

*Principales resultados*

**Sistema de Indicadores de la Librería  
de la Comunidad Valenciana**  
Año 2003

**Generalitat Valenciana**  
**Conselleria de Cultura, Educació i Esport**

Barcelona, 9 de Marzo de 2005

**Dirección**

Xavier Cubeles

**Técnicos**

Bea Ferrer (coordinación)

Meritxell Magrans

*Índice*

	<i>Páginas</i>
1. Introducción y metodología de trabajo .....	1
2. Resumen de las principales conclusiones. Año 2003 .....	8
3. Principales resultados. Año 2003 .....	11

## 1.) Introducción y metodología de trabajo

## **1.1. Objetivos del estudio**

- A partir de la elaboración del Mapa de Librerías de la Comunidad Valenciana (año 2002), la **Conselleria de Cultura, Educació i Esport de la Generalitat Valenciana** decide elaborar el Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión Económica de la librería.

Este estudio se realiza paralelamente a los trabajos promovidos por el Observatorio de la Librería de España de la Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL).

- Este estudio nace a partir de la constatación que **la información es un factor clave para mejorar la eficiencia en la gestión de las librerías, y por tanto, para aumentar su competitividad empresarial.**
- Concretamente, **este instrumento tiene un triple objetivo:**
  - Por un lado, **conocer el posicionamiento de cada una de las librerías en particular respecto de otras librerías de características similares.**

Así, con los datos proporcionados por las librerías que han participado en el proyecto, se calculan los valores promedio de los distintos indicadores económicos y se refleja, de manera personalizada y respetando siempre la absoluta confidencialidad, el posicionamiento de cada librería respecto del conjunto del sector.

- Por otro lado, **hacer un seguimiento de la evolución de las principales magnitudes económicas de las empresas del sector de las librerías en la Comunidad Valenciana**. Así, con los datos obtenidos se elabora este informe sectorial.
- Finalmente, profundizar en el conocimiento de la economía de la librería, para **proponer líneas de mejora de su gestión y de sus estrategias empresariales**.

## 1.2. Objeto y estructura del trabajo

- Para hacer posible un análisis comparativo entre librerías similares, se ha utilizado la misma clasificación de establecimiento que en el Mapa de Librerías de la Comunidad Valenciana:
  - ***librerías grandes***: facturación anual en libros superior a los 600.000 €
  - ***librerías medianas-grandes***: facturación anual en libros entre 300.000 € y 600.000 €
  - ***librerías medianas-pequeñas***: facturación anual en libros entre 150.000 € y 300.000 €

El grupo de librerías pequeñas (con ventas anuales en libros inferiores a los 150.000 €) no ha sido objeto de análisis en la presente edición del trabajo.

- Con la información recopilada se han elaborado dos Fichas de Indicadores de Gestión Económica de la Librería: la **Ficha A** y la **Ficha B**, cada una con un tipo de información y con una unidad de encuesta diferentes.
  - Por un lado, la **Ficha A de Indicadores de Gestión Económica** trata la información básica de la librería, considerándola como establecimiento comercial. Por lo tanto, cada uno de los establecimientos comerciales encuestados recibe una ficha específica y diferenciada.
  - Por otro lado, la **Ficha B de Indicadores de Gestión Económica** tiene por objeto **la empresa titular de la librería**. Por tanto, esta Ficha contiene de forma agregada la información de todos los establecimientos comerciales que forman parte de una misma empresa.

En la mayoría de los casos, la librería queda incluida en el mismo grupo de librerías similares (grandes, medianas-grandes y medianas-pequeñas) tanto en la Ficha A como en la Ficha B. No obstante, debe advertirse que, en ciertos casos excepcionales, la agregación de la facturación del conjunto de establecimientos puede suponer un cambio de intervalo de ventas en libros en el caso de la empresa. Por lo tanto, en estos casos excepcionales, el grupo de librerías similares considerado en cada una de las Fichas es diferente.

**Cuadro 1.**

**NIVEL DE RESPUESTA—FICHA A Y B.**

**SEGÒN EL TAMAÑO DE LA LIBRERÍA. 2003**

<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>Ficha A (librerías)</b>	<b>Ficha B (empresas)</b>
<b>Librerías/empresas que responden</b>	<b>56</b>	<b>21</b>
- Librerías grandes	14	8
- Librerías medianas-grandes	17	5
- Librerías medianas-pequeñas	25	8
<b>Librerías/empresas que no responden</b>	<b>33</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL</b>	<b>89</b>	<b>21</b>
% de respuesta	62,9	-

*Nota: Les datos de la Ficha B en el ámbito de la Comunidad Valenciana deben tratarse con cautela, dado el bajo número de empresas de las cuáles se ha podido obtener información. Ante esta situación, es recomendable contrastar la información obtenida con la del conjunto de España (ver Fichas en el Anexo 2: Metodología del trabajo).*

**PLAN DE TRABAJO DEL  
SISTEMA DE INDICADORES ESTADÍSTICOS Y DE GESTIÓN ECONÓMICA DE  
LA LIBRERÍA**

La metodología de trabajo utilizada en el Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería tiene tres características básicas, que tienen su paralelismo en otros estudios / estadísticas sobre el sector librero existentes a nivel internacional:

- **Focalización de los estudios en las librerías de mayor tamaño:** la amplitud del sector del comercio al detalle de libros exige unas prioridades claras en la asignación de recursos para su estudio y seguimiento estadístico. En el caso de España, se ha optado por las librerías de mayor dimensión donde el libro ocupa una posición clave en el negocio: concretamente, por aquellas cuyas ventas anuales en libros tienen un valor superior a los 150.000€, y que, de promedio, representan el 80% de sus ingresos (mientras que en las pequeñas, este porcentaje es de aproximadamente el 50%).

