet, puntos que (compra, Carrefour, El Corte Inglés) se encuentran como supermercados.

III.- Actividad Comercial en el Mercado Interior

3.6.1 Desglose de la facturación total según materias y canales de venta (Citar en %)

	Librerías	Infantería librerías	Textos quincenas	Quincenas/ Tachos - librerías	C. Sociales Hipermar.	Libros quincenas	Disidic: General	Diccionar: Especial.	Comics
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"/> %
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"/> %
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"/> %
Quincenas	<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"/> %
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"/> %
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"/> %
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"/> %
Correo	<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"/> %
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"/> %
Subscripciones	<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"/> %
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"/> %
Total	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 2005

A distribuidores	<input type="text"/> %	A quincenas	<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 saldo y operaciones especiales de venta en 2005

En español (se marque con un X donde corresponda)

(% sobre facturación)

3.8.1 ¿Realiza Ventas por Saldo?	SI <input type="checkbox"/>	<input type="text"/> %	NO <input type="checkbox"/>
3.8.2 ¿Realiza Ventas Especiales?	SI <input type="checkbox"/>	<input type="text"/> %	NO <input type="checkbox"/>

Operaciones especiales de venta: operaciones especiales con instituciones, redes de librerías, quincenas, etc. a precio cerrado en su tiempo determinado.

3.9 Devoluciones

3.9.1 En español: ¿Ha hecho devoluciones de libros en 2007?

Cifra de facturación devuelta

SI <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	(€1.000-€)
NO <input type="checkbox"/>		

3.9.2 Devoluciones por Canales:

De distribuidores	<input type="text"/> %	De quincenas	<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 2005		(€1.000 - €)
4.2	<i>(Según sea según el medio promocional)</i>		
	Medios:		
	Prensa y revistas		%
	Publicidad exterior		%
	Radio		%
	Televisión		%
	Internet		%
	Marketing Promocional:		
	Mailings/material impreso		%
	Regalos e invitaciones		%
	Relaciones públicas		%
	Presencia en ferias		%
	Otro (Otro):		%
	Total	100,0	%
V Derechos de Autor y venta de derechos			
5.1 Pagos e ingresos por Derechos en 2005			
<i>(Se debe indicar cómo los derechos de autor individuales como los colectivos)</i>			
5.1.1	Cuanto de los pagos por Derechos de Autor:		(€1.000 - €)
	Autores españoles:		(€1.000 - €)
	Autores extranjeros:		(€1.000 - €)
5.1.2	Cuanto 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			
<i>Este anexo se refiere a los productos de libro en edición en formato de bolsillo general, y no tanto al de bolsillo en la edición de libros y ejemplares editados y vendidos, así como en el caso de bolsillos total, la importancia de la edición en este formato se mide al respecto de los datos por capítulo.</i>			
<i>Este anexo debe ser rellenado solo por los editores de libros de bolsillo y se recogen exclusivamente datos de los libros</i>			
A.1 Edición en formato de libros de bolsillo			
a.1.1	Nº de títulos editados		Nº de Ejemplares editados
a.1.2	Actividad comercial:		
a.1.2.1	Nº de títulos vendidos	Cifra de facturación (€1.000 - €)	Nº de Ejemplares vendidos
a.1.2.2	Distribución por Materias:		
	Literaria		%
	Infantil/Juvenil		%
	Ciencias Sociales / Humanidades		%
	Libros Prácticos		%
	Divulgación General		%
	Otro (otro):		%
	Total	100,0	%

Anexo 2: Comercio Exterior

Este anexo debe ser rellenado exclusivamente por las editoriales con venta al mercado exterior en 2005

