

**Sistema de Indicadores Estadísticos y de
Gestión de la Librería en España
Año 2008**

**Confederación Española de Gremios
y Asociaciones de Libreros**

Barcelona, octubre de 2009



Con la colaboración de



**Sistema de Indicadores Estadísticos y de
Gestión de la Librería en España
Año 2008**

**Confederación Española de Gremios
y Asociaciones de Libreros**
Barcelona, octubre de 2009

Dirección

Miquel Flamarich
Xavier Cubeles

Coordinación

David Terol
Bea Ferrer

Técnicos

Carla Aguilar
Diana Peraire
Óscar Jarque
Saül Fernández
Inés Riba
Joan Baró



Índice

	<i>Páginas</i>
1. Introducción.....	1
1.1. Objetivos del estudio.....	2
1.2. Objeto y estructura del trabajo.....	4
1.3. Notas sobre la metodología del trabajo.....	6
1.4. La respuesta de las librerías.....	8
2. Principales resultados. Año 2008.....	10
2.1. Resultados de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería.....	11
2.1.1. Introducción.....	12
2.1.2. Perfil de la librería	13
2.1.3. Dimensión y recursos	20
2.1.4. Productividad de la librería	29
2.1.5. El libro y la librería.....	32
2.1.6. Gestión de la librería	41
2.2. Resultados de la Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería.....	71
2.2.1. Introducción.....	72
2.2.2. Datos generales de la empresa	73
2.2.3. Análisis de los ingresos	75
2.2.4. Análisis de los gastos	79
2.2.5. Análisis de la liquidez	83
2.2.6. Análisis de los activos	87
2.2.7. Análisis del endeudamiento	93
2.2.8. Análisis del margen bruto	98
2.2.9. Análisis de la rentabilidad	101

Anexo 1.) Datos estadísticos. Años 2000-2008	103
A.1. Datos estadísticos de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la librería	105
A.1.1. Datos básicos de la librería	106
A.1.1.1. La tipología de librería	107
A.1.1.2. El grado de pertenencia a gremios y asociaciones de las librerías	110
A.1.1.3. La superficie	112
A.1.1.4. Los recursos humanos y los horarios de apertura al público.....	114
A.1.2. Ventas de la librería	116
A.1.3. Ratios básicos de funcionamiento de la librería	123
A.1.4. Datos de gestión de la librería	125
A.2. Datos estadísticos de la Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la librería	145
A.2.1. Datos generales	146
A.2.2. Datos económicos y ratios de funcionamiento de la librería	147
A.2.2.1. Análisis de los ingresos.....	148
A.2.2.2. Análisis de los gastos	151
A.2.2.3. Análisis de la liquidez	154
A.2.2.4. Análisis de los activos	157
A.2.2.5. Análisis del endeudamiento	162
A.2.2.6. Análisis del margen bruto	165
A.2.2.7. Análisis de rentabilidad	167
Anexo 2.) Metodología del trabajo	169
a) Niveles de respuesta	171
b) Modelos de las fichas entregadas a las librerías	177

1.) Introducción

1.1. Objetivos del estudio

- Desde el año 2000, la **Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL)**, con la colaboración de la **Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Cultura**, pone a disposición de sus agremiados el Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España, estudio que se circunscribe dentro de los proyectos del Observatorio de la Librería.

En el marco de esta línea de trabajo, **el año 2005 se realizó una actualización del Mapa de Librerías de España**, que permitió analizar en profundidad la situación del sector de las librerías en España. Este estudio estableció un **nuevo marco de referencia para el desarrollo del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España afectando, muy especialmente, a la composición del universo de librerías a consultar y de la muestra correspondiente.**

- El presente 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 la consulta, 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 España.** 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 mantenido la clasificación de establecimientos utilizada el año 2006 que, en comparación con la de estudios anteriores, divide el grupo de librerías grandes (es decir que tienen una facturación anual en libros superior a los 600.000 €) en dos categorías. Así, la clasificación de librerías utilizada para la presente edición (2008) del estudio es la siguiente:
 - **Librerías muy grandes:** superior a 1.500.000 €.
 - **Librerías grandes:** entre 600.000 € y 1.500.000 €.
 - **Librerías medianas-grandes:** entre 300.000 € y 600.000 €.
 - **Librerías medianas-pequeñas:** 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.

- El plan de trabajo establecido para el año 2009 ha mantenido el mismo calendario de trabajo que el año anterior, realizando la encuesta a los meses de mayo y junio (que, en años anteriores, se hacía durante octubre/noviembre). Con ello, se pueden disponer de los datos anuales con una mayor anticipación en el tiempo.

De acuerdo con este plan, se ha elaborado la **Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería**, que contiene la información básica de la librería considerada como establecimiento comercial.

En cambio, los datos de la **Ficha B de Indicadores de Gestión Económica** -que tiene por objeto la empresa titular de la librería- correspondientes al año 2008 no estarán disponibles en los respectivos Registros Mercantiles hasta finales de año. Así se determinó que los datos correspondientes a la ficha B, fueran los del último ejercicio disponible (en este caso, el año 2007).

1.3. Notas sobre la metodología del estudio

- De acuerdo con los resultados obtenidos del Mapa de Librerías de España (2005), se ha diseñado la muestra de librerías a encuestar de acuerdo con los mismos criterios que el año anterior:
 - Por un lado, **el trabajo se ha centrado en el segmento de las librerías “independientes”, por lo que se han excluido del análisis los grandes almacenes (El Corte Inglés, ya excluido en años anteriores), y las grandes superficies especializadas en ocio y cultura/grandes cadenas de librerías (FNAC, Casa del Libro y Crisol).** Este cambio responde a la necesidad de **mejorar la calidad de la información obtenida, sobretudo, en el grupo de las librerías grandes.**
 - Por otro lado, **se han redefinido las muestras de librerías medianas y grandes a encuestar según los datos del Mapa de Librerías de España,** en los términos que se detallan más adelante en el apartado 1.4. del presente informe.
- Respecto la metodología de trabajo, cabe destacar las siguientes cuestiones:
 - a) **El procedimiento de obtención de la información,** utilizado el año 2009, para la Ficha A ha consistido en obtener los datos mediante consulta telefónica, directa.
 - b) **El contenido del cuestionario ha experimentado algunas actualizaciones,** respecto del utilizado el año anterior. Se han eliminado algunas preguntas y se han añadido otras, a la búsqueda de una mejor calidad informativa.

- c) **El documento de presentación de los resultados** mantiene la misma estructura de años precedentes:
- **El análisis de los principales resultados** se presenta, en un primer apartado, mediante gráficos y un breve texto en el que se intenta reflejar los resultados más relevantes.
 - **El anexo de datos estadísticos** recoge el conjunto de la información histórica acumulada, así como la descripción de cada uno de los indicadores elaborados en la presente edición del trabajo.
 - **El anexo de metodología del trabajo** contiene el nivel de respuesta conseguido para cada pregunta, y los modelos de las fichas entregadas a las librerías (donde aparecen las medias obtenidas para cada valor o indicador).

1.4. La respuesta de las librerías

- La muestra de librerías sobre la que se elabora el Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería en España está constituida por aquellos establecimientos que han contestado el cuestionario. En el Cuadro 1 se detalla el nivel de respuesta conseguido tomando como referencia el censo de librerías realizado con la elaboración del Mapa de Librerías de España.

Cuadro 1
Nivel de respuesta de la Ficha A.
Por tamaño de las librerías. Año 2008.

	Distribución estimada del censo de librerías identificadas por tamaño	Muestra de librerías (Ficha A)	Margen de error ¹
- Librerías muy grandes	281	28	± 5,58 %
- Librerías grandes		122	
- Librerías medianas-grandes	370	176	± 5,47 %
- Librerías medianas-pequeñas	781	296	± 4,58 %
Total	1.432	622	± 3,02 %

¹ Según Mapa de Librerías (2005). El censo de librerías identificadas no distingue entre librerías muy grandes y grandes, por lo que el margen de error indicado para estos grupos se corresponde con la suma del total de librerías de la muestra de ambos grupos de librerías. Margen de error para un margen de confianza del 95%, considerando la máxima indeterminación ($P=1-P=0,5$).

- Finalmente, señalar que, con el objetivo de garantizar una óptima distribución territorial de las librerías encuestadas, se ha estratificado la muestra por comunidades autónomas en los términos detallados en el Cuadro 2.

En concreto, esta estratificación se ha realizado a partir de las proporciones establecidas por el Mapa de Librerías de España (2005), relativas a la distribución de librerías identificadas por Comunidades Autónomas.

Cuadro 2

Estratificación de la muestra de librerías que han contestado la Ficha A. Por Comunidades Autónomas. Año 2008.

	Estratificación de la muestra		Librerías según Mapa de Librerías (2005)
	Número de respuestas	% sobre el total	
Andalucía	96	15,43	17,29
Aragón	19	3,05	3,04
Asturias (Principado de)	18	2,89	2,83
Baleares (Illes)	13	2,09	1,33
Canarias	22	3,54	2,94
Cantabria	6	0,96	0,79
Castilla - La Mancha	16	2,57	1,57
Castilla y León	40	6,43	5,93
Cataluña	104	16,72	16,05
Comunitat Valenciana	48	7,72	7,64
Extremadura	10	1,61	1,31
Galicia	56	9,00	8,93
Madrid (Comunidad de)	115	18,49	21,45
Murcia (Región de)	11	1,77	1,57
Navarra (Comunidad Foral de)	14	2,25	1,31
País Vasco	29	4,66	4,91
Rioja (La)	4	0,64	0,77
Ciudad autónoma de Ceuta	1	0,16	0,16
Ciudad autónoma de Melilla	0	0,00	0,19
Total	622	100,00	100,00

2.) Principales resultados. Año 2008

**2.1.) Resultados de la Ficha A de
Indicadores de Gestión Económica de la Librería**

2.1.1. Introducción

- El Análisis de los resultados de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería se ha estructurado en los siguientes apartados:
 - a) **Perfil de la librería:** tipología de establecimientos y grado de pertenencia al gremio/asociaciones.
 - b) **Dimensión y recursos:** ventas, superficie, empleados y tiempo de apertura de la librería.
 - c) **Productividad de la librería:** ventas/superficie, ventas en libros/superficie en libros, ventas/meses trabajados y meses/superficie.
 - d) **El libro y la librería:** proporción de la superficie ocupada por el producto libro, composición de las ventas de la librería (según la lengua de publicación y la materia de los libros, y según el canal de compra utilizado por los clientes), evolución de las ventas según el tipo de producto, realización de otras actividades relacionadas con el libro (edición, distribución e imprenta/artes gráficas) y organización de actividades de dinamización de la lectura.
 - e) **Gestión de la librería:** distribución del trabajo realizado en la librería por tareas funcionales, sistemas de pedido a proveedores, descuento otorgado por los proveedores, composición de las existencias, sistema de recepción de novedades, ejemplares en estoc, devoluciones, grado de informatización y programa utilizado, uso del correo electrónico y de bases de datos telemáticas, utilización y valoración del SINLI, introducción de innovaciones radicales o relevantes en la empresa y finalmente, venta de lectores de libro electrónico y conocimiento y uso de la normas CSL.

2.1.2. Perfil de la librería

A) Las librerías según su tipología (Gráfico 1)

- En primer lugar, se analiza la distribución del conjunto de librerías encuestadas según una tipología de establecimientos elaborada en base a **la cantidad de libros del fondo y al grado de diversidad temática de la oferta de libros**. La respuesta de esta pregunta se ha sistematizado, al igual que en años precedentes, de acuerdo en los términos establecidos en la Tabla 1.

Tabla 1

Clasificación de las librerías por tipologías

Diversidad temática de la oferta y dimensión del fondo de libros		Tipología de librería
Tiene de 1 a 3 materias o secciones que concentran ...	más del 60% de las ventas	Especializada
	entre el 30% y el 60% de las ventas	General con especialización
No hay 3 materias o secciones que concentren más del 30% de las ventas y...	tiene un fondo de más de 3.000 títulos	General de fondo
	tiene un fondo de menos de 3.000 títulos	General de proximidad

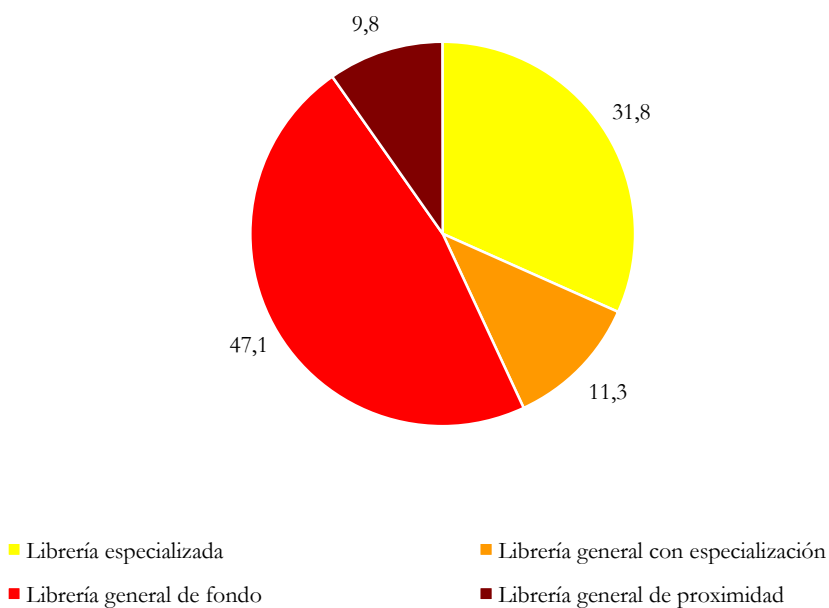
- Globalmente consideradas, predominan las librerías generales de fondo (47,1%), seguidas de las librerías especializadas (31,8%). Con porcentajes menores, entre los establecimientos consultados, se sitúan las librerías generales con especialización (11,3%) y las librerías generales de proximidad (9,8%).

- Si se toma en consideración el tamaño de la librería, pueden realizarse las siguientes observaciones:
 - En todos los grupos de librerías, la tipología de establecimiento que obtiene un porcentaje mayor es el de las librerías generales de fondo: aproximadamente, entre el cincuenta y uno y el cincuenta y cinco por ciento en las librerías medianas-grandes y grandes y, entre el cuarenta y el cuarenta y siete por ciento entre las librerías muy grandes y medianas-pequeñas.
 - Las librerías generales de proximidad no tienen representación entre los establecimientos muy grandes y es muy baja en los establecimientos grandes (1,6%). Proporción que aumenta hasta el 5,1% en las librerías medianas-grandes. A diferencia de los anteriores, en los establecimientos medianos-pequeños las librerías generales de proximidad representan un significativo 16,9%.
 - Las librerías especializadas se encuentran en porcentajes situados entre el 29,5% y el 39,3% en los cuatro grupos de establecimientos comerciales considerados, detectándose una mayor presencia de éstos entre los establecimientos muy grandes.

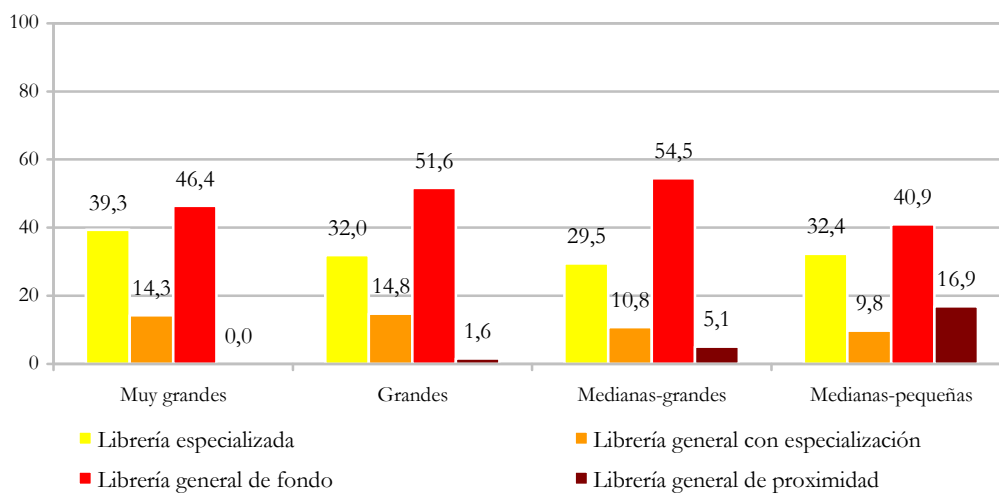
Gráfico 1.

Porcentaje de librerías según la tipología de librerías. Año 2008.

A) Total Librerías.



B) Por tamaño.



B) Las librerías según el grado de pertenencia al gremio/asociaciones

(Gráficos 2, 3 y 4)

- Al igual que en años anteriores, la mayoría, el 77,2% de las librerías españolas encuestadas declaran pertenecer a algún gremio/asociación.
- El grado de asociacionismo es superior cuanto mayor es el tamaño de la librería: el 100,0% en las librerías muy grandes, el 86,7% en las librerías grandes, el 86,6% en las medianas-grandes, y el 69,4% en las medianas-pequeñas.

Respecto al 2007, excepto en las librerías muy grandes, en las que se incrementa, ligeramente, el grado de asociacionismo, se registra un descenso del asociacionismo en el resto de librerías.

- La mayor parte de las librerías (un 64,8%) declaran ser miembros de la CEGAL: un 56,9% afirma pertenecer simultáneamente al Gremio Provincial de Libreros correspondiente y a la CEGAL, y un 7,9% sólo a la CEGAL.

El porcentaje de librerías miembros de la CEGAL, representa el porcentaje más alto registrado y además indica un crecimiento sostenido a lo largo de los últimos años.

Gráfico 2.

**Porcentaje de librerías según el grado de pertenencia al gremio/asociaciones.
Años 2003-2008.**

Total Librerías.

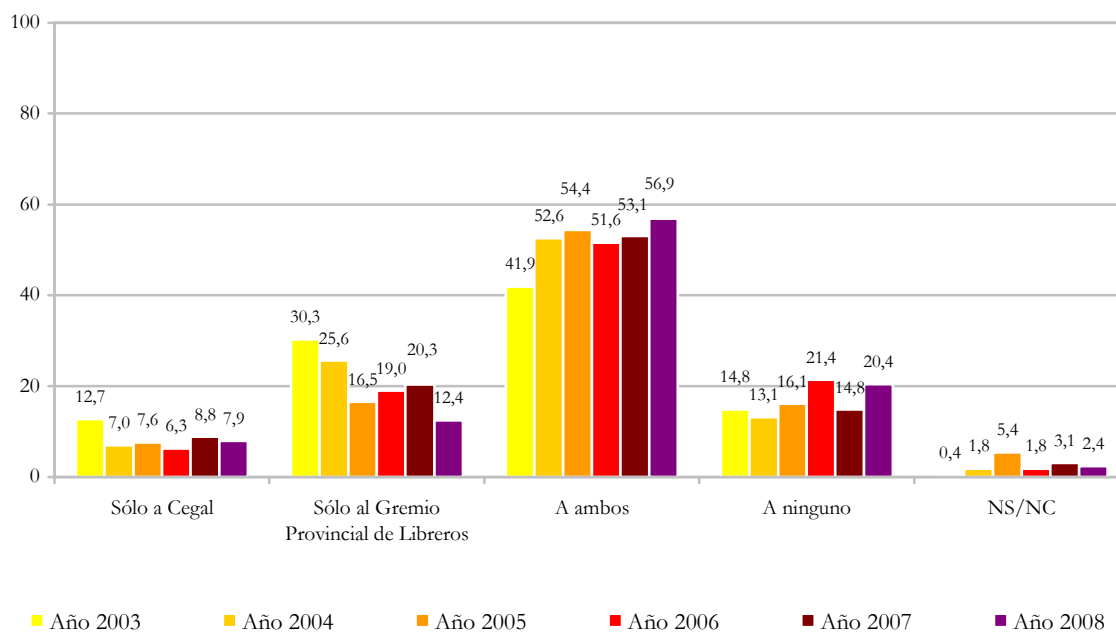


Gráfico 3.

**Porcentaje de librerías que declaran pertenecer a alguna asociación.
Años 2002-2008. Por tamaño.**

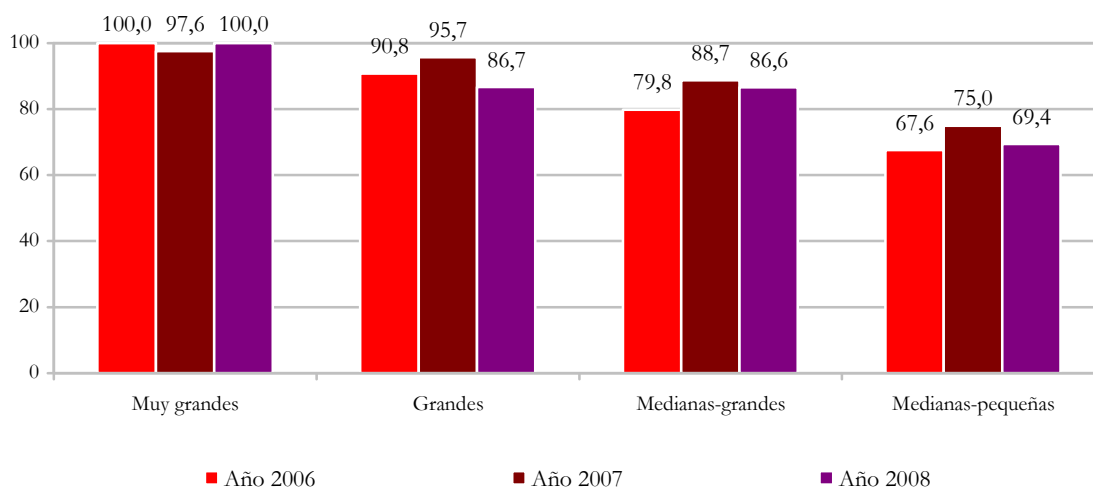
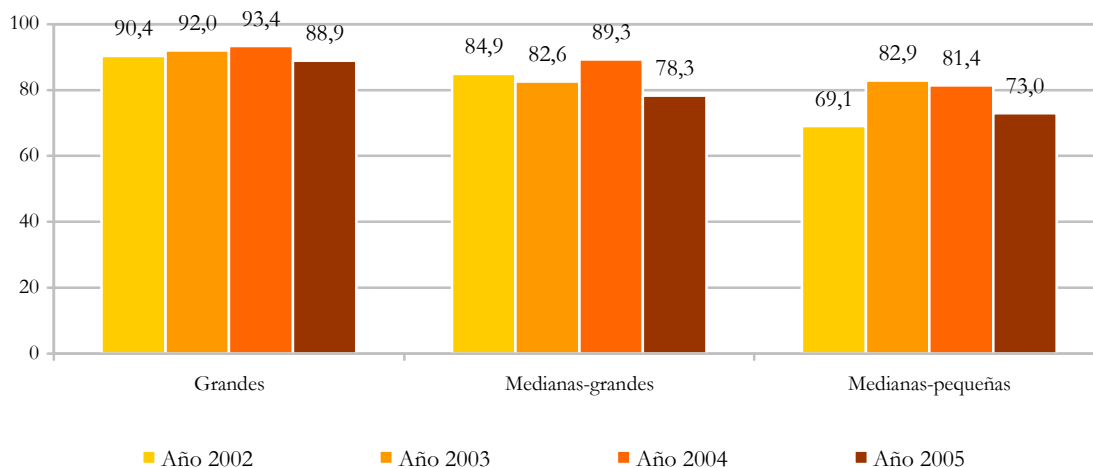
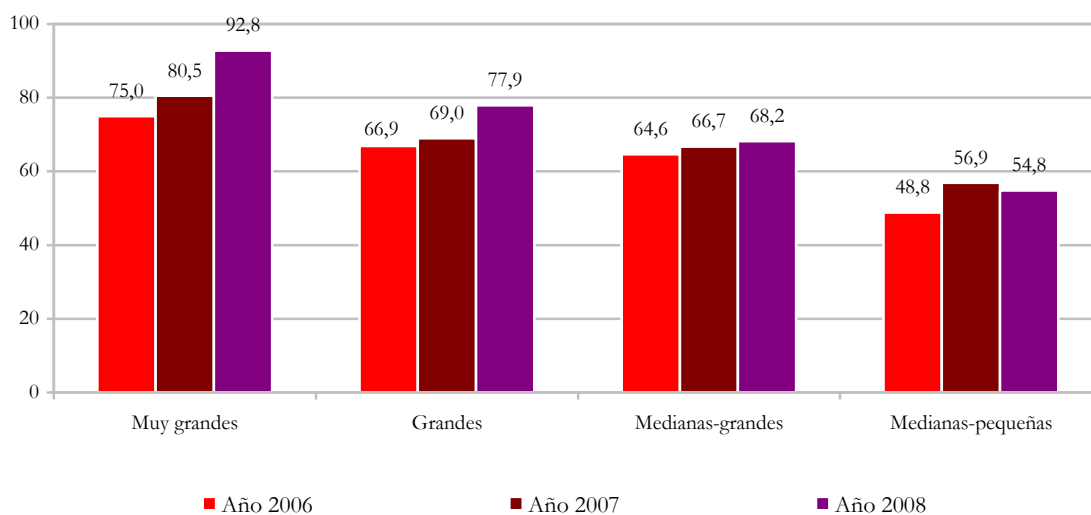
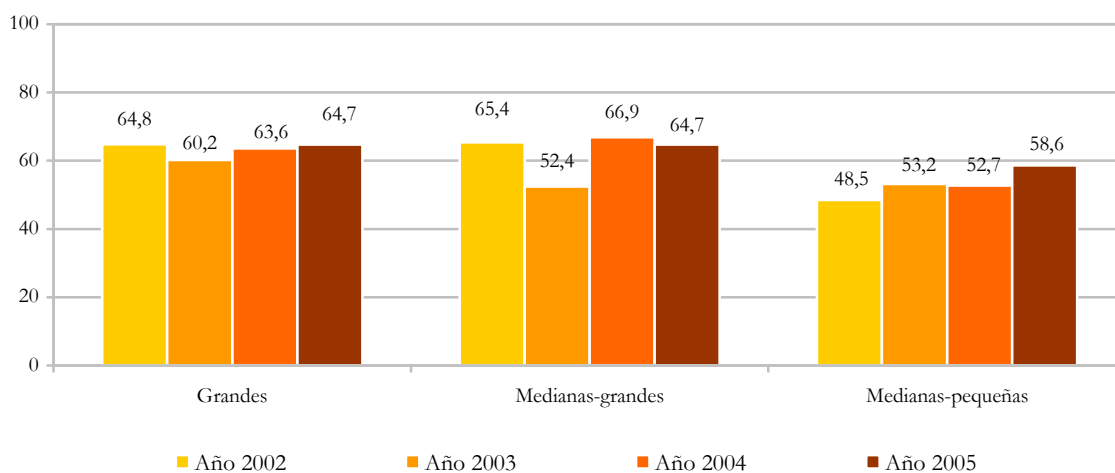


Gráfico 4.

Porcentaje de librerías que declaran pertenecer al Gremio provincial de Libreros y a CEGAL. Años 2002-2008. Por tamaño².



² Suma de los porcentajes de librerías que declaran pertenecer “sólo” a CEGAL, y de las que declaran pertenecer “simultáneamente” al Gremio Provincial de Libreros y a CEGAL.

2.1.3. Dimensión y recursos

- Del Gráfico 5 al 10 se presentan los datos relativos a la dimensión y los recursos de las librerías. Concretamente, las variables o indicadores considerados son:
 - Ventas (Gráfico 5).
 - Superficie del establecimiento (Gráfico 6).
 - Trabajadores de la librería (Gráfico 7).
 - Meses trabajados en la librería (Gráfico 8).
 - Horas de apertura semanal (Gráfico 9).
 - Días de apertura semanal (Gráfico 10).

- En el marco de la tendencia general al estancamiento en la venta de libros, respecto a las ventas generales³, observada desde el año 2002, cabe distinguir comportamientos diferenciados (gráfico 5).

En las librerías muy grandes se registra en los años 2006, 2007 y 2008 un descenso que entre el 2007 y 2008 es mucho más atenuado que entre el 2006 y el 2007.

En las librerías grandes se experimenta un leve crecimiento, respecto al 2007 (de 4 miles de €), llegando casi a recuperar la cifra media de ventas del 2006.

En las librerías medianas-grandes se registra la mejor cifra media de ventas de libros desde el año 2002 (alcanzándose los 432 miles de €) y representando un aumento, respecto el 2007, de 12 miles de €.

³ Las ventas de libros en valores absolutos se incrementaron notablemente en el 2006 y han mantenido este incremento en los años 2007 y 2008.

En las librerías medianas-pequeñas, también se registra la mejor cifra media de ventas de libros desde el 2002, (alcanzándose los 221 miles de €) y representando un aumento, respecto al 2007, de 9 miles de €.

Ante estos resultados debe observarse que el universo y la muestra de librerías muy grandes están integrados por una cantidad muy reducida de comercios, los cuales además se caracterizan por tener notables diferencias de tamaño en términos de ventas, por lo que los resultados obtenidos pueden estar condicionados por la respuesta obtenida en este segmento de la consulta.

Asimismo, debe señalarse que las ventas generales medias estimadas siguen la misma pauta que las ventas de libros, a excepción de las librerías muy grandes que, en este caso también mejoran sus ventas. Por tanto en el 2008, todos los grupos de librerías mejoran sus ventas medias, respecto el 2007.

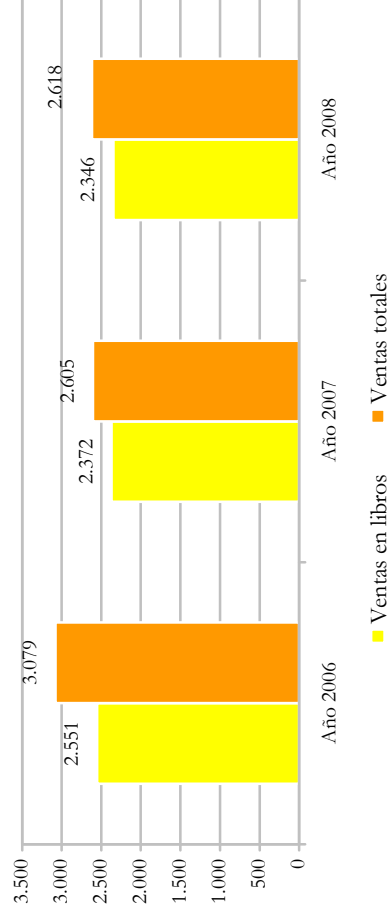
- En las librerías muy grandes y grandes se observa un decrecimiento de la superficie destinada al libro, aunque éste es menor, en general, que el observado en años precedentes (gráfico 6). En las librerías mediana-grandes, en el año 2008, se observa un leve aumento de la superficie destinada al libro (de 147,4 m² en el 2007 a 148,8 m² en el 2008), aumento que es más notable en las librerías medianas-pequeñas (que pasan de 89,1 m² en el 2007 a 103,2 m² en el 2008).
- El año 2008, se registra una cierta interrupción de la tendencia expresada en los últimos años mediante la cual se reducía la cantidad de factor trabajo que se utiliza en las librerías (número de empleados y meses trabajados). Concretamente, los datos obtenidos del año 2008 son los siguientes (indicándose entre paréntesis la cifra del 2007):

- Librerías muy grandes: 14,1 empleados fijos (13,6), 1,0 eventuales (2,4) y un total de 156,8 meses trabajados (161,3).
 - Librerías grandes: 6,0 empleados fijos (6,0), 0,5 eventuales (0,7) y un total de 66,7 meses trabajados (64,9).
 - Librerías medianas-grandes: 3,5 empleados fijos (3,4), 0,4 eventuales (0,4) y un total de 39,0 meses trabajados (38,2).
 - Librerías medianas-pequeñas: 2,7 empleados fijos (2,4), 0,2 eventuales (0,4) y un total de 30,4 meses trabajados (26,1).
-
- Paralelamente, se observa una ligera reducción en el tiempo de apertura semanal de los establecimientos muy grandes (pasando de las 53,9h en el 2007 a las 52,5h en el 2008) y de los establecimientos grandes (pasando de las 49,3h en el 2007 a las 48,6h en el 2008). Asimismo, se observa un aumento, también ligero, del tiempo de apertura semanal en los establecimientos medianos-grandes (pasando de 45,8h en el 2007 a las 47,0h en el 2008) y en los establecimientos medianos-pequeños (pasando de las 46,1h en el 2007 a las 46,5h en el 2008).
 - La cantidad de días semanales de apertura se mantiene sin cambios relevantes (Gráfico 10) aunque mientras las librerías muy grandes pasan de 6,1 días (2007) a 5,9 días (2008), las grandes se mantienen en 6,1 y las medianas aumentan de 6,0 días (2007) a 6,1 días (2008).

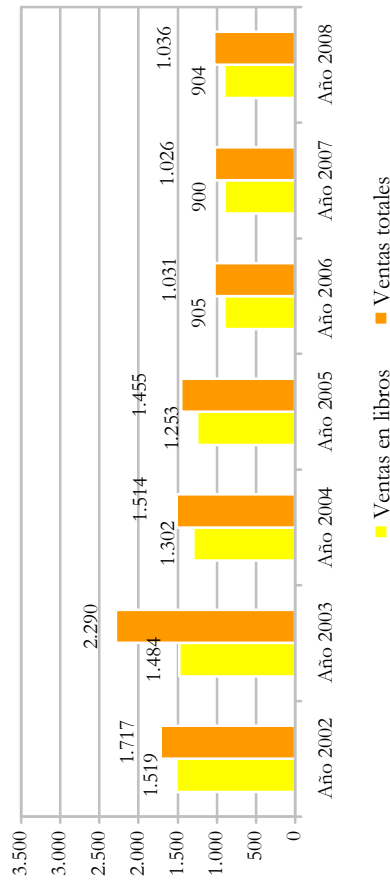
Gráfico 5.

Ventas en libros y ventas totales (miles de euros). Años 2002-2008. Por tamaño.