**Referente internacional:** el estudio más reciente realizado en **Francia** sobre el sector librero se centra en las denominadas librerías de 1er nivel, integradas aproximadamente por 1.300 establecimientos (<http://www.centrenationaldulivre.fr>).

- **Complementariedad con otras fuentes estadísticas:** el seguimiento de la evolución de las ventas a través del canal librería, así como de su importancia relativa en el mercado interior, debe remitirse necesariamente a otras fuentes de información que, respecto a esta cuestión, proporcionan datos de mayor calidad en términos estadísticos. Éste es el caso, en España, de los Estudios del Mercado Interior del Libro promovidos por la Federación de Gremios de Editores de España.

Sin embargo, más allá de una estimación de las ventas del sector, estos informes no aportan información detallada sobre la economía y la gestión de la librería.

**Referentes internacionales:** los datos sobre las ventas por canales en el mercado interior del libro son proporcionados principalmente por parte de:

- a) El sector editorial: como el **Reino Unido** (Annual Report elaborado por The Publishers Association; <http://www.publishers.org.uk>) o **Italia** (The Italian Book Report, de la Associazione Italiana Editori), etc..
- b) Las encuestas a consumidores: por ejemplo, las consultas realizadas por TNS Sofres en **Francia** (<http://www.centrenationaldulivre.fr>) o también en el **Reino Unido** (<http://www.publishers.org.uk>), etc..

**PLAN DE TRABAJO DEL  
SISTEMA DE INDICADORES ESTADÍSTICOS Y DE GESTIÓN ECONÓMICA DE  
LA LIBRERÍA  
(continuación)**

- **Proporcionar un servicio de información para los libreros:** que permite a cada librero comparar la situación de su negocio con la de otros de características parecidas (*benchmark*), con el objetivo de corregir el déficit de información que, por su atomización empresarial, caracteriza el sector librero en España.

**Referente internacional:** por ejemplo, en los **Estados Unidos** existe el servicio promovido por la American Booksellers Association a sus miembros (ABACUS Survey: <http://www.bookweb.org>)

## 2.) Resumen de las principales conclusiones. Año 2003

- Tal y como se expone más detalladamente a continuación, a partir de los datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión Económica de la Librería - Año 2003, se pueden señalar las siguientes conclusiones más destacadas:

- 1.) **A nivel del conjunto de España, todo parece indicar que hay una disminución del número de librerías medianas**, polarizándose el sector entre librerías más grandes y más pequeñas.

**Esta tendencia no se observa en el caso de la Comunidad Valenciana**, según se desprende de los indicadores disponibles sobre la actividad de las librerías. No obstante, **se recomienda hacer un seguimiento de esta cuestión** para contrastar la existencia o no de esta tendencia.

- 2.) **El libro es un producto caro de vender, ya que requiere de una elevada asignación de recursos en personal** comparativamente con otras actividades de comercio.

Además, a pesar del elevado grado de introducción de las tecnologías de la información en las librerías, todo indica que **no se podrá mejorar su productividad hasta que no es de un completo funcionamiento de los sistemas de información centralizados del conjunto del sector del libro** (para evitar que en las librerías se realice una misma tarea— como, por ejemplo, referenciar un libro— en múltiples establecimientos de forma repetitiva y se puedan orientar estos recursos humanos a los servicios de venta y de atención al cliente).

- 3.) **El resultado económico de toda actividad comercial está en gran medida condicionado por el ratio de rotación de las existencias: la rotación de los libros en las librerías es entre 2 y 4 veces menor a la que es se da en otros sectores del comercio.**

**Ello refleja la existencia de unos costos derivados del mantenimiento de una oferta cultural diversa y plural: la gran cantidad de títulos (productos) que pueden o tienen que ser almacenados en las librerías (sobretudo en las denominadas “de fondo”), limita las posibilidades de mejorar la rotación de las existencias.**

**Además, los efectos de esta situación se agravan por el hecho que la librería tiende a perder cuota de mercado en los segmentos de negocio más rentables (que, en general, son los de mayor rotación), que se comercializan progresivamente a través de otros canales.**

- 4.) **Finalmente, se constata que la librería tiene, de promedio, un porcentaje de margen bruto sobre los ingresos totales superior al del resto de sectores comerciales. Esta diferencia favorable a las librerías parece quedar, en general, contrarestanda por el elevado gasto en personal que tienen estos establecimientos.**

**Por lo tanto, no parece que con este margen comercial superior se lleguen a compensar los “otros costes” que soporta la librería como, por ejemplo, la baja rotación de las existencias o, como se ha debatido en ciertas ocasiones, el coste de gestionar las devoluciones.**

### **3.) Principales resultados. Año 2003**

- A) Desde hace unos años, y a nivel del conjunto de España, parece que hay una cierta tendencia al debilitamiento de las librerías medianas. Esta tendencia no se observa de forma tan acentuada en la Comunidad Valenciana.
- Hay diferentes datos que, para el conjunto de España, parecen indicar la existencia de una cierta tendencia a la desaparición de librerías medianas, polarizándose el censo de librerías entre los otros grupos de establecimientos (las de mayor dimensión y las más pequeñas).

