

# El sector editorial en España

ANTONIO M<sup>a</sup> ÁVILA ÁLVAREZ\*  
SERGIO PORTO BARGIELA\*\*

*El artículo ofrece un estudio actualizado del sector del libro en España, aportando datos sobre facturación, canales de comercialización, producción en papel y otros soportes, empleo, títulos vivos y costes por derechos de autor entre otros.*

*Palabras clave: libros, comercio interior, producción, exportación, industria editorial.*

*Clasificación JEL: L82.*

## 1. Introducción

En las líneas que siguen vamos a presentar y analizar los datos más significativos del comercio interior del libro en España en el año 2002 (últimos disponibles).

Cuando nos enfrentamos al análisis económico de cualquier sector cultural, especialmente del libro, el intérprete de los datos debería ser consciente de lo limitadísimo de los instrumentos analíticos. En el caso del sector del libro, dichos instrumentos arrojan unas cifras cuantitativas, algunas de ellas significativas (como el incremento más que notable de la venta de libros de literatura y de texto a lo largo de la década de los noventa, la reducción de precios en términos reales y por tanto, la contribución del sector del libro a la lucha contra la inflación, la grave crisis del libro científico, técnico y universitario, etcétera), pero no queda resuelta la cuestión de cómo medir —y quizás esto sea la contribución más importante del mundo del libro a la economía de una nación— su aportación a la cohesión e identidad nacional, a la formación del factor humano, su vinculación estratégica con la educación en todos los sectores y su contribución al conoci-

miento de la realidad. Queda para otro momento intentar establecer una metodología que nos permita conocer esos ámbitos y por ello, de momento, nos limitaremos a ofrecer datos puramente cuantitativos.

## 2. Cifras de facturación

### 2.1. Venta de libros en el mercado interior

La cifra de facturación por ventas a precio de tapa con IVA incluido para el año 2002 en el mercado interior fue de 2.674, 64 millones de euros frente a los 2.606,7 del año 2001, con lo que se mantiene así la tendencia de crecimiento sostenido de los últimos diez años.

Esta cifra corresponde, por tanto, a la facturación bruta a precio tapa con el IVA incluido. Si a dicha cifra descontamos el IVA y la media de descuentos a librerías y distribuidores (31,4 por 100), la cantidad quedaría reducida a 1.834, 801 millones de euros.

El número de ejemplares vendidos alcanzó los 226.619.558, un 3,9 por 100 más que en 2001, lo que sitúa el precio medio por unidad en 11,80 euros. El aumento a precios corrientes respecto a 2001 ha sido del 2,6 por 100, mientras que a precios constantes se obtiene una disminución del 1,2 por 100, manteniendo así una línea constante desde 1985 y contribuyendo de este modo a diferenciar el sector editorial de otros sectores (la

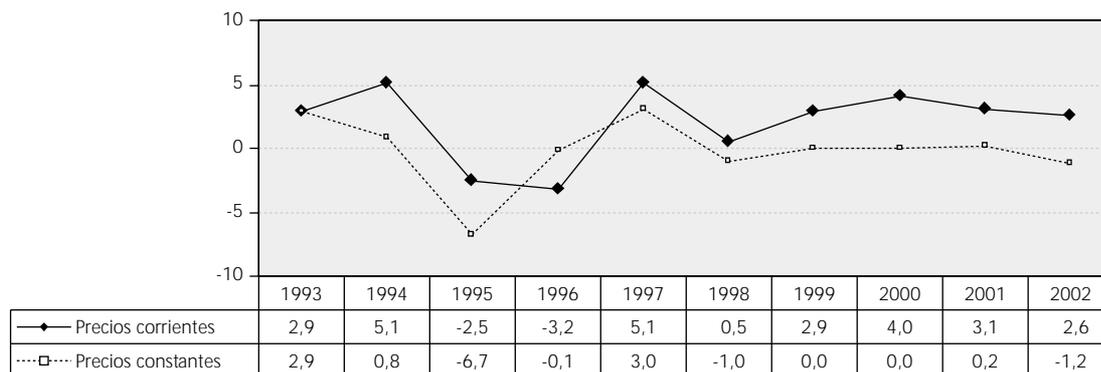


COLABORACIONES

\* Director Ejecutivo de la FGEE.

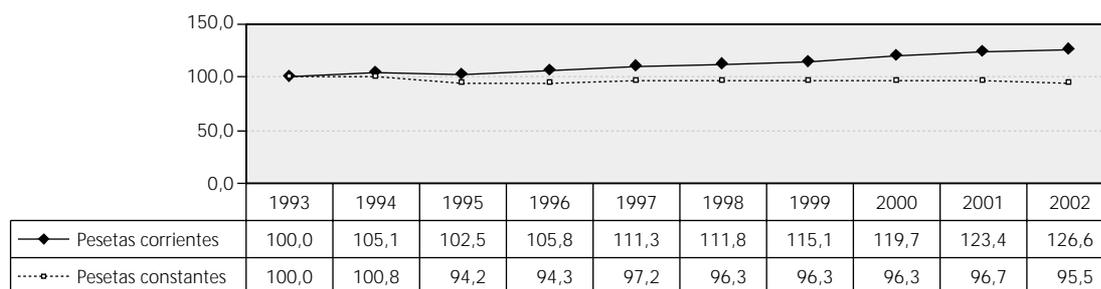
\*\* Becario de Comercio Exterior del Ministerio de Economía en la FGEE.

GRAFICO 1  
CIFRA DE FACTURACION  
Tasa de variación interanual



Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

GRAFICO 2  
CIFRA DE FACTURACION  
Tasa de variación con respecto a 1993



Fuente: Comercio interior del libro. 2002.



COLABORACIONES

gran distribución comercial) en las políticas de contención de la inflación.

En los últimos diez años, el incremento experimentado a precios corrientes, IVA incluido, es del 26,6 por 100. A precios constantes, eliminando el efecto de la inflación y del IVA se ha reducido un 4,5 por 100.