A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

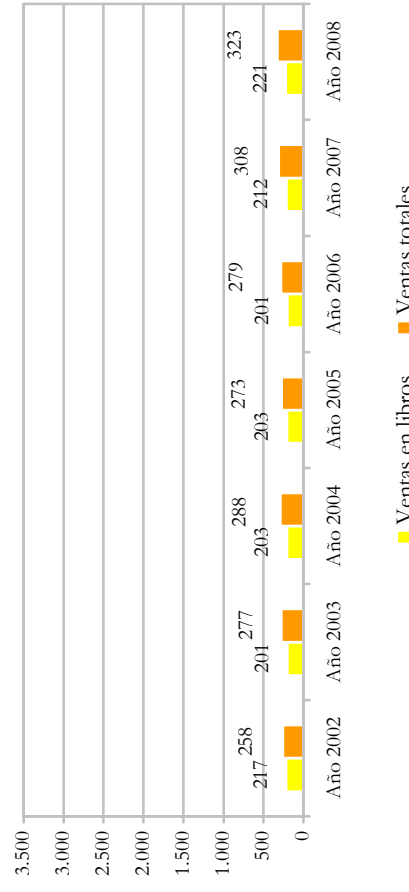
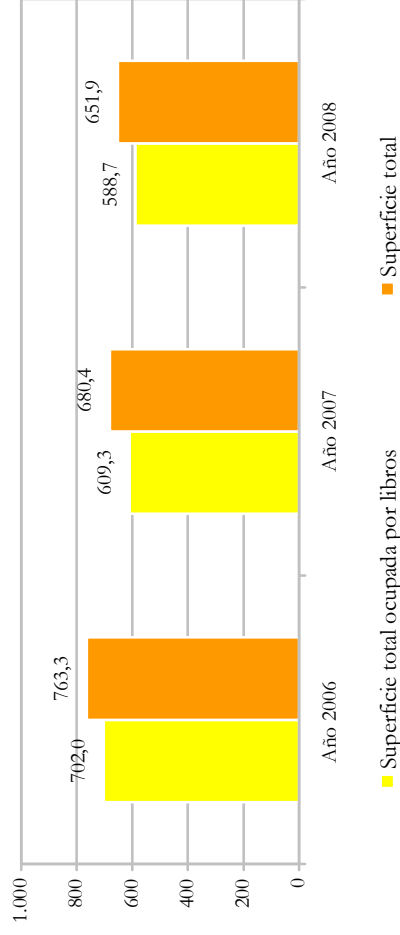


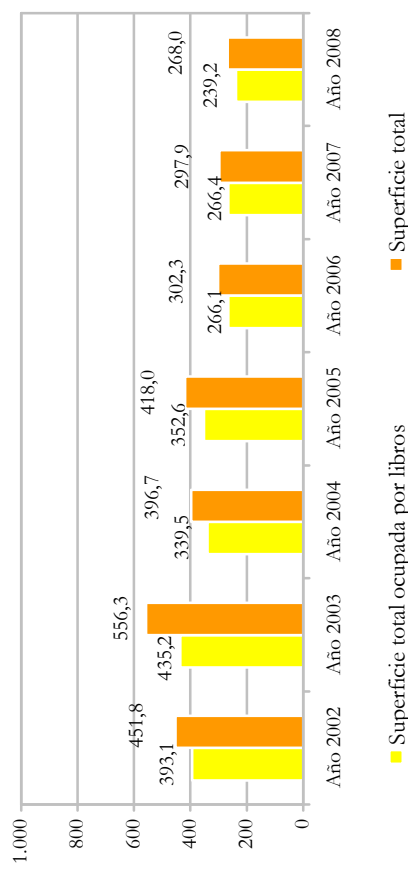
Gráfico 6.

Superficie de la librería (m²). Años 2002-2008. Por tamaño.

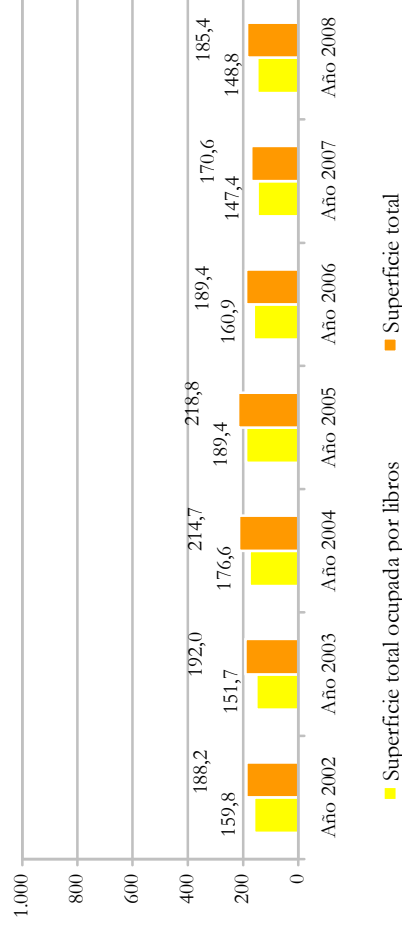
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

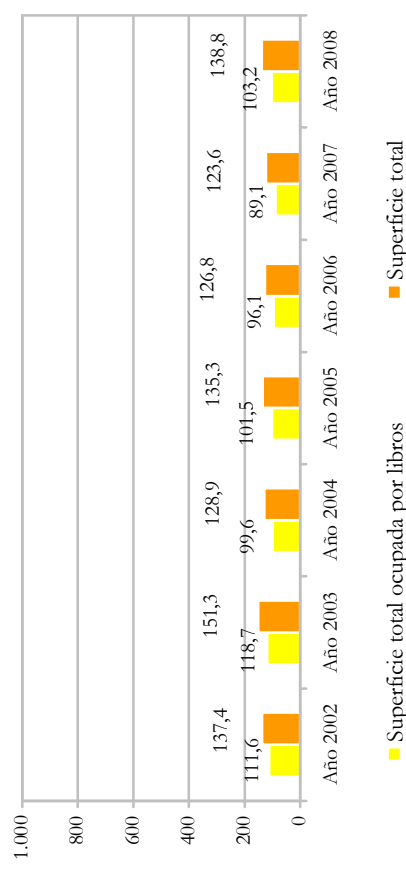
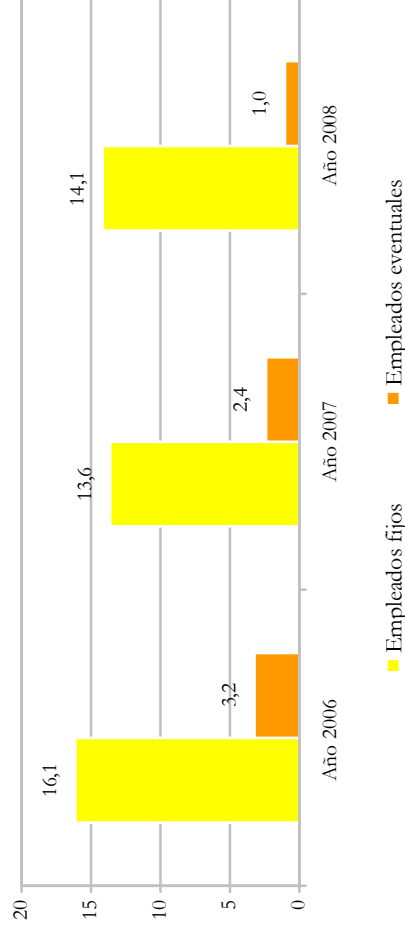


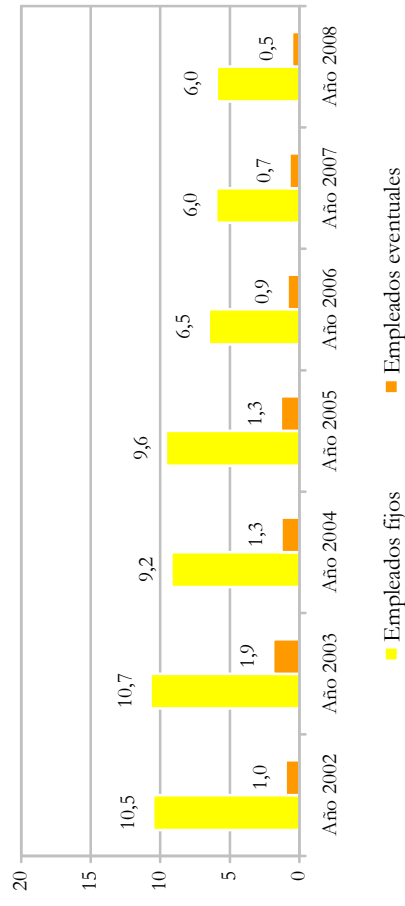
Gráfico 7.

Empleados de la librería. Años 2002-2008. Por tamaño.

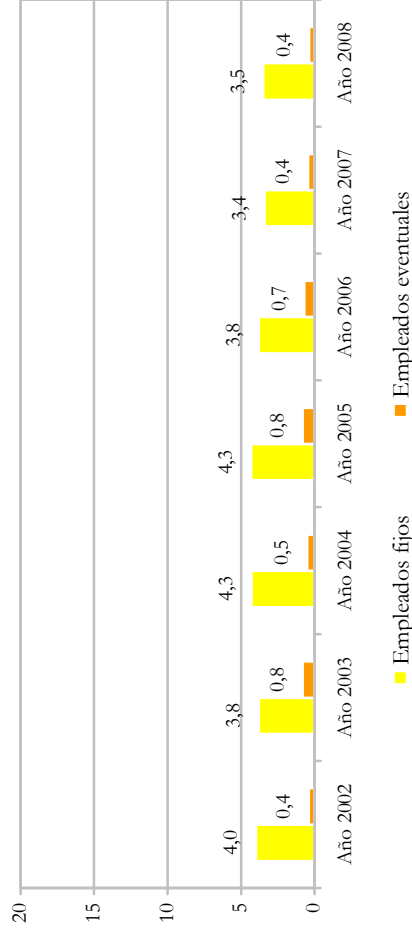
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

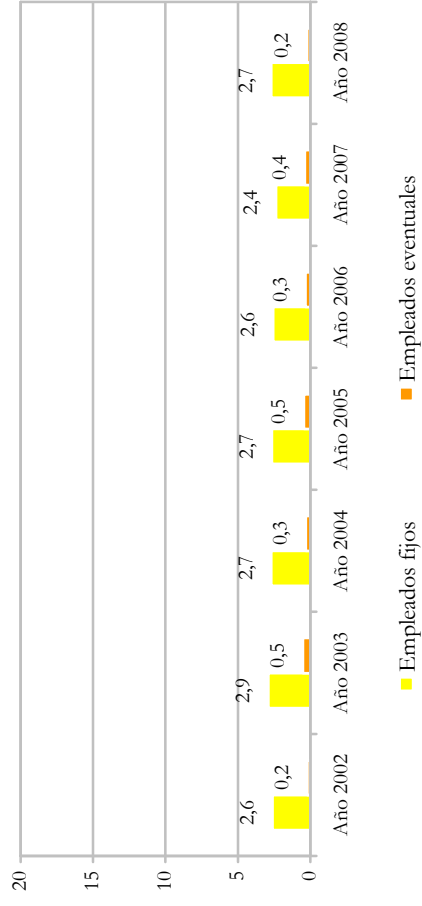


Gráfico 8.

Meses trabajados en la librería. Años 2002-2008. Por tamaño.

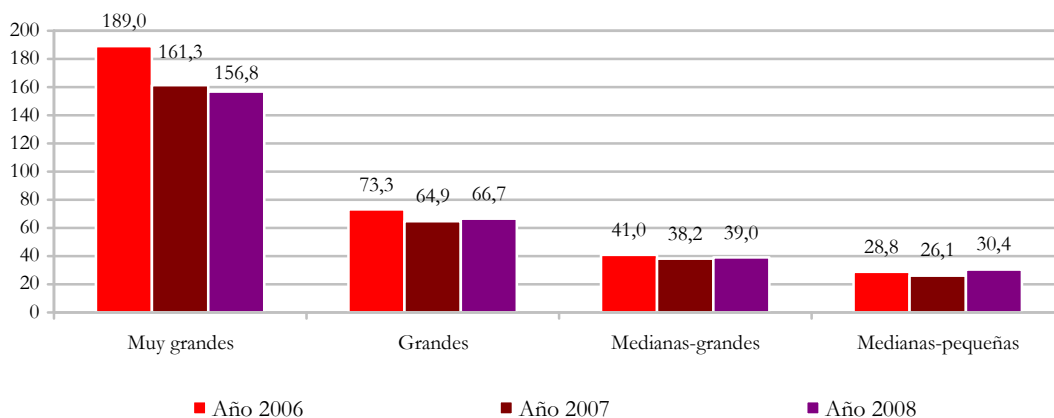
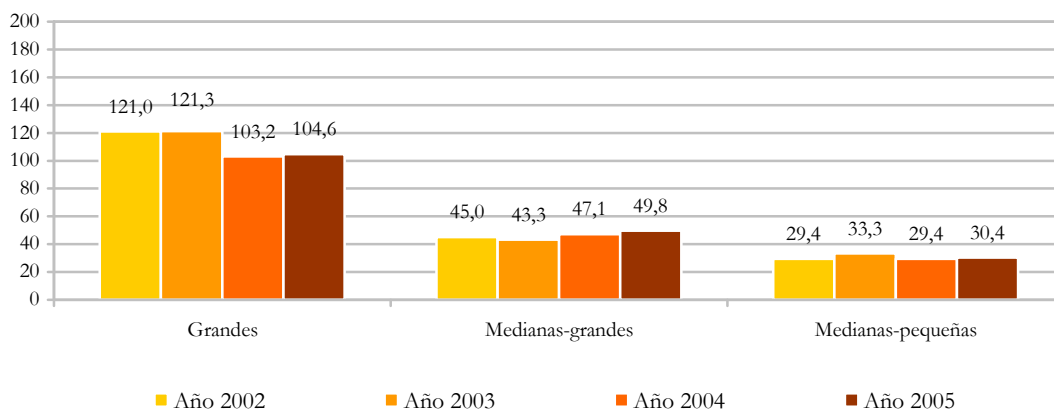


Gráfico 9.

Horas de apertura semanal. Años 2002-2008. Por tamaño.

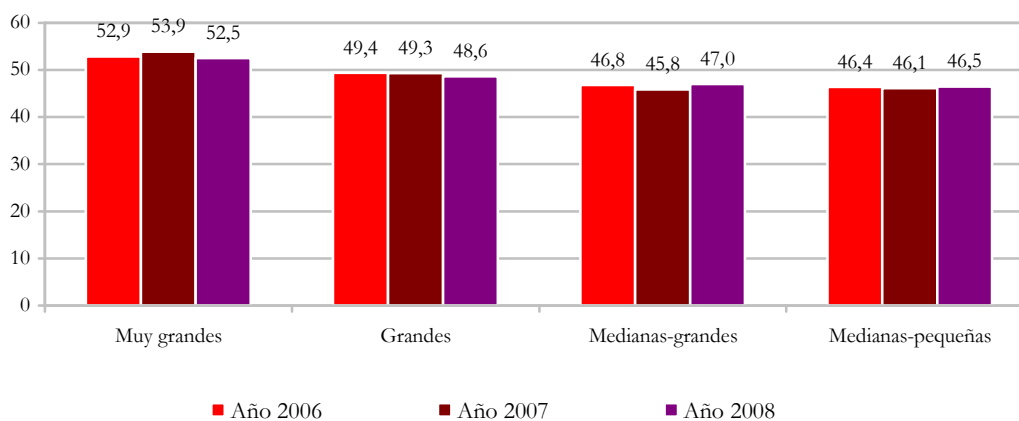
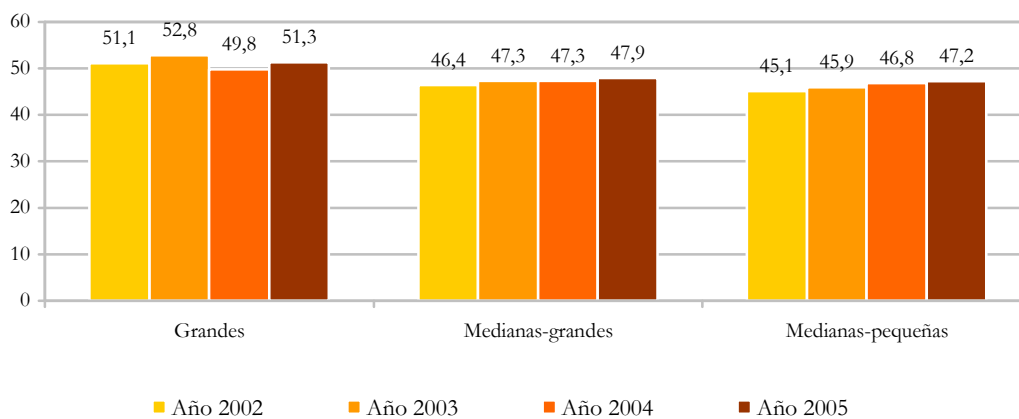
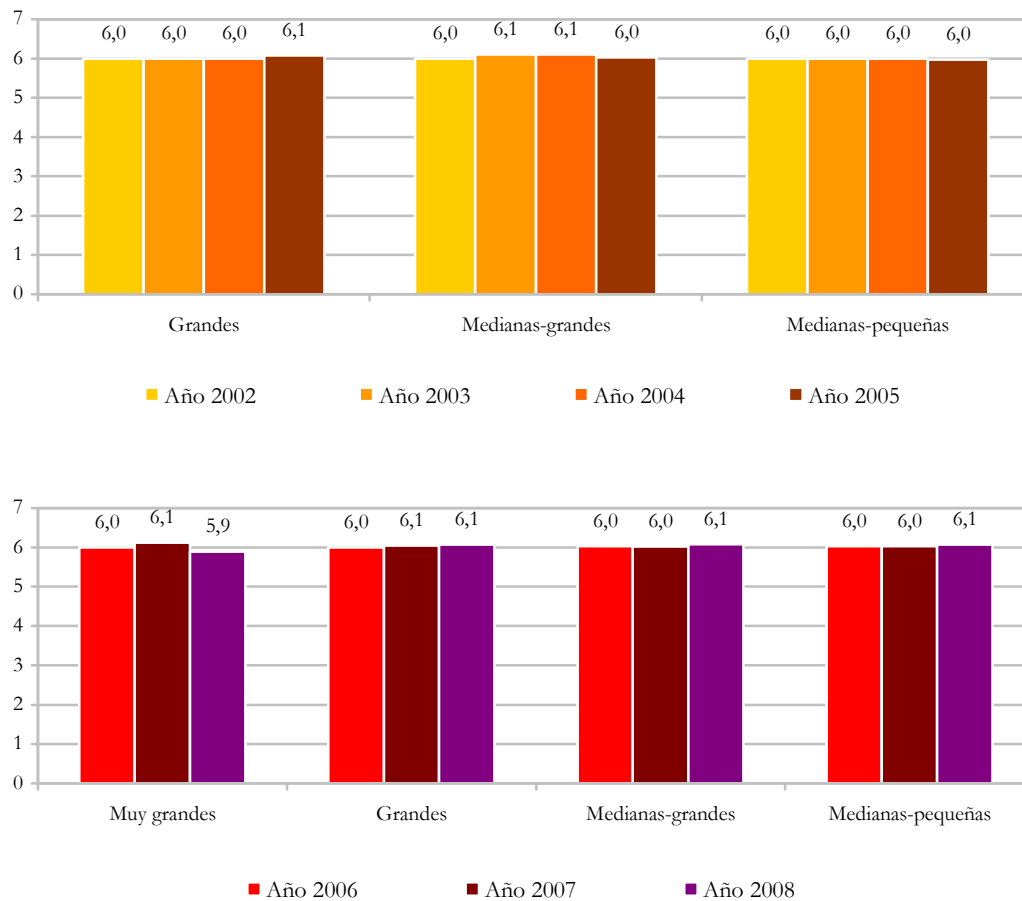


Gráfico 10.

Días de apertura semanal. Años 2002-2008. Por tamaño.



2.1.4. Productividad de la librería

- Las ratios referentes a la productividad de la librería permiten observar que el tamaño de las empresas genera ciertas economías de escala, como se manifiesta en el análisis de las siguientes ratios:
 - Ventas totales/superficie total (Gráfico 11).
 - Ventas en libros / superficie en libros (Gráfico 12).
 - Ventas totales / meses trabajados (Gráfico 13).
 - Meses trabajados/superficie total (Gráfico 14).

Los valores obtenidos en estas ratios por las librerías son mayores a medida que se incrementa el nivel de facturación de las mismas, aunque la reducción de las diferencias entre los segmentos analizados que se observaba en el año 2007, en el 2008 se ha ampliado, volviendo a los parámetros del 2006. Esta situación se da por la mejora –respecto al 2007- tanto de las ventas totales, como de las ventas de libros (en función de la superficie) de las librerías muy grandes, grandes y medianas-grandes; mientras que las librerías medianas-pequeñas muestran un descenso, provocado –como se ha comentado anteriormente- por el mayor aumento de superficie que de ventas, aunque éstas también se incrementen.

- La ratio referente a la relación entre la cantidad de trabajo (meses) y la superficie del establecimiento (m^2), requiere un análisis diferenciado (Gráfico 14), ya que en este caso se observa una cierta tendencia general, a que las librerías de mayor dimensión requieran de una mayor cantidad de trabajo por m^2 . En el 2008, no obstante, el valor de esta ratio en las librerías grandes (0,25 meses/ m^2), supera al de las librerías muy grandes (0,24 meses/ m^2). Asimismo, la ratio de las librerías medianas-pequeñas (0,22 meses/ m^2) es superior al de las librerías medianas-grandes (0,21 meses/ m^2).

Gráfico 11.

Ratio de ventas totales y superficie total (euros/m²). Años 2002-2008.
Por tamaño.

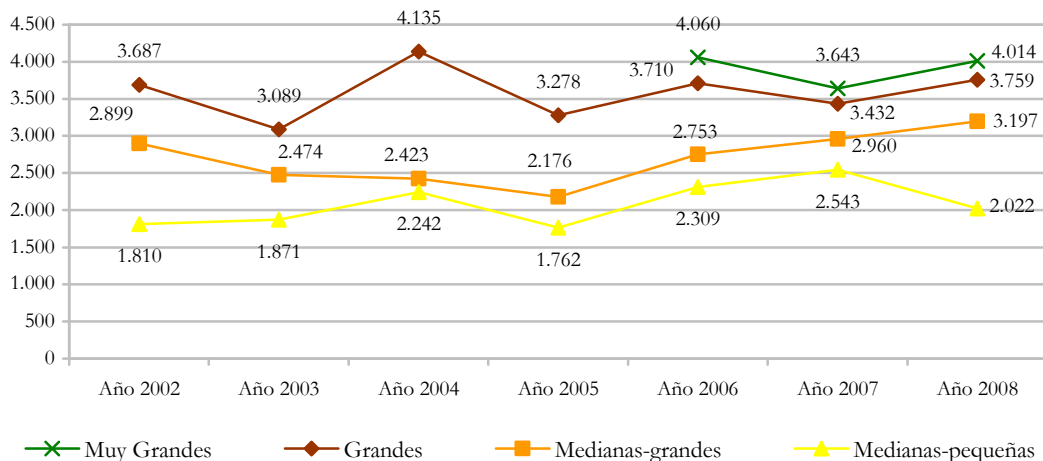


Gráfico 12.

Ratio de ventas en libros y superficie ocupada por libros (euros/m²).
Años 2002-2008. Por tamaño.

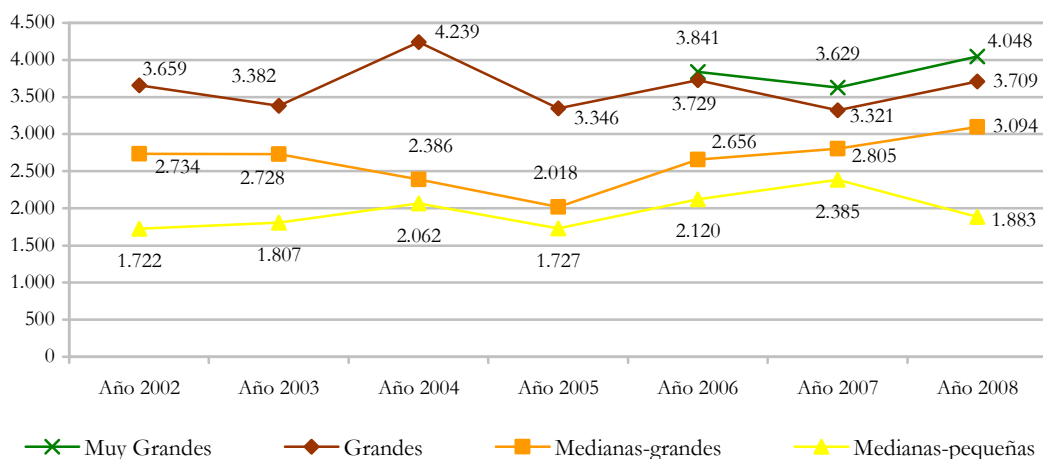


Gráfico 13.

Ratio de ventas totales y meses trabajados (euros/meses). Años 2002-2008. Por tamaño.

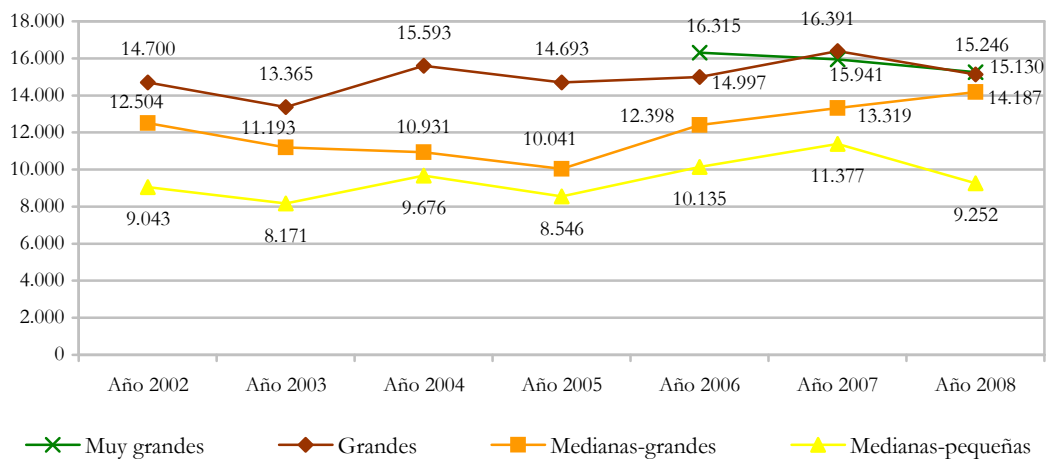
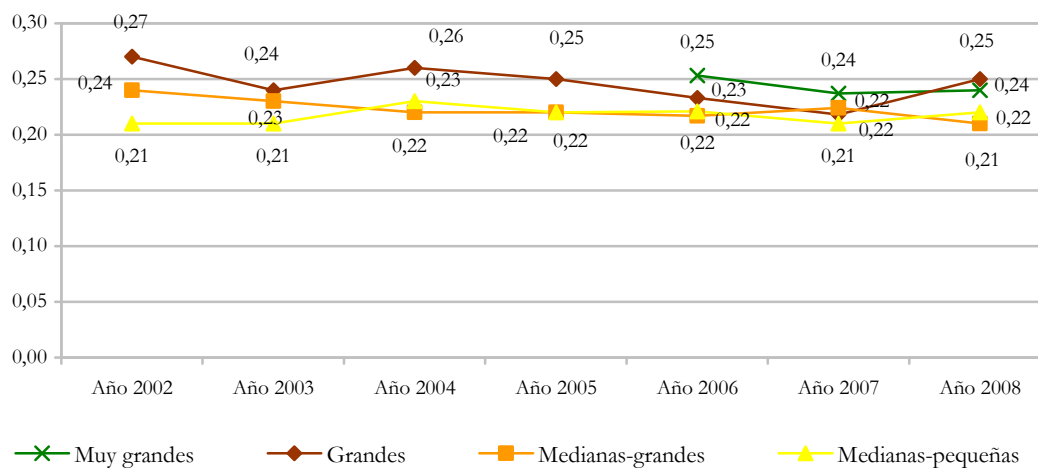


Gráfico 14.

Ratio de meses totales trabajados y superficie total (meses/m²). Años 2002-2008. Por tamaño.



2.1.5. El libro y la librería

- En general, el peso del libro respecto del conjunto del negocio de la librería grande y mediana en España se sitúa entre el 74,8% y el 90,5% en términos de superficie (Gráfico 15) y entre el 76,5% y el 91,4% en términos de ventas (Gráfico 16). Respecto al año 2007, se produce un cierto mantenimiento en todos los segmentos de librerías, en la superficie ocupada por los libros, excepto en las medianas-grandes que experimentan un descenso (de 86,4% en el 2007 al 83,7% en el 2008) situándose este porcentaje en el nivel más bajo registrado, desde el año 2002. En relación al conjunto de las ventas, se produce un proceso similar manteniéndose a la alza todos los segmentos, excepto el de las librerías medianas-grandes que disminuye (de 86,9% en el 2007 a 85,4% en el 2008), aunque la disminución es más suave que en los términos expresados de superficie.

Así, el producto libro se mantiene como el elemento fundamental de la actividad de las librerías medianas y grandes de España (siendo el resto de bienes o servicios prestados de carácter, estrictamente, complementario).

- La información relativa a las ventas de libros según la lengua de publicación sólo hace referencia a aquellas comunidades autónomas con más de una lengua oficial: Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco. Consideradas estas comunidades conjuntamente, el peso de las ventas de libros en las respectivas lenguas cooficiales se mantiene estos últimos años alrededor del veinticinco por ciento en todos los grupos de librerías (Gráfico 17). Respecto al 2007, se observa un decrecimiento en las librerías muy grandes, un aumento en las grandes y medianas-grandes y un mantenimiento en las medianas-pequeñas.
- El análisis de las ventas de libros según el tipo de producto indica que el peso del libro de “prescripción colectiva” (libro de texto escolar y libro universitario)

representa, aproximadamente, entre un 24,2% y un 30,8% de las ventas totales de los establecimientos grandes y medianos, aunque en las librerías muy grandes este porcentaje es el menor y en las medianas-pequeñas es el mayor. En relación al año 2007, se detecta un ligero aumento de las ventas de libros de “prescripción colectiva” (Gráfico 18).

- El propio establecimiento es el canal de compra utilizado por el cliente que concentra una mayor parte de las ventas en todos los grupos de librerías analizados, aunque su importancia es, ligeramente, inferior en los comercios muy grandes (84,4%) que en el resto (oscilando entre el 89,6% de los comercios grandes al 93,2% de los comercios medianos-pequeños, como muestra el gráfico 19). Se detecta, en relación al año 2007, una ligera disminución de las ventas en el establecimiento a favor del aumento de las ventas por otros canales y por internet.

- Respecto a la realización por parte de las librerías de otras actividades relacionadas con el sector del libro (edición, distribución e imprenta/artes gráficas), cabe señalar las siguientes observaciones (Gráfico 20):
 - La actividad de edición es, en general la que más realizan las librerías, aunque en porcentajes diferenciados según el segmento, así mientras que en las muy grandes representa el 35,7%, en las medianas-pequeñas representa el 11,8%.

 - Las actividades de distribución de libros son las segundas más realizadas por las librerías y aunque también hay diferencias entre los segmentos, éstas son menores que en la edición. La distribución oscila entre el 21,4% de las librerías grandes y el 12,8% de las medianas-pequeñas.

- Las actividades de imprenta/artes gráficas tan sólo son desarrolladas por una pequeña parte de librerías: menos del cinco por ciento de los establecimientos, en todos los segmentos.

- Sobre la organización de actividades de dinamización de la lectura (presentación de libros, cuenta-cuentos, conferencias...), no se observan cambios trascendentes, respecto de la situación expresada en años precedentes. Al respecto, deben observarse las siguientes cuestiones (Gráfico 21):
 - A medida que decrece el tamaño de la librería, disminuye la proporción de establecimientos que desarrollan este tipo de actividades.

 - La presentación de libros es el tipo de actividad organizado por un mayor porcentaje de librerías: librerías muy grandes (89,3%), librerías grandes (59,8%), librerías medianas-grandes (50,6%) y librerías medianas-pequeñas (35,1%).

 - En segundo lugar, se sitúan las actividades de cuenta-cuentos y las conferencias, servicios que son promovidos por aproximadamente el cuarenta y cinco por ciento de las librerías muy grandes, el treinta y cinco por ciento de las grandes, el veinticinco por ciento de las medianas-grandes, y el quince por ciento de las medianas-pequeñas.

 - Las otras actividades de dinamización de la lectura se organizan en proporciones menores, en todos los segmentos de librerías, destacando la publicación de catálogos, la animación de la lectura en las escuelas, las firmas de libros, la asistencia a ferias y certámenes del sector y la animación de la lectura, en general.

Gráfico 15.

Porcentaje de la superficie ocupada por libros sobre la superficie total.
Años 2002-2008. Por tamaño.

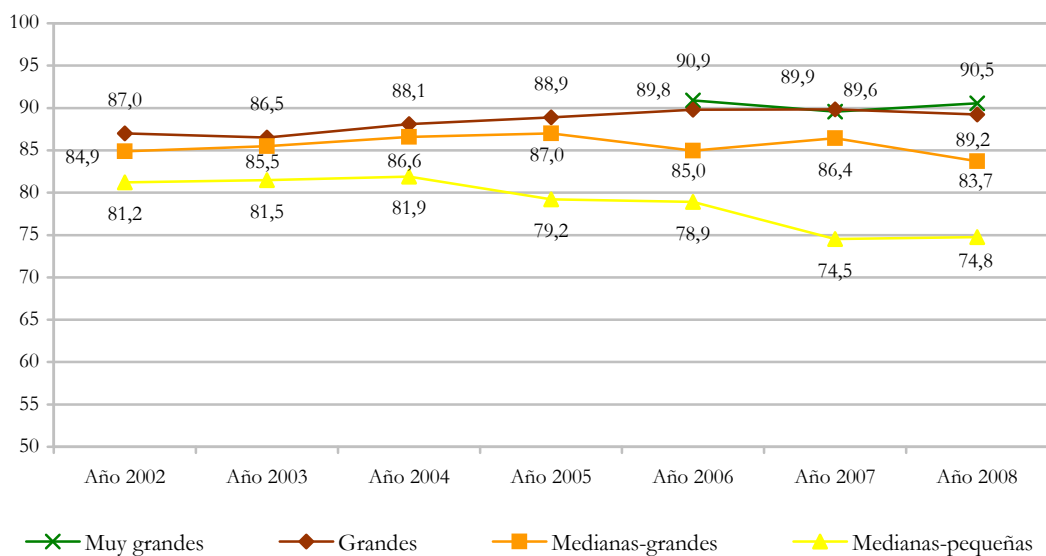


Gráfico 16.

Composición de las ventas de la librería. Años 2002-2008. Por tamaño.