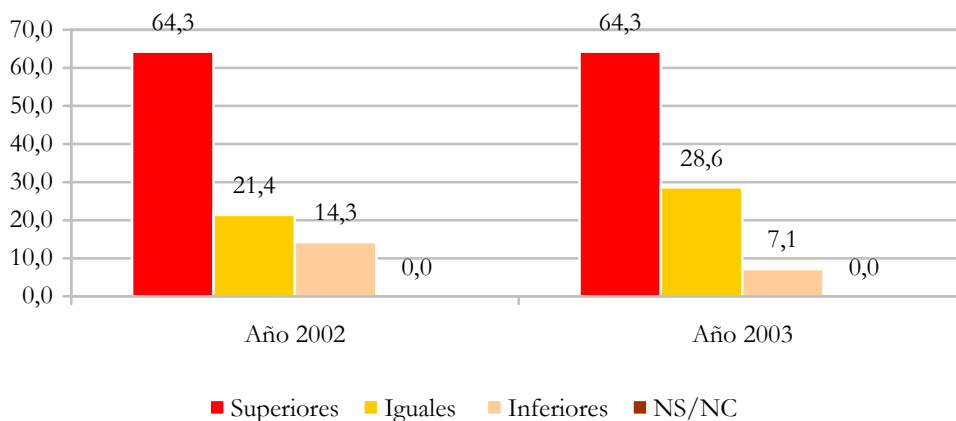
Este hecho se constata a dos niveles. Por un lado, en la disminución del número de librerías identificadas en este grupo durante la realización del trabajo de campo. **Esta circunstancia no se ha observado el caso de la Comunidad Valenciana, ya que la respuesta obtenida de las librerías medianas ha sido en unos términos muy parecidos a los del Mapa de Librerías realizado el 2003.**

Por otro lado, en el hecho que el porcentaje de librerías españolas que declaran tener una evolución interanual negativa de las ventas en libros es mayor para las librerías de menor tamaño (comparativamente con las más grandes). Esta tendencia se da en el caso de las librerías medianas-pequeñas de la **Comunidad Valenciana el año 2003** (ver Gráfico 1).

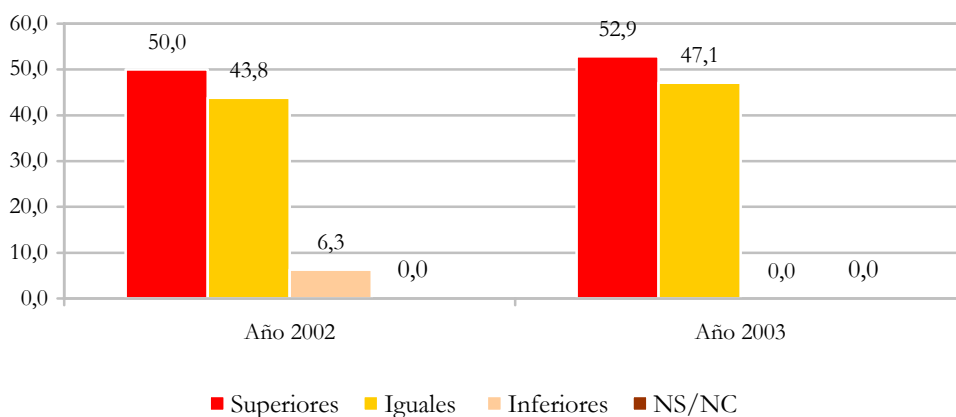
**Gráfico 1.**

**Porcentaje de librerías según la evolución interanual de las ventas. Comunidad Valenciana. Años 2002-2003. Por tamaño.**

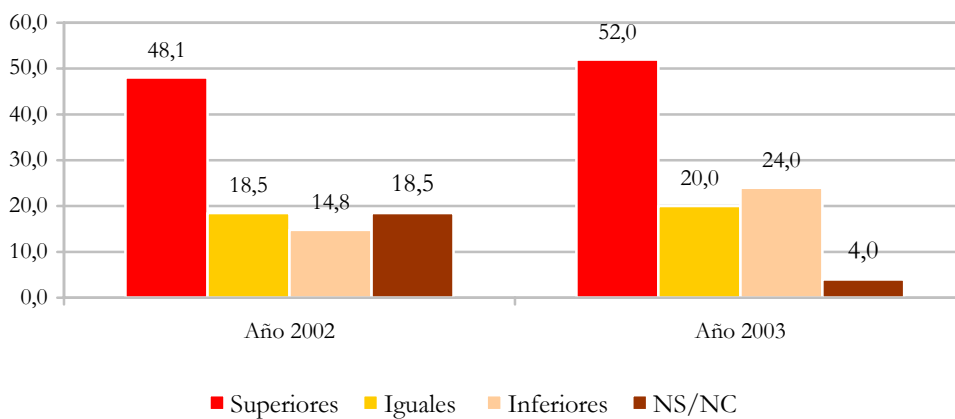
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**