A.2.1	Del total de títulos y ejemplares editados por su editorial en 2005 ¿cuántos lo han sido evolutivamente para el comercio exterior?				
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">A.2.1.1. Títulos editados</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">A.2.1.2. Ejemplares editados</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> </table>	A.2.1.1. Títulos editados	A.2.1.2. Ejemplares editados	<input type="text"/>	<input type="text"/>
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 servicios editoriales y por cesión de derechos al extranjero en 2005?				
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;">Venta de servicios editoriales y derechos al extranjero en 2005</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">x(1.000-€)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> </table>	Venta de servicios editoriales y derechos al extranjero en 2005	x(1.000-€)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Venta de servicios editoriales y derechos al extranjero en 2005	x(1.000-€)				
<input type="text"/>	<input type="text"/>				
A.2.3	Derechos: ¿Cuánto pagó su editorial por la compra de servicios editoriales y por derechos al extranjero en 2005?				
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;">Compra de servicios editoriales y derechos del extranjero en 2005</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">x(1.000-€)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> </table>	Compra de servicios editoriales y derechos del extranjero en 2005	x(1.000-€)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Compra de servicios editoriales y derechos del extranjero en 2005	x(1.000-€)				
<input type="text"/>	<input type="text"/>				

Se trata de cuantificar a cuanto asciende la Balanza por venta de servicios editoriales a otros países. Los principales conceptos que incluye la Balanza de Servicios son: 1) Royalties y derechos por licencias (pago e ingresos por el uso autorizado de activos intangibles y derechos de propiedad); 2) Otros servicios empresariales (ámbito profesional, servicios de gestión, servicios entre empresas filiales, etc.); 3) Servicios personales, culturales y recreativos (compra, venta o alquiler de servicios asociados a museos, bibliotecas, archivos, actividades culturales)

A.2.4	Libros: títulos y ejemplares vendidos. Facturación a precios de cesión en el mercado exterior en 2005						
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;">A.2.4.1. Títulos vendidos</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">A.2.4.2. Facturación por c. exterior (x1.000-€)</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">A.2.4.3. Ejemplares vendidos c. exterior</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> </table>	A.2.4.1. Títulos vendidos	A.2.4.2. Facturación por c. exterior (x1.000-€)	A.2.4.3. Ejemplares vendidos c. exterior	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
A.2.4.1. Títulos vendidos	A.2.4.2. Facturación por c. exterior (x1.000-€)	A.2.4.3. Ejemplares vendidos c. exterior					
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>					

A.2.5	Desglosar en porcentaje la facturación y el número de ejemplares vendidos en 2005																																																																					
a.2.5.1	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;"></th> <th style="width: 20%; text-align: center;">Facturación C. Exterior</th> <th style="width: 20%; text-align: center;">Ejemplares vendidos C. Exterior</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Temas</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Literatura</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Infantil / juvenil</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Educación</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Científico-Técnico - Universitario</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Ciencias sociales - humanidades</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Libros prácticos</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Divulgación general</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Diccionarios - enciclopedias</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Cómic</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Otros (otrar)</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Total (100%)</td><td style="text-align: center;">100,0 %</td><td style="text-align: center;">100,0 %</td></tr> </tbody> </table>		Facturación C. Exterior	Ejemplares vendidos C. Exterior	Temas			Literatura	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Infantil / juvenil	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Educación	<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 (otrar)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Total (100%)	100,0 %	100,0 %																														
	Facturación C. Exterior	Ejemplares vendidos C. Exterior																																																																				
Temas																																																																						
Literatura	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Infantil / juvenil	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Educación	<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 (otrar)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Total (100%)	100,0 %	100,0 %																																																																				
a.2.5.2	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;"></th> <th style="width: 25%; text-align: center;">Facturación C. Exterior</th> <th style="width: 25%; text-align: center;">Ejemplares vendidos C. Exterior</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Geográficas</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>EUROPA</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Francia</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Alemania</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Países Bajos</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Reino Unido</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Resto Unión Europea</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Resto Europa</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>SUDAMÉRICA</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Argentina</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Brazil</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Chile</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Otros países Andino (Perú, Colombia)</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Venezuela, Bolivia</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Resto Sudamérica</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>AMÉRICA DEL NORTE Y CENTRAL</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Estados Unidos</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>México</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Puerto Rico</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Resto América Norte y Central</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Resto Países (otrar)</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td><td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td></tr> <tr><td>Total Comercio Exterior:</td><td style="text-align: center;">100,0 %</td><td style="text-align: center;">100,0 %</td></tr> </tbody> </table>		Facturación C. Exterior	Ejemplares vendidos C. Exterior	Geográficas			EUROPA			Francia	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Alemania	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Países Bajos	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Reino Unido	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Resto Unión Europea	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Resto Europa	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	SUDAMÉRICA			Argentina	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Brazil	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Chile	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Otros países Andino (Perú, Colombia)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Venezuela, Bolivia	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Resto Sudamérica	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	AMÉRICA DEL NORTE Y CENTRAL			Estados Unidos	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	México	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Puerto Rico	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Resto América Norte y Central	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Resto Países (otrar)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %	Total Comercio Exterior:	100,0 %	100,0 %
	Facturación C. Exterior	Ejemplares vendidos C. Exterior																																																																				
Geográficas																																																																						
EUROPA																																																																						
Francia	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Alemania	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Países Bajos	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Reino Unido	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Resto Unión Europea	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Resto Europa	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
SUDAMÉRICA																																																																						
Argentina	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Brazil	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Chile	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Otros países Andino (Perú, Colombia)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Venezuela, Bolivia	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Resto Sudamérica	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
AMÉRICA DEL NORTE Y CENTRAL																																																																						
Estados Unidos	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
México	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Puerto Rico	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Resto América Norte y Central	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Resto Países (otrar)	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %																																																																				
Total Comercio Exterior:	100,0 %	100,0 %																																																																				
A.2.6	Desglosar el porcentaje que corresponde a libros de bolsillo																																																																					
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;"></td> <td style="width: 30%; text-align: center;">Títulos vendidos</td> <td style="width: 30%; text-align: center;">Facturación C. Exterior</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%; text-align: center;">Ejemplares vendidos</td> </tr> <tr> <td>% x/ total de los libros de bolsillo</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td> <td></td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/> %</td> </tr> </table>		Títulos vendidos	Facturación C. Exterior		Ejemplares vendidos	% x/ total de los libros de bolsillo	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %		<input type="text"/> %																																																											
	Títulos vendidos	Facturación C. Exterior		Ejemplares vendidos																																																																		
% x/ total de los libros de bolsillo	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %		<input type="text"/> %																																																																		