Literatura con un 22,7 por 100 y libros de texto con 23,3 por 100 acapararon casi la mitad de la facturación total. A gran distancia de estas se encuentran infantil y juvenil con un 9,2 por 100 y divulgación general con un 8,5 por 100.

## 2.2. Facturación por tamaño de empresa

Para cada uno de los grupos establecidos en función del tamaño, se obtiene que las 25 empresas grandes facturan un 63,2 por 100 del total de la cifra de ventas del sector, aunque son las

empresas pequeñas las que más han aumentado de facturación.

A efectos de clasificación, conviene indicar que se consideran empresas grandes las que tienen una facturación superior a 18 millones de euros anuales, medianas las que facturan entre 2,4 y 18 millones, mientras que las pequeñas tienen un volumen de facturación inferior a los 2,4 millones de euros al año.

La variación en los últimos años muestra que el crecimiento de la facturación se ha producido en todos los tamaños de empresas y destaca el dinamismo que muestran las pequeñas empresas, con un crecimiento paralelo al de las grandes.

## 2.3. Facturación por materias

Las variaciones en la cifra de facturación de las materias proporcionan una información muy

**CUADRO 1**  
**CIFRA DE FACTURACION EN EL MERCADO INTERIOR**  
Según tamaño. Absolutos. En millones de euros

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	% 02/ 01
Grande .....	1.373	1.440	1.449	1.567	1.627	1.648	1.690	2,5
Media .....	622	668	649	610	637	679	687	1,2
Pequeña .....	241	243	264	254	265	279	298	6,5
Total .....	2.236	2.351	2.362	2.431	2.529	2.607	2.675	2,6

*Fuente: Comercio interior del libro. 2002.*

**CUADRO 2**  
**CIFRA DE FACTURACION EN EL MERCADO INTERIOR**  
Evolución. Absolutos. Porcentajes verticales

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	% 02/ 01
Grande .....	61,4	61,3	61,3	64,5	64,3	63,2	63,2	0,0
Media .....	27,8	28,4	27,5	25,1	25,2	26,0	25,7	-0,4
Pequeña .....	10,8	10,3	11,2	10,4	10,5	10,7	11,1	0,4
Total .....								

*Fuente: Comercio interior del libro. 2002.*

útil para analizar la demanda de libros y su evolución.

Entre todas ellas, los libros de texto no universitario son los que más han aumentado respecto al ejercicio anterior, con un 14,2 por 100, sin olvidar que se trata de facturación bruta sin tener en cuenta los descuentos legalmente autorizados, y que significa en términos cualitativos una mayor preocupación por la calidad de la educación y la mejora del recurso humano.

Otra materia que también ha mejorado frente al 2001 fue literatura, con un crecimiento del 3,8 por 100 en lo que supone su quinto año de aumento consecutivo. Los libros de universitario más científico/técnico facturaron un 8 por 100 más y los de infantil y juvenil un 4,9 por 100.

De todos modos, en algunos casos es importante analizar la marcha de la facturación en los

últimos años, ya que así se podrá conocer la tendencia real de algunas materias.

Como se puede comprobar en los gráficos, la evolución del volumen facturado por los libros tanto de literatura como de texto no universitario ha sido imparable, con un crecimiento de casi el 100 por 100 en los últimos 10 años en ambos casos.

Aunque mucho más moderado el crecimiento de los libros de temática infantil y juvenil, también ha sido constante y en los diez últimos años ha incrementado su facturación en más de un 17 por 100.

Por el contrario, disminuyen los libros de divulgación general (12,1 por 100), ciencias sociales y humanidades (6,1 por 100), diccionarios/enciclopedias (9,0 por 100) y cómics (15,6 por 100).

Los libros científico/técnicos y universitarios, pese a un ligero repunte en el último año, han dis-



COLABORACIONES

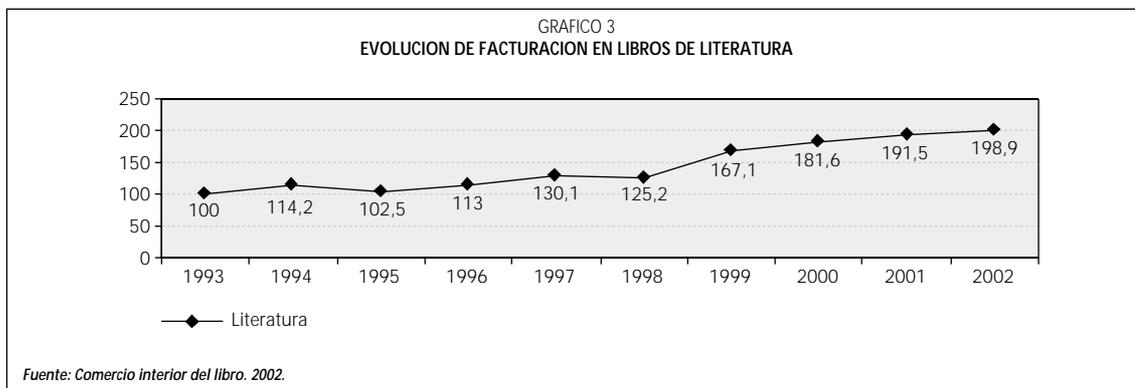
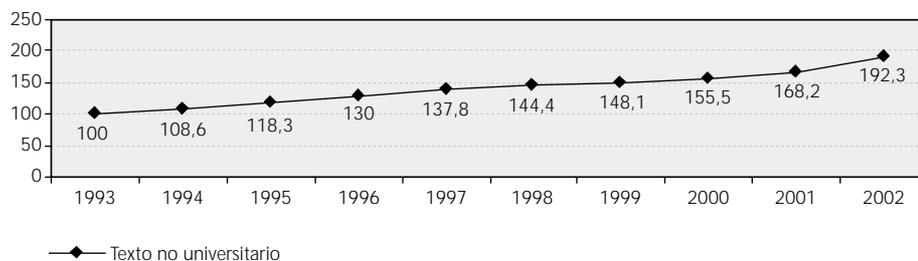
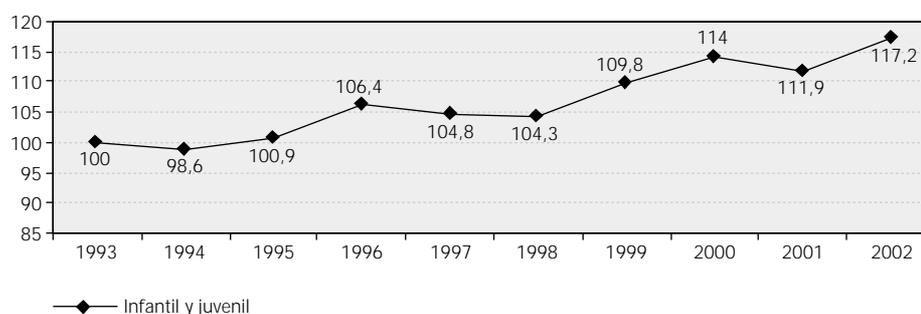