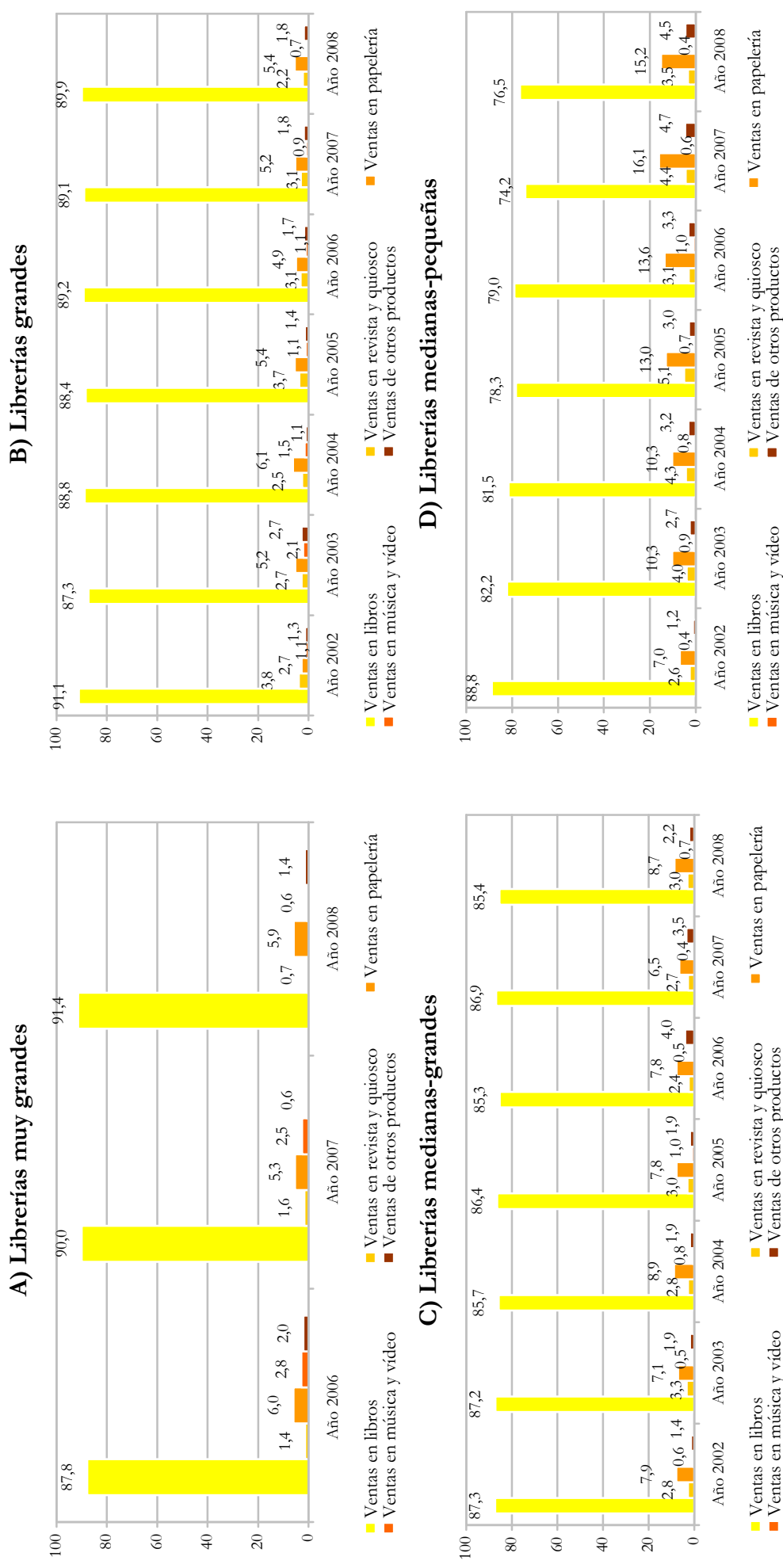
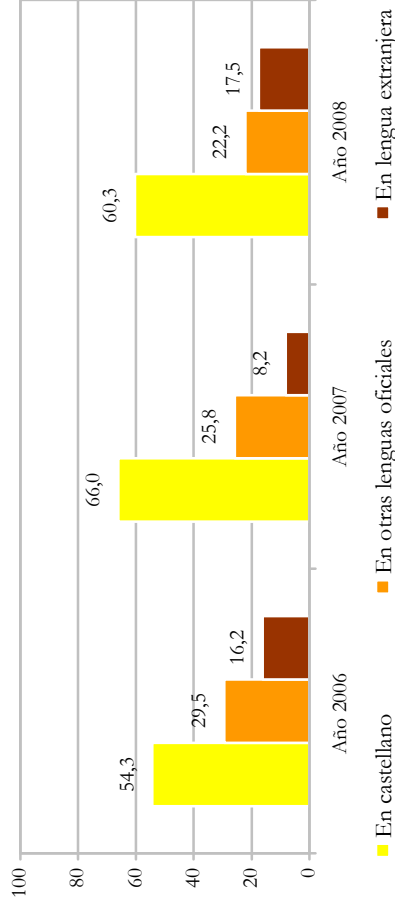


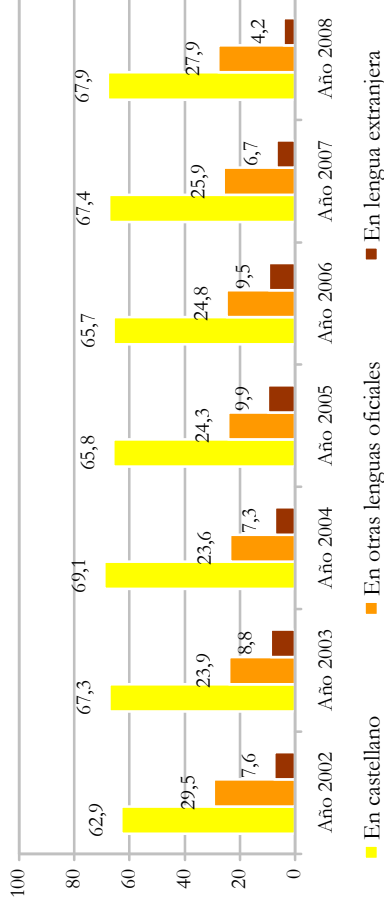
Gráfico 17.

Porcentaje de ventas según la lengua de publicación de las librerías ubicadas en comunidades autónomas con más de una lengua oficial⁴. Años 2002-2008. Por tamaño.

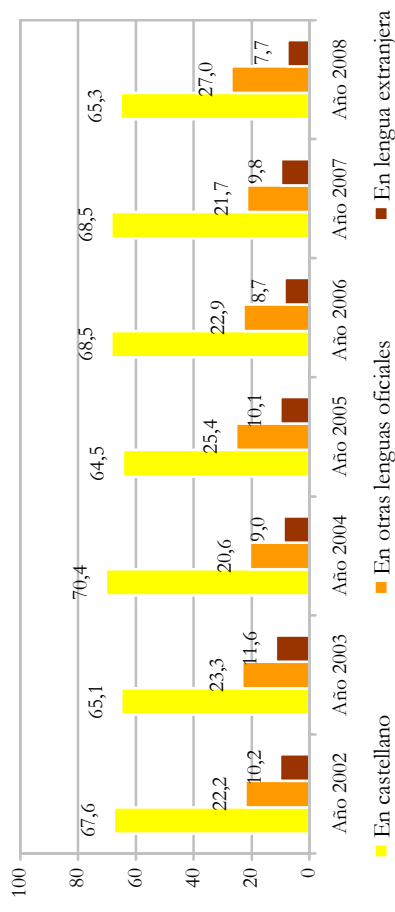
A) Librerías muy grandes



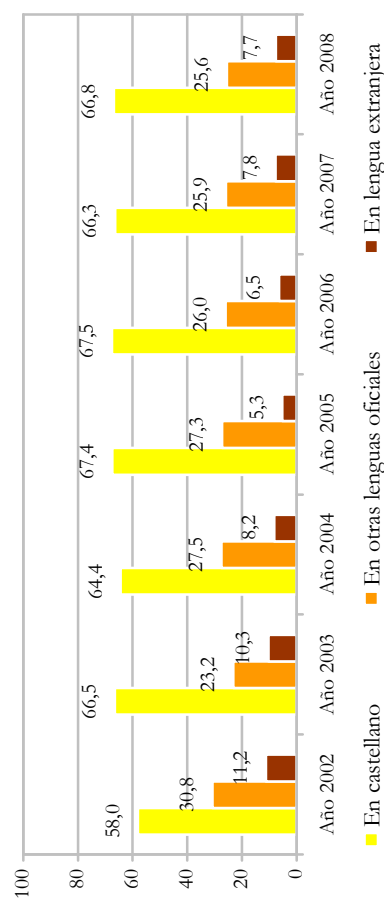
C) Librerías medianas-grandes



B) Librerías grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

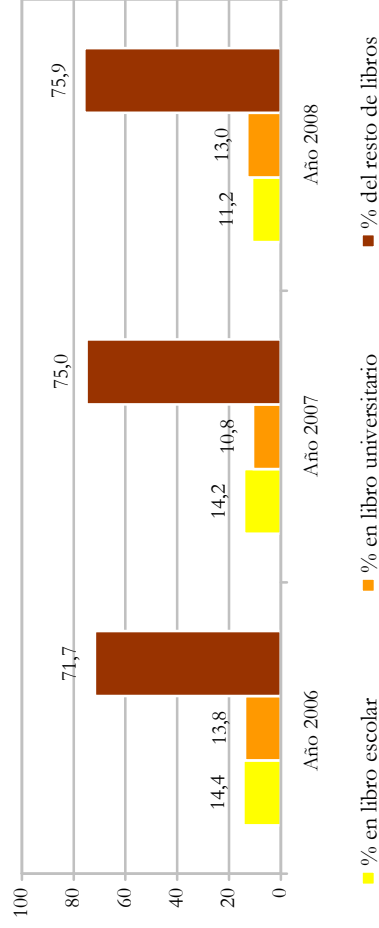


⁴ Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco.

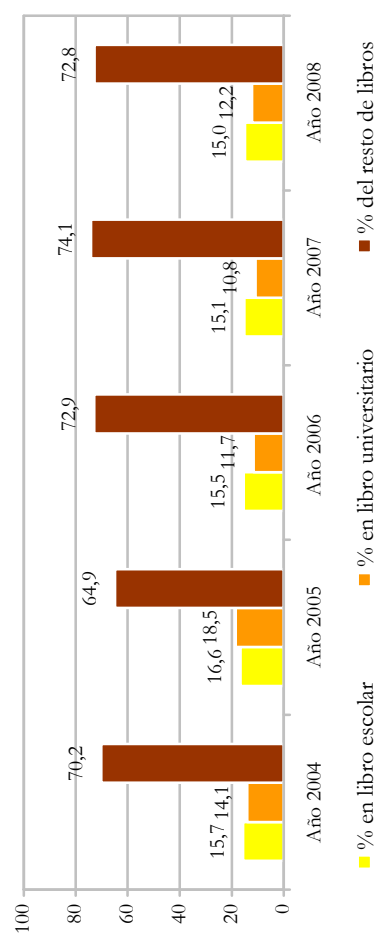
Gráfico 18.

Composición de las ventas de libros de la librería⁵. Años 2004-2008. Por tamaño.

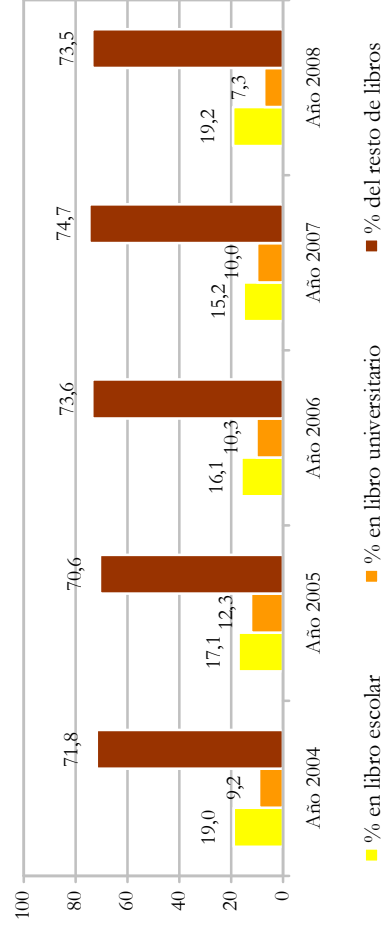
A) Librerías muy grandes



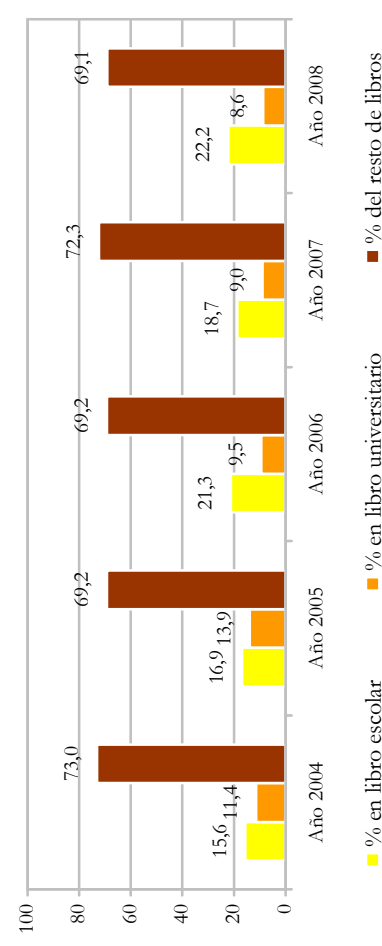
B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



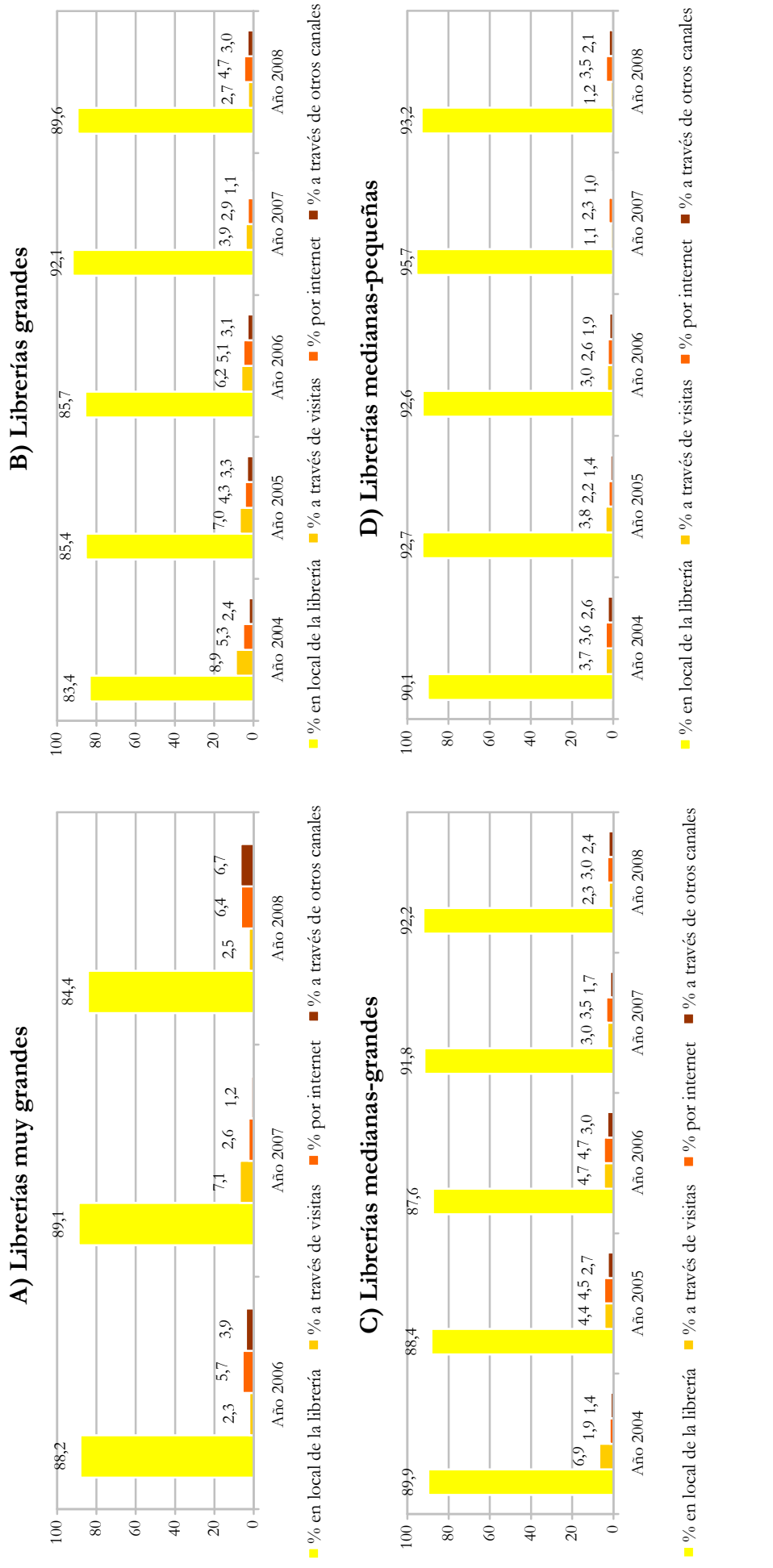
D) Librerías medianas-pequeñas



⁵ Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003.

Gráfico 19.

Composición de las ventas según el canal⁶ de compra utilizado por el cliente (en porcentaje). Años 2004-2008. Por tamaño.



⁶ Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003. A partir del año 2006, las ventas por correo se incluyen en las ventas a través de otros canales.

Gráfico 20.

Porcentaje de librerías según si realizan otras actividades relacionadas con el libro. Por tamaño. Año 2008.

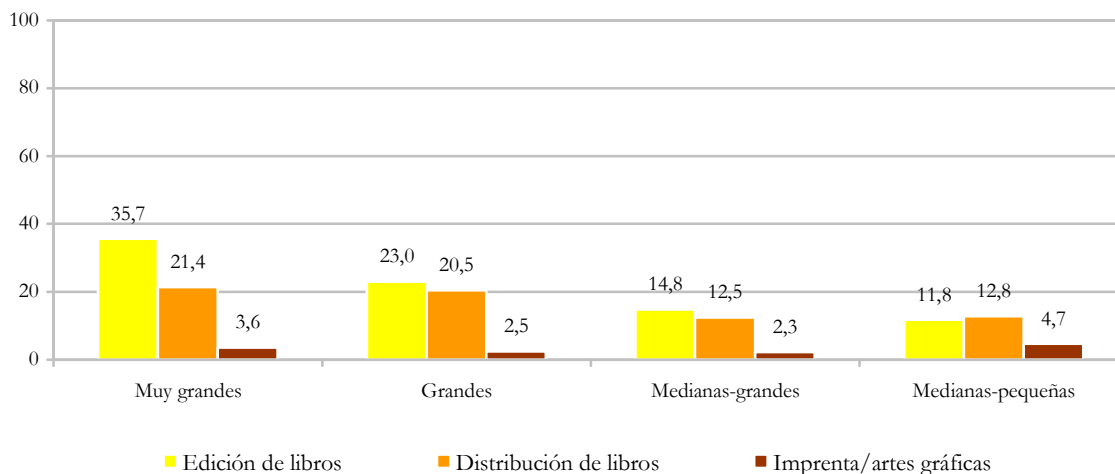
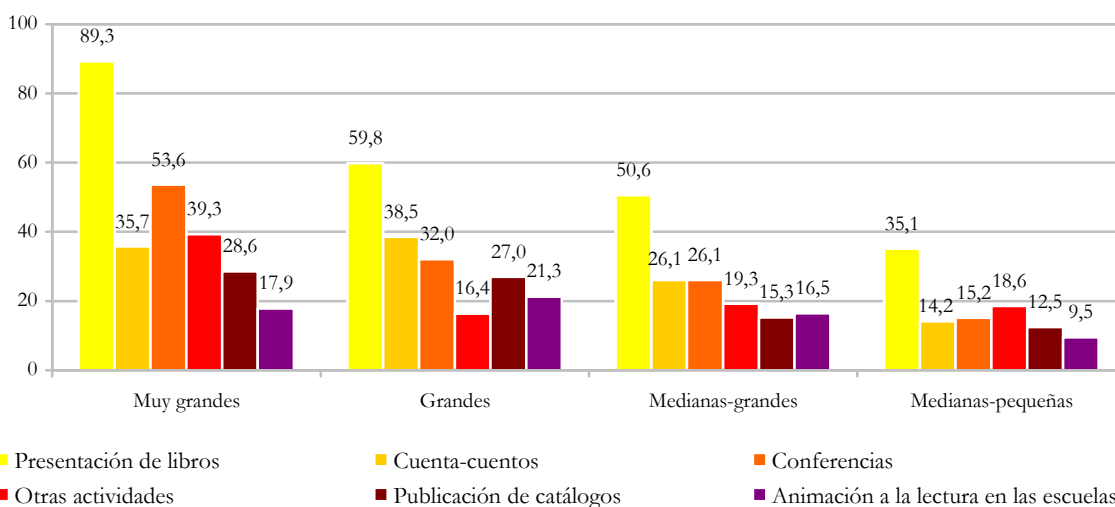


Gráfico 21.

Porcentaje de librerías según si organizan habitualmente actividades de dinamización de la lectura. Por tamaño. Año 2008.



2.1.6. Gestión de la librería

En el presente apartado se plantean quince cuestiones de distinta naturaleza referentes a la gestión de la librería, sobre las que se realizan las siguientes consideraciones:

- **Distribución aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas o funciones** (Gráfico 22): sin variaciones relevantes respecto de los años anteriores, se observa que la mayor parte del trabajo que se desarrolla en las librerías (entre el cincuenta y dos y el cincuenta y ocho por ciento) se destina a las tareas de venta, atención al cliente y marketing (con una ligera tendencia a la disminución del 2006 al 2008, a favor del aumento del trabajo dedicado a dirección general y gestión administrativa).

El segundo grupo de trabajos realizados lo ocupan (entre un veintitrés y un veintisiete por ciento) los dedicados a la gestión /informatización de pedidos, existencias y devoluciones.

Y, finalmente, el tercer grupo en volumen de trabajos realizados lo ocupa (entre un dieciocho y un veintiuno por ciento) los dedicados a la dirección general y la gestión administrativa de la librería.

- **Sistemas de pedido** (Gráfico 23): la importancia, relativa, de los pedidos realizados mediante la visita del representante comercial se sitúa, el año 2008, entre el diez y el quince por ciento, siendo estos porcentajes los más bajos registrados, durante los tres últimos años. Más concretamente, este canal de pedidos ha representado el 15,0% en las librerías muy grandes, el 10,3% en las grandes, el 10,8% en las medianas-grandes y el 12,7% en las medianas-pequeñas.

En relación con el uso de las telecomunicaciones para la realización de dichos pedidos –que son los canales más importantes-, se continúan observando diferencias importantes:

- Las librerías muy grandes son las que utilizan más el ordenador-módem (61,5%), mientras que el fax sigue una evolución decreciente (13,3%) y el teléfono se mantiene (9,9%).
- Durante el 2008, el segmento de las librerías grandes tiene un comportamiento similar a las muy grandes, así los pedidos mediante ordenador-módem son mayoritarios (60,1%), seguidos por los pedidos por fax (18,1%) y por los telefónicos (8,1%). Señalar en este segmento y respecto al 2007, un aumento de más de un diez por ciento de los pedidos por internet.
- Las librerías medianas-grandes usan, en primer lugar, el ordenador-módem (48,0%) pero en un porcentaje menor que las librerías más grandes. A continuación, realizan los pedidos por fax (21,4%) que mantiene el porcentaje del año pasado, aunque en el marco de un descenso continuado desde el año 2002. Y en tercer lugar, se sitúan los pedidos telefónicos (13,2%) que se mantienen estables.
- En el grupo de librerías medianas-pequeñas se da una introducción comparativamente más lenta (aunque creciendo de forma progresiva) de la realización de pedidos por internet. Así, el año 2008 son el 41,1% del total de dichos comercios los que utilizan el ordenador-módem para comunicarse con los proveedores (aumentando casi un ocho por ciento, respecto al 2007). El uso del fax decrece hasta un 20,7% y el uso del

teléfono se mantiene en una proporción (23,3%) más alta que en los otros segmentos.

- **Descuento** (Gráfico 24): en la misma línea que en años anteriores, se observa que el porcentaje de descuento decrece al disminuir el tamaño de la librería (del 31,8% de las muy grandes, al 28,8% de las medianas-pequeñas). Durante el 2008, se observa asimismo una leve reducción de los descuentos en tres de los cuatro segmentos de librerías.
- **Composición de las existencias** (Gráfico 25): en general, las existencias compradas oscilan entre el 76,8% y el 81,2%, siendo las librerías muy grandes las que alcanzan el mayor porcentaje y por tanto el menor de existencias en depósito.
- **Sistema de recepción de novedades** (Gráfico 26): el 56,1% de las novedades recibidas por parte de las librerías son suministradas mediante los servicios automáticos de novedades ofrecidos por los proveedores. Respecto al año 2007, se observa un ligero incremento en las novedades recibidas mediante los servicios automáticos ofrecidos por los proveedores.

Conforme decrece el tamaño de la librería, aumenta la recepción de novedades mediante los servicios automáticos ofrecidos por los proveedores, representando estos en las librerías muy grandes el 43,7%, en las grandes el 50,9%, en las medianas-grandes el 57,1% y las medianas-pequeñas el 58,7%. Así, solo en las muy grandes es mayoritaria la recepción de novedades por pedido expreso de la propia librería.

- **Ejemplares en estoc** (Gráfico 27): En general, se observa la lógica correspondencia entre el tamaño de la librería en términos de ventas anuales de libros y la cantidad de ejemplares que ésta dispone en estoc. Situándose la mitad, aproximadamente, de las librerías muy grandes en estocs de más de 40.000 libros, en las grandes entre 15.000 y 40.000 libros, en las medianas-grandes entre 5.000 y 25.000 libros y en las medianas-pequeñas entre 1.500 y 10.000 ejemplares.

Indicar, como se hizo en el 2007, que alrededor de un diez por ciento de las librerías no sabe o no contesta esta pregunta.

- **Promedio del porcentaje estimado de devoluciones hechas al año sobre el total de ejemplares recibidos** (Gráfico 28): en el 2008 y en relación con años precedentes, se produce un mantenimiento de los porcentajes de devoluciones, debido a la reducción de este porcentaje en las librerías grandes y medianas-pequeñas y a su incremento en las librerías muy grandes y medianas-grandes. Así, durante el 2008 el porcentaje de devoluciones oscila entre el 27,7% de las muy grandes y el 29,0% de las medianas-grandes.

Siguen siendo las librerías medianas las que ostentan el mayor porcentaje de devoluciones, siendo a la vez los segmentos en los que se da una mayor proporción de novedades recibidas, mediante sistema automático de suministro, ofrecido por los proveedores.

- **Grado de informatización** (Gráficos 29, 30 y 31): la mayoría de las librerías –más del ochenta por ciento- declara estar informatizada.

Situándose el porcentaje más alto en las librerías grandes (97,5%) y el menor en las librerías medianas-pequeñas (81,8%).

En cuanto al tipo del programa utilizado, en aproximadamente dos tercios de las librerías éste es adquirido. Son las librerías muy grandes (30,8%) y las medianas-pequeñas (28,1%) las que más disponen de programas propios.

Entre las librerías que han adquirido programas, existe bastante variedad – citándose más de cincuenta programas diferentes-, aunque parece que el Geslib Plus (Trevenque) es el más recurrente en un 29,4% en las muy grandes, en un 44,1% en las grandes, en un 28,3% en las medianas-grandes y en un 21,2% en las medianas-pequeñas.

- **Utilización de correo electrónico para comunicarse con proveedores** (Gráfico 32): en todos los grupos de librerías se observa un aumento ligero, pero progresivo en la frecuencia de uso del correo electrónico, año tras año.

Al igual que en años precedentes, el uso del correo electrónico es superior al incrementarse el tamaño de la librería, registrándose diferencias substanciales en el uso, así mientras las librerías muy grandes en un 71,4% siempre utilizan el correo electrónico para comunicarse con los proveedores, en las librerías medianas-pequeñas este porcentaje se reduce al 38,5%.

- **Utilización de bases de datos de descarga telemática** (Gráfico 33): la Agencia del ISBN es, en general, la fuente de información utilizada por la mayor parte de librerías para la descarga telemática de referencias de libros.

En segundo lugar, se sitúa CEGAL en Red. A continuación se encuentran las otras fuentes gratuitas y finalmente, las otras fuentes de pago.

No obstante, debe señalarse que en todos los grupos de librerías hay un elevado porcentaje (que oscila entre el treinta y el noventa por ciento según los programas y grupos) de establecimientos que nunca desarrollan esta práctica.

- **Utilización y valoración del SINLI** (Gráficos 34, 35 y 36): respecto al año 2007, se observa un aumento en el porcentaje de librerías que utilizan el SINLI: el 67,9% de las muy grandes (57,1% el 2007), el 73,0% de las grandes (54,5% el 2007), el 54,5% de las medianas-grandes (el 45,3% el 2007), y el 31,8% de las medianas-pequeñas (el 25,7% el 2007).

El aumento observado, durante el 2008, en la utilización del SINLI, conlleva que dicha utilización sea la más alta jamás registrada, resultado que aún tiene más relevancia si se tiene en cuenta la ralentización experimentada en el 2007.

Indicar que las diferencias expuestas en la utilización del SINLI, no se observan en la frecuencia de uso. Así, entre las librerías que lo utilizan siempre dicha frecuencia oscila entre el 71,3% de las librerías medianas-pequeñas y el 78,7% de las librerías grandes. Comportamiento que se corresponde a la opinión expresada sobre la utilidad del SINLI, puesto que entre un 78,1% y un 89,5% de las librerías que lo utilizan, lo encuentran muy útil e indispensable.

- **Motivos de no utilización del SINLI** (Gráficos 37 y 38). En esta pregunta se han considerado las siguientes opciones de respuesta:
 - Hay un porcentaje de establecimientos que no disponen de ordenador y que va del 6,3% en las librerías grandes al 12,0% en las librerías medianas-pequeñas. A estas librerías hay que añadir las que sí disponen de ordenador, pero tienen programas informáticos incompatibles con el SINLI que oscilan entre el 6,7% de las grandes y el 12,5% de las muy grandes.
 - A las causas que físicamente hacen inviable la utilización del SINLI, se debe sumar, en primera instancia, el desconocimiento de éste, que es reconocido por el 39,2% de las librerías medianas-pequeñas, el 30,0% de las librerías grandes y el 22,5% de las librerías medianas-grandes. Al respecto, realizar dos observaciones: la primera, es que no se ha dado ningún caso de desconocimiento del SINLI entre las librerías muy grandes; la segunda, que los porcentajes expresados en el 2008 son más elevados que los del 2007 (indicando un aumento relativo del desconocimiento).
 - Hay un porcentaje de librerías que conociendo el SINLI, no les interesa que va del 27,3% en las librerías medianas-pequeñas al 50,0% de las librerías muy grandes. Lógicamente, como en los porcentajes anteriores, conforme aumenta la utilización del SINLI, los porcentajes que explican su no uso cada vez tendrán un valor más relativo.
 - Finalmente, señalar que el 25,0% de las librerías muy grandes afirman conocer el SINLI y prevén instalarlo, próximamente. Este porcentaje es

del 20,0% en las grandes, del 18,3% en las medianas-grandes, y del 12,5% en las medianas-pequeñas.

- **Introducción de innovaciones radicales o relevantes en la empresa** (Gráfico 39):

- A nivel general, cabe indicar que cuanto mayor es el establecimiento mayor es la introducción de innovaciones.
- La introducción de mejoras en las técnicas de exposición de los libros se mantiene, en general, como el ámbito en los que hay una mayor proporción de librerías que declaran haber desarrollado procesos de innovación relevantes (entre un 64,3% en las librerías muy grandes y un 30,1% en las librerías medianas-pequeñas).
- En segundo lugar, aunque con poca diferencia respecto a la tercera causa de innovación, aparece el cambio en la distribución por materias, que ha sido realizado entre el 42,9% de las librerías muy grandes y el 20,6% de las librerías medianas-pequeñas.
- La tercera posición en la introducción de innovaciones la ocupa el incremento de cooperación con los agentes culturales del entorno (bibliotecas, escuelas...) que ha sido realizado por el 60,7% de las librerías muy grandes, el 30,7% de las librerías medianas-grandes, el 23,0% de las grandes y el 17,2% de las librerías medianas-pequeñas.
- Finalmente, la diversificación y mejora en las formas de pago se mantiene como el ámbito de innovación que a sido objeto de atención por parte de

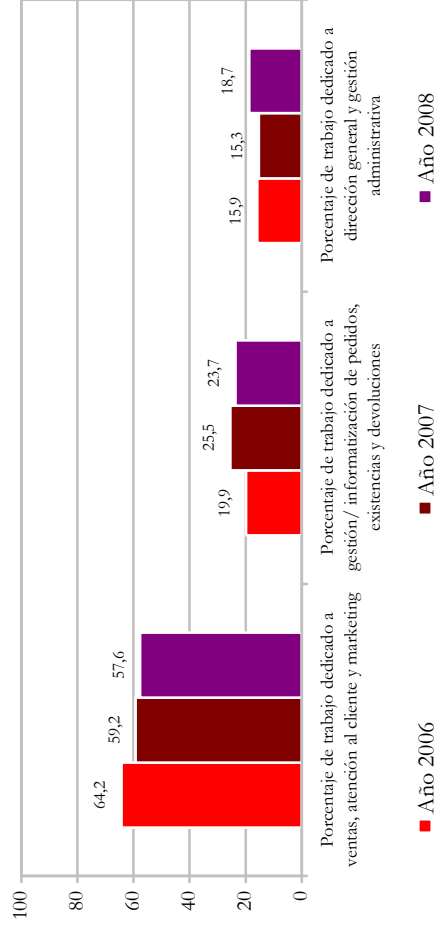
una menor proporción de librerías el 2008 (entre el 6,4% de las librerías medianas-pequeñas y el 35,7% de las librerías muy grandes).

- **Ventas de lectores de libro electrónico –e-readers-** (Gráfico 40): en el 2008 se ha introducido este nuevo indicador que explica que conforme el establecimiento es mayor, mayor es el número de librerías que venden lectores, así lo comercializan el 35,7% de las librerías muy grandes, el 20,5% de las grandes, el 8,0% de las medianas-grandes y el 5,1% de las medianas-pequeñas.
- **Conocimiento y aplicación de las normas CLS –programa de mejora de la Cadena de Suministros del Libro-** (Gráficos 41 y 42): durante el 2008, se ha introducido este doble indicador que expone el conocimiento y la aplicación de las normas CLS. El 32,1% de las librerías muy grandes conocen las normas CLS y de éstas el 66,7% las aplican. Porcentajes que disminuyen en paralelo al tamaño del establecimiento. Así, las librerías grandes las conocen en un 30,3% y de éstas las aplican el 62,2%, las librerías medianas-grandes las conocen en un 25,0% y de éstas las aplican en un 56,8% y las librerías medianas-pequeñas las conocen 14,2% y de éstas las aplican en un 50,0%. Por tanto cabe señalar que una vez conocidas las normas CLS, más de la mitad de las librerías las aplican.