Anexo 3: Coleccionables

Este anexo debe ser rellenado exclusivamente por las editoriales de coleccionables en 2005 y se refiere exclusivamente a la edición y venta de coleccionables, tanto de libros como de fascículos.
Si la editorial edita libros no coleccionables, estos no se incluirán en el presente anexo.

FASCÍCULOS

A.3.1 FASCÍCULOS. Principales magnitudes en 2005							
	Nº total series en circulación	Nº de series lanzadas 2005	Cifra de facturación (x 1.000)	Nº de ejemplares editados			
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
A.3.1.1 Desglosar en porcentaje según las materias							
Materias	Series en circulación	Series lanzadas	Facturación	Ejemplares editados			
Infantiles	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Cursos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Coleccionismo	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Referencia	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Cocina	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Manualidades	<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"/>			
Total (100%)	100,0	100,0	100,0	100,0			
A.3.1.2 De las series lanzadas en 2005 indique cuántas son novedades y cuántas relanzamientos							
		Nº de series lanzadas		Nº de ejemplares editados			
. Novedades	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
. Relanzamientos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
LIBROS							
A.3.2 LIBROS. Principales magnitudes en 2005							
	Nº total series en circulación	Nº de series lanzadas	Cifra de facturación (x 1.000)	Nº de ejemplares editados			
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
A.3.2.1 Desglosar en porcentaje según las materias							
Materias	Series en circulación	Series lanzadas	Facturación	Ejemplares editados			
Literatura	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Infantiles	<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"/>			
Total (100%)	100,0	100,0	100,0	100,0			
A.3.2.2 De las series lanzadas en 2005 indique cuántas son novedades y cuántas relanzamientos							
		Nº de series lanzadas		Nº de ejemplares editados			
. Novedades	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
. Relanzamientos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
MATERIAS POR CANALES							
A.3.3 Desglose de la cifra de facturación por coleccionables según materias y canales de venta							
	Libros	Fascículos					
		Infantiles	Cursos	Coleccionismo	Referencia	Cocina	Manualidades
Quiéscos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Superpapelones	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Correo	<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"/>
Total coleccionables	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