GRAFICO 4  
EVOLUCION DE FACTURACION EN LIBRO DE TEXTO NO UNIVERSITARIO



Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

GRAFICO 5  
EVOLUCION DE FACTURACION EN LIBROS DE INFANTIL Y JUVENIL

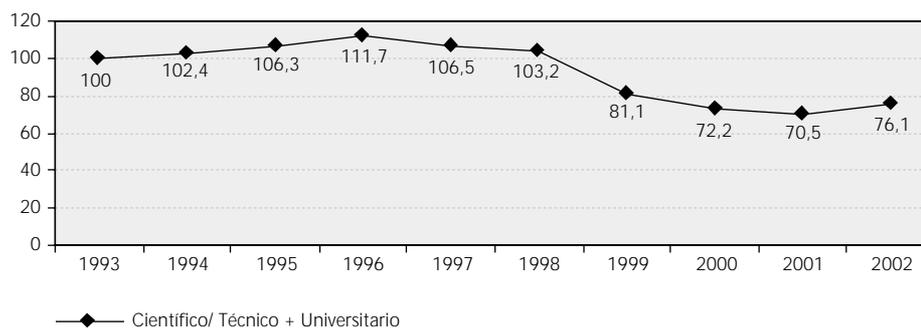


Fuente: Comercio interior del libro. 2002.



COLABORACIONES

GRAFICO 6  
EVOLUCION DE FACTURACION EN LIBROS CIENTIFICO/TECNICOS + UNIVERSITARIO



Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

minuido considerablemente su volumen de facturación en la pasada década. En este sentido es importante señalar que el sector de libro es probablemente, como consecuencia de los cambios tecnológicos y de los hábitos universitarios el que más ha sufrido la crisis.

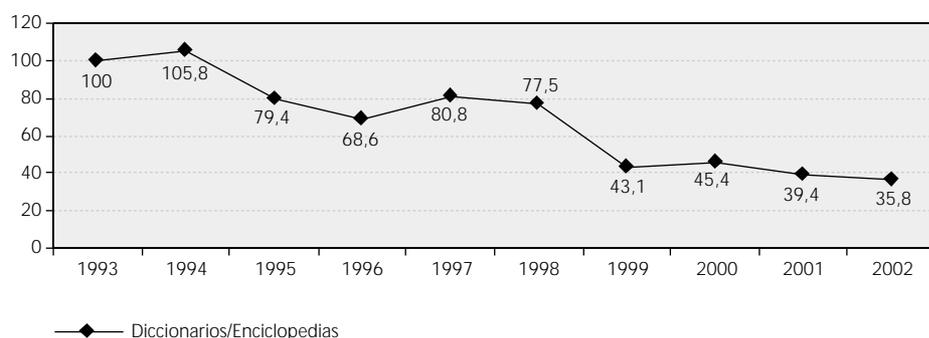
Especialmente acusada es la caída en la facturación de los diccionarios y enciclopedias, con una disminución del 65 por 100, resultado también de ese cambio de hábitos escolares y universitarios.

#### 2.4. Precio medio de los libros por materia

El precio medio de los libros obtenido para el año 2002 es de 11,80 euros y su cálculo se realiza a partir del número de ejemplares vendidos, que fue de 226.619.558, con una cifra de facturación bruta de 2.674,64 millones de euros.

Son las enciclopedias y los libros técnicos los que tienen un precio medio más alto, siempre teniendo en cuenta la enorme diversidad de

GRAFICO 7  
EVOLUCION DE FACTURACION EN DICCIONARIOS/ENCICLOPEDIAS



Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

CUADRO 3  
CIFRA DE FACTURACION 2000-2002  
Por materias. Absolutos. En millones de euros

	2000	2001	2002		Cambio 02/01
Literatura.....	556	586	609	22,7%	3,8
Infantil y Juvenil.....	238	234	245	9,2%	4,9
Texto no universitario.....	506	547	625	23,3%	14,2
Educación infantil.....	39	60	75	2,8%	24,1
Educación primaria.....	180	192	207	7,7%	8,0
E.S.O.....	200	200	213	8,0%	6,2
Bachillerato.....	52	53	62	2,3%	16,7
F.P.....	11	10	11	0,4%	10,5
Libros/Material complementario.....	23	32	57	2,1%	80,5
Univ. Científico/Técnico.....	210	205	221	8,3%	8,0
C. Sociales/Humanidades.....	179	224	211	7,9%	-6,1
Libros prácticos.....	185	182	189	7,1%	3,7
Divulgación.....	239	259	228	8,5%	-12,1
Diccionarios/Enciclopedias.....	231	200	182	6,8%	-9,0
Cómics.....	124	111	94	3,5%	-15,6
Otros.....	61	57	71	2,7%	25,0
Total.....	2.529	2.607	2.675	100,0%	2,6

Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

CUADRO 4  
PRECIO MEDIO DE LOS LIBROS POR MATERIAS  
Evolución

	2000	2001	2002	Cambio 02/01
Literatura.....	13,49	11,79	11,93	0,14
Infantil y Juvenil.....	6,51	6,89	6,64	-0,25
Texto no universitario.....	10,51	10,48	11,34	0,86
Univ. Científico/Técnico.....	14,94	16,86	15,91	-0,95
C. Sociales/Humanidades.....	11,01	12,06	12,96	0,90
Libros prácticos.....	13,50	13,39	13,00	-0,39
Divulgación.....	17,98	14,72	12,32	-2,40
Diccionarios./Enciclopedias.....	22,01	23,82	27,27	3,45
Cómics.....	11,40	13,20	8,08	-5,12
Otros.....	10,52	14,84	16,31	1,47
Total.....	12,02	11,95	11,80	-0,15

Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

libros y temáticas. El precio medio de los libros por materias en los últimos años en función del volumen de facturación y el número de ejemplares vendidos se puede desglosar del siguiente modo.

## 2.5. Canales de comercialización

Las ventas de libros a través de los distintos canales de comercialización permite conocer la evolución en los hábitos de compra de los españoles y seguir la



COLABORACIONES

CUADRO 5  
CIFRA DE FACTURACION  
Por canales de comercialización

	1998	1999	2000	2001	2002
Librerías.....	40,2	32,4	33,3	36,0	38,5
Cadenas de librerías.....	10,5	11,0	11,0	11,7	
Hipermercados.....	11,6	9,2	8,7	7,5	10,7
Quioscos.....	10,3	7,6	8,1	6,8	5,5
Empresas e instituciones.....	8,2	8,5	8,6	8,3	6,6
Bibliotecas.....	0,9	0,7	0,8	0,6	
Editoriales.....	0,5	0,5	0,5	0,6	1,9
Venta a crédito.....	17,9	16,8	15,0	13,8	7,5
Correo.....	4,6	5,4	4,0	2,6	2,3
Clubs.....	4,8	6,2	5,2	5,3	4,9
Internet.....	0,1	0,2	0,2	0,2	0,4
Suscripciones.....	0,3	0,7	0,6		
Venta telefónica.....	1,2	0,6	1,9	3,0	3,5
Otros canales.....	0,6	1,2	2,5	3,4	5,3
Total facturación (millones de euros).....	2.362	2.431	2.529	2.607	2.675

Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

introducción y el desarrollo de nuevos productos editoriales. Así, el funcionamiento de dichos canales en el 2002 se puede resumir del siguiente modo:

- las librerías y cadenas de librería acapararon el 50 por 100 de la cuota de mercado, tres puntos por encima del ejercicio anterior
- las ventas en hipermercados supusieron el 10,7 por 100 de las ventas, un 3,2 por 100 más que en el 2001
- la venta a crédito experimentó el mayor descenso, con 6,3 por 100 menos que en el año pasado, pasando a 7,5 por 100 del total
- el porcentaje de los quioscos es del 5,5 por 100, un 1,3 por 100 menos que en el 2001
- las ventas por clubs del libro son el 4,9 por 100 de la cifra de facturación y las ventas por correo sólo representan el 2,3 por 100 del total

• el resto de los canales se mantienen sin cambios llamativos

Por tamaño de empresas, se constata que en las grandes editoriales, la venta a crédito (puertas a puerta más organismos de venta a crédito), clubs y venta por teléfono presenta porcentajes superiores a los globales. En las medianas son superiores los porcentajes de las ventas a librerías, quioscos y a empresas e instituciones, mientras que para las pequeñas destacan las ventas a través de librerías, empresas e instituciones y bibliotecas.

### 3. Producción

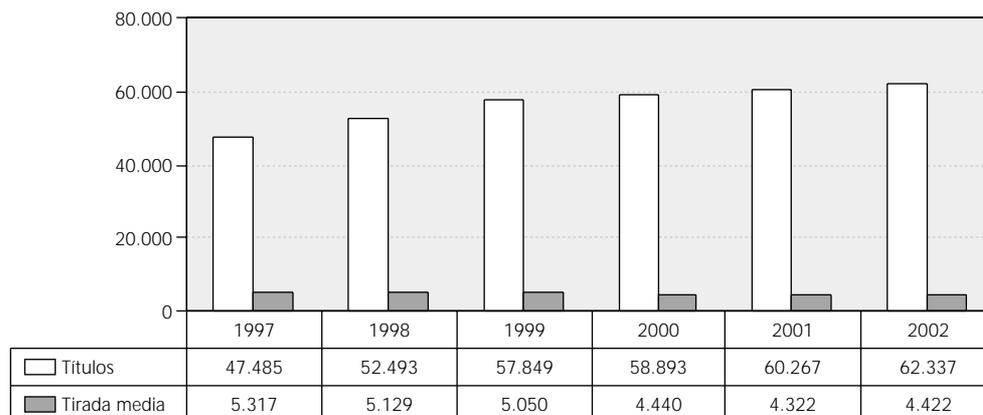
#### 3.1. Soporte papel

En el año 2002 se editaron 62.337 títulos, un 3,4 por 100 más que el año anterior. De este total,