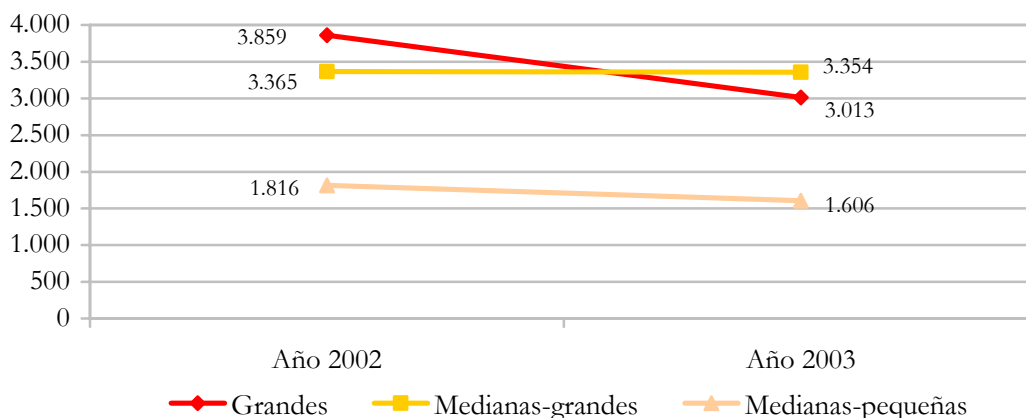
**C) Librerías medianas-pequeñas**



B) Los indicadores de productividad de las librerías según su tamaño permiten observar que las librerías de menor dimensión generan unas economías de escala inferiores que las empresas mayores. Sin embargo, en el caso de la Comunidad Valenciana requiere una especial atención el caso de las librerías medianas-grandes

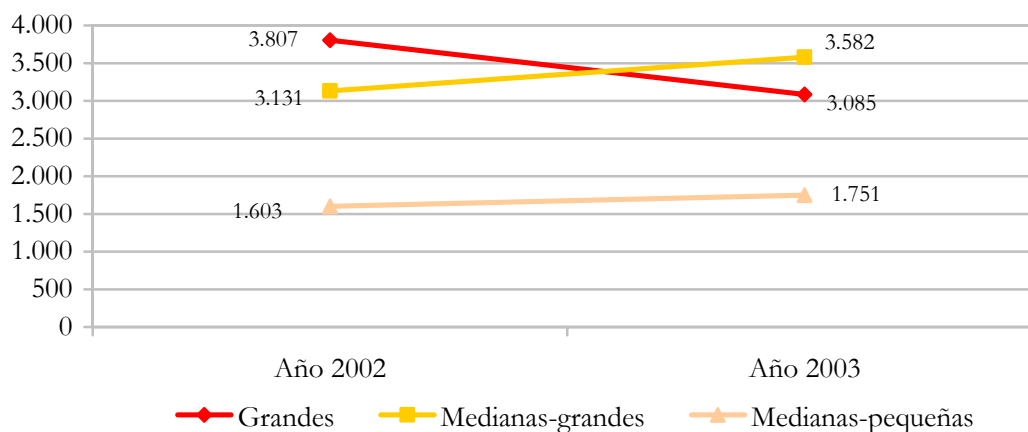
**Gráfico 2.**

**Ratio de ventas totales y superficie total (euros/m<sup>2</sup>).  
Comunidad Valenciana. Años 2002-2003. Por tamaño.**



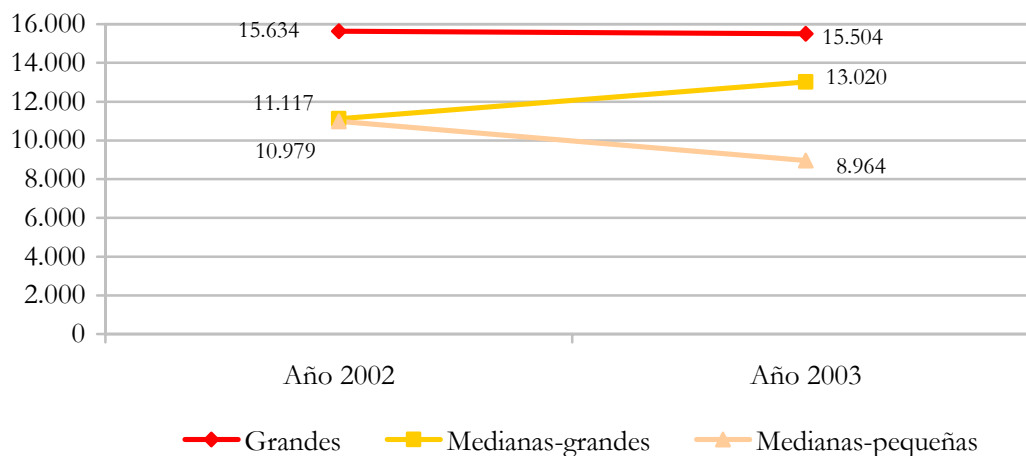
**Gráfico 3.**

**Ratio de ventas de libros y superficie ocupada por libros (euros/m<sup>2</sup>).  
Comunidad Valenciana. Años 2002-2003. Por tamaño.**



**Gráfico 4.**

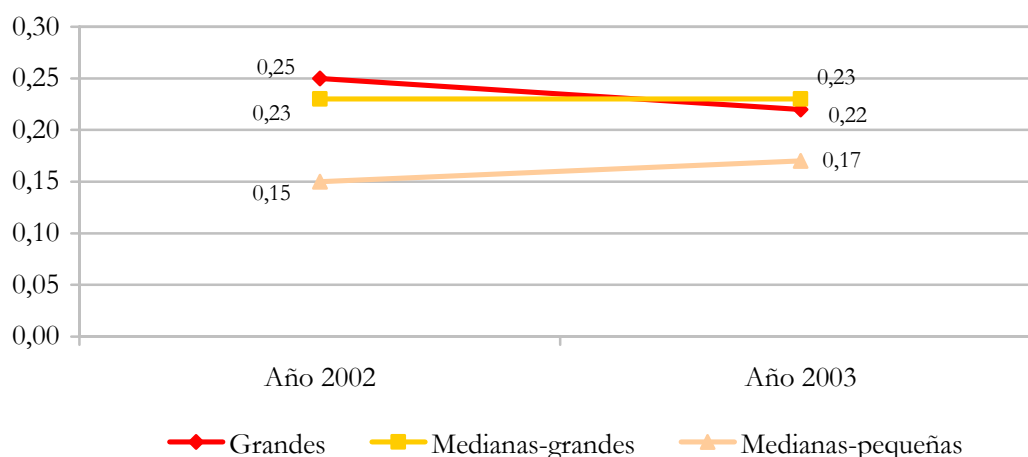
**Ratio de ventas totales y meses trabajados (euros/meses).  
Comunidad Valenciana. Años 2002-2003. Por tamaño.**