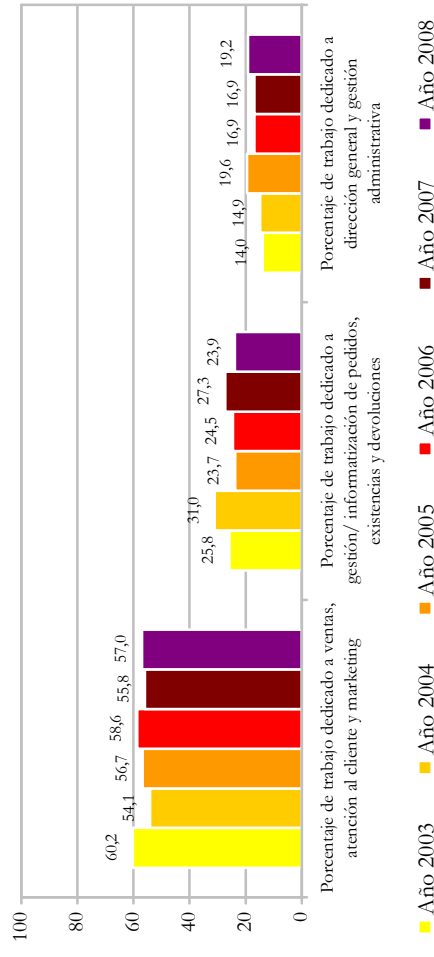
Gráfico 22.

Distribución porcentual aproximada, del trabajo realizado en la librería, por tareas o funciones. Años 2003-2008. Por tamaño.

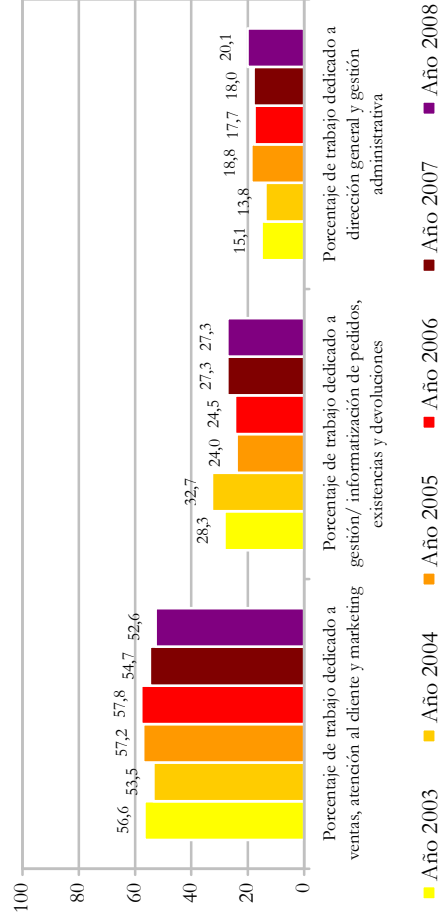
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

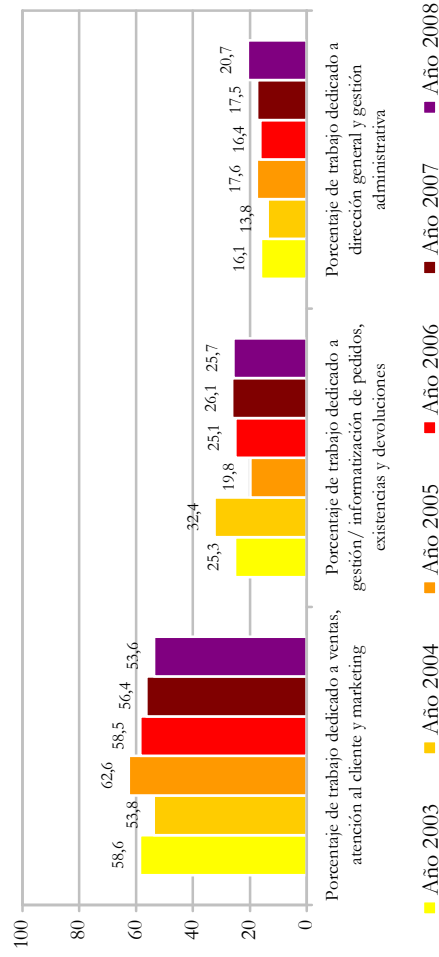
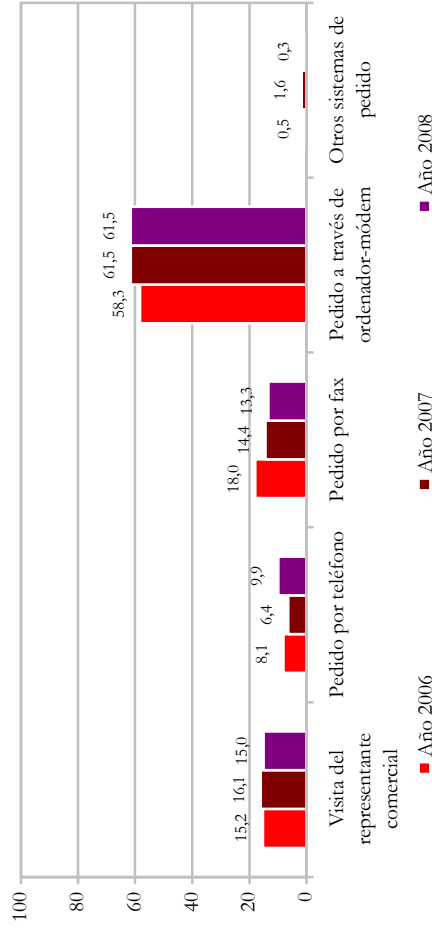


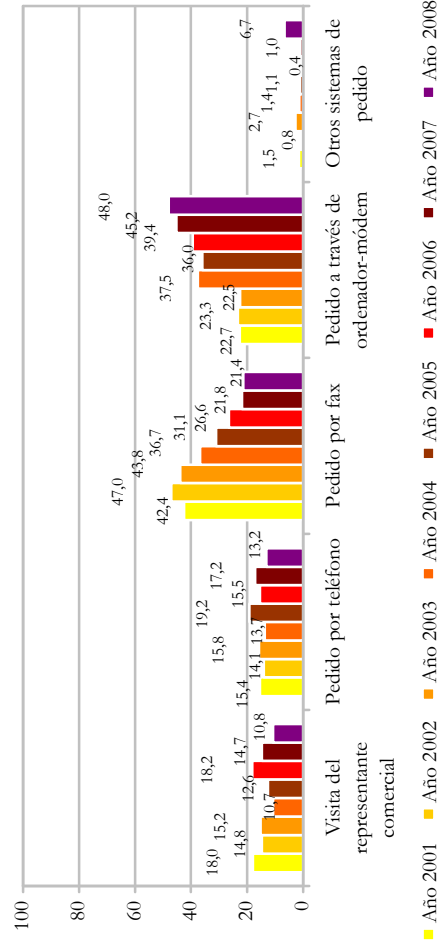
Gráfico 23.

Porcentaje de librerías según el sistema de pedidos a los proveedores. Años 2002-2008. Por tamaño.

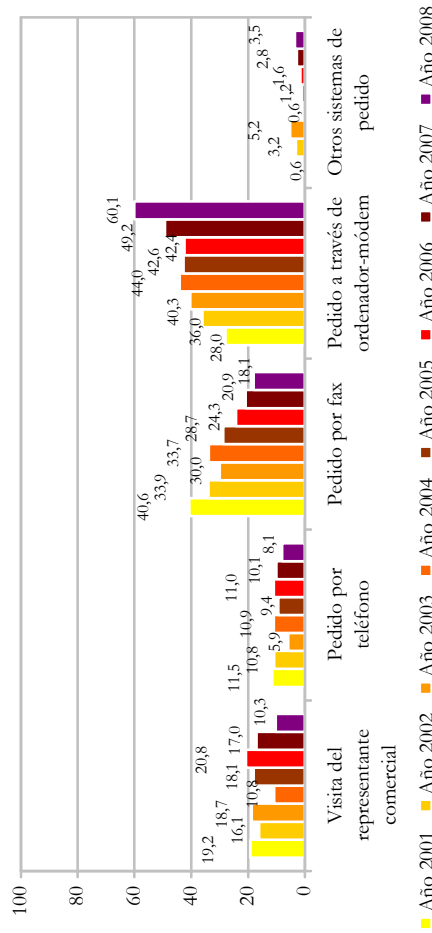
A) Librerías muy grandes



C) Librerías medianas-grandes



B) Librerías grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

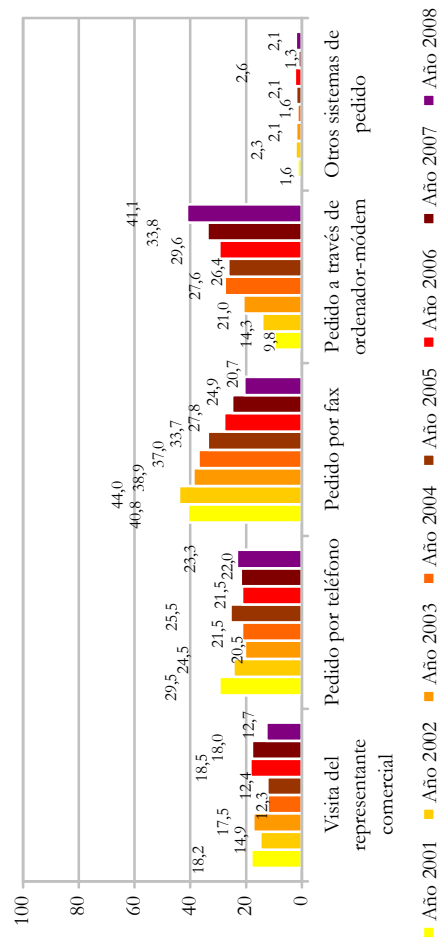


Gráfico 24.

Porcentaje del promedio de descuento otorgado por los proveedores. Años 2003-2008. Por tamaño.

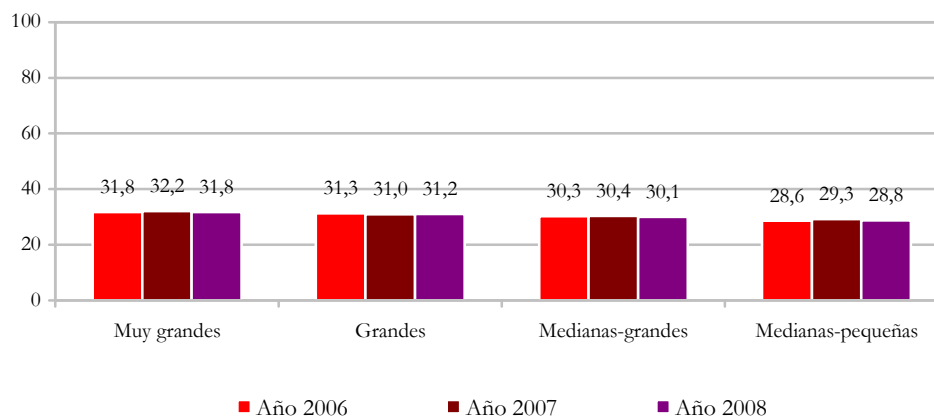
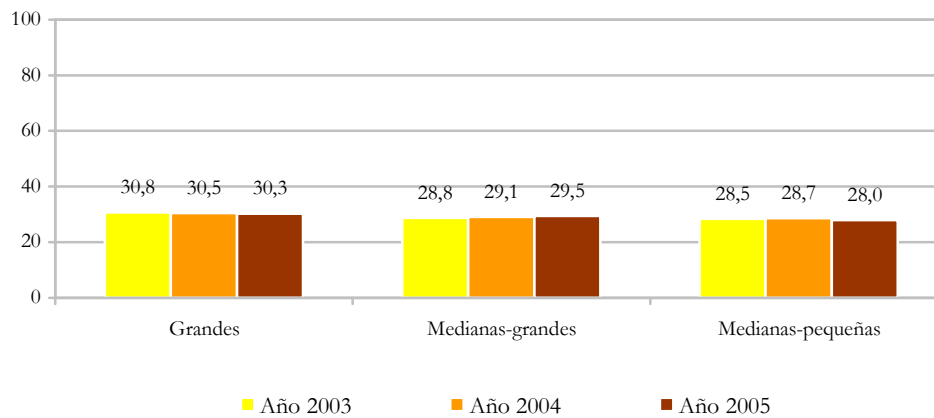
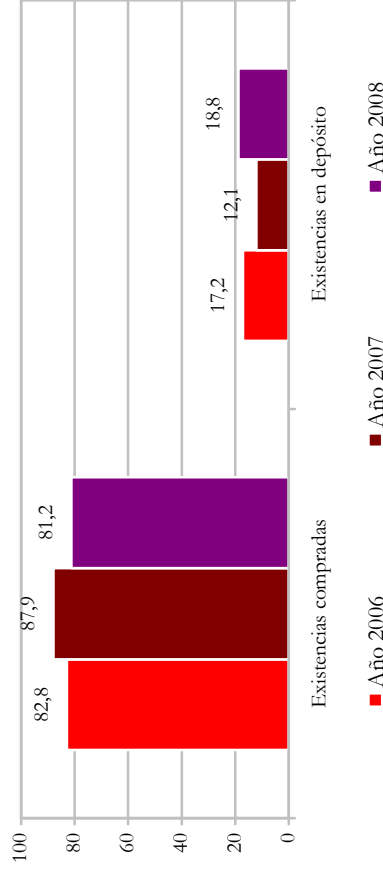


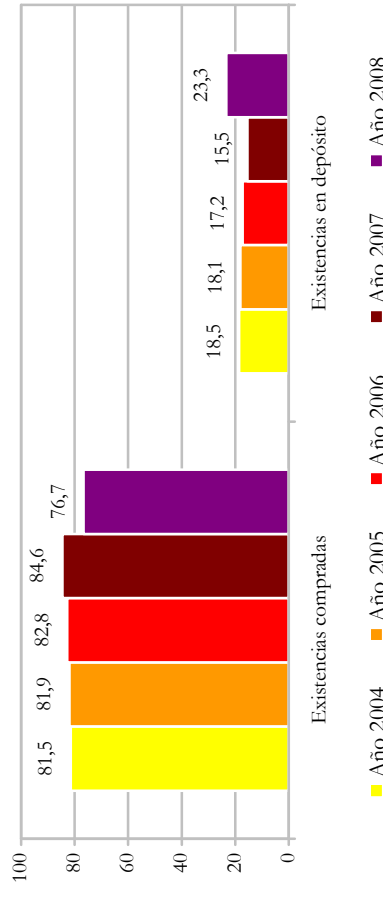
Gráfico 25.

Porcentaje promedio de la composición de las existencias⁷. Años 2004-2008. Por tamaño.

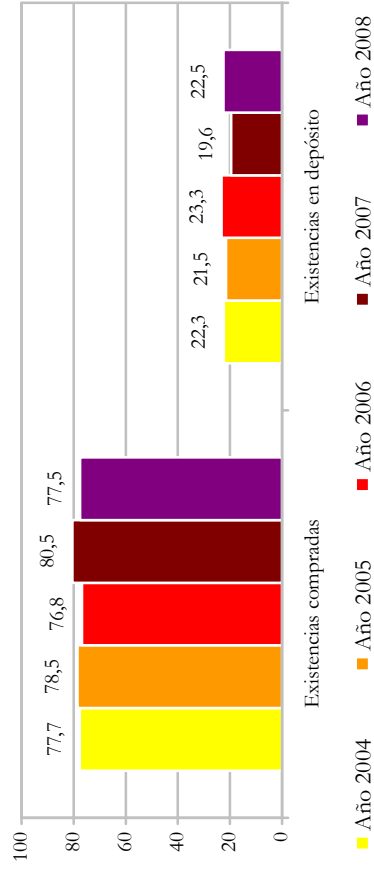
A) Librerías muy grandes



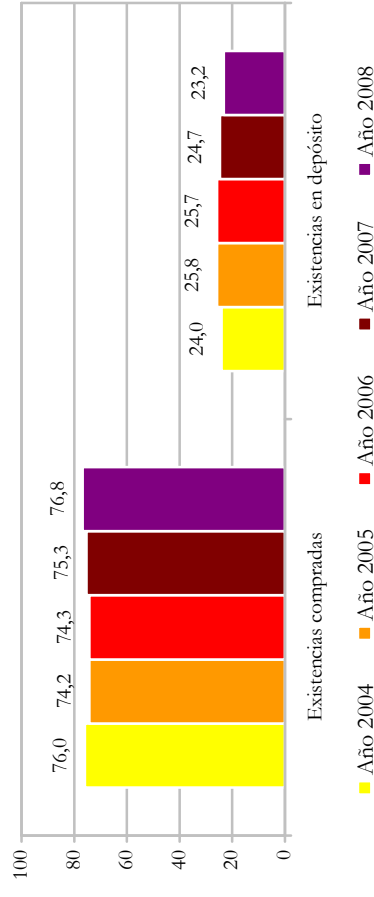
B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas



⁷ Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003.

Gráfico 26.

Porcentaje del promedio de novedades recibidas según el sistema de recepción. Años 2006-2008. Por tamaño.

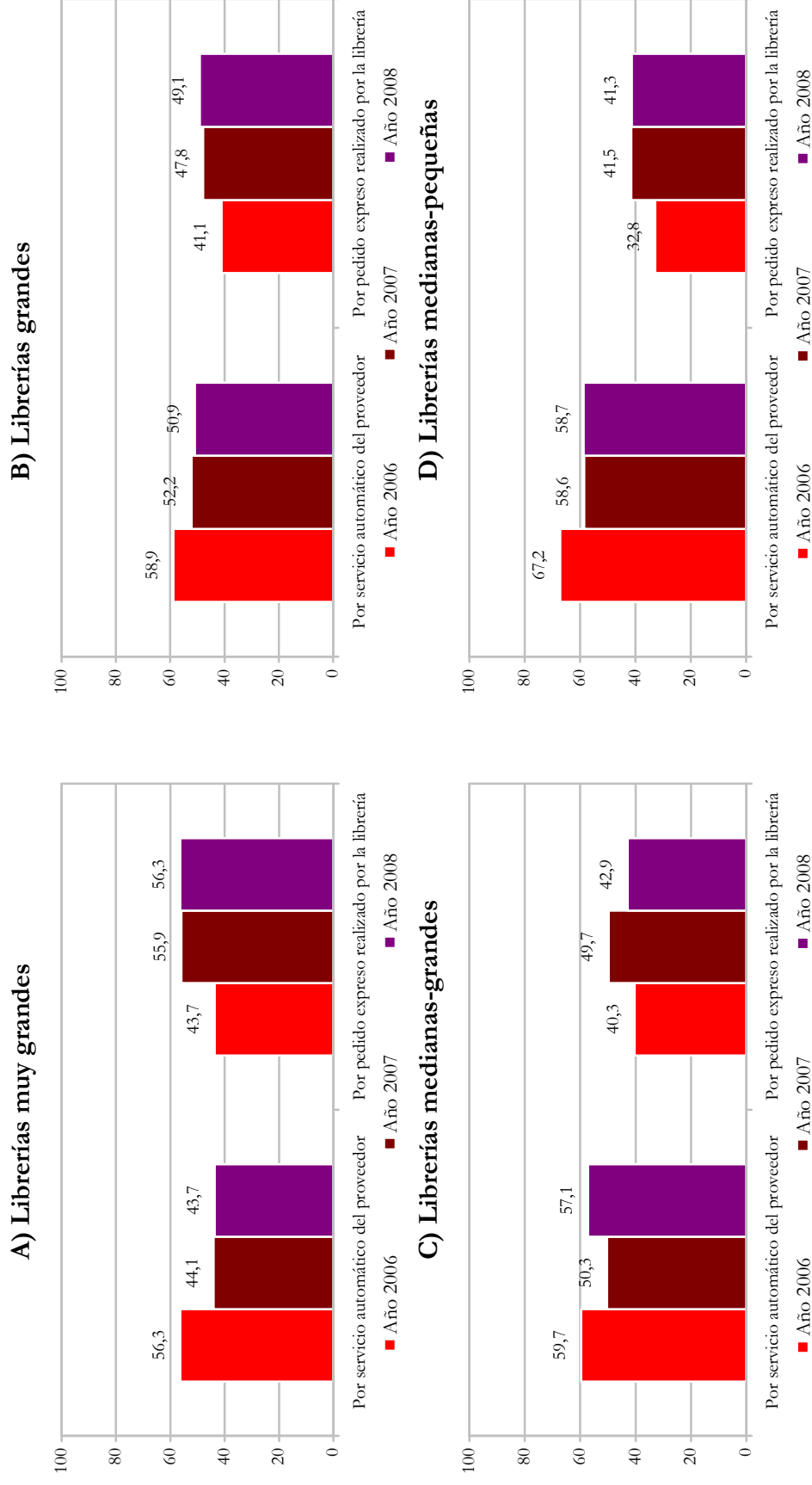


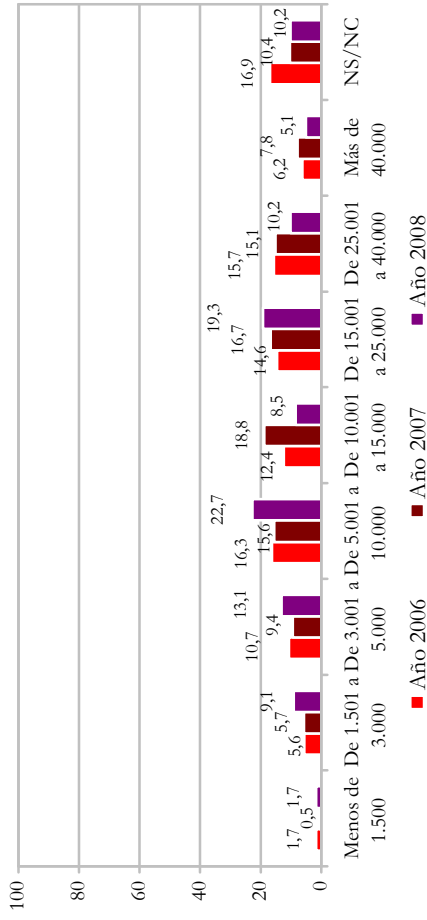
Gráfico 27.

Porcentaje de librerías según la cantidad aproximada de ejemplares en estoc. Años 2006-2008. Por tamaño.

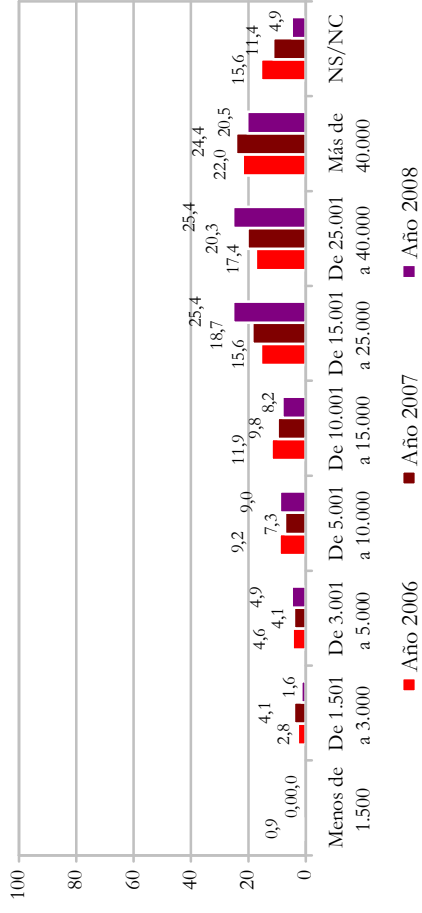
A) Librerías muy grandes



C) Librerías medianas-grandes



B) Librerías grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

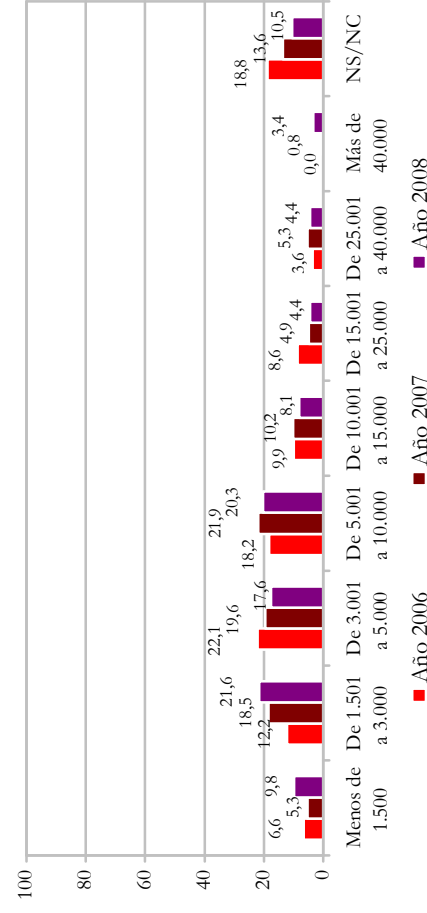


Gráfico 28.

Promedio del porcentaje estimado de devoluciones hechas al año sobre el total de ejemplares recibidos. Por tamaño. Años 2006-2008.

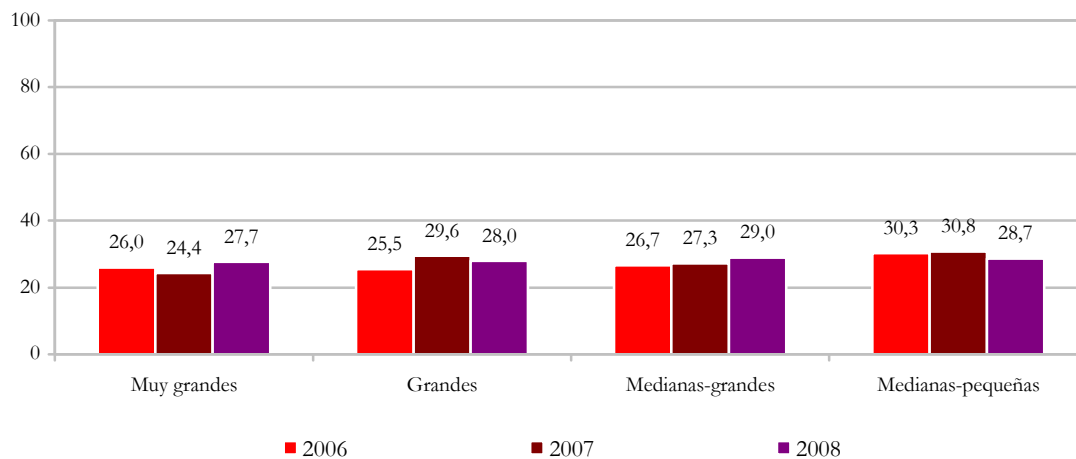


Gráfico 29.

Porcentaje de librerías según el grado de informatización de la gestión. Años 2002-2008. Por tamaño.

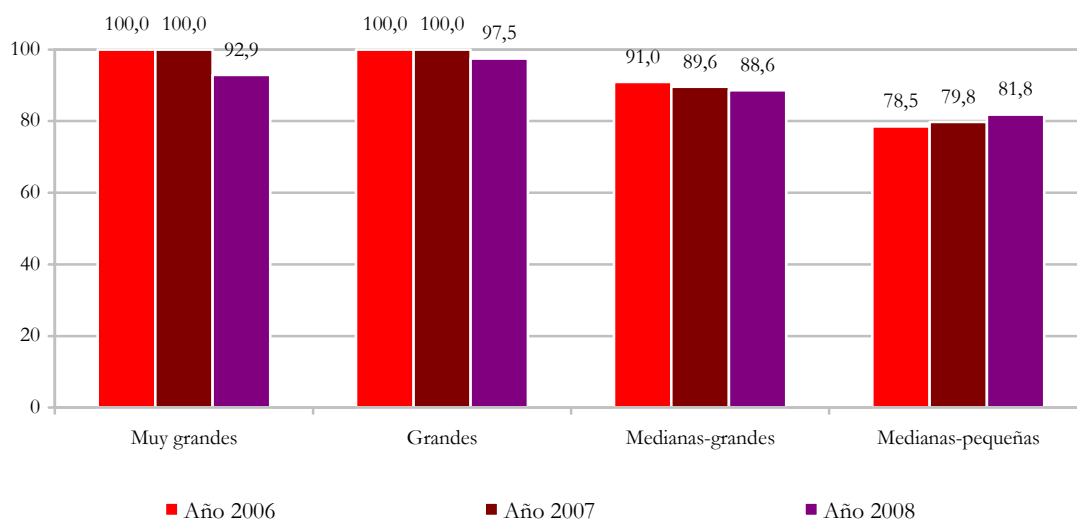
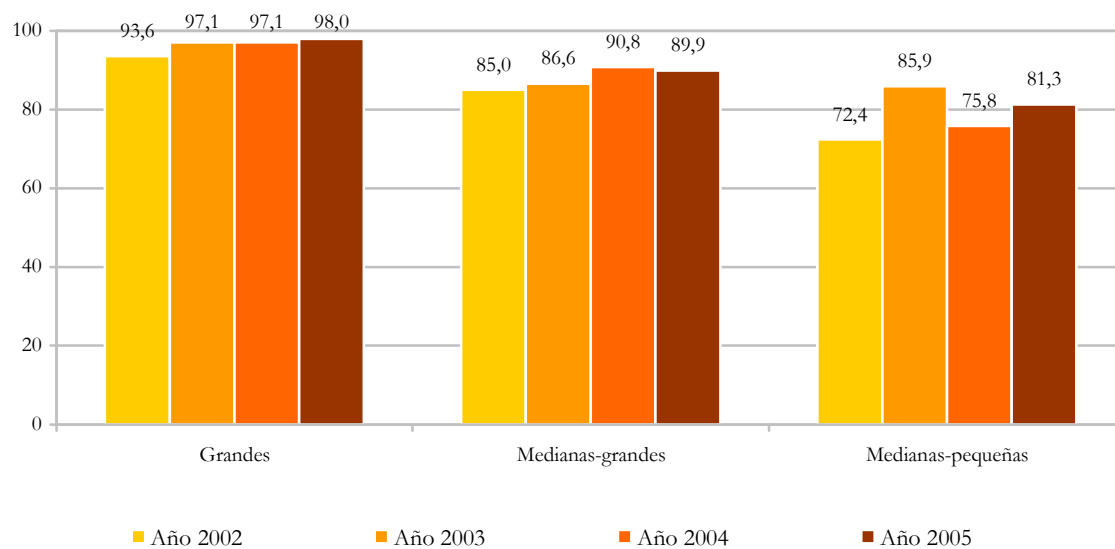
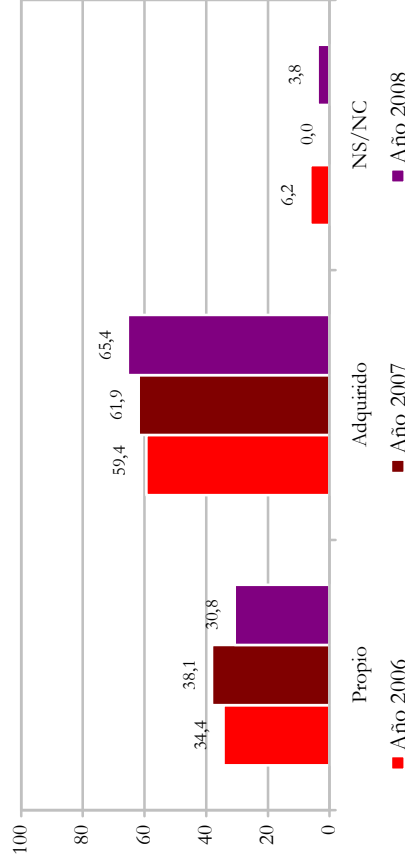


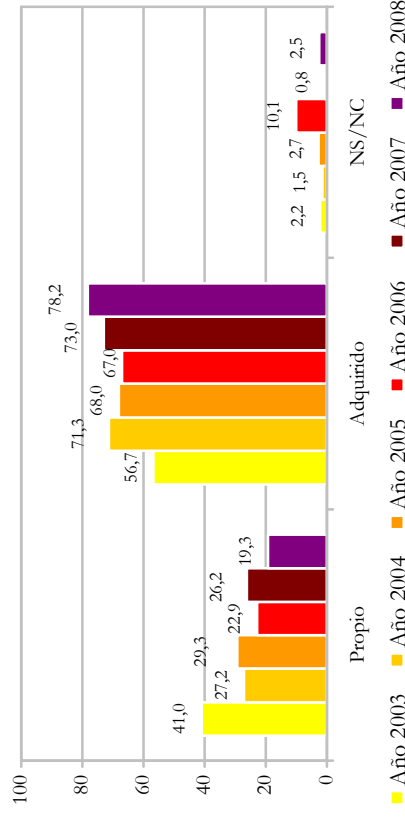
Gráfico 30.

Porcentaje de librerías según el programa utilizado en el caso de tener informatizadas las existencias. Años 2003-2008.
Por tamaño.

