

La editorial de la Universidad busca mercado en Iberoamérica

El nuevo sistema de financiación, basado en la calidad de los servicios, obliga a aumentar las ventas año tras año

■ ALMUDENA FERNÁNDEZ
REDACCIÓN

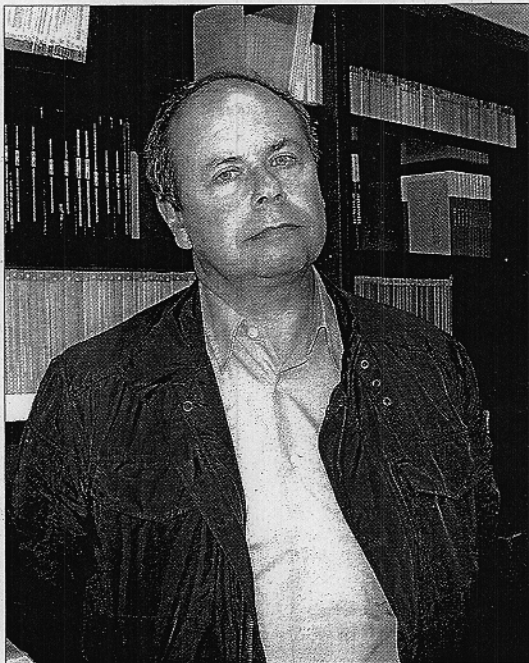
México y Argentina son los objetivos de la Editorial de la Universidad de Almería (UAL) que acaba de comprometerse con un proyecto del cual también participan otras siete universidades andaluzas. El director de la editorial almeriense, Cayetano Aranda, explicaba que el objetivo de esta iniciativa será conseguir un sello único para estas ocho universidades y que aquellos libros de una "calidad especial" puedan llegar a tener una distribución conjunta, de tal forma que lleguen a toda Andalucía pero también, en principio, al mercado mexicano y argentino.

Las expectativas de la editorial universitaria es que el proyecto quede concretado a lo largo de 2007 y que esas primeras ventas al otro lado del charco se hagan este mismo año.

Interés común

El trabajo conjunto con México también llegará de la mano de un convenio, a punto de firmarse, con la Universidad del estado de Veracruz, "para coeditar en este régimen". De esta forma, habrá un intercambio de libros sobre temáticas de interés común para ambos mercados y, posteriormente, serán los centros universitarios los que gestionen su propia edición.

En cuanto a esos temas comunes, el director de la editorial de la UAL apunta a los de contenido humanístico pero también a otros más técnicos y menos habituales en otras universidades, como la agricultura.



■ Cayetano Aranda, director de la editorial Universidad de Almería. I.A.F.V.

En esta línea, Cayetano Aranda explica que el país mexicano "está en pleno proceso de desarrollo" y el mercado de lectores que ofrece "es el mayor que se puede encontrar actualmente en Latinoamérica". De ahí el interés de la Editorial de la Universidad de Almería por conseguir nuevos compradores allí.

Argentina y Chile

En cuanto a la posibilidad de abrirse mercado en Argentina, Cayetano Aranda reconoce que las dificultades son mayores. Chile podría ser una tercera opción para ampliar mercado en Latinoamérica pero Aranda apunta, como principal inconveniente, a las fuertes leyes proteccionistas de este mercado que gravan con un 15% a todo libro llegado más allá de sus fronteras.

El interés de la UAL por América se evidencia también en la reciente presencia en la feria del libro de Guadalajara, en noviembre, donde se presentó públicamente este proyecto andaluz en el que se encuentra implicada la Universidad almeriense.

La necesidad de aumentar estas ventas, que en la UAL no son pequeñas, se debe también a que el nuevo sistema de financiación de las universidades se basa en la calidad de los servicios. Cayetano Aranda señala, en este sentido, que la financiación nunca ha sido un problema pero a partir de ahora "cada año tendremos que aumentar el número de títulos y de ventas y, en caso de no hacerlo, habrá que justificarlo bien". Será entonces una competición con otras universidades y con el sector privado.

El nuevo sistema de financiación servirá, por tanto, como perfecta excusa para que la editorial Universidad de Almería busque nuevos compradores en América.

✱ Quinientas publicaciones

El catálogo actual de la editorial de la UAL cuenta con quinientos ejemplares, algunos de hace cinco o seis años (algo que en el sector privado no es fácil de encontrar).

Según explicaba Cayetano Aranda, durante el pasado año se editaron sesenta nuevos títulos y las previsiones para el 2007 hablan de, aproximadamente, la misma cantidad de publicaciones.

Casi el 40% de los fondos per-

tenecen al área de Humanidades porque es, según Cayetano Aranda, el profesorado más productivo en libros como los de Ciencias lo son, por ejemplo, en patentes o investigaciones.

El rasgo diferenciador con otras universidades es que casi el 25% pertenece a libros de ciencias y tecnología, un porcentaje mucho mayor que en otros centros, donde predominan las publicaciones de contenido humanístico.