**C) El ratio referente a la relación entre cantidad de trabajo (meses) y superficie del establecimiento ( $m^2$ ), indica que las librerías más grandes requieren de una mayor cantidad de trabajo por  $m^2$ .**

**Gráfico 5.**

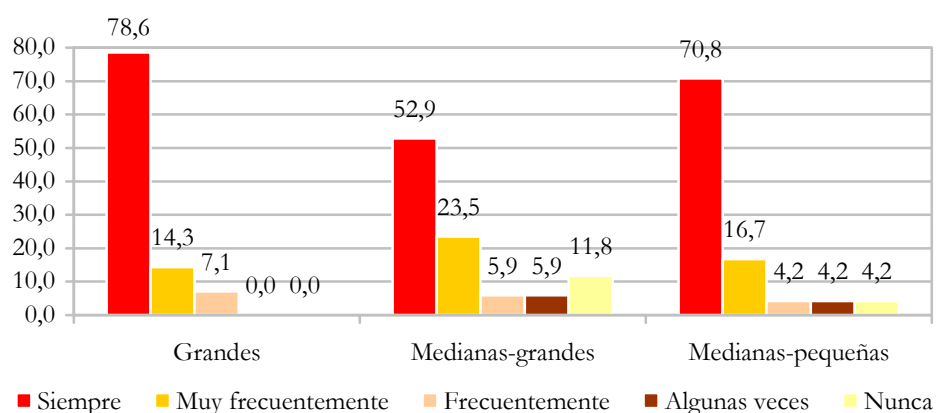
**Ratio de meses totales trabajados y superficie total (meses/ $m^2$ ).  
Comunidad Valenciana. Años 2002-2003. Por tamaño.**



**D) Las librerías medianas y grandes presentan un elevado grado de informatización, así como una creciente utilización de las nuevas herramientas de telecomunicación.**

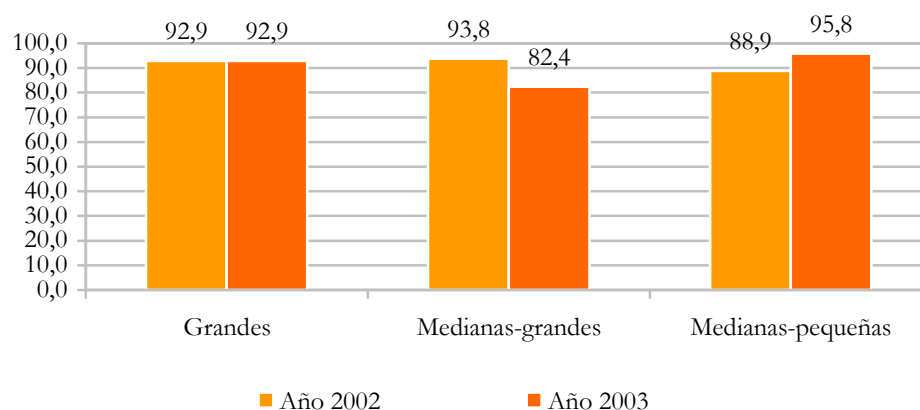
**Gráfico 6.**

**Porcentaje de librerías según la frecuencia de acceso a Internet. Comunidad Valenciana. Año 2003. Por tamaño.**



**Gráfico 7.**

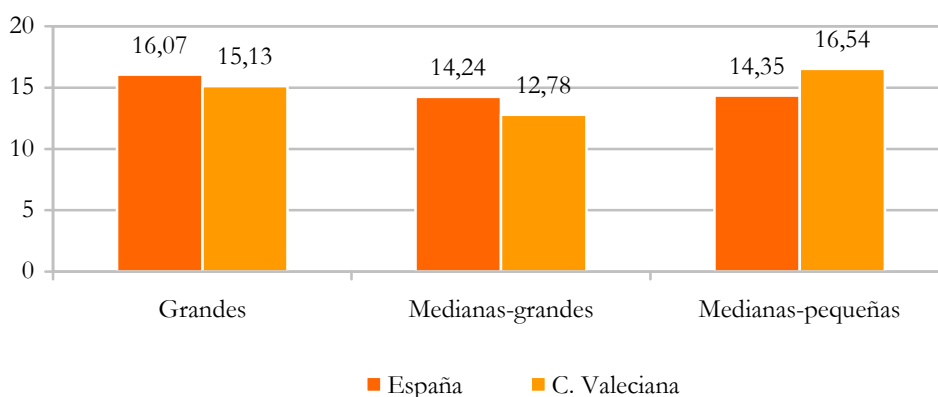
**Porcentaje de librerías según el grado de informatización de las existencias. Comunidad Valenciana. Años 2002-2003. Por tamaño.**



**E) A pesar del esfuerzo de utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (sobretudo de las librerías más grandes), se observa que los gastos de personal representan un elevado porcentaje respecto del total de ingresos de las empresas.**

**Gráfico 8.**

**Porcentaje del gasto en personal sobre el total de ingresos de explotación en la C. Valenciana y España. Por tamaño de la librería. Año 2003.**



Nota: Como se expone en el Cuadro 1 anterior, los datos de la Ficha B de las librerías para el ámbito de la Comunidad Valenciana se han de tratar con cautela, dado el bajo número de empresas de las que se ha podido obtener información. Ante ello, es recomendable contrastar la información de estos segmentos de librerías con la del conjunto de España.