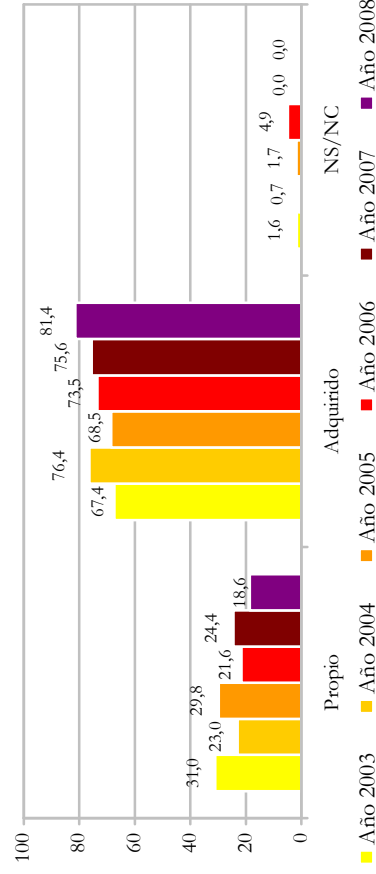
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

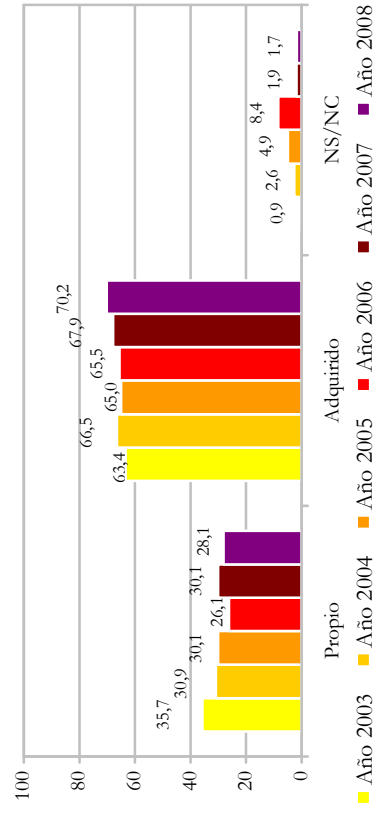
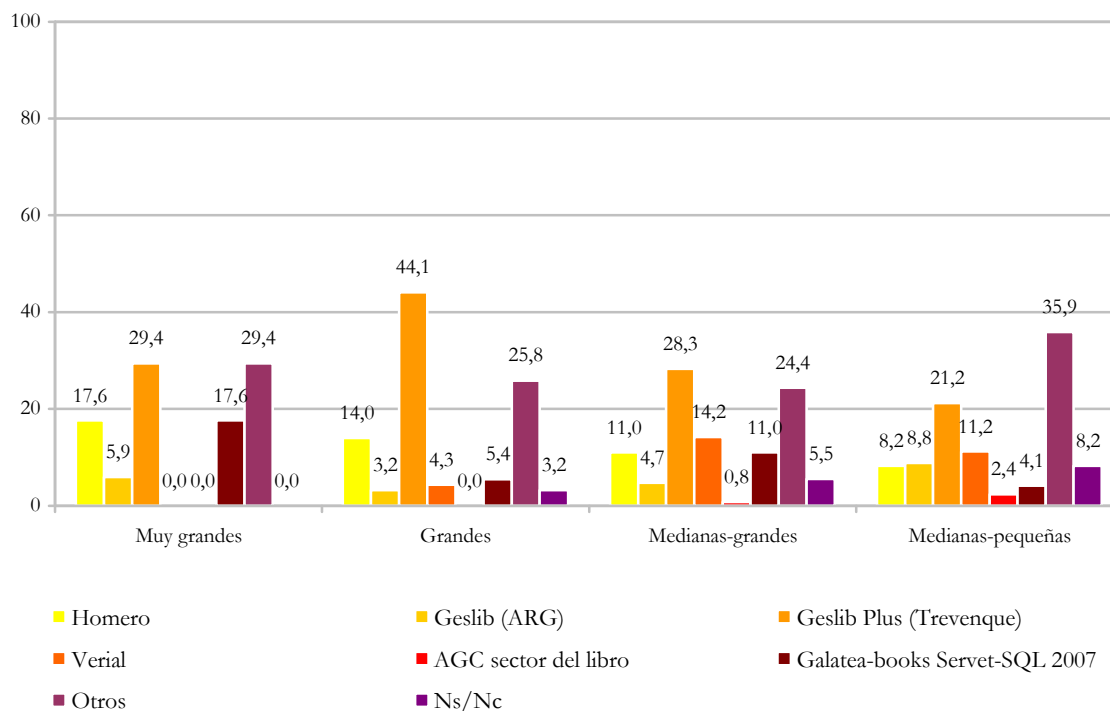


Gráfico 31.

Nombre del programa⁸ utilizado por la librería entre las que han adquirido uno (en %). Año 2008. Según el tamaño.

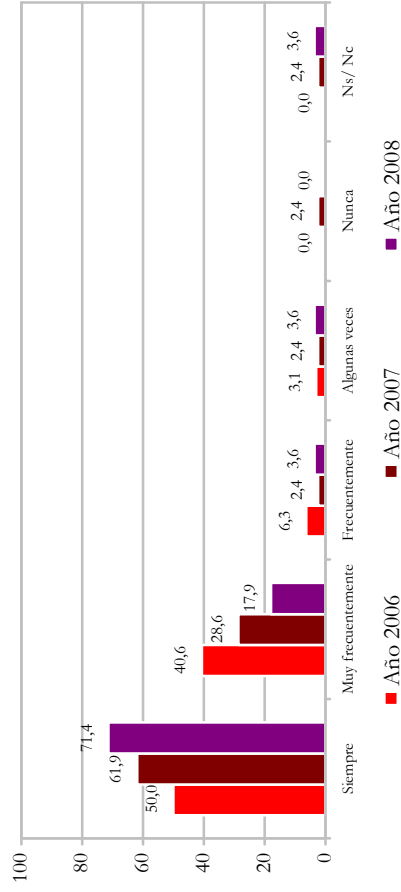


⁸ Pregunta que se introduce por primera vez en el estudio del 2008.

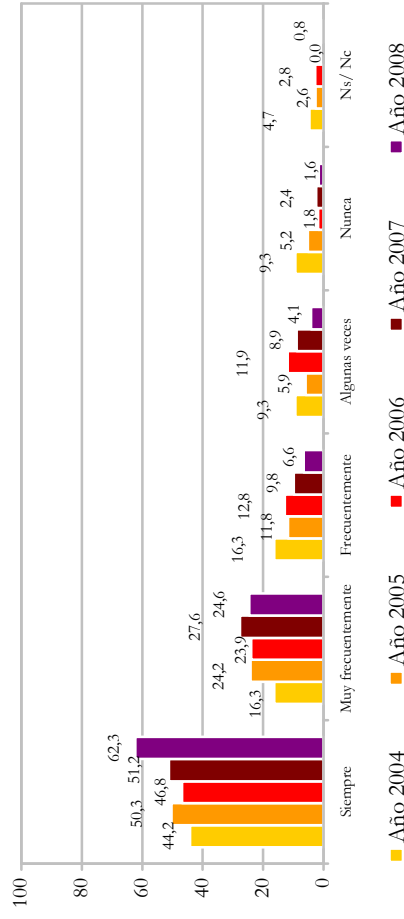
Gráfico 32.

Frecuencia (en porcentaje) de utilización del correo electrónico de las librerías para comunicarse con los proveedores. Años 2004-2008. Por tamaño.

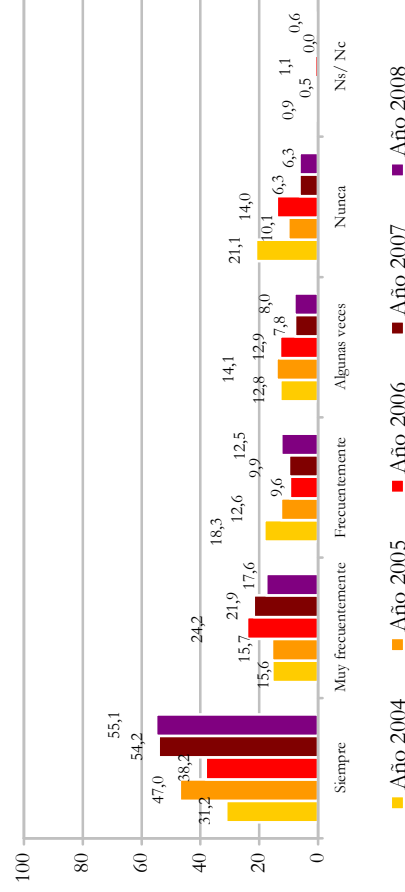
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

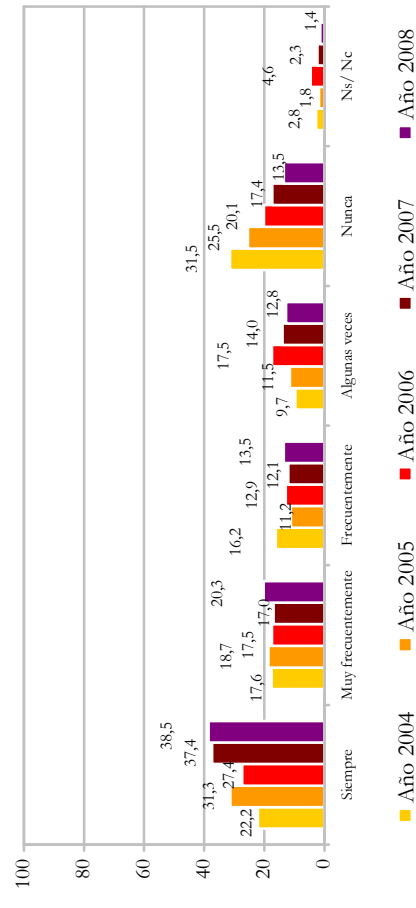
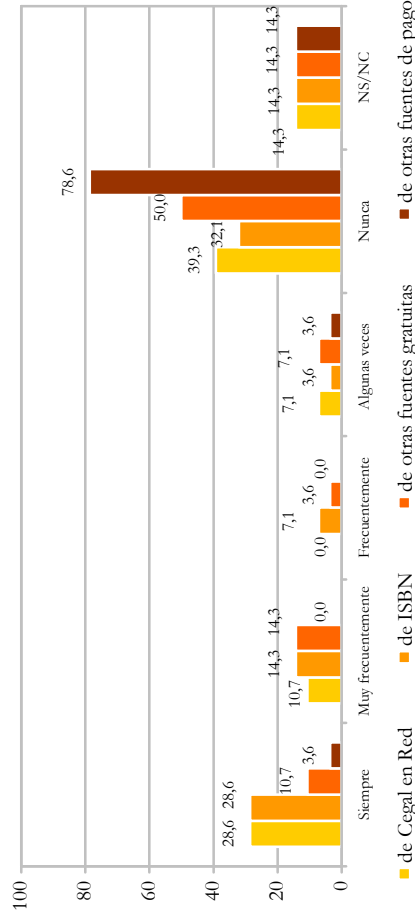


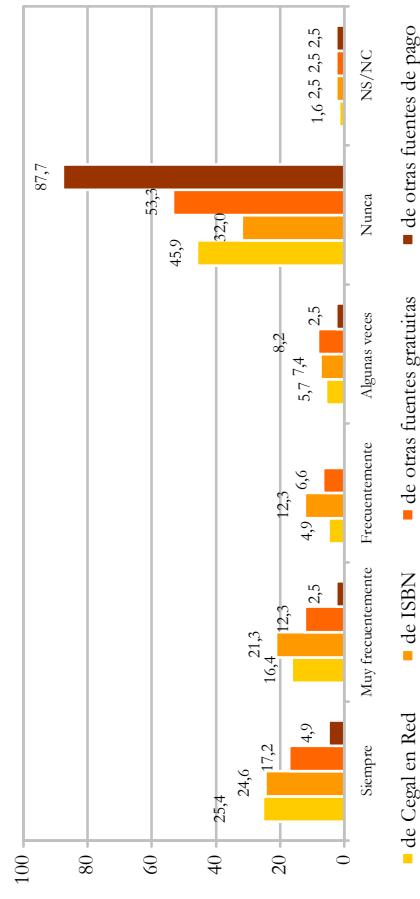
Gráfico 33.

Frecuencia (en porcentaje) de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros. Año 2008. Por tamaño.

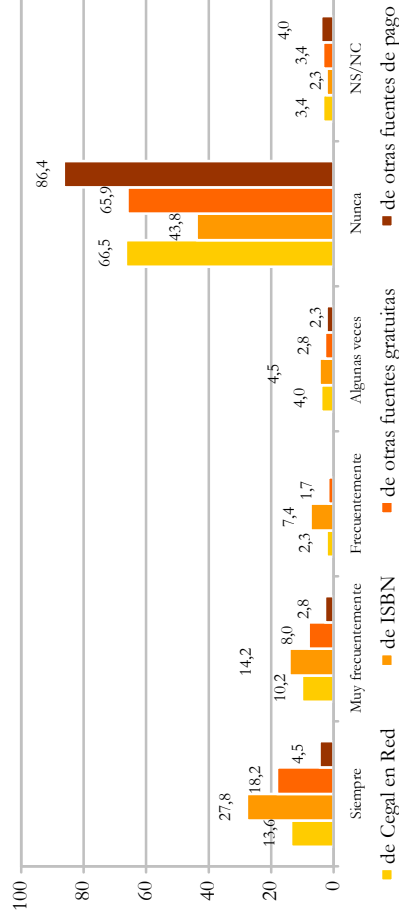
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

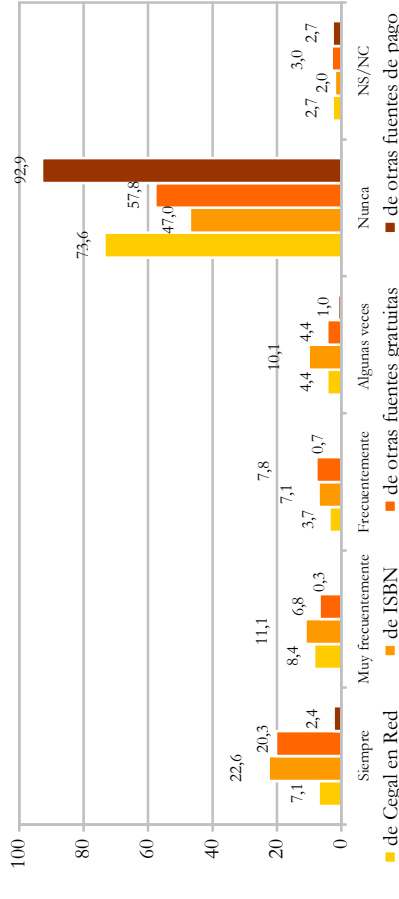
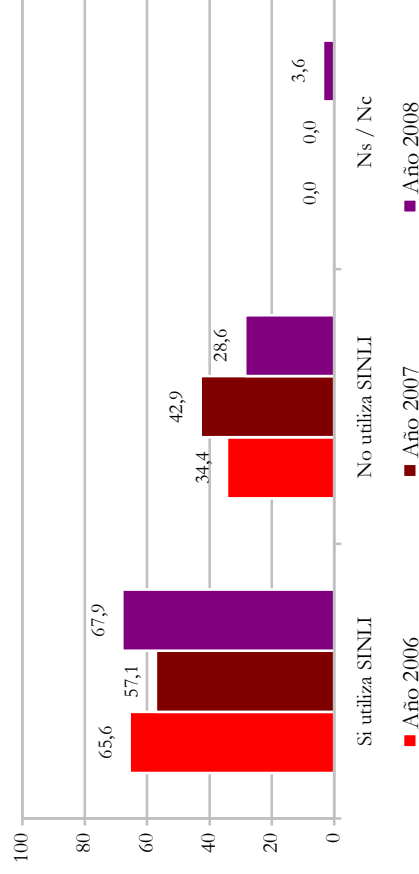


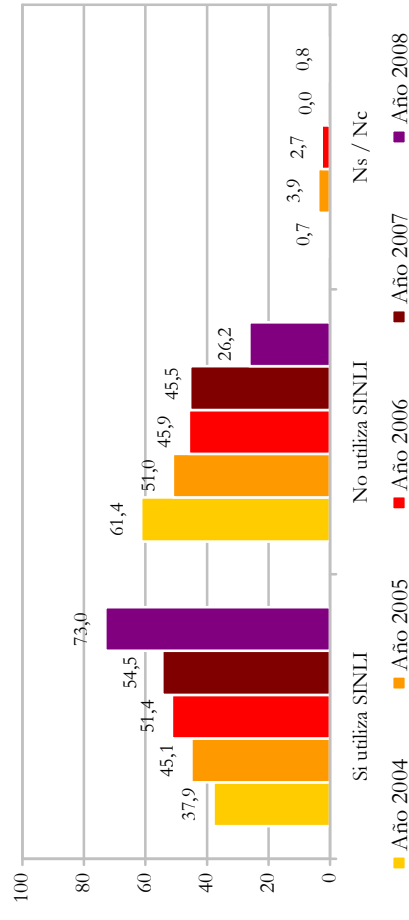
Gráfico 34.

Porcentaje de utilización del SINLI por parte de las librerías. Por tamaño. Años 2004-2008.

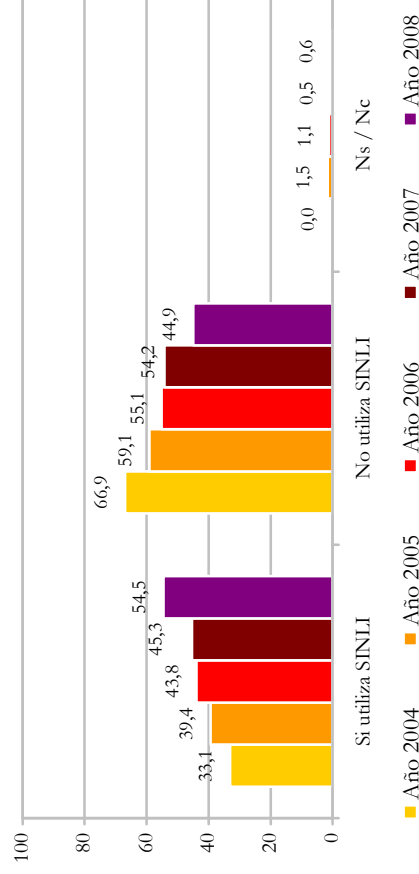
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

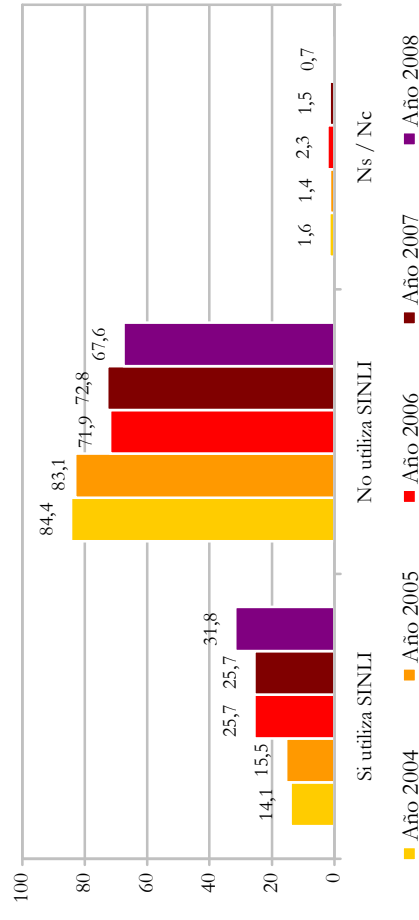
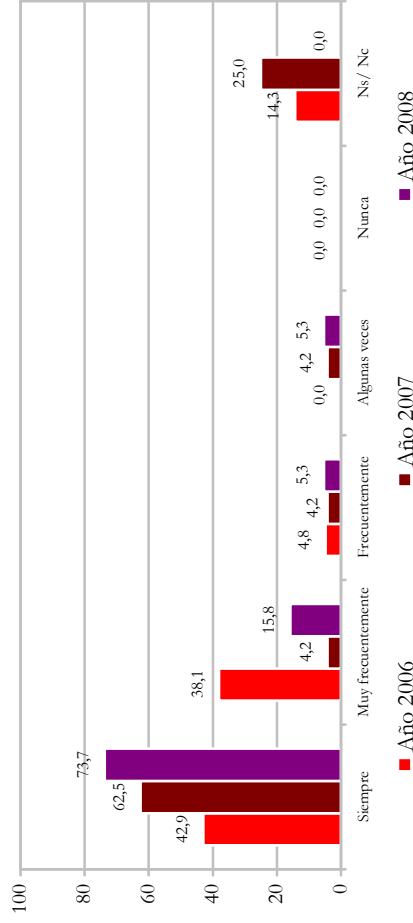


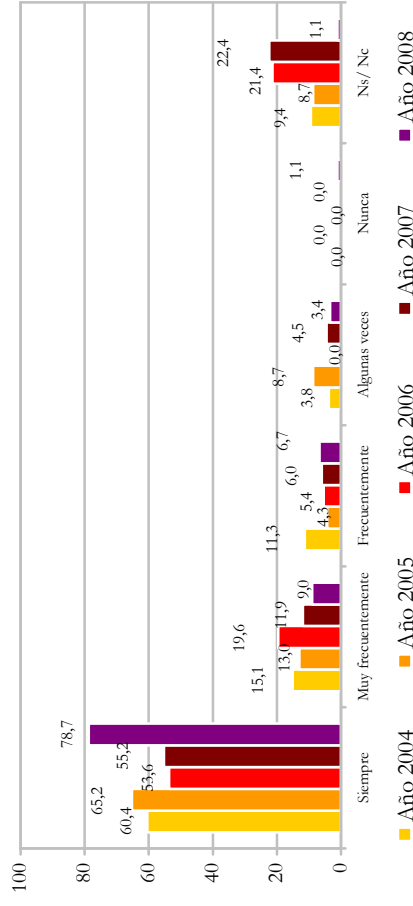
Gráfico 35.

Frecuencia de utilización del SINLI por parte de las librerías que lo utilizan. Por tamaño. Años 2004-2008.

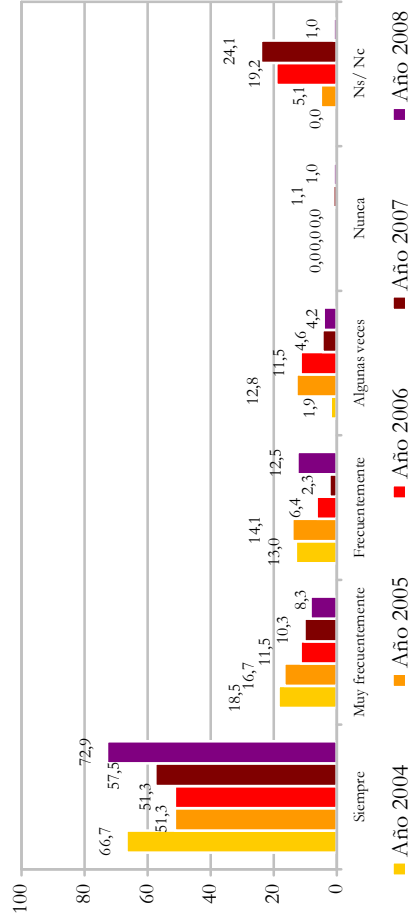
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

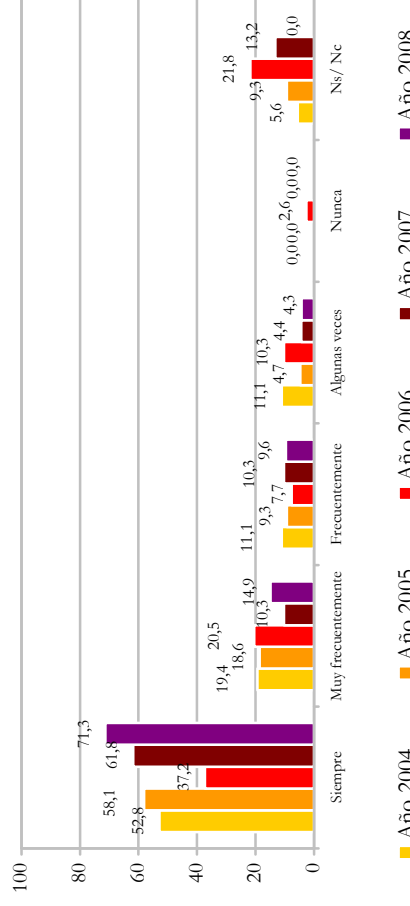
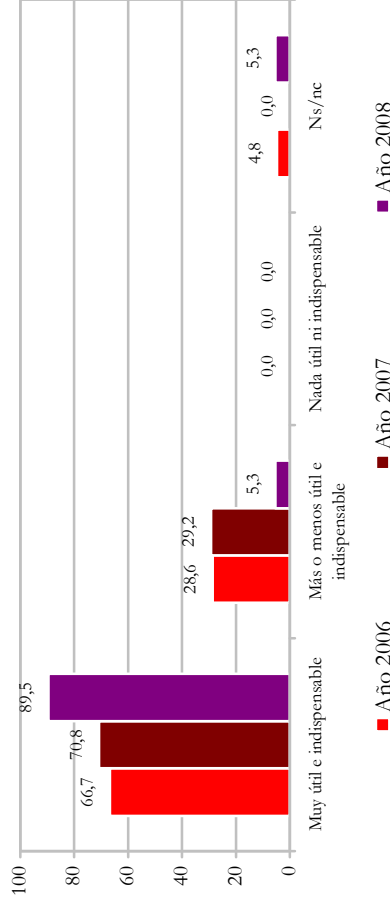


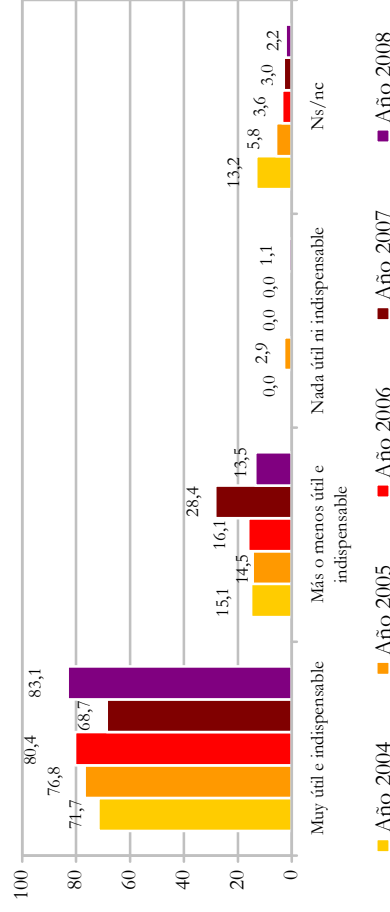
Gráfico 36.

Utilidad del SINLI de cara al futuro, como instrumento para una óptima gestión de la librería, según las librerías que lo utilizan en la actualidad. Años 2004-2008. Por tamaño.

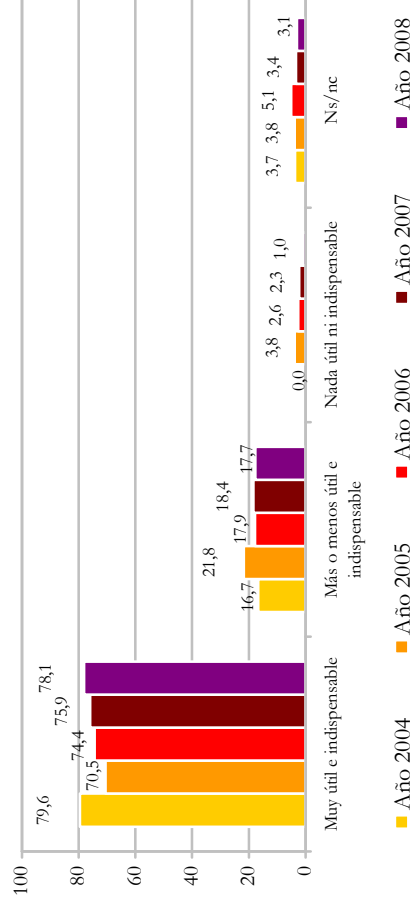
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

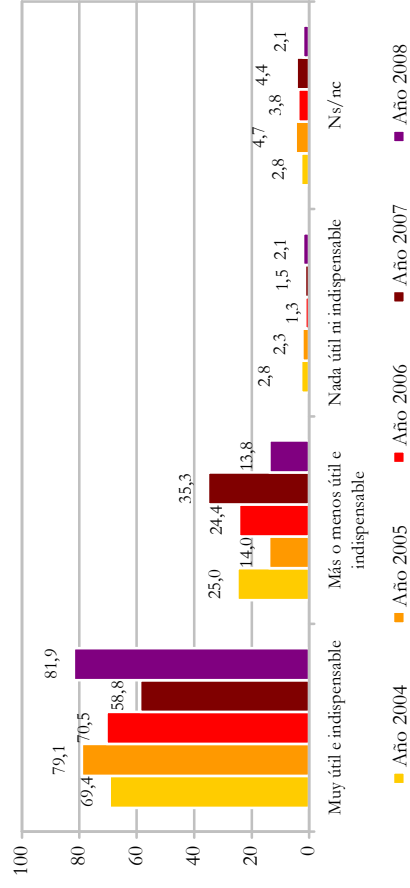


Gráfico 37.

**Motivos para no utilizar el SINLI: no dispone de ordenador. Años 2004-2008.
Por tamaño.**

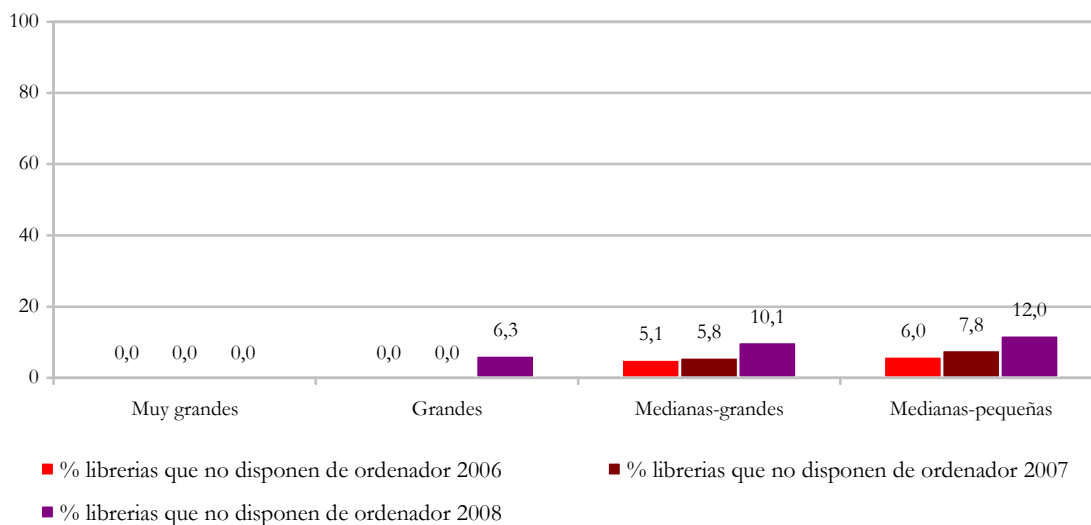
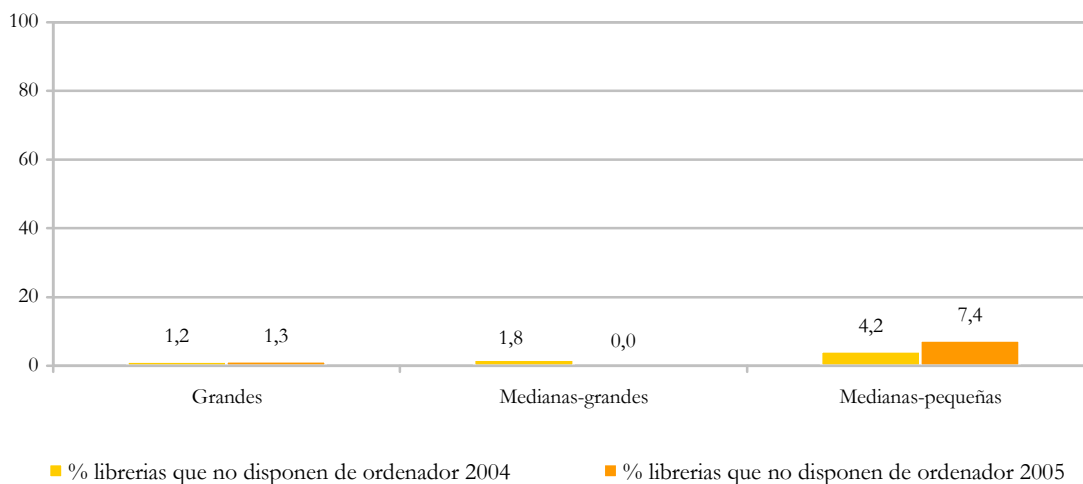
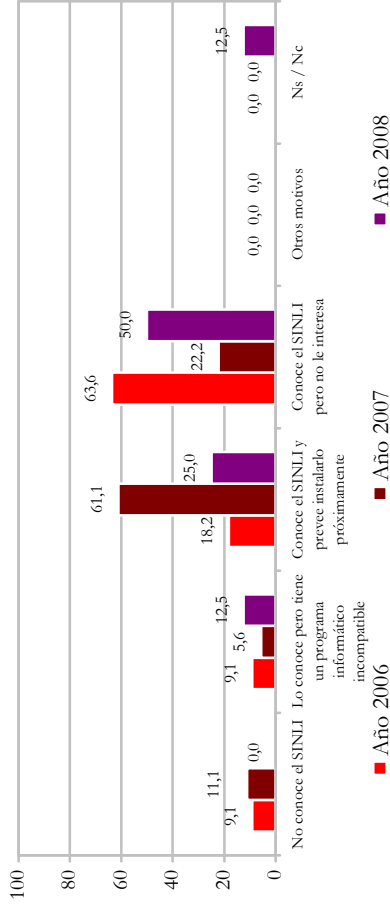


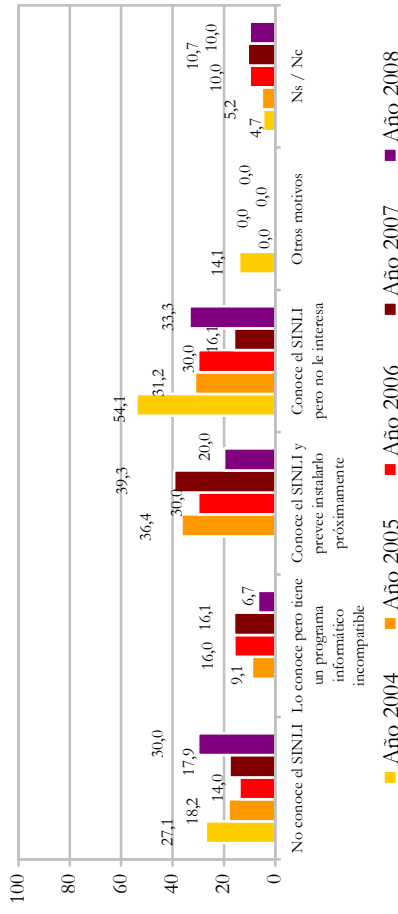
Gráfico 38.

Motivos para no utilizar el SINLI aunque se disponga de ordenador en el establecimiento⁹. Años 2004-2008. Por tamaño.