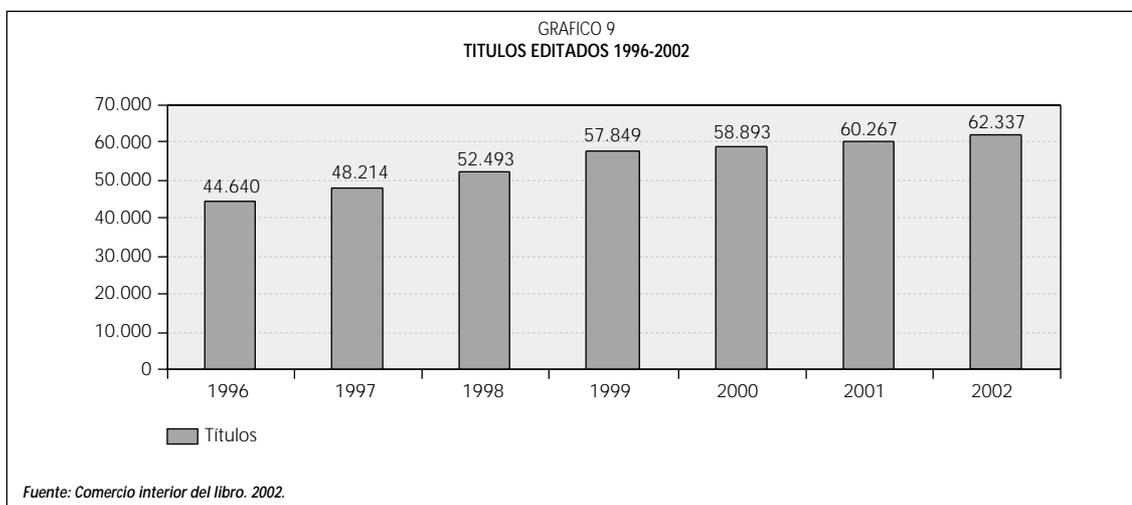


COLABORACIONES

GRAFICO 8  
NUMERO DE TITULOS EDITADOS Y TIRADA MEDIA POR TITULO



Fuente: Comercio interior del libro. 2002.



**CUADRO 6  
PRODUCCION DE TITULOS Y EJEMPLARES POR MATERIA**

	2000	2001	2002	Cambio 02/01
Literatura .....	10.462	11.709	12.228	4,4
Infantil y Juvenil .....	9.676	9.894	11.544	16,7
Texto no universitario .....	14.343	13.849	15.878	14,7
Educación infantil .....	1.761	1.819	1.780	-2,1
Educación primaria .....	4.033	4.075	5.286	29,7
E.S.O. ....	5.128	4.324	4.699	8,7
Bachillerato .....	1.523	1.367	1.465	7,2
F.P. ....	221	182	195	7,1
Libros/Material complementario .....	1.677	2.083	2.453	17,8
Univ. Científico/Técnico .....	6.356	5.891	5.463	-7,3
C. Sociales/Humanidades .....	6.728	6.608	6.607	0,0
Libros prácticos .....	3.418	2.973	2.894	-2,7
Divulgación .....	4.721	4.596	4.068	-11,5
Diccionarios./Enciclopedias.....	1.336	1.174	1.381	17,6
Cómics .....	457	581	334	-42,5
Otros .....	1.395	2.990	1.940	-35,1
<b>Total .....</b>	<b>58.893</b>	<b>60.267</b>	<b>62.337</b>	<b>2,3</b>

Fuente: Comercio interior del libro. 2002.



**COLABORACIONES**

31.423 fueron nuevos y 30.914 reimpresiones o reediciones. El número de ejemplares editados fue de 275.635.409, un 5,8 por 100 más que en el 2001, mientras que la tirada media fue de 4.422 ejemplares por título (100 ejemplares más que el año anterior).

Los libros de texto no universitario, la literatura y los libros infantiles y juveniles fueron las materias con el mayor número de títulos y de ejemplares editados, y suponen entre las tres el 63,6 por 100 de los títulos editados y el 72,7 por 100 de los ejemplares producidos.

El 78,2 por 100 de los libros editados están escritos en castellano, el 15,2 por 100 en catalán, el 2,2 por 100 en euskera, otro 2,2 por 100 en gallego y otro 2,2 por 100 en otras lenguas.

También es interesante apuntar que en el 2002, un 5,8 por 100 de los títulos editados y un 9,9 por 100 de los ejemplares lo fueron en formato de bolsillo, con una tirada media de 8.393 unidades, superando la cifra de 3.971 de media para la edición general. Las ventas en este tipo de formato suponen el 4,5 por 100 de la facturación total de las editoriales agremiadas, lo que representa una disminución del 14,6 por 100 con respecto al año anterior.

Con respecto a la *producción editorial por materias*, en el Cuadro 7 se adjuntan datos sobre el desglose del total de títulos y ejemplares editados por materias. Estas cifras permiten evaluar de modo bastante preciso la oferta y su evolución, al tiempo que confirma la variedad y amplitud de la selección editorial española.

### 3.2. Otros soportes. La edición electrónica

El porcentaje de editoriales que editan en otros soportes fue en el 2002 de un 32,8 por 100 del total, lo que supone un ligero incremento frente al 30,6 por 100 del 2001. La edición en otros soportes sigue creciendo desde 1995, año en que se demandó por primera vez.

La facturación en otros soportes para el 2002 fue de 114,96 millones de euros, lo que supone un descenso del 10 por 100 respecto del 2001. La edición en otros soportes repre-

senta el 4,3 por 100 de la cifra de facturación global.