- El análisis comparativo con **el resto de sectores del comercio al detalle en España permite hacer dos observaciones de interés:**
  - a) En primer lugar, se observa que **la importancia del gasto en personal de las librerías es muy superior a la del resto de sectores del comercio al detalle en España, y tan sólo es equiparable –en parte- a la del sector de las farmacias.**
  - b) En segundo lugar, se constata que **la importancia del gasto en personal en el caso de las librerías grandes (16,07% en España, y 15,13% en la Comunidad Valenciana) es superior a la de las librerías medianas (alrededor del 14% en España).** Contrariamente, en el resto de los sectores comerciales, al aumentar el tamaño de las empresas decrece el peso relativo del gasto en personal (sobretudo en el caso del comercio al detalle en establecimientos especializados).

## Cuadro 2

**Porcentaje del gasto en personal sobre el total de ingresos en los sectores del comercio minorista de España. Por tamaño de empresa. 1999**

	Total sector	Empresas grandes y medianas	Empresas grandes y medianas con beneficios	Empresas pequeñas	Empresas pequeñas con beneficios
CNAE 521 Comercio al detalle en establ. no especializados	8,75	8,73	8,72	8,89	8,54
CNAE de 5221 a 5227 Comercio al detalle en establ. especializados	11,48	10,14	9,89	13,03	12,36
CNAE de 5231 a 5233 Comercio al detalle productos farmacéuticos	13,87	13,32	13,00	14,15	13,80

Notas:

(1) empresa grande o mediana (de facturación anual superior a 790 M PTA) y empresa pequeña (de facturación anual igual o inferior a 790 M PTA).

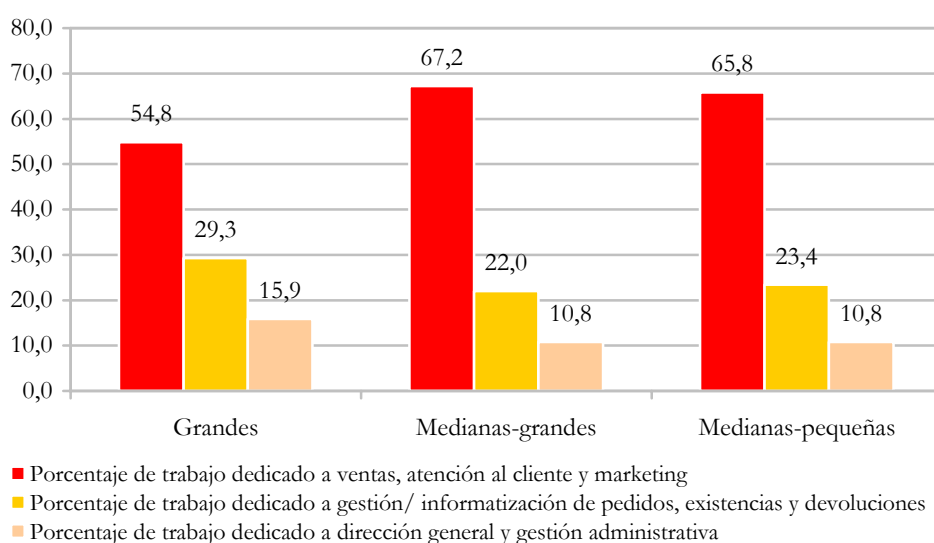
Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

- Estos datos reflejan que, comparativamente con otros mercados, **el libro es un producto caro de vender ya que requiere de una elevada dotación de personal**. Además, este coste aumenta con el tamaño de la librería (como ya se ha evidenciado con el ratio de meses totales trabajados y superficie total reproducido en el Gráfico 5), probablemente porque éstas tienen una mayor complejidad de gestión de las existencias, y de atención a clientes y proveedores.

Además a esta consideración general, también hay que tener presente que para el óptimo aprovechamiento de las tecnologías de la información y la comunicación (indispensable para conseguir las mejoras de la productividad correspondientes) se requiere del completo funcionamiento de los sistemas de información centralizados del conjunto del sector del libro (para evitar que en las librerías se realice una misma tarea –como, por ejemplo, referenciar un libro - en múltiples establecimientos de forma repetitiva).

### Gráfico 9.

Distribución porcentual aproximada, del trabajo realizado en la librería, por tareas o funciones. Comunidad Valenciana. Año 2003. Por tamaño.



**F) Otra singularidad de la economía de la librería reside en la baja rotación de sus existencias, comparativamente con la que se da en otros comercios al detalle. La importancia de las librerías como centros de difusión de la cultura plantea el reto de garantizar la viabilidad económica de las librerías con una baja rotación de existencias.**

- El promedio de rotación de las existencias (Gráfico 10) tiene unos valores sensiblemente inferiores a los que se registran en otros sectores del comercio minorista de España (en los que este ratio se sitúa por encima de 10).