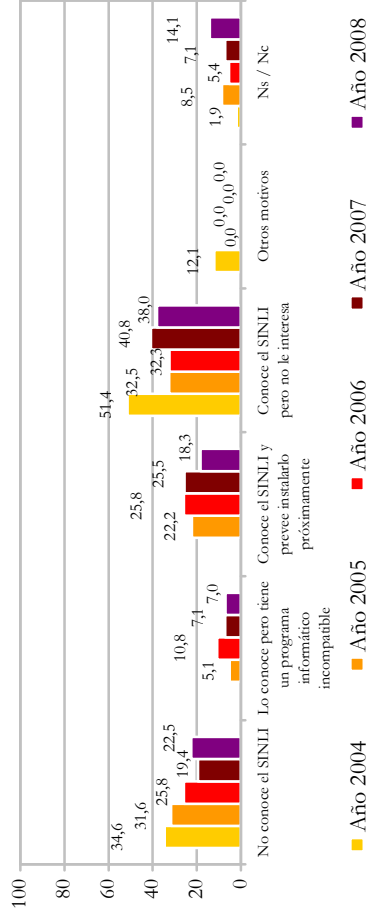
A) Librerías muy grandes



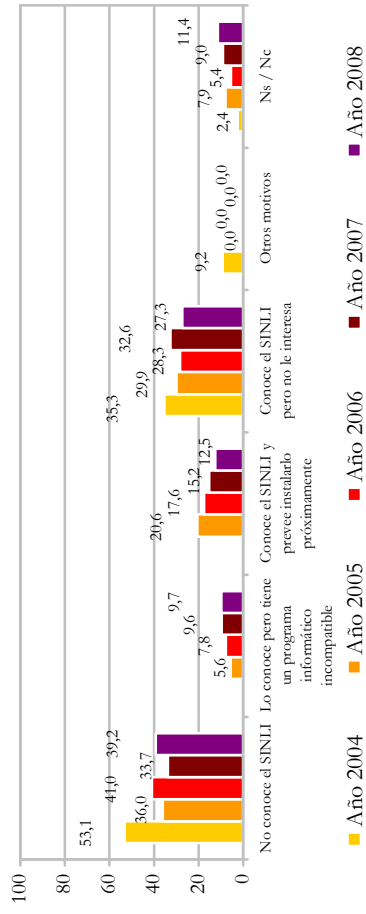
B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

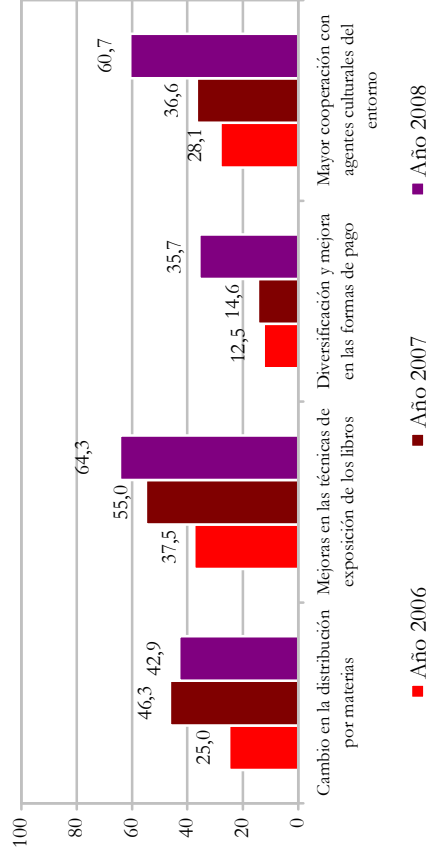


⁹ Las opciones de respuesta “Lo conoce pero tiene un programa informático incompatible” y “Conoce el SINLI y prevee instalarlo próximamente” no se contemplaron el 2004.

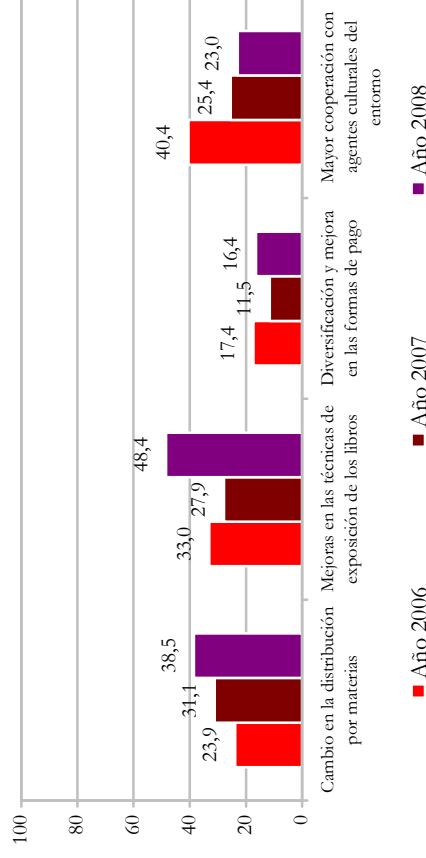
Gráfico 39.

Porcentaje de librerías que en el último año han introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa. Años 2006-2008. Por tamaño.

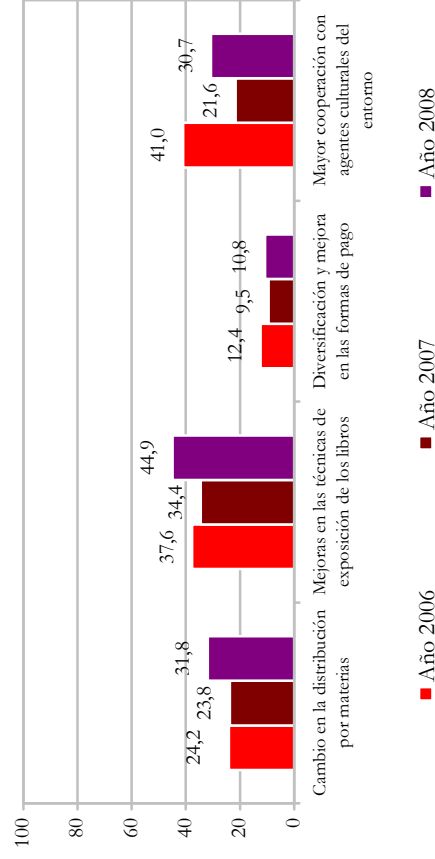
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

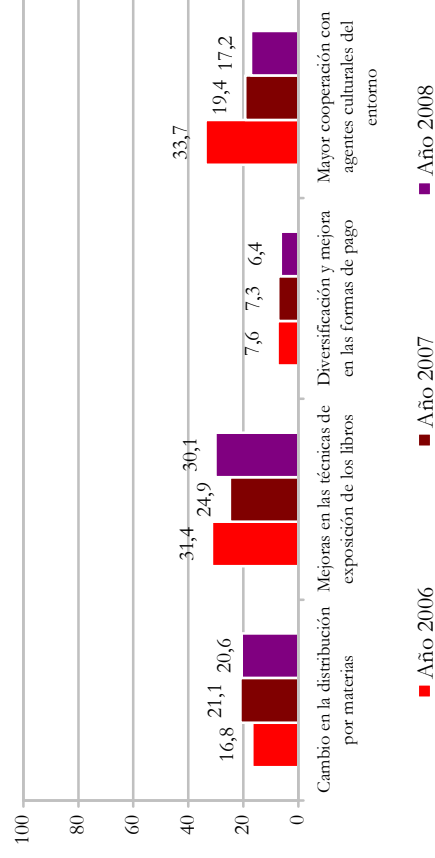


Gráfico 40.

Porcentaje de librerías que venden lectores de libro electrónico (e-readers). Año 2008. Por tamaño.

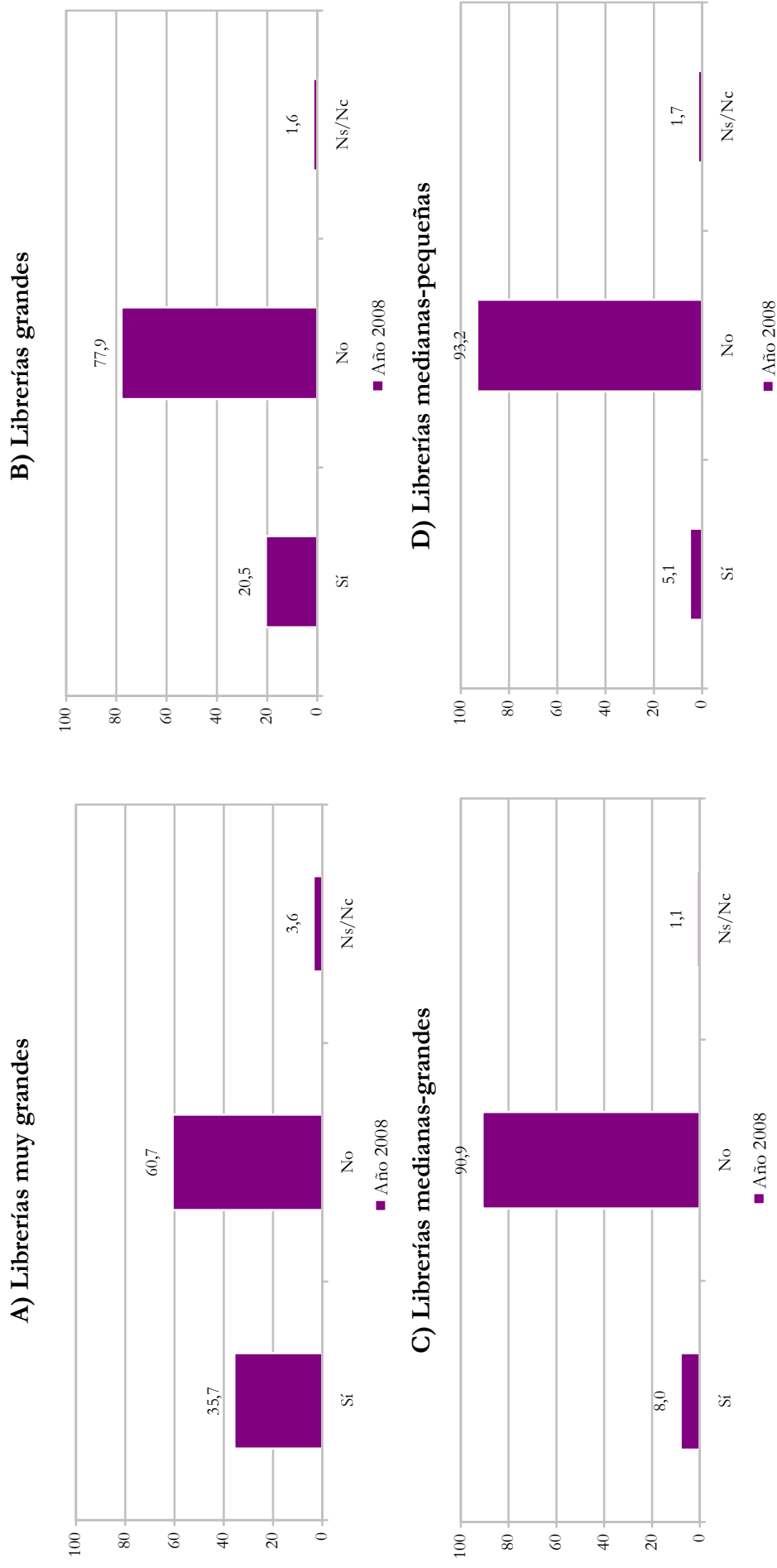


Gráfico 41.

Porcentaje de librerías que conocen las normas CSL (programa de mejora de la Cadena de Suministros del Libro). Año 2008. Por tamaño.

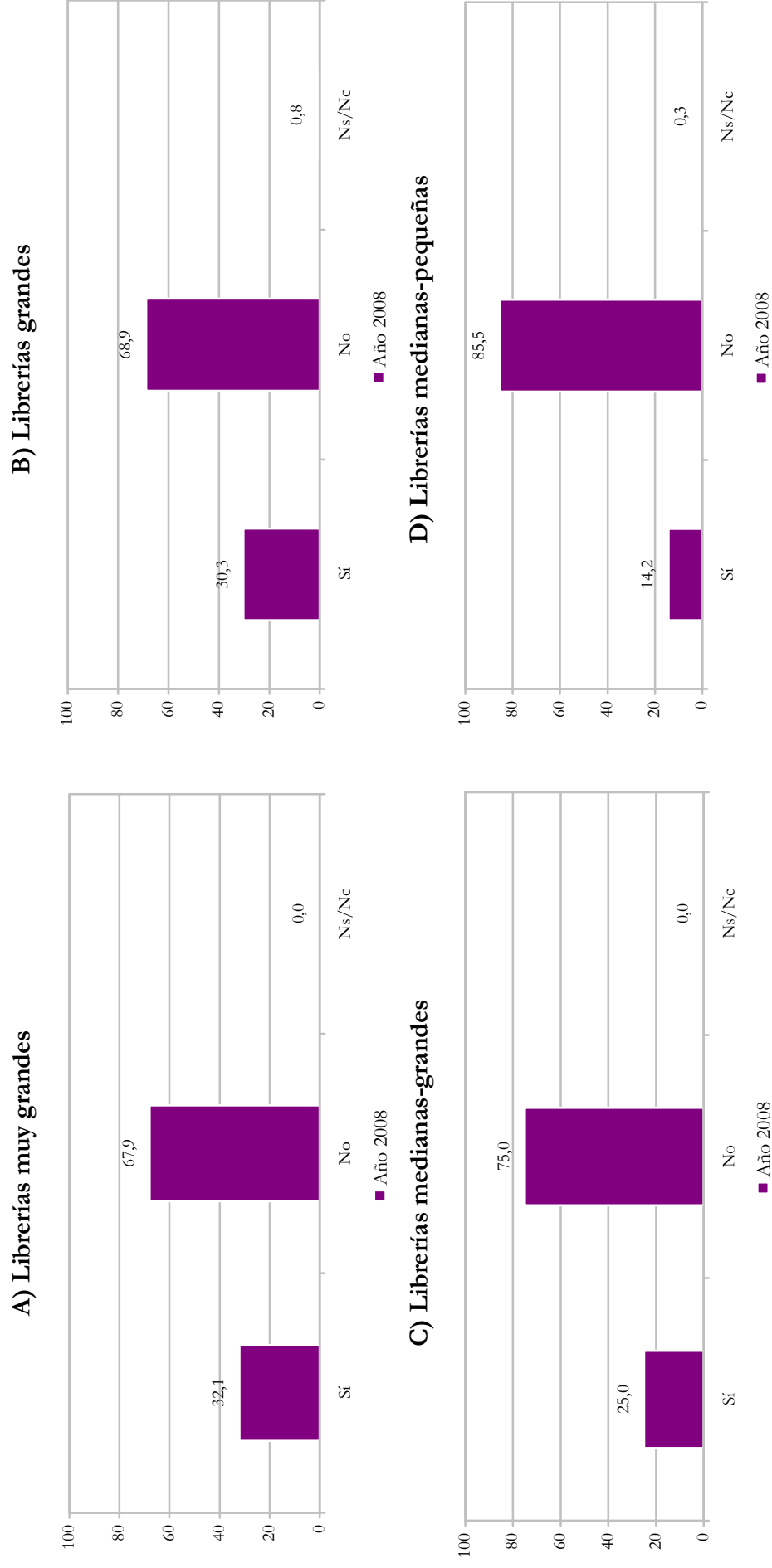
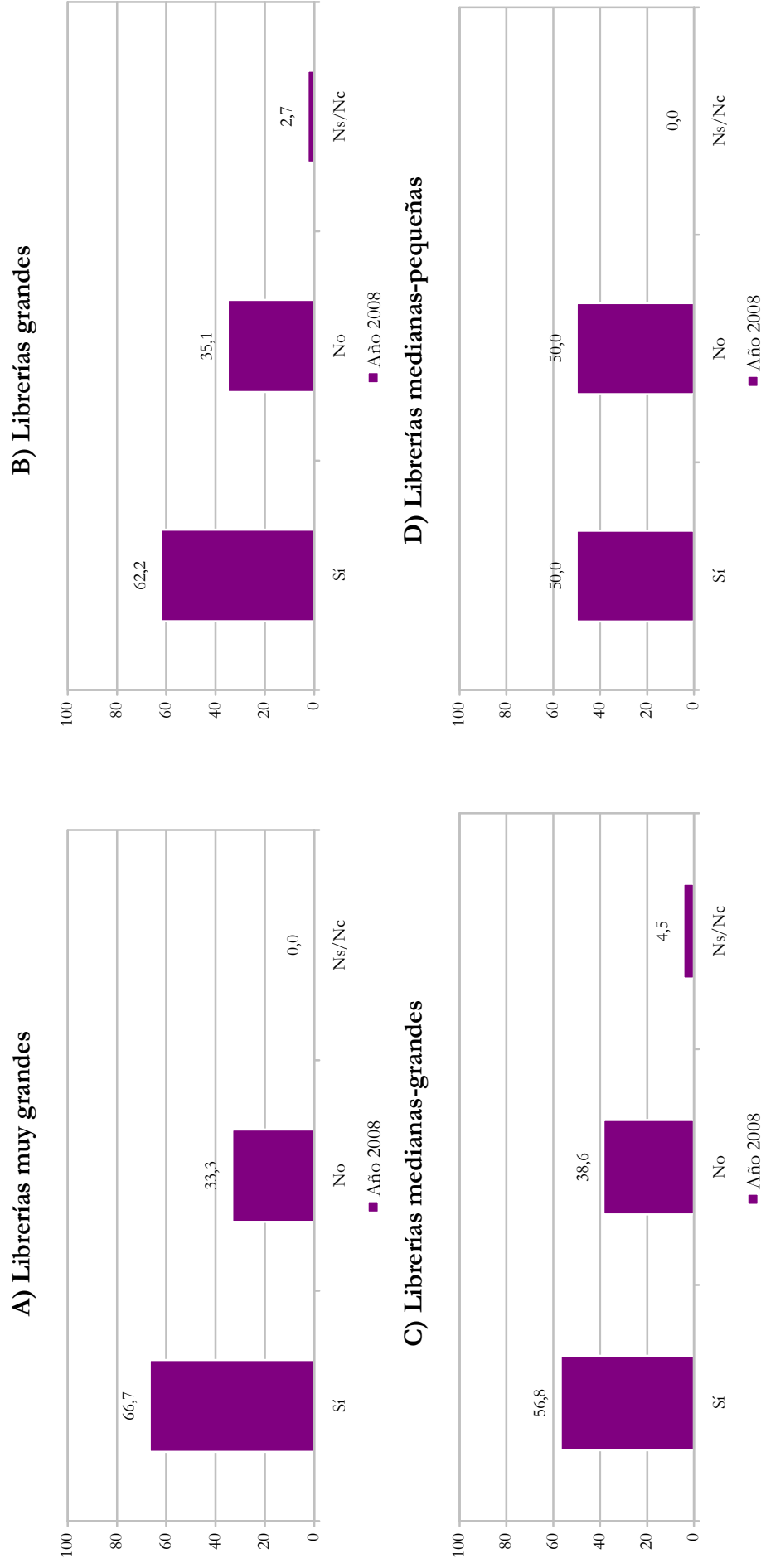


Gráfico 42.

Porcentaje de aplicación de las normas CSL (programa de mejora de la Cadena de Suministros del Libro) entre las librerías que las conocen. Año 2008. Por tamaño.



**2.2.) Resultados de la Ficha B de
Indicadores de Gestión Económica de la Librería**

2.2.1. Introducción

El análisis de los resultados de la ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería se ha estructurado en los siguientes apartados:

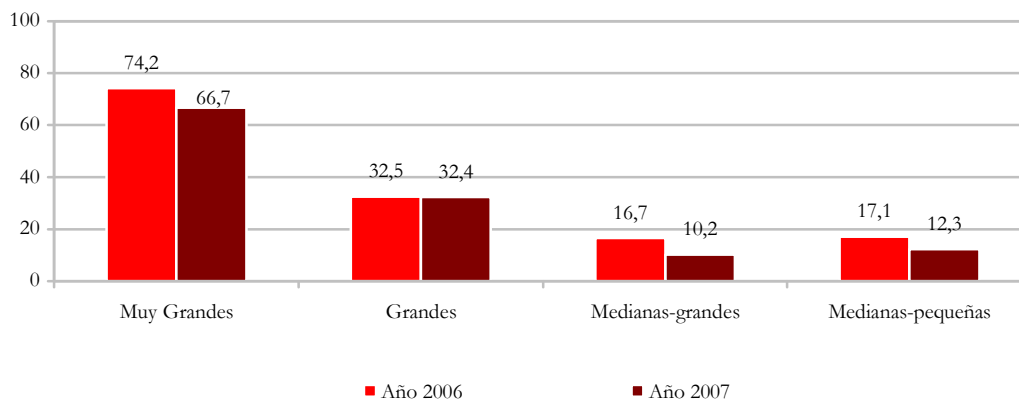
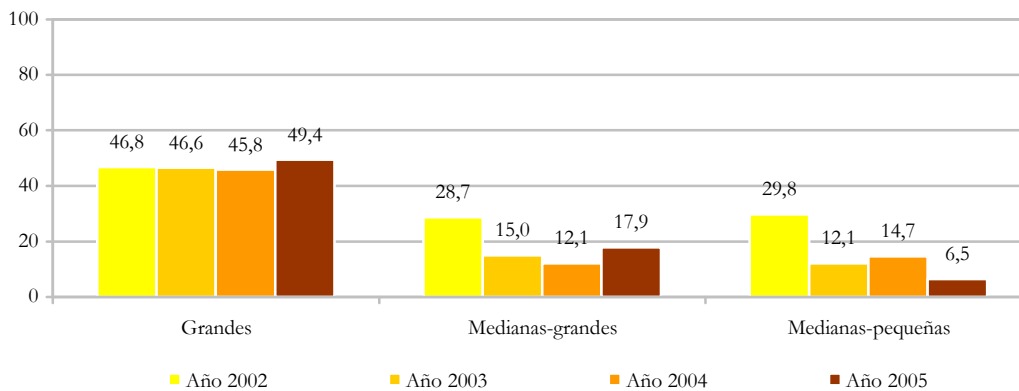
- **Datos generales de la empresa:** propiedad de otros puntos de venta de libros.
- **Análisis de los ingresos:** media de ventas diarias, media del coste diario de las ventas, y estimación del coste de las ventas.
- **Análisis de los gastos:** compras y otros gastos de explotación.
- **Análisis de la liquidez** (apartado que se introduce por primera vez en la presente edición del estudio): ratio de liquidez, ratio de tesorería, ratio de disponibilidad y fondo de maniobra.
- **Análisis de los activos:** volumen de las existencias, rotación media de las existencias, días para vender las existencias, rotación de los activos totales, rotación del activo fijo y rotación del activo circulante.
- **Análisis del endeudamiento:** ratios de endeudamiento, de calidad de la deuda, de gastos financieros, y de autonomía financiera.
- **Análisis del margen bruto:** porcentaje del margen bruto y del valor añadido sobre las ventas.
- **Análisis de la rentabilidad:** ratio de rentabilidad económica y porcentaje de beneficios sobre las ventas.

2.2.2. Datos generales de la empresa

Se hace referencia al **número de puntos de venta de libros de la empresa** (Gráfico 44): en relación a esta cuestión puede observarse que son las librerías de superior tamaño las que, con un mayor porcentaje, son propietarias de más de un punto de venta (66,7% las muy grandes y 32,4% las grandes). En los grupos de librerías medianas este porcentaje se sitúa, claramente, por debajo (10,2% las medianas-grandes y 12,3% las medianas-pequeñas). Indicar, asimismo, que respecto al año 2006, en el 2007 se observa un descenso del porcentaje de librerías que tienen más de un punto de venta en los cuatro grupos.

Gráfico 43.

Porcentaje de librerías que tienen en propiedad más de un punto de venta. Años 2002-2007. Por tamaño de librería.



2.2.3. Análisis de los ingresos

Los indicadores elaborados en este apartado reflejan las lógicas diferencias entre los cuatro grupos de librerías según el tamaño. Concretamente, la información elaborada se refiere a las siguientes cuestiones:

- Media de las ventas diarias (Gráfico 44).
- Coste diario de las ventas (Gráfico 45).
- Estimación del coste de las ventas (Gráfico 46).

Gráfico 44.
Promedio de ventas diarias (euro/día).
Años 2002-2007. Por tamaño de la librería.

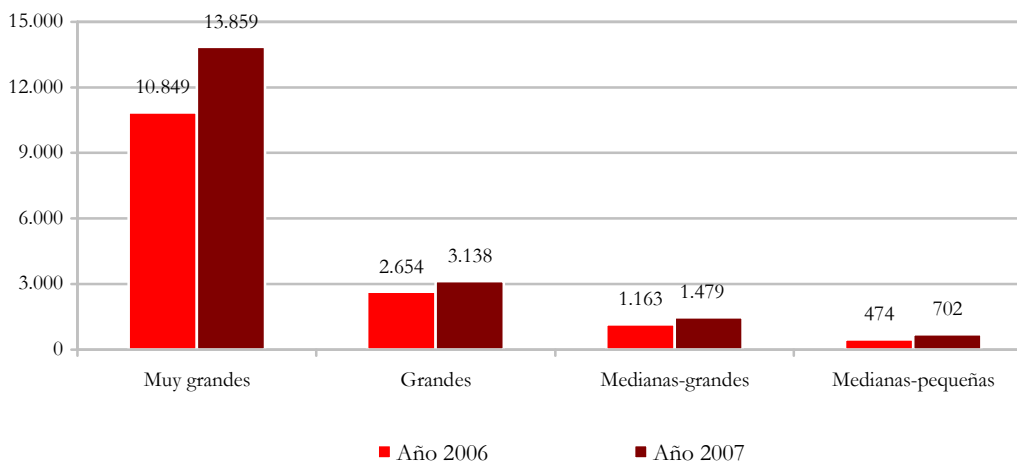
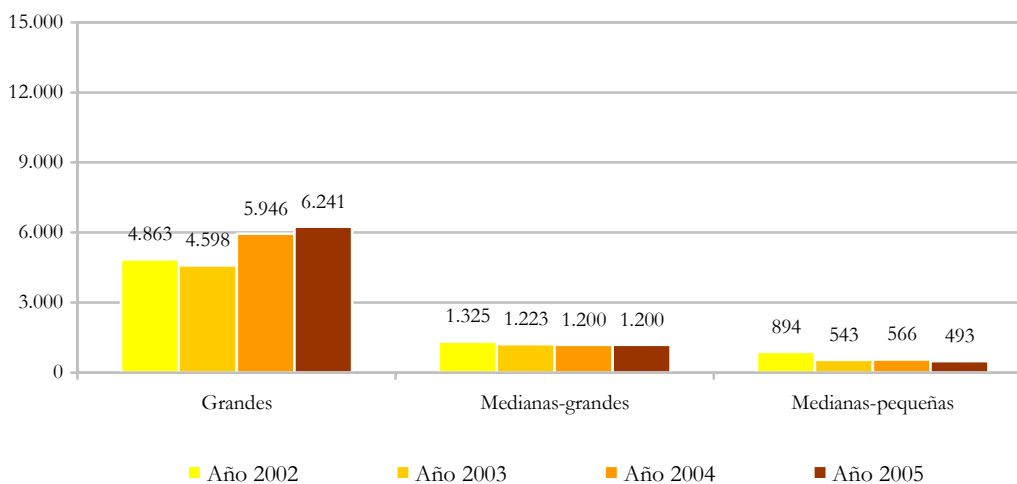


Gráfico 45.

**Promedio del coste diario de las ventas (euro/día). Años 2002-2007.
Por tamaño de la librería.**

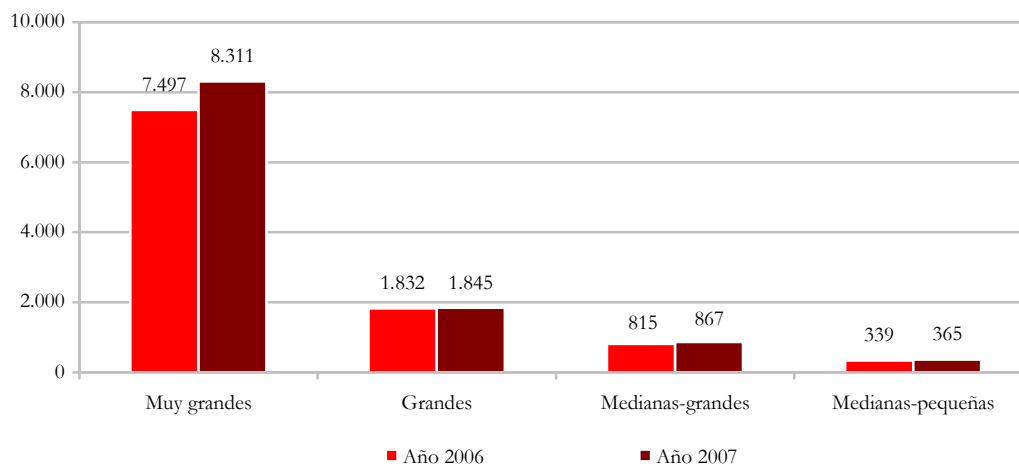
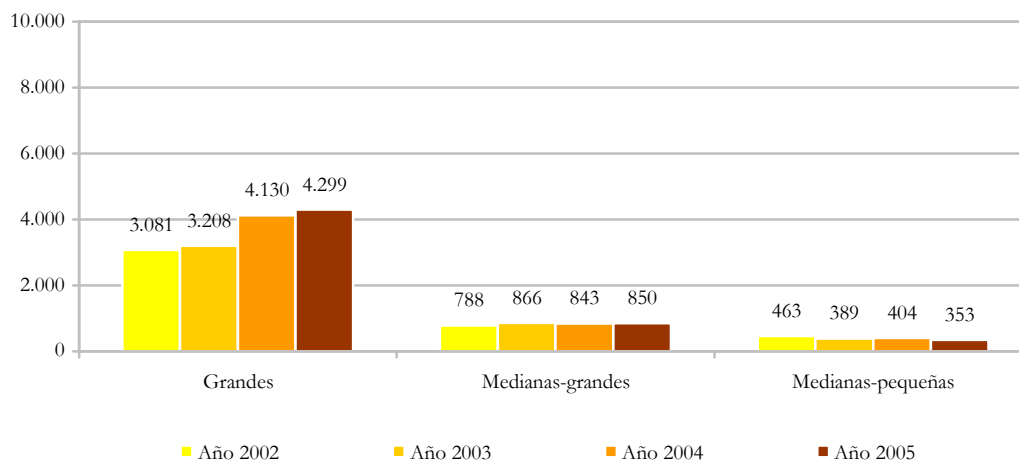
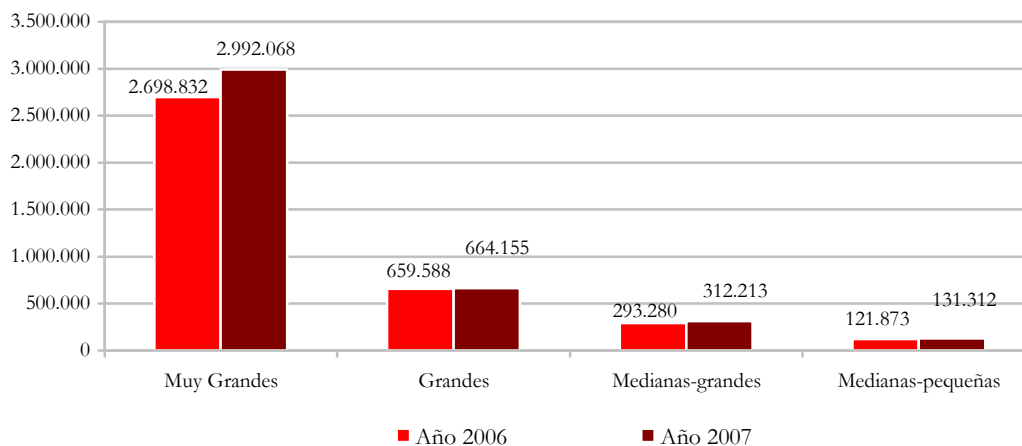
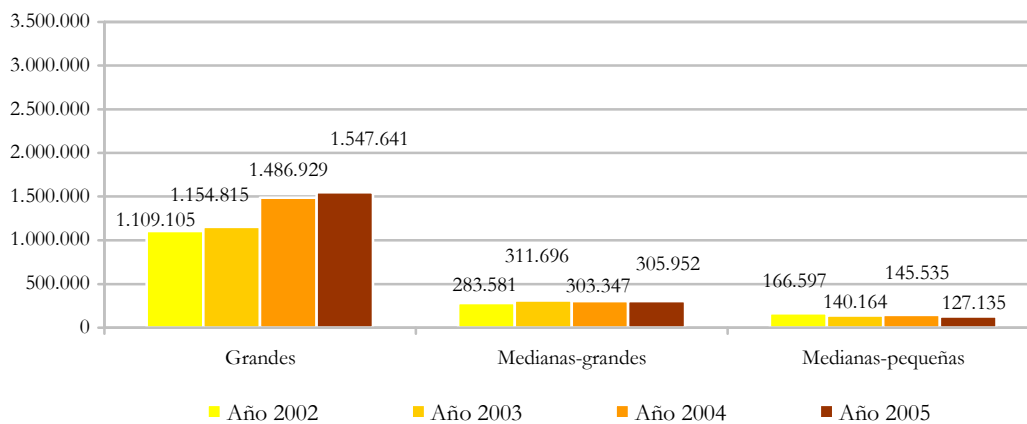


Gráfico 46.

Estimación del coste de las ventas (euro). Años 2002-2007. Por tamaño de la librería.



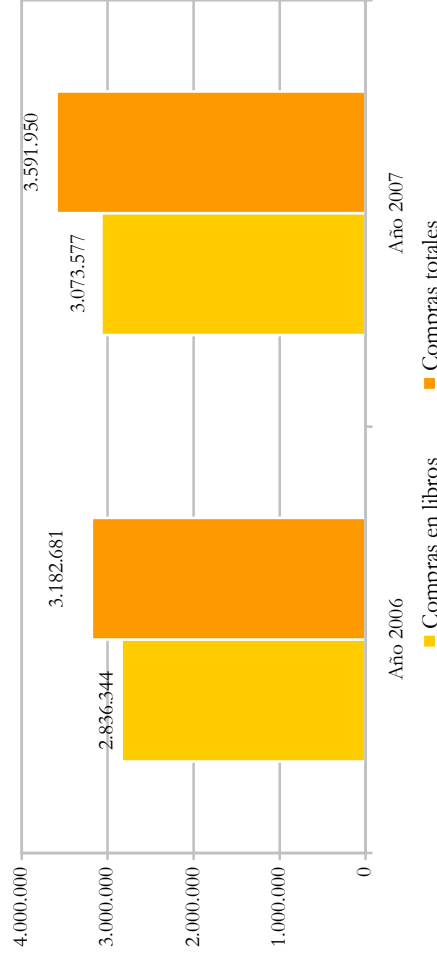
2.2.4. Análisis de los gastos

- El análisis de las compras (Gráfico 47) refleja, al igual que los indicadores relacionados con los ingresos, las diferencias entre los cuatro grupos de librerías según su tamaño. Constatándose la importancia del producto libro en la actividad de las librerías y el aumento de las compras tanto en general, como en libros, respecto al año 2006.
- Asimismo, se constata la gran importancia de los gastos de personal respecto del conjunto de los gastos de explotación corriente del negocio de la librería (Gráfico 48).