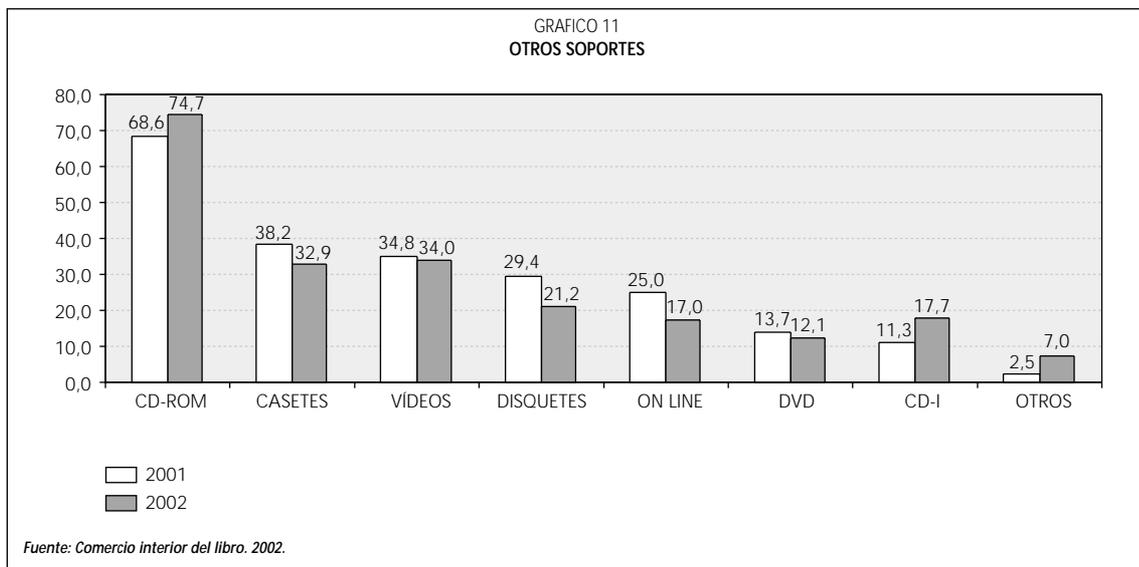
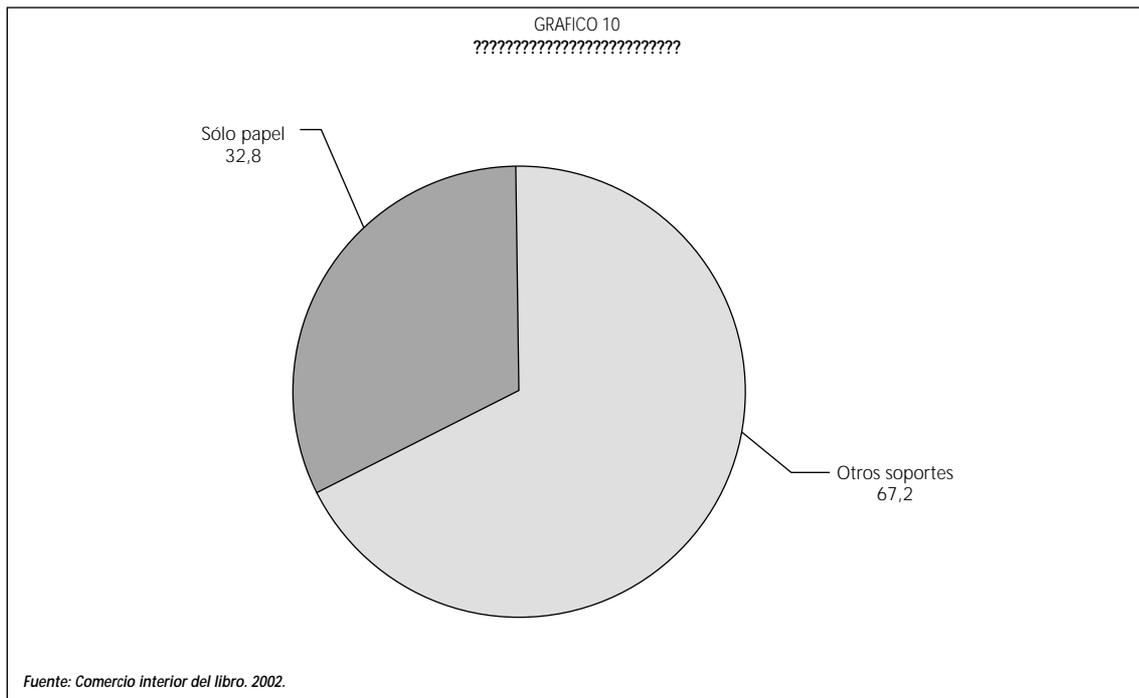
### 3.3. Títulos vivos en catálogo

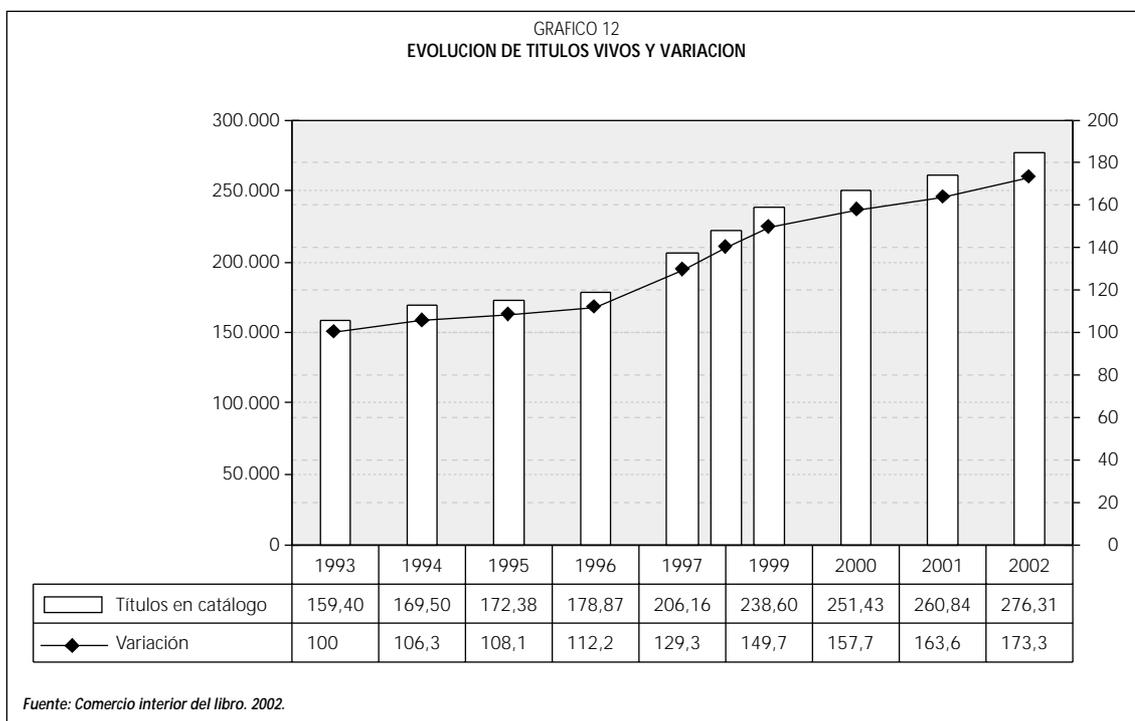
Los títulos que las editoriales mantienen en catálogo constituyen la oferta editorial y es una información muy reveladora para conocer la variedad de dicha oferta y el tiempo medio de la vida del libro en el mercado.