**En concreto, la rotación del libro en las librerías es entre 2 y 4 veces menor a la que se da en otros sectores del comercio. Ello tiene efectos directos sobre la rentabilidad de la librería.**

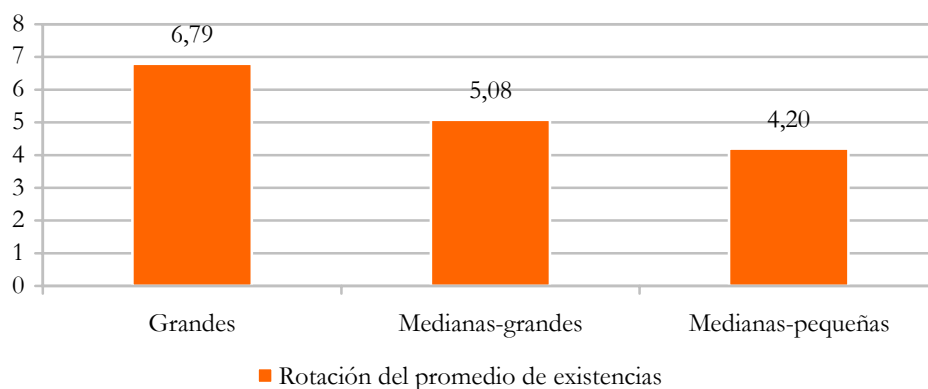
Todo indica que la gran cantidad de títulos (productos) que pueden o tienen que ser almacenados en las librerías (sobre todo en las denominadas “de fondo”), limita las posibilidades de mejorar la rotación de las existencias. **Por lo tanto, hay que considerar esta característica como un reflejo de la existencia de unos costes derivados del mantenimiento de una oferta cultural diversa y plural.**

Además, los efectos de esta situación se agravan por el hecho que la librería tiende a perder cuota de mercado en los segmentos de negocio más rentables (que, en general, son los de mayor rotación), que se comercializan progresivamente a través de otros canales.

**Gráfico 10.**

**Rotación promedio de existencias.**

**Comunidad Valenciana. Año 2003. Por tamaño.**



Nota: Como se expone en el Cuadro 1 anterior, los datos de la Ficha B de las librerías para el ámbito de la Comunidad Valenciana se han de tratar con cautela, dado el bajo número de empresas de las que se ha podido obtener información. Ante ello, es recomendable contrastar la información de estos segmentos de librerías con la del conjunto de España.

**Cuadro 3**

**Rotación del promedio de las existencias (Ventas / Existencias) en los sectores de comercio minorista de España.**

**Por tamaño de empresa.**

	Total sector	Empresas grandes y medianas	Empresas grandes y medianas con beneficios	Empresas pequeñas	Empresas pequeñas con beneficios
CNAE 521 Comercio al detalle en establ. no especializados	10,49	10,94	10,89	8,37	8,38
CNAE de 5221 a 5227 Comercio al detalle en establ. especializados	14,63	22,86	22,59	10,34	10,16
CNAE de 5231 a 5233 Comercio al detalle productos farmacéuticos	6,17	9,96	11,30	5,17	5,80

Notas:

(1) empresa grande o mediana (de facturación anual superior a 790 M PTA) y empresa pequeña (de facturación anual igual o inferior a 790 M PTA).

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

**G) Finalmente, se constata que la librería tiene, de promedio, un porcentaje de margen bruto sobre los ingresos totales, superiores a los del resto de sectores comerciales. Esta diferencia favorable a las librerías parece quedar, en general, contrarestada por el elevado gasto en personal que tienen estos establecimientos.**

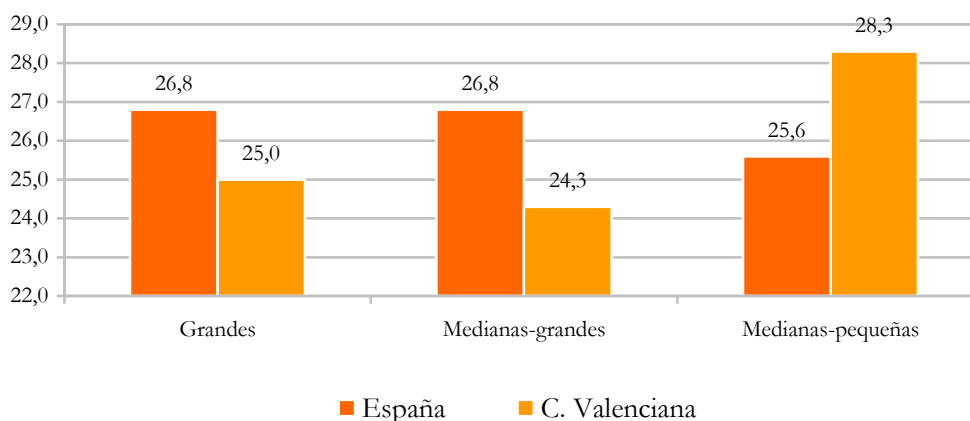
- En general, el porcentaje del margen bruto sobre los ingresos totales de las librerías tiene unos valores superiores a los del conjunto de actividades comerciales, excepto en relación con el sector de las farmacias, que obtiene unos porcentajes bastante más elevados que el resto (ver Gráfico 11 y Cuadro 4).
- Sin embargo, como se constata en el Cuadro 5, **esta diferencia favorable a las librerías tiende a quedar contrarestada por el elevado gasto en personal que tienen estos establecimientos.**

Así, la diferencia entre el porcentaje de margen bruto y el porcentaje de gasto en personal (del que resulta el porcentaje de gastos correspondientes a otros gastos de explotación, tributos, beneficios, etc.), tiende a ser bastante similar entre las librerías y el conjunto de las actividades comerciales (excepto, nuevamente, el caso del sector de las farmacias).