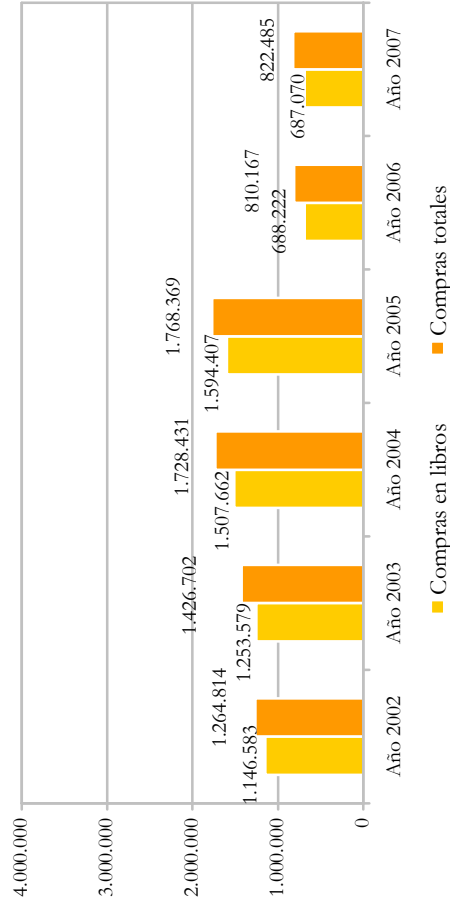
La importancia de los gastos en personal en el negocio de las librerías también se refleja en términos relativos en el porcentaje que estos gastos representan sobre el total de los ingresos de las empresas (Gráfico 49): el 16,08% en las librerías muy grandes, el 16,18% en las librerías grandes, el 14,78% en las medianas grandes, y el 16,36% en las medianas pequeñas. Consecuentemente, el resultado anual de pérdidas y ganancias de la librería está en gran medida condicionado por la evolución de este concepto de gasto.

Gráfico 47.
Compras en libros y compras totales. Año 2002-2007. Por tamaño de la librería:

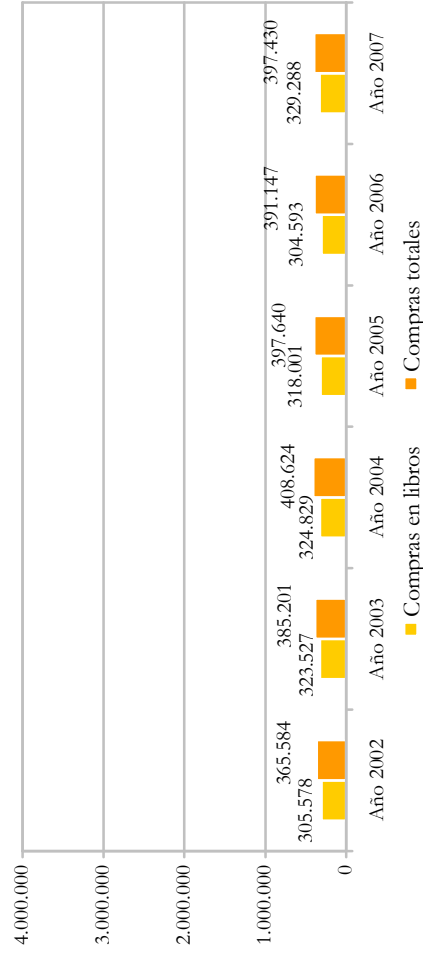
A) Librerías muy grandes



A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

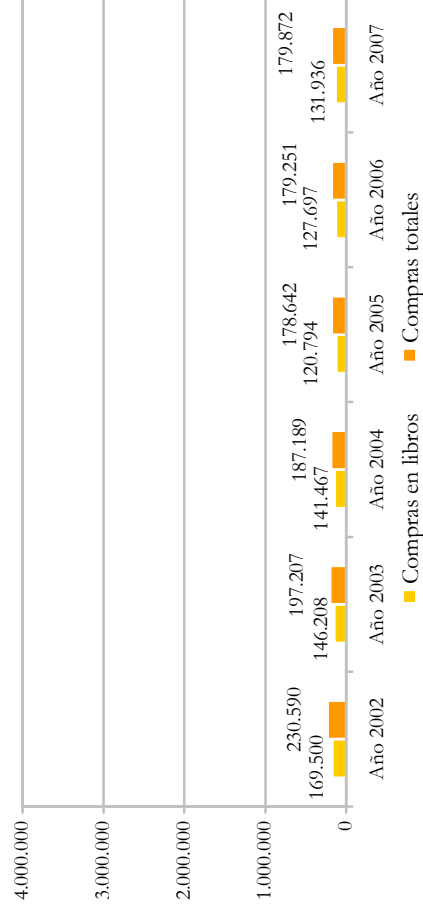
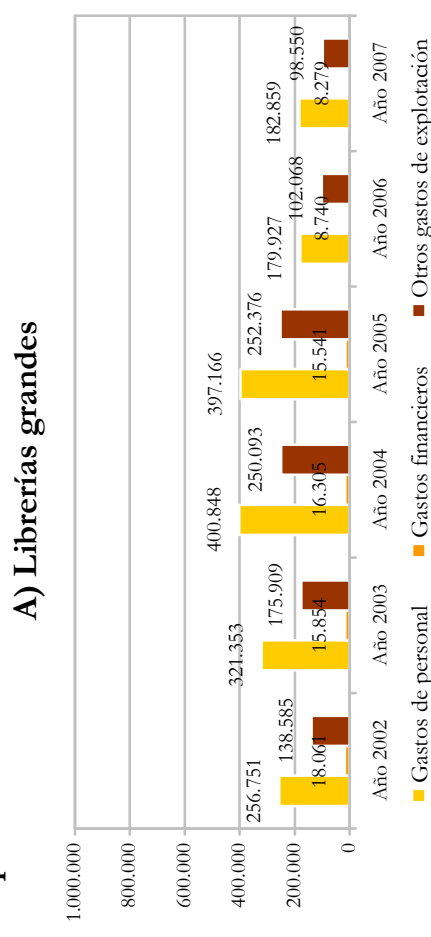
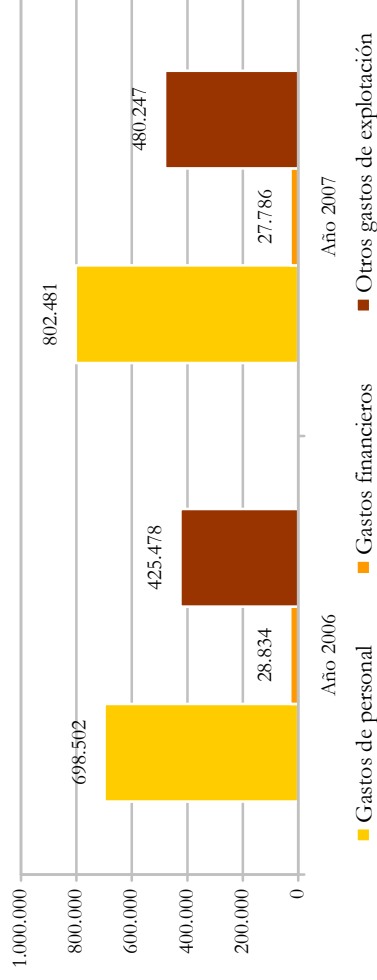


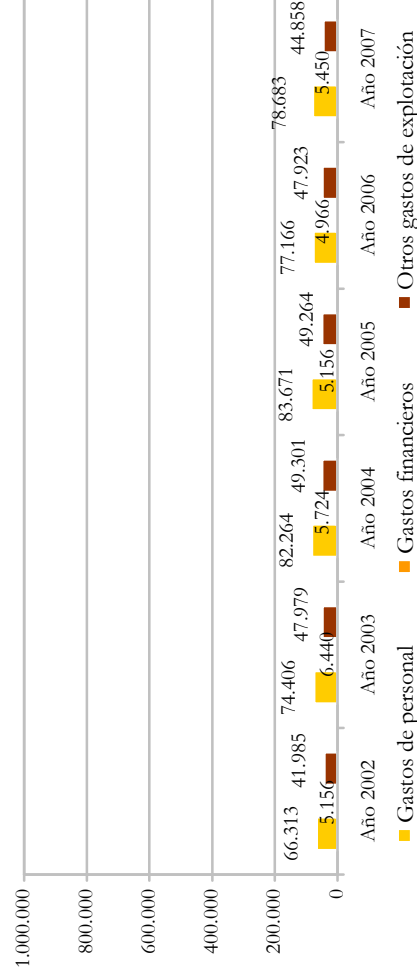
Gráfico 48.

Distribución del gasto en personal, gastos financieros y otros gastos de explotación¹⁰. Años 2002-2007. Por tamaño de la librería.

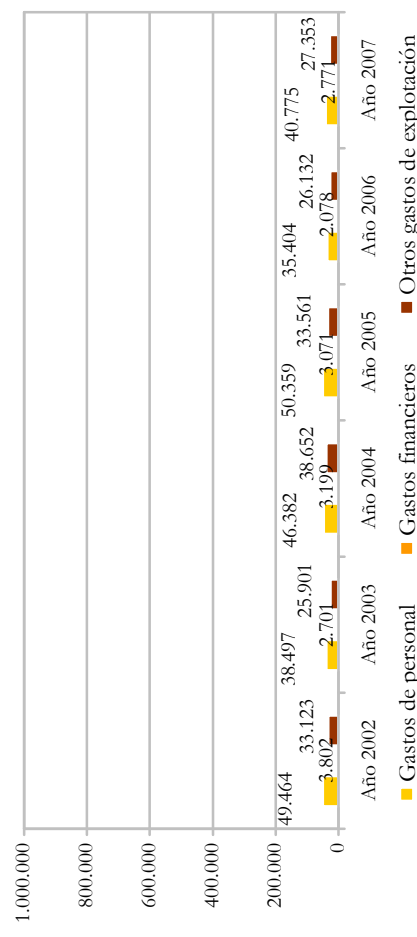
A) Librerías muy grandes



B) Librerías medianas-grandes



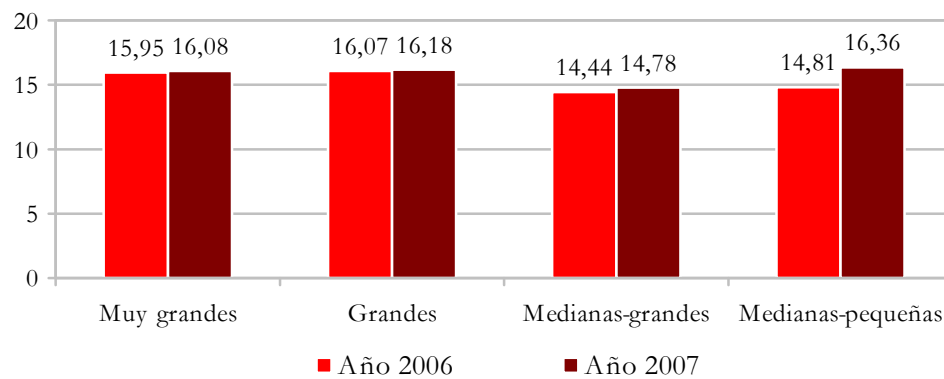
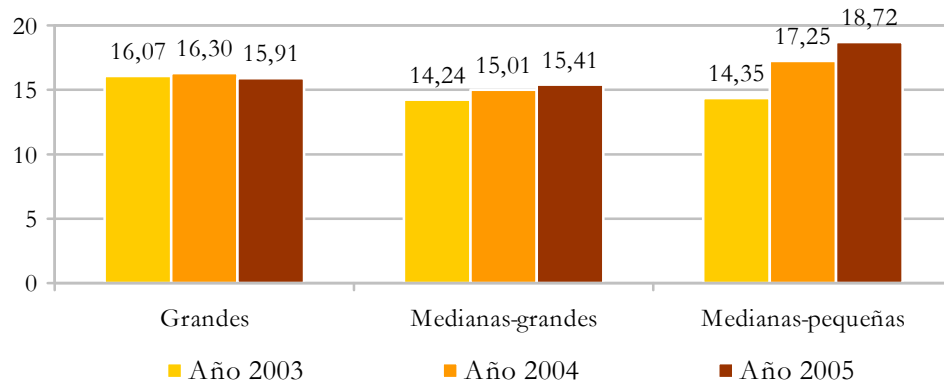
C) Librerías medianas-pequeñas



¹⁰ Otros gastos de explotación incluye: servicios exteriores, tributos y otros gastos de gestión corriente

Gráfico 49.

Porcentaje del gasto en personal sobre el total de ingresos de la librería. Años 2003-2007. Por tamaño de la librería.



2.2.5. Análisis de la liquidez

- Los indicadores de liquidez de las librerías permiten diagnosticar la posibilidad de poder hacer frente a los pagos a corto plazo. Así, los indicadores de liquidez reflejan el riesgo de hacer suspensión de pagos. Estos indicadores reflejan la relación existente entre, por un lado, el valor del activo líquido de la empresa, es decir, de aquellos activos que fácilmente se pueden convertir en dinero (activo circulante, tesorería y activo disponible). Y por otro lado, el valor de las deudas que deberán atender las empresas a corto plazo (o pasivo exigible a corto plazo).
- Los indicadores de liquidez y de tesorería analizados obtienen unos valores sensiblemente bajos respecto de las cifras de referencia consideradas habitualmente para estos ratios.

Por un lado, ninguno de los grupos de librerías obtiene una ratio de liquidez igual o próxima a 2,0 (cifra de referencia, en este caso) y, en general, sus valores están entre 1,13 y 1,45, alejándose aún más que en el 2006 del valor de referencia (excepto en el grupo de las librerías grandes en el que se da una aproximación a la cifra de referencia). Por otro lado, el valor de la ratio de tesorería también se sitúa por debajo del valor de referencia (1,0) en el caso de las librerías concretamente, entre 0,48 y 0,76. En ambos casos, se observa una tendencia general por la que la diferencia respecto del valor de referencia tiende a incrementarse a medida que disminuye el tamaño de la librería. Esta situación se puede explicar principalmente, en el caso de las librerías, porque las partidas de acreedores a corto plazo (sobre todo proveedores) pueden tener un elevado peso relativo dado el importante papel que tienden a tener los proveedores como financiadores de las existencias de la librería.

- Respecto de la ratio de disponibilidad, los datos obtenidos oscilan entre el 0,20 y el 0,26, siendo el valor de referencia 0,3, indicando la posibilidad de problemas para hacer frente a los pagos. En relación al 2006, se observa un alejamiento a la baja de sus valores, excepto en el grupo de las librerías grandes.

- Finalmente, indicar que el Fondo de Maniobra tiene valores positivos en general, excepto en el segmento de las librerías grandes que aumenta. Asimismo, indicar que globalmente decrece, en relación al año 2006.

Gráfico 50. Ratio de liquidez. Años 2006-2007. Por tamaño de la librería.

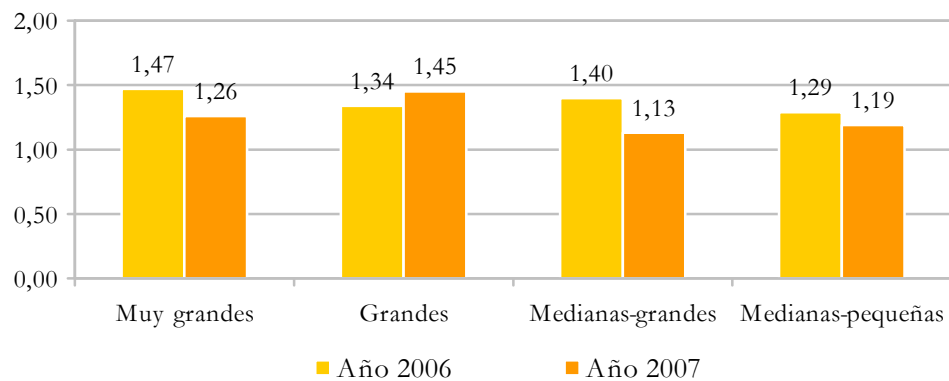


Gráfico 51.

Ratio de tesorería. Años 2006-2007. Por tamaño de la librería.

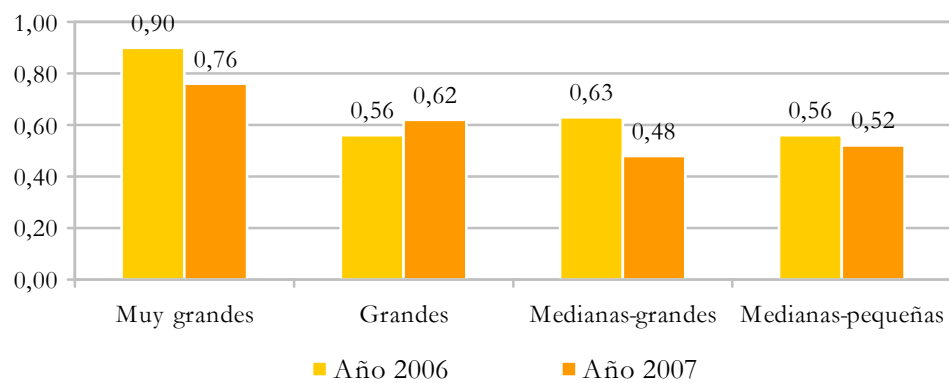


Gráfico 52.

Ratio de disponibilidad. Años 2006-2007. Por tamaño de la librería.

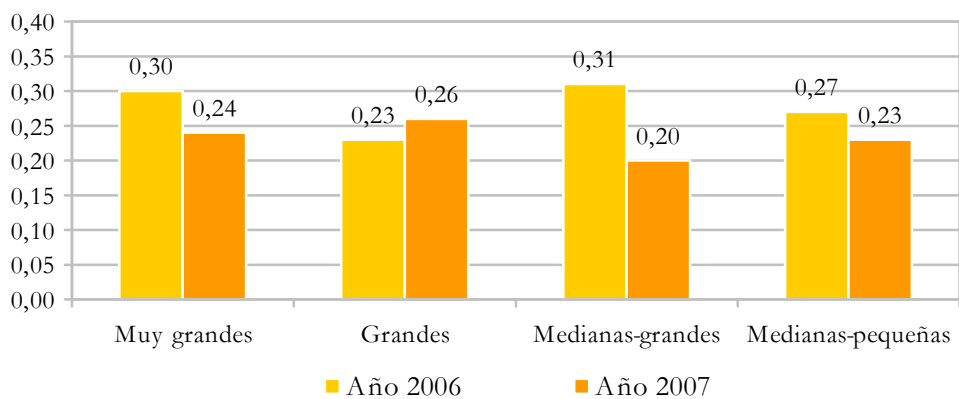
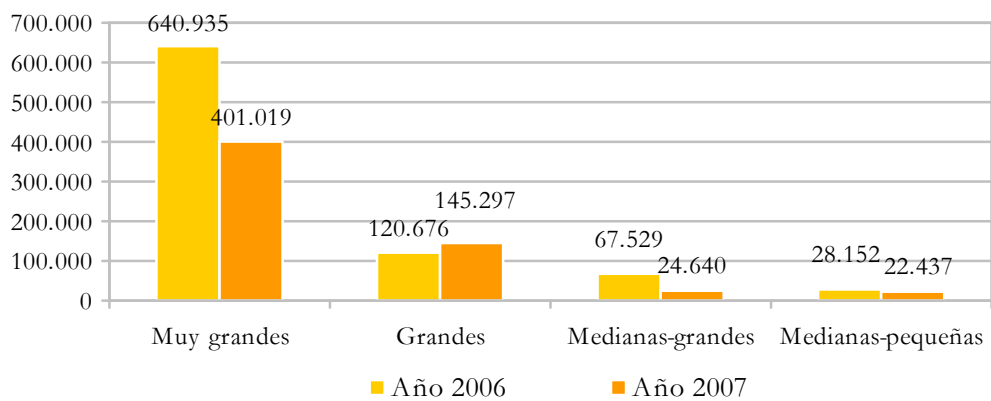


Gráfico 53.

Fondo de maniobra. Años 2006-2007. Por tamaño de la librería.



2.2.6. Análisis de los activos

- Se observa una ligera disminución en relación al año 2006, en el volumen de existencias (Gráfico 54). En cambio en los datos sobre la rotación media de las existencias del año 2007 (Gráfico 55) se constata un ligero aumento de los valores, respecto al 2006, excepto en las librerías medianas-pequeñas. Así, las muy grandes pasan de 5,80 en el 2006 a 6,74 en el 2007, las grandes de 4,13 en el 2006 a 4,16 en el 2007, las medianas-grandes de 4,20 en el 2006 a 4,28 en el 2007 y las medianas-pequeñas de 3,24 en el 2006 al 3,01 en el 2007.

Este indicador es fundamental en la gestión de cualquier comercio, ya que permite cuantificar el número de veces que la empresa mueve sus existencias a lo largo del año. Así, cuanto más elevado sea el valor de la ratio, mayores serán las ventas realizadas con las existencias disponibles.

La gran cantidad de títulos (productos) que pueden o deben almacenarse en las librerías (sobre todo en las denominadas “de fondo”), puede ser un factor limitador de las posibilidades de mejora de la rotación de las existencias. Sin duda, en este apartado de la gestión de la librería se puede dar una situación de “conflicto” entre la función económica y la función cultural de dichos establecimientos.

- A continuación, se ofrece la siguiente información: rotación de los activos totales (Gráfico 57), rotación del activo fijo (Gráfico 58) y rotación del activo circulante (Gráfico 59). En general, un valor superior de estos ratios supone un mayor rendimiento de los activos (es decir, que se obtienen más ventas con los mismos activos).

Gráfico 54.
Volumen de las existencias (euro). Años 2003-2007. Por tamaño de la librería.

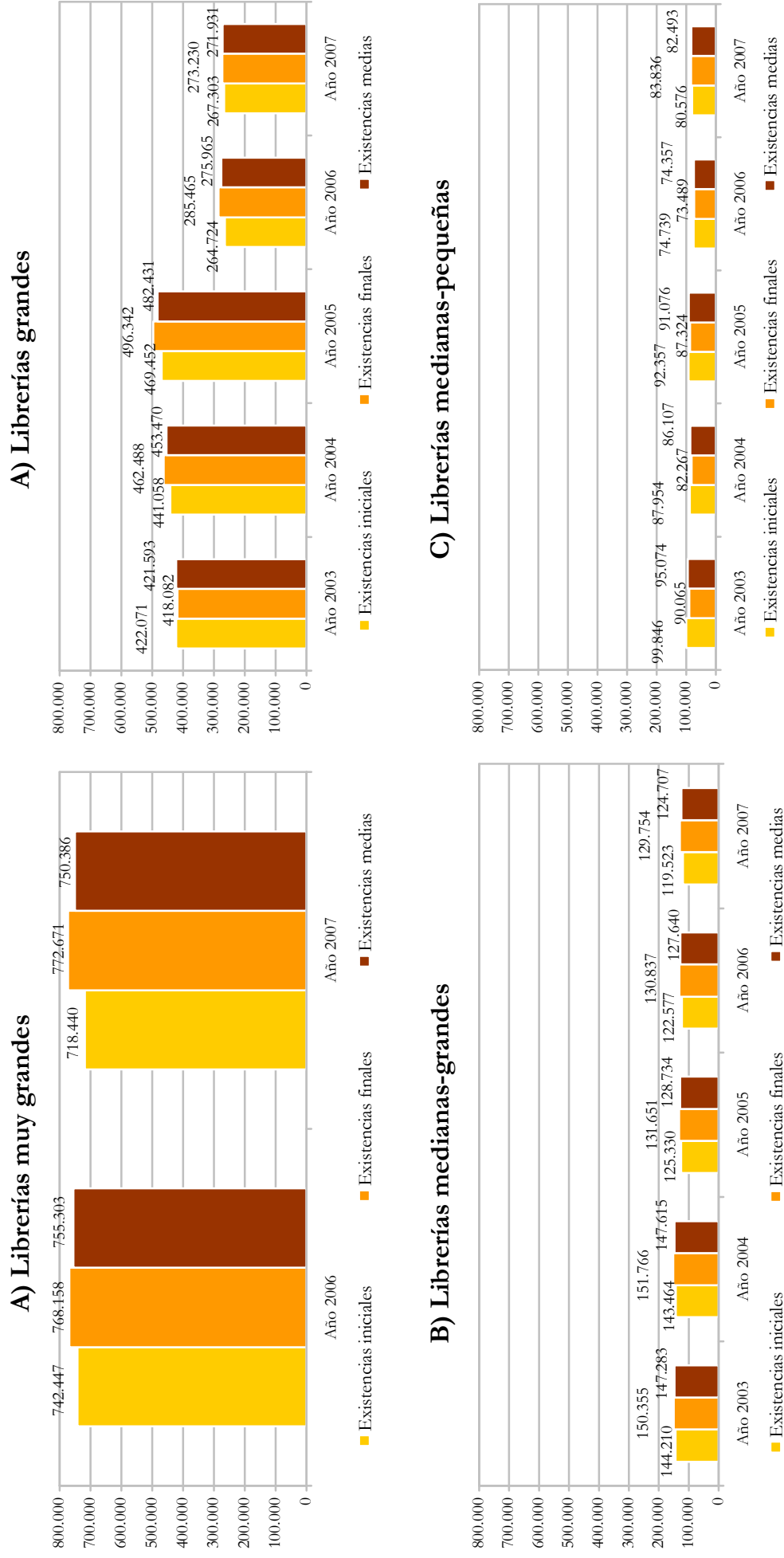


Gráfico 55.

Rotación del promedio de las existencias. Años 2002-2007. Por tamaño de la librería.

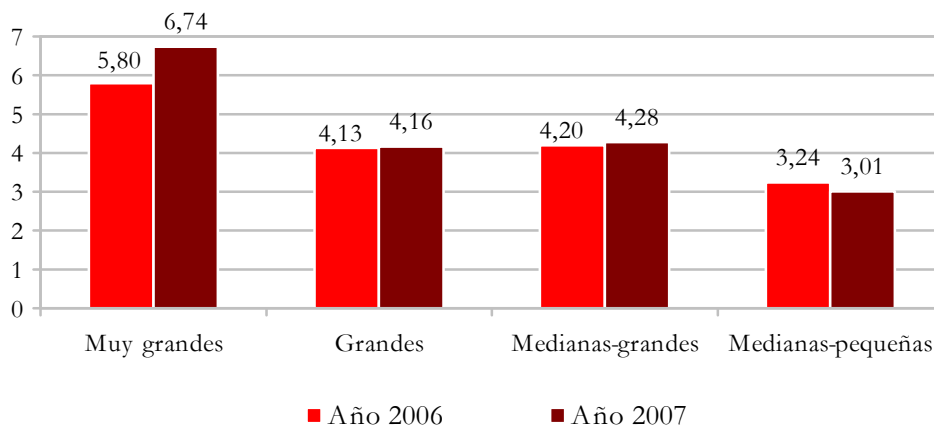
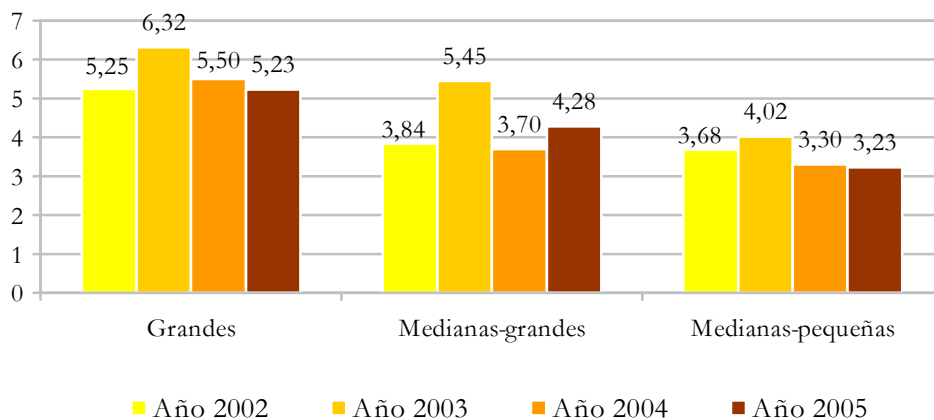


Gráfico 56.

Días para vender las existencias. Años 2002-2007. Por tamaño de la librería.

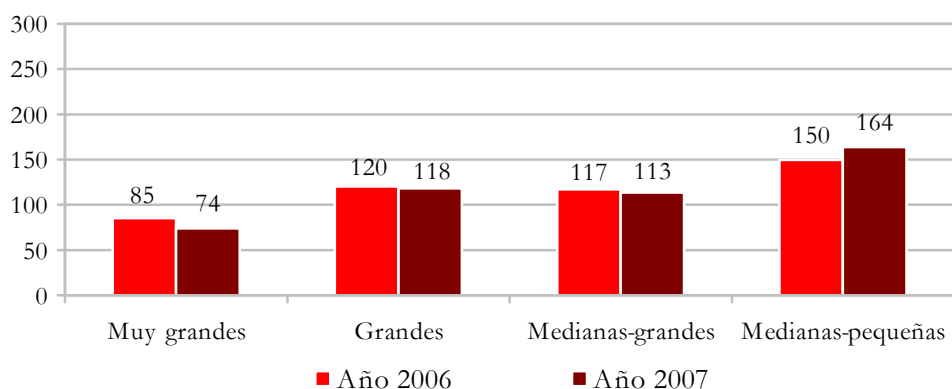
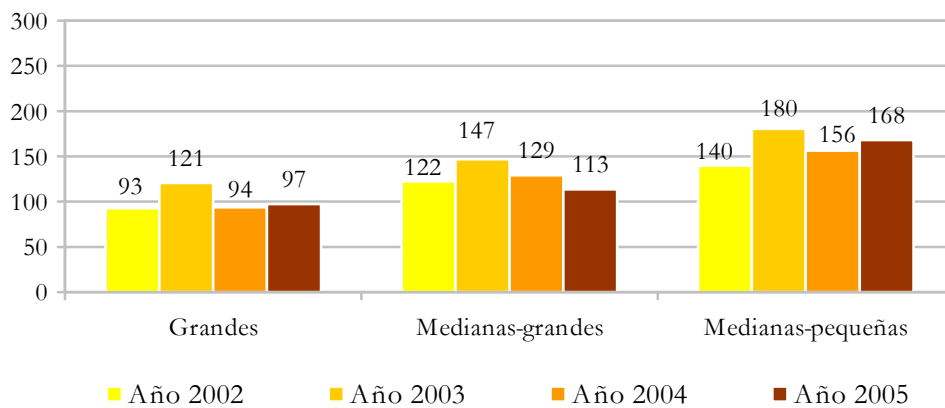


Gráfico 57.

Rotación de los activos totales. Años 2002-2006. Por tamaño de la librería.

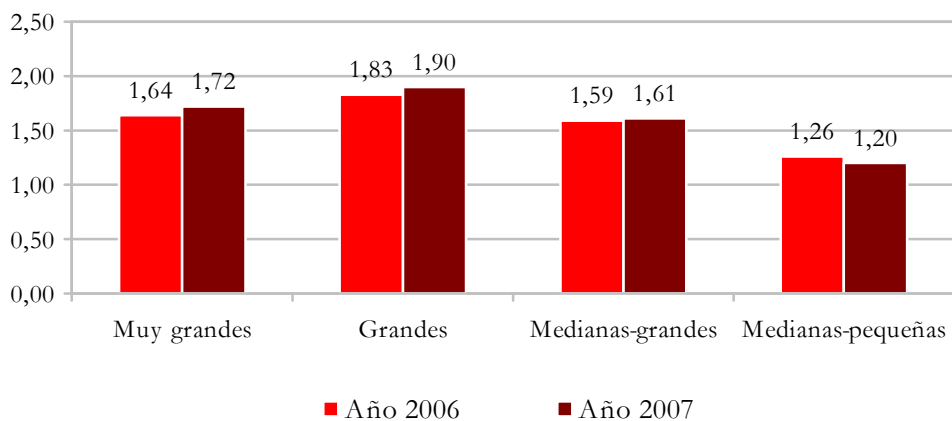
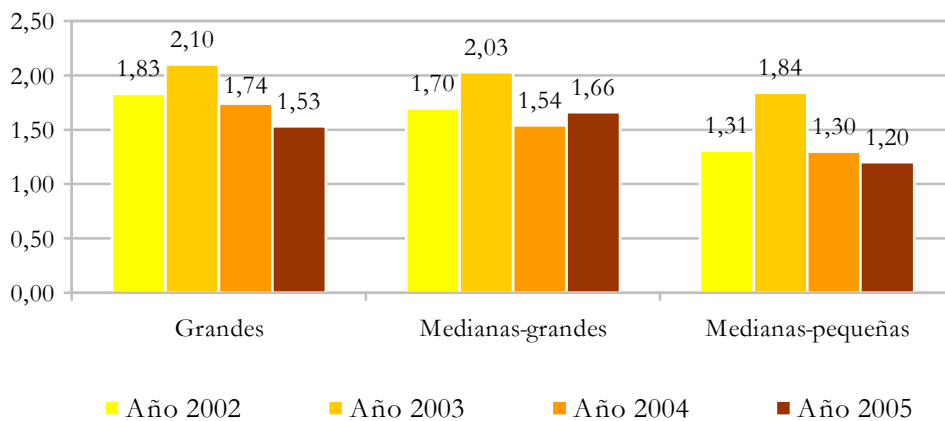


Gráfico 58.

Rotación del activo fijo. Años 2006-2007. Por tamaño de la librería.