El total de títulos vivos en catálogo para el año 2002 fue de 276.314 títulos, un 5,9 por 100 más



COLABORACIONES





que el año anterior. Por otra parte, el fondo de catálogo supone 4,4 veces la producción editorial total (62.337 títulos) y 8,8 veces la producción de novedades (31.423 títulos).

Por tamaño, se observa una disminución en el número medio de títulos en catálogo en las editoriales grandes (un 7,7 por 100), frente a un incremento en las medianas (6,1 por 100) y sobre todo en las grandes (13,7 por 100).

Es importante señalar que la riqueza cultural de un país se mide precisamente a través de los títulos vivos, y su abundancia es muestra de pluralismo y diversidad.

## 4. Empleo

### 4.1. Empleo directo

El empleo directo del sector privado y agremiado fue en el 2002 de 13.357 empleados, aumentando un 4,3 por 100 frente al año anterior. También hay que señalar que el sector editorial genera una notable cifra de empleo indirecto que no es fácil de cuantificar.

La media de empleos en las editoriales grandes se incrementó con respecto al 2001 en torno a 2 personas más de media. Así, el empleo generado se situó en 6.728, un 6 por

100 más que en el 2001. Por el contrario, en las empresas medianas se produjo un descenso en el número de empleados de un 14 por 100 frente al 2001, totalizando 2.573, lo que representa una media de 24 por empresa. Por último, el empleo generado por el grupo de empresas pequeñas se incrementó en un 18 por 100 respecto al 2001, situándose en 4.056 personas.

### 4.2. Colaboradores externos

El sector editorial genera un importante volumen de empleo indirecto estable en talleres de fotocomposición, agentes comerciales, correctores, traductores, colaboradores literarios, transportistas, etcétera. En concreto, un 87,5 por 100 de las empresas agremiadas contratan colaboradores externos.



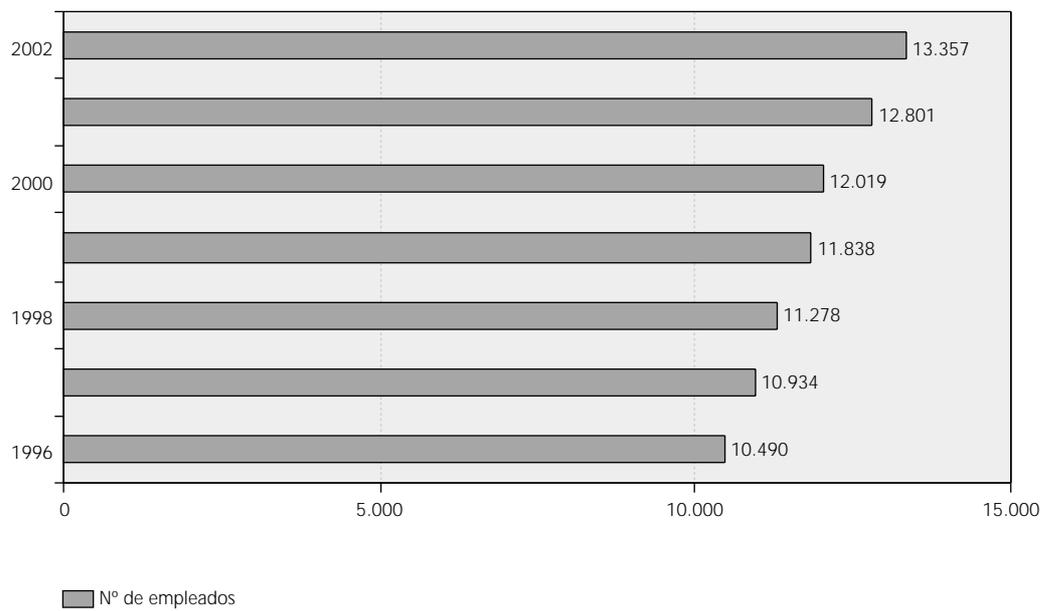
COLABORACIONES

CUADRO 7  
COLABORADORES PROFESIONALES EXTERNOS  
(Cifra media)

	2000	2001	2002
Grande .....	197	155	137
Pequeña .....	32	37	50
Mediana .....	11	11	12
Total .....	22	20	24

Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

GRAFICO 13  
EVOLUCION EN EL NUMERO DE EMPLEADOS

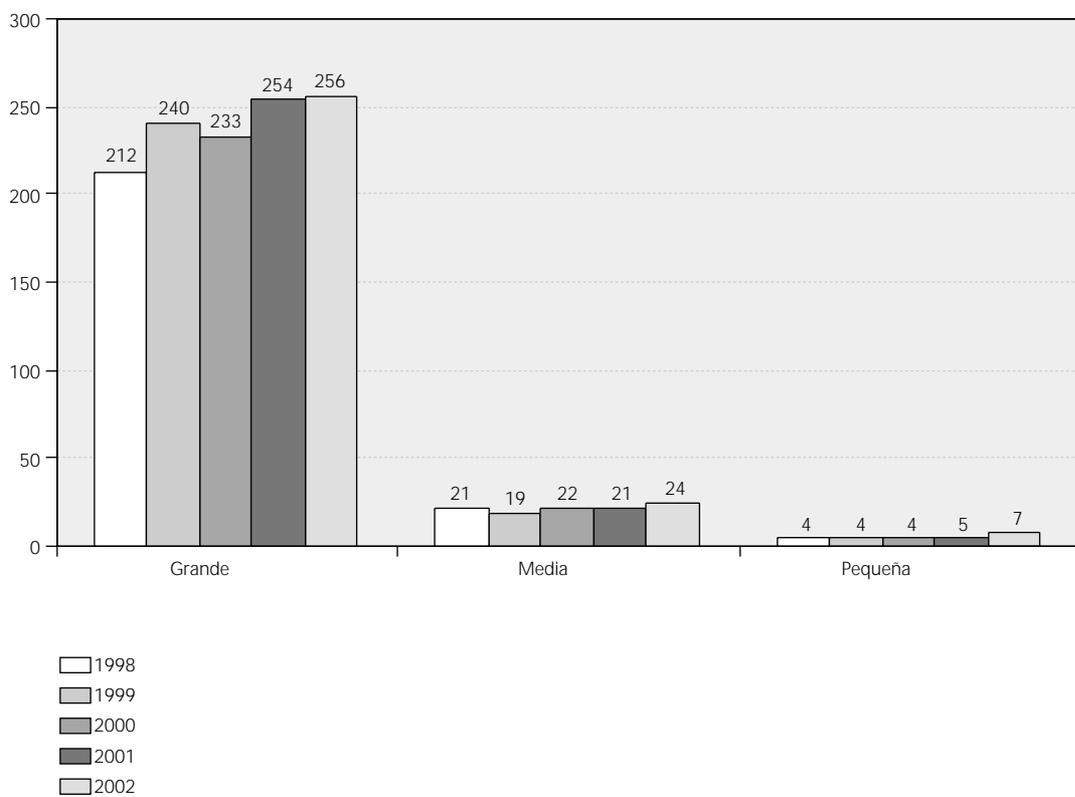


Fuente: Comercio interior del libro. 2002.



COLABORACIONES

GRAFICO 14  
GRAFICO DE EVOLUCION DEL NUMERO MEDIO DE EMPLEADOS



Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

CUADRO 8 PAGOS POR DERECHOS DE AUTOR Por tamaño. Millones de euros							
	1999	2000	2001	2002	Grande	Media	Pequeña
% autores españoles.....	68,1	67,7	61,3	68,9	71,1	64,5	71,7
% autores extranjeros.....	31,9	32,3	38,7	31,1	28,9	35,5	28,3
% sobre facturación.....	5,1	5,1	5,1	5,7	4,7	7,1	8,4
Total.....	123	127	133	153	79	49	25

Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

## 5. Costes editoriales por derechos de autor

La cantidad pagada en conceptos de derechos de autor por las editoriales agremiadas en el año 2002 ascendió a 153 millones de euros frente a los 133 del 2001, de los que aproximadamente dos tercios se pagan a autores españoles. Esta cifra supone un 5,7 por 100 sobre la facturación de las empresas editoriales.

Las empresas grandes pagan en torno al 4,7 por 100 de su facturación bruta por derechos, unos 79 millones de euros; las medianas unos 49 millones o 7,1 por 100 de la facturación, mientras que las pequeñas desembolsan 25 millones, que representan aproximadamente el 8,4 por 100 del volumen facturado.

Por su parte, la cantidad percibida por venta de derechos ajenos fue en el 2002 de 10,6 millones, frente a los 15,25 millones del año 2001.

Los ingresos por venta y gestión de derechos corresponden a una nueva forma de comercio, donde la industria editorial española, ha dejado de ser una compradora neta, y vende y compra mejorando esta balanza.

## 6. Promoción y publicidad

Las editoriales privadas realizaron en el 2002 una inversión en promoción y publicidad de 118,68 millones de euros, un 10,9 por 100

más que en el 2001. Un análisis de los datos refleja que este incremento se ha producido esencialmente por la inversión de las empresas grandes, ya que las medianas mantienen el mismo volumen dedicado a estas funciones mientras que las pequeñas lo redujeron considerablemente.

Se observa que los medios que más han aumentado su participación en los gastos totales en el último año han sido Internet, material impreso, relación públicas y publicidad en la radio.

También se comprueba un descenso en los gastos de publicidad en televisión, que pasan de un porcentaje del 36,8 en el 2001 al 29,6 en esta edición. Asimismo disminuyeron los gastos derivados de la presencia en ferias y los de publicidad exterior.

## 7. Conclusión

Los datos y cifras presentados nos revelan un sector maduro, fuertemente competitivo, con gran número de agentes económicos —lo que revierte en una distribución de tareas extremadamente plural— en el que se detecta un crecimiento vegetativo ya que crece en términos nominales, pero no en términos reales.

Cuando se profundiza en sus diversos subsectores, sin embargo, se ve un gran aumento de la literatura y del libro de texto, una fuerte crisis



COLABORACIONES

CUADRO 9 EVOLUCION DE LA INVERSION EN PUBLICIDAD Por tamaño. Millones de euros							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	% 02/01
Grande.....	54.244	63.617	61.345	68.545	73.256	88.434	20,7
Media.....	19.416	21.745	26.961	19.395	22.055	22.265	0,9
Pequeña.....	7.374	5.745	8.006	8.774	11.713	7.976	-31,9
Total.....	81.034	91.107	96.312	96.715	107.024	118.675	10,9

Fuente: Comercio interior del libro. 2002.

en el sector del libro científico-técnico, universitario y una caída del canal de comercialización del crédito, posiblemente en ambos casos debido a cambios en los hábitos tecnológicos y culturales, aunque todavía se mantienen pese a las preferencias economicistas por otros canales

de comercialización, como son las librerías y cadenas de librerías. En suma, un sector vivo, competitivo y en proceso de adaptación a las nuevas realidades, y con fuerte proyección externa tal y como examinaremos en un próximo artículo.



COLABORACIONES