- **En consecuencia, no parece que con este margen comercial superior se lleguen a compensar los “otros costes” que soporta la librería como, por ejemplo, la baja rotación de las existencias o, como se ha debatido en ciertas ocasiones, el coste de gestionar las devoluciones.**

**Gráfico 11.**

**Porcentaje de margen bruto sobre las ventas totales de las librerías de la Comunidad Valenciana y España. Año 2003. Por tamaño de la librería.**



Nota: Como se expone en el Cuadro 1 anterior, los datos de la Ficha B de las librerías para el ámbito de la Comunidad Valenciana se han de tratar con cautela, dado el bajo número de empresas de las que se ha podido obtener información. Ante ello, es recomendable contrastar la información de estos segmentos de librerías con la del conjunto de España.

**Cuadro 4**

**Porcentaje del margen bruto en los sectores de comercio minorista en España. Por tamaño de empresa. Año 1999.**

	Total sector	Empresas grandes y medianas	Empresas grandes y medianas con beneficios	Empresas pequeñas	Empresas pequeñas con beneficios
CNAE 521 Comercio al detalle en establ. no especializados	20,16	20,44	20,46	18,42	18,19
CNAE de 5221 a 5227 Comercio al detalle en establ. especializados	22,48	20,19	19,94	25,12	25,32
CNAE de 5231 a 5233 Comercio al detalle productos farmacéuticos	34,82	38,53	34,60	32,93	32,50

Notas:

(1) empresa grande o mediana (de facturación anual superior a 790 M PTA) y empresa pequeña (de facturación anual igual o inferior a 790 M PTA).

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

**Cuadro 5**

**A) % gasto en personal sobre el total de ingresos**

	Empresas grandes y medianas	Empresas pequeñas	
Comercio no especializado	8,73	8,89	
Comercio especializado	10,14	13,03	
Farmacias	13,32	14,15	
	Librerías grandes	Librerías medianas-grandes	Librerías medianas-pequeñas
Librerías de la C. Valenciana	15,13	12,78	16,54
Librerías de España	16,07	14,24	14,35

	Librerías grandes respecto empresas grandes y medianas	Librerías medianas-grandes respecto empresas pequeñas	Librerías medianas-pequeñas respecto empresas pequeñas
--	--	---	--

**Diferencia entre las librerías y el conjunto del comercio en España**

**a) Librerías de la C. Valenciana**

Comercio no especializado	+ 6,40	+ 3,89	+ 7,65
Comercio especializado	+ 4,99	- 0,25	+ 3,51
Farmacias	+ 1,81	- 1,37	+ 2,39

**b) Librerías de España**

Comercio no especializado	+ 7,34	+ 5,35	+ 5,46
Comercio especializado	+ 5,93	+ 1,21	+ 1,32
Farmacias	+ 2,75	+ 0,09	+ 0,20

**B) % margen bruto sobre el total de ingresos**

	Empresas grandes y medianas	Empresas pequeñas	
Comercio no especializado	20,44	18,42	
Comercio especializado	20,19	25,12	
Farmacias	38,53	32,93	
	Librerías grandes	Librerías medianas-grandes	Librerías medianas-pequeñas
Librerías de la C. Valenciana	25,00	24,30	28,30
Librerías de España	26,80	26,80	25,60

	Librerías grandes respecto empresas grandes y medianas	Librerías medianas-grandes respecto empresas pequeñas	Librerías medianas-pequeñas respecto empresas pequeñas
--	--	---	--

**Diferencia entre las librerías y el conjunto del comercio en España**

**a) Librerías de la C. Valenciana**

Comercio no especializado	+ 4,56	+ 5,88	+ 9,88
Comercio especializado	+ 4,81	- 0,82	+ 3,18
Farmacias	- 13,53	- 8,63	- 4,63

**b) Librerías de España**

Comercio no especializado	+ 6,36	+ 8,38	+ 7,18
Comercio especializado	+ 6,61	+ 1,68	+ 0,48
Farmacias	- 11,73	- 6,13	- 7,33

**C) % margen bruto - % gasto en personal**

	Empresas grandes y medianas	Empresas pequeñas	
Comercio no especializado	11,71	9,53	
Comercio especializado	10,05	12,09	
Farmacias	25,21	18,78	
	Librerías grandes	Librerías medianas-grandes	Librerías medianas-pequeñas
Librerías de la C. Valenciana	9,87	11,52	11,76
Librerías de España	10,73	12,56	11,25
	Librerías grandes respecto empresas grandes y medianas	Librerías medianas-grandes respecto empresas pequeñas	Librerías medianas-pequeñas respecto empresas pequeñas
<b>Diferencia entre las librerías y el conjunto del comercio en España</b>			
<b>a) Librerías de la C. Valenciana</b>			
Comercio no especializado	- 1,84	+ 1,99	+ 2,23
Comercio especializado	- 0,18	- 0,57	- 0,33
Farmacias	- 15,34	- 7,26	- 7,02
<b>b) Librerías de España</b>			
Comercio no especializado	- 0,98	+ 3,03	+ 1,72
Comercio especializado	+ 0,68	+ 0,47	- 0,84
Farmacias	- 14,48	- 6,22	- 7,53

Notas:

(1) empresa grande o mediana (de facturación anual superior a 790 M PTA) y empresa pequeña (de facturación anual igual o inferior a 790 M PTA).

(2) Librería grande (de facturación anual en libros superior a 100 M PTA); Librería mediana-grande (de facturación anual en libros entre 50 y 100 M PTA); y Librería mediana-pequeña (de facturación anual en libros entre 25 y 50 M PTA)

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