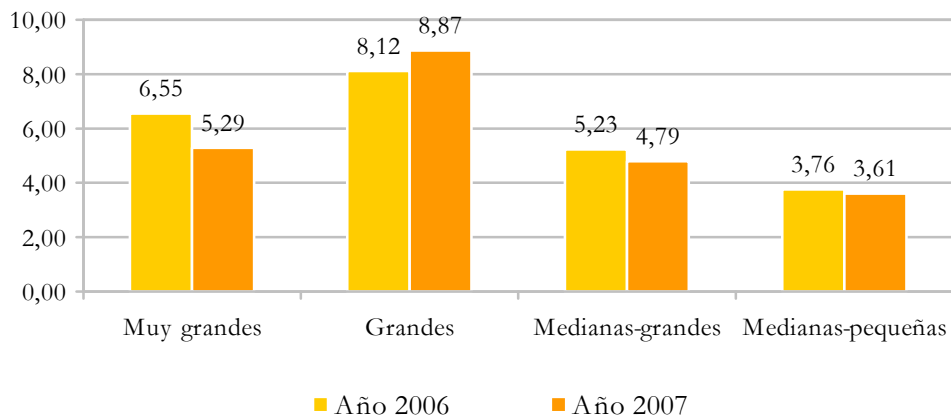
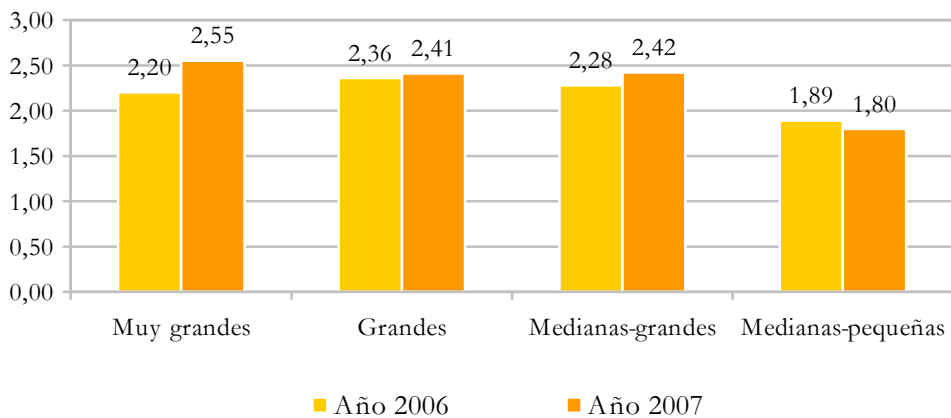


Gráfico 59.

Rotación del activo circulante. Años 2006-2007. Por tamaño de la librería



2.2.7. Análisis del endeudamiento

- Ratio de endeudamiento (Gráfico 60): un valor superior al 0,6 podría ser indicativo de la existencia de un excesivo endeudamiento. En este marco las librerías muy grandes y grandes (con valores de 0,67 y 0,69, respectivamente) obtienen una mejor ratio que las librerías medianas-grandes y medianas-pequeñas (con valores de 0,79 y 0,75, respectivamente).
- Ratio de la calidad de la deuda (Gráfico 61): este valor se sitúa en el 0,80 en las librerías muy grandes, en 0,79 en las grandes, 0,75 en las medianas-grandes y en 0,74 en las medianas-pequeñas. Ello indica una menor importancia relativa de la deuda a corto plazo cuanto menor es el tamaño de la librería.
- Ratio de gastos financieros (Gráfico 62): se sitúa entre el 0,006 en las librerías muy grandes y el 0,011 en las librerías medianas-pequeñas. Al ser, en todos los segmentos, un valor inferior a 0,04, cabe deducir que los gastos financieros de las librerías no son demasiado elevados.
- Ratio de autonomía financiera (Gráfico 63): en general, los valores obtenidos para esta ratio se encuentran un poco por debajo del nivel óptimo (que está entre 0,4 y 0,5), lo cual podría suponer una cierta falta de capital en las empresas, o un exceso del valor de las deudas. Las librerías muy grandes con una ratio de 0,49 y las grandes con una ratio de 0,45 se sitúan en los niveles admitidos como óptimos.

Gráfico 60.

Ratio de endeudamiento. Años 2002-2007. Por tamaño de la librería.

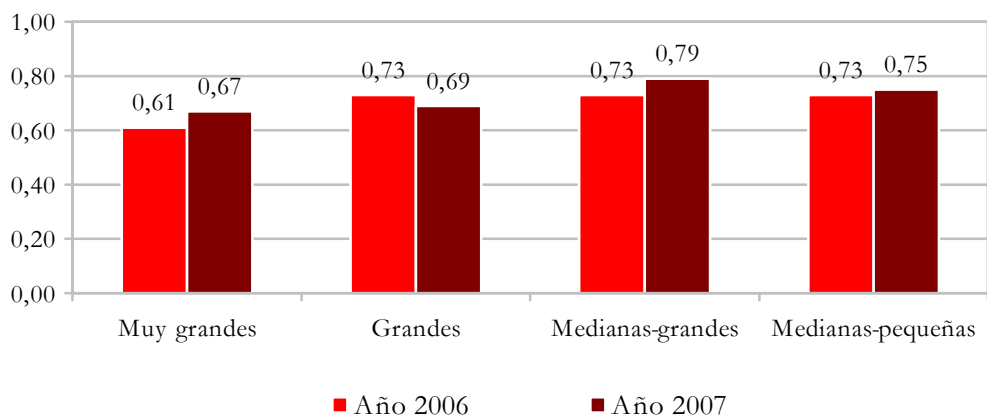
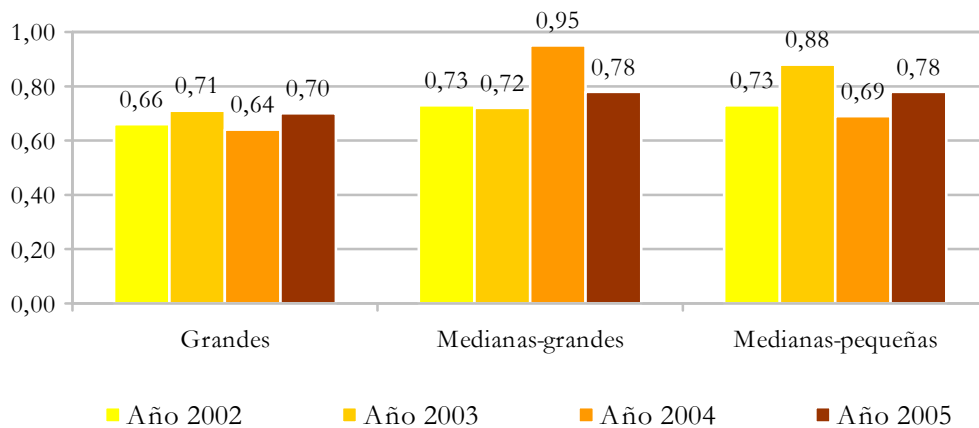


Gráfico 61.

Ratio de la calidad de la deuda. Años 2002-2007. Por tamaño de la librería.

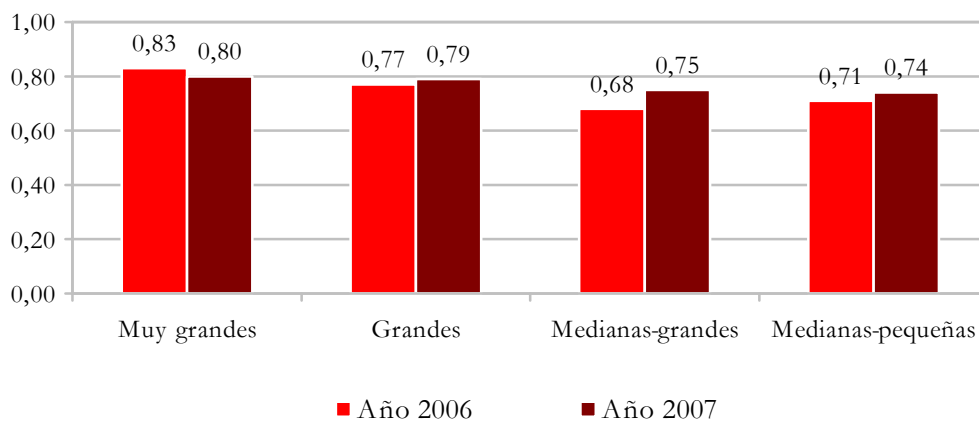
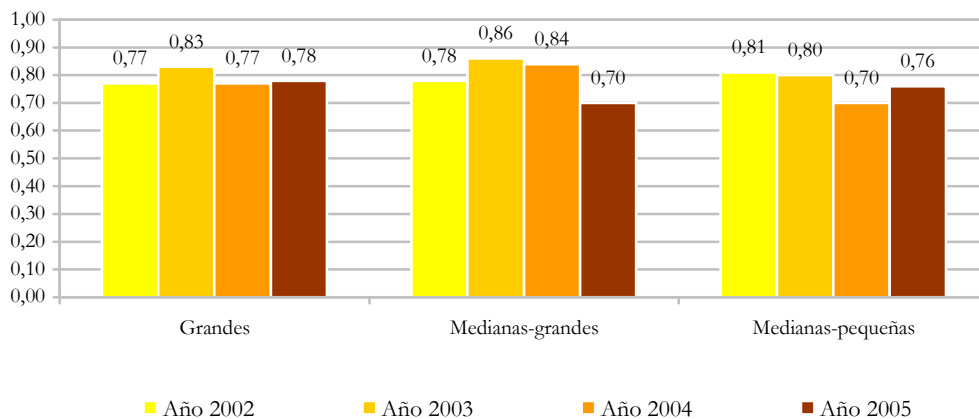


Gráfico 62.

Ratio de gastos financieros. Años 2002-2007. Por tamaño de la librería.

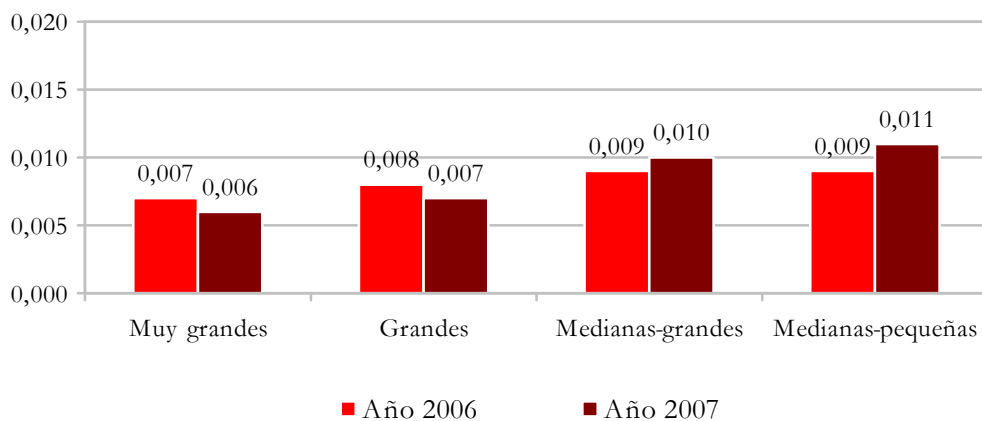
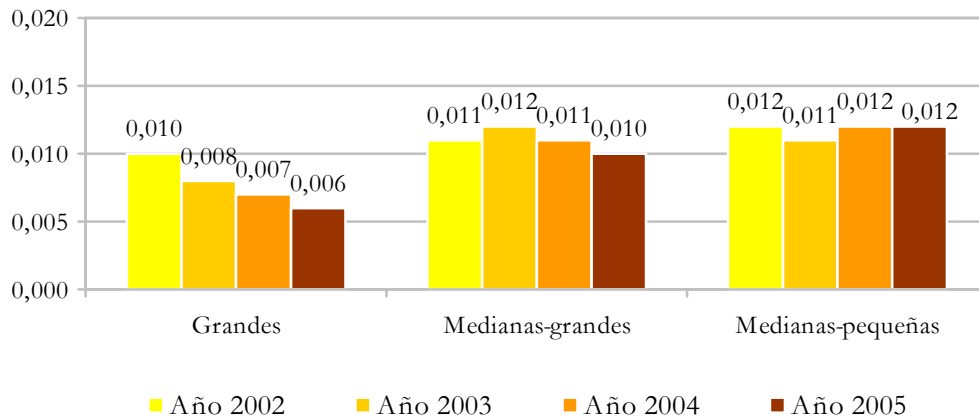
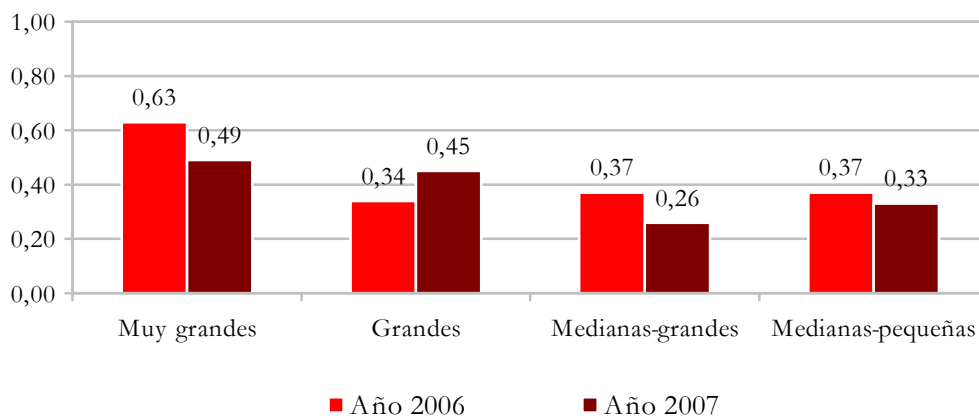
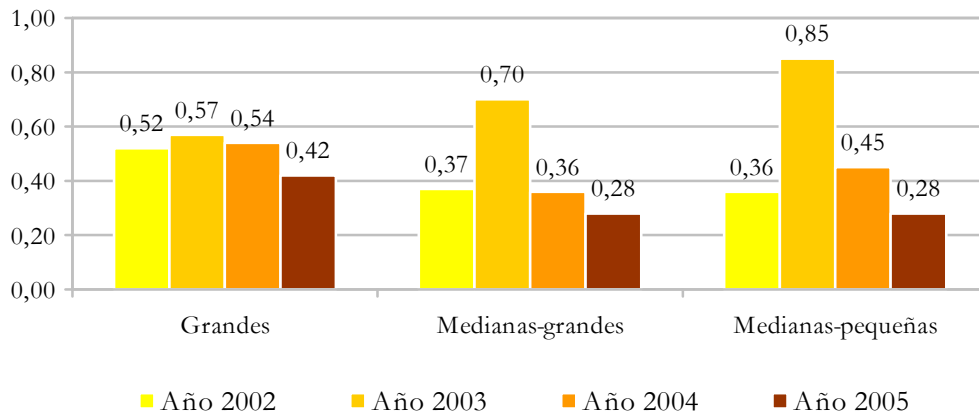


Gráfico 63.

Ratio de autonomía financiera. Años 2002-2007. Por tamaño de la librería.



2.2.8. Análisis del margen bruto

Por un lado, el margen bruto de las librerías registrado, el año 2007, se mueve entre el 25,3% y el 29,1% del total de las ventas. No se observa una relación entre los resultados registrados y el tamaño de las librerías, siendo las medianas-pequeñas las que obtienen el porcentaje más alto (Gráfico 64).

Por otro lado, el porcentaje del valor añadido respecto del total de las ventas (Gráfico 65) se sitúa entre el 15,89% de las librerías medianas-grandes y el 17,82 de las librerías muy grandes. Observar que los porcentajes de las librerías muy grandes, grandes y medianas-pequeñas obtienen valores muy similares.

Gráfico 64.

Porcentaje del margen bruto sobre las ventas totales. Años 2002-2007.
Por tamaño de la librería.

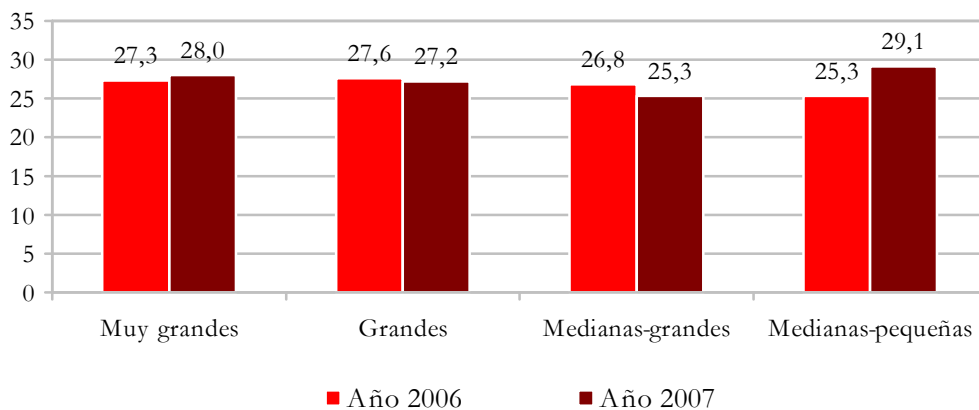
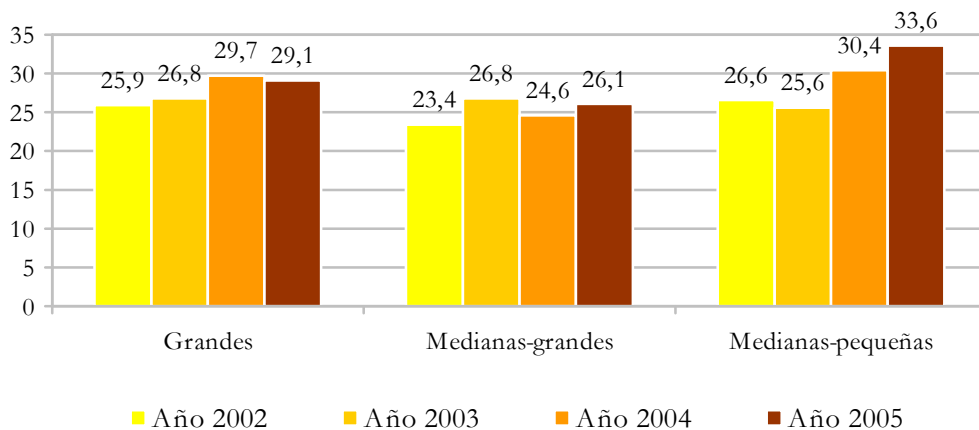
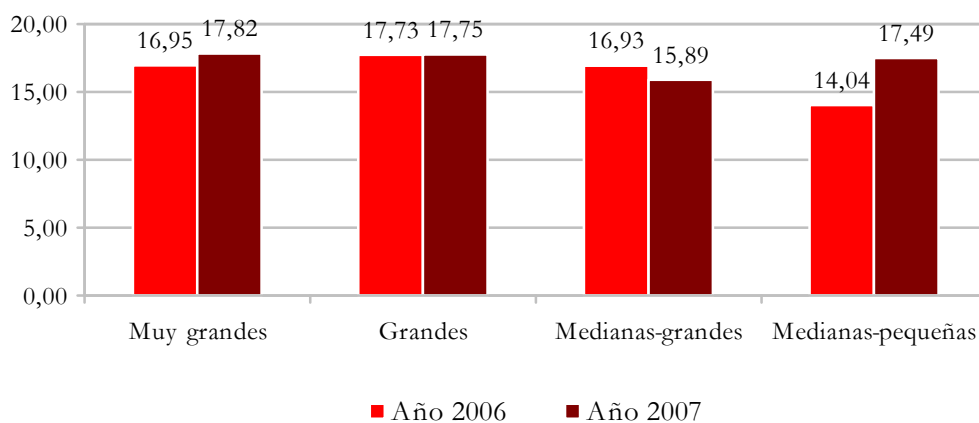
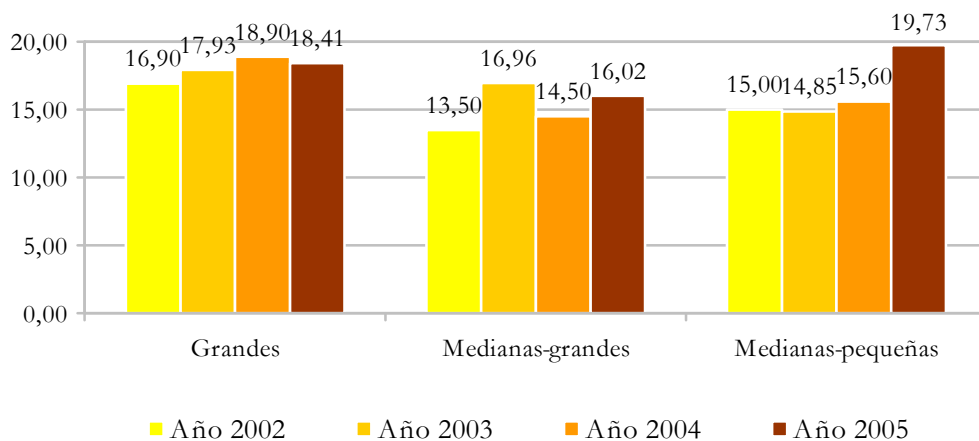


Gráfico 65.

Porcentaje del valor añadido sobre las ventas. Años 2002-2007. Por tamaño de la librería



2.2.9. Análisis de rentabilidad

La rentabilidad de la empresa requiere, lógicamente, la consecución de un resultado anual positivo de la cuenta de explotación y, en general, que éste tenga un valor lo más elevado posible. En relación a esta cuestión se han obtenido los siguientes resultados:

- Rentabilidad económica (Gráfico 66): es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total. Esta ratio permite conocer la productividad del activo de la empresa, de manera que un incremento de su valor indica que sus activos ganan en rentabilidad (o viceversa).

Esta ratio tiene un valor positivo en todos los grupos de librerías. Las diferencias que se observan entre las librerías muy grandes (0,048), grandes (0,027), medianas-grandes (0,018) y medianas-pequeñas (0,023) pueden responder a diversas razones: por un aumento de la rotación de su activo (al incrementarse las ventas, o reducirse el activo), y/o por un aumento del margen de sus ventas (por incrementarse el descuento obtenido por la librería de los proveedores, o reducirse los costes de la empresa).

- Beneficios sobre ventas (Gráfico 67): muestra el beneficio bruto (antes de impuestos), generados por la empresa como proporción de su cifra de negocio: 2,857% en las librerías muy grandes, 1,507% en las librerías grandes, 0,561% en las medianas-grandes y 1,391% en las librerías medianas-pequeñas.
- Finalmente, indicar que –a diferencia del año 2006- según los datos de las librerías disponibles, se obtienen unos resultados positivos en todos los grupos de librerías (incluido el de las empresas de menor tamaño, que de forma agregada obtenían un promedio de pérdidas en los datos del 2006).

Gráfico 66.

Rentabilidad económica. Años 2006-2007. Por tamaño de librerías.

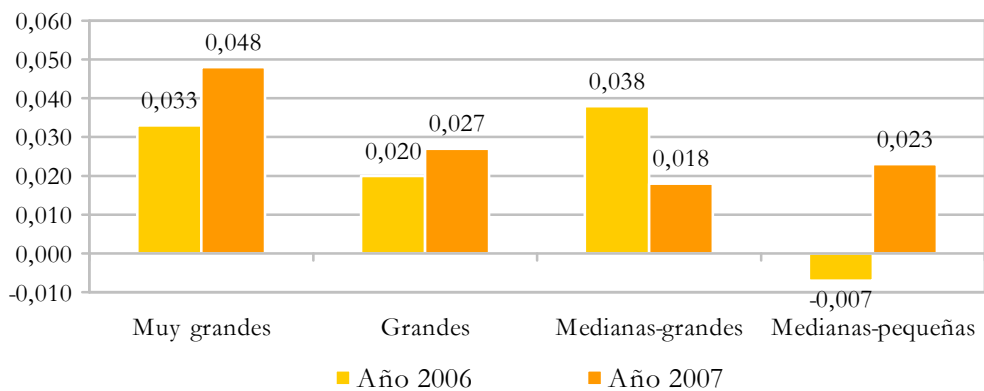
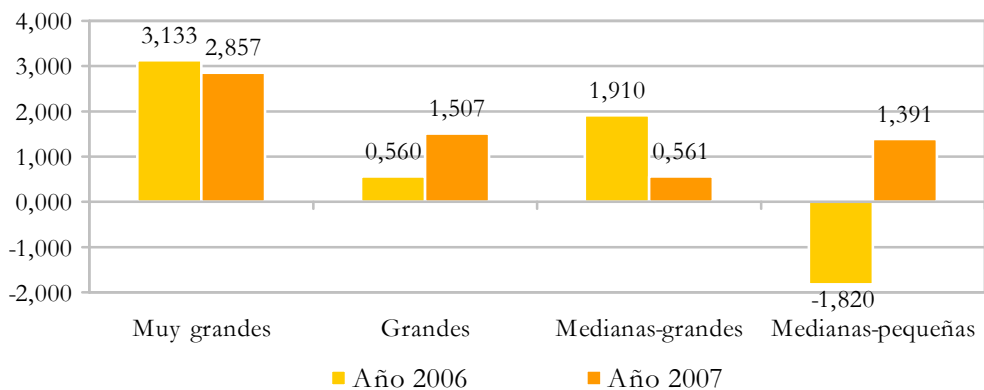


Gráfico 67.

Porcentaje de beneficios sobre ventas. Años 2006-2007. Por tamaño de librerías.



Anexo 1.) Datos estadísticos. Años 2000-2008

Presentación

- El compendio de datos estadísticos del sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión Económica de la librería contiene:
 - El conjunto de la información elaborada durante el periodo 2000-2008, excepto para las preguntas incluidas en versiones posteriores del cuestionario, que figuran a partir del año de su incorporación.
 - La descripción del contenido y la metodología de elaboración de cada uno de los indicadores (que coincide con el Manual de interpretación de los resultados que se envía a las librerías junto con las fichas correspondientes).
- La estructura de presentación de los datos se corresponde con la de cada una de las Fichas A y B entregadas a las librerías.
- Debe señalarse nuevamente, que en la presente edición del estudio no se incluyen los datos del año 2008 de la Ficha B (ver apartado 1.2. Objeto y estructura del trabajo, del presente informe).

A.1.) Datos estadísticos de la
Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la librería

A.1.1. Datos básicos de la librería

La primera parte de la *Ficha A de Indicadores de Gestión Económica* comprende cuatro cuestiones fundamentales que definen el perfil básico de la librería:

- La **tipología de establecimientos**.
- La **pertenencia a asociaciones gremiales**.
- La **superficie**.
- Los **recursos humanos y los horarios de apertura al público**.

A.1.1.1. La tipología de librería

En primer lugar, se analiza la distribución del conjunto de librerías encuestadas según una tipología de establecimientos elaborada en base a **la cantidad de libros del fondo y al grado de diversidad temática de la oferta de libros**. La respuesta de esta pregunta se ha sistematizado de acuerdo con los términos establecidos en la tabla del apartado 2.1.2. Perfil de la librería y que se resumen en:

- **Librería especializada**
- **Librería general con especialización**
- **Librería general de fondo**
- **Librería general de proximidad**

A continuación se presentan los datos relativos a la realización de diferentes tipos de actividades por parte de la librería:

- **Realización de otras actividades relacionadas con el libro:** edición de libros, distribución de libros, impresión / artes gráficas.
- **Organización de actividades de dinamización de la lectura:** presentación de libros, cuenta-cuentos, conferencias, publicación de catálogos, acciones de animación de la lectura en escuelas y otras actividades.

Cuadro 3
Tipologías de librería (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2008.

	Muy grandes		Grandes									
	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Especializadas	31,3	23,8	39,3	36,5	27,0	28,0	24,3	27,1	24,2	36,7	23,6	32,0
Generales con especialización	18,8	7,1	14,3	27,0	28,7	39,2	39,0	22,1	32,0	17,4	12,2	14,8
Generales de fondo	46,9	61,9	46,4	36,5	44,3	32,8	36,8	50,7	43,8	45,0	60,2	51,6
Generales de proximidad	3,1	7,1	0,0							0,9	4,1	1,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas – grandes								Medianas – pequeñas									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Especializadas	35,5	26,2	26,0	26,8	27,1	25,8	30,9	30,7	29,5	25,2	32,9	31,7	33,6	34,0	29,1	28,1	27,5	32,4
Generales con especialización	22,1	30,8	32,4	29,5	22,1	26,8	21,9	15,6	10,8	31,8	21,4	28,0	22,3	17,6	18,7	22,8	14,3	9,8
Generales de fondo	42,4	43,0	41,6	43,6	50,7	47,5	43,8	48,4	54,5	43,0	45,7	40,3	44,1	48,4	52,2	32,3	40,8	40,9
Generales de proximidad							3,4	5,2	5,1							16,8	17,4	16,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 4.

**Librerías que realizan otras actividades relacionadas con el libro (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2005-2008**

	Muy grandes		Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas						
	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008				
Edición de libros	28,1	19,0	35,7	28,1	23,9	20,3	23,0	21,7	18,5	12,0	14,8	13,7	11,2	9,4	11,8
Distribución de libros	25,0	21,4	21,4	21,6	20,2	20,3	20,5	20,2	19,7	14,6	12,5	14,7	13,9	11,7	12,8
Imprenta/ artes gráficas	6,3	2,4	3,6	4,6	2,8	0,8	2,5	3,5	3,9	5,7	2,3	4,7	3,6	3,4	4,7

Cuadro 5.

**Librerías que realizan actividades de dinamización de la lectura (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2005-2008**

	Muy grandes		Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas						
	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008				
Presentación de libros	59,4	73,8	89,3	67,3	63,3	61,0	59,8	51,0	49,40	51,0	50,6	36,0	34,3	41,1	35,1
Cuenta-cuentos	43,8	50,0	35,7	38,6	30,3	36,6	38,5	34,3	23,0	25,5	26,1	17,6	15,5	15,5	14,2
Conferencias	40,6	45,2	53,6	37,3	29,4	26,8	32,0	25,8	23,0	19,3	26,1	16,5	13,5	14,0	15,2
Otras actividades	21,9	26,2	39,3	19,6	13,8	14,6	16,4	14,6	11,2	15,1	19,3	15,5	12,9	17,0	18,6
Publicación de catálogos	37,5	33,3	28,6	-	34,9	26,0	27,0	-	18,0	10,4	15,3	-	13,2	9,8	12,5
Animación lectura en escuelas	6,3	28,6	17,9	-	18,3	16,3	21,3	-	14,6	17,2	16,5	-	11,9	13,2	9,5

A.1.1.2. El grado de pertenencia a gremios y asociaciones de las librerías.

- En segundo lugar se presenta la distribución del conjunto de librerías encuestadas según el grado de pertenencia de estas asociaciones o gremios. Concretamente, se definen cuatro grandes categorías:
 - librerías **agremiadas solamente a CEGAL;**
 - librerías **agremiadas solamente al Gremio provincial de Libreros;**
 - librerías **agremiadas a ambas;**
 - librerías **no agremiadas.**

Cuadro 6
Nivel de agremiación de las librerías (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2008

	Muy grandes			Grandes								
	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
A alguna asociación o gremio de libreros	100,0	95,3	96,4	93,6	91,8	90,4	92,1	90,7	88,9	90,8	90,3	85,2
- A CEGAL	15,6	14,3	10,7	7,9	18,0	9,6	13,7	8,6	10,5	7,3	10,6	6,6
- Al Gremio Provincial de Libreros	25,0	16,7	3,6	24,6	27,9	25,6	31,9	27,1	24,2	23,9	25,2	7,4
- A ambos	59,4	64,3	82,1	61,1	45,9	55,2	46,4	55,0	54,2	59,6	54,5	71,3
A ninguno	0,0	2,4	0,0	5,6	4,9	8,8	8,0	6,4	7,2	7,3	4,1	13,1
NS/NC	0,0	2,4	3,6	0,8	3,3	0,8	0,0	2,9	3,9	1,8	5,7	1,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes								Medianas-pequeñas									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
A alguna asociación o gremio de libreros	83,7	84,3	83,9	82,6	87,1	78,3	79,8	86,0	84,7	77,7	74,5	69,1	82,2	80,8	73,0	67,6	73,5	67,6
- A CEGAL	15,1	23,3	14,5	9,4	9,2	9,1	6,7	9,9	10,2	9,5	19,8	11,5	14,1	4,7	5,0	4,6	6,4	6,8
- Al Gremio Provincial de Libreros	25,6	21,5	18,5	30,2	20,2	13,6	15,2	21,4	16,5	21,9	21,8	20,6	29,4	28,1	14,4	18,8	17,7	12,8
- A ambos	43,0	39,5	50,9	43,0	57,7	55,6	57,9	54,7	58,0	46,3	32,9	37,0	38,7	48,0	53,6	44,2	49,4	48,0
A ninguno	15,1	9,9	12,1	17,4	10,4	15,7	18,5	10,9	13,1	19,4	19,8	23,9	16,9	18,4	21,2	30,4	24,5	29,7
NS/NC	1,2	5,8	4,0	0,0	2,5	6,1	1,7	3,1	2,3	2,9	5,7	7,0	0,8	0,8	5,8	2,0	1,9	2,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A.1.1.3. La superficie

- El análisis de la superficie de la librería proporciona un indicador del **tamaño** del establecimiento, y constituye un **factor clave de desarrollo del negocio**. Concretamente, la superficie de la librería limita las posibilidades de exposición y almacenaje de libros, al tiempo que se constata una tendencia de crecimiento progresivo del número de títulos vivos en catálogo ofrecidos por las editoriales en el mercado.

Lógicamente, este problema se manifiesta de forma más acusada en las **librerías generales** que en las **especializadas** (dado que éstas últimas pueden tener una menor cantidad de títulos potenciales a ofrecer, como consecuencia del ámbito más limitado de materias que cubren).

- Los indicadores elaborados para el análisis de la superficie son los siguientes:
 - superficie **de acceso al público** del establecimiento;
 - superficie **de almacén** del establecimiento;
 - **otras** superficies del establecimiento;
 - superficie **total** del establecimiento (la suma de las tres anteriores);
 - porcentaje aproximado de la superficie de acceso al público **ocupada por libros**;
 - porcentaje aproximado de la superficie de almacén **ocupada por libros**;
 - porcentaje aproximado de la superficie total **ocupada por libros**.

Cuadro 7
Superficie de la librería.
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2008.

	Muy grandes		Grandes									
	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Superficie de acceso al público (m ²)	548,5	529,1	490,6	306,5	360,8	312,6	387,2	289,7	298,4	220,5	231,3	205,7
Superficie de almacén (m ²)	205,3	127,1	123,6	n.d.	97,4	102,0	119,4	76,2	91,3	55,1	54,4	54,5
Otras superficies (m ²)	54,5	24,1	37,7	120,9	32,3	31,4	57,1	27,6	28,3	21,2	12,7	10,6
Superficie total (m ²)	763,3	680,4	651,9	427,4	526,0	451,8	556,3	396,7	417,9	302,3	297,9	268,0
Porcentaje superficie de acceso al público ocupada por libros (%)	91,0	88,7	88,7	84,2	87,8	89,3	85,3	88,4	89,0	89,9	97,0	90,0
Porcentaje superficie almacén ocupado por libros (%)	75,0	82,3	80,8	n.d.	67,0	72,4	71,4	77,3	80,3	85,0	74,0	85,1
Porcentaje de superficie total ocupada por libros (%)	90,9	89,6	90,5	85,3	85,3	87,0	86,5	88,1	88,9	89,8	89,9	89,2

	Medianas-grandes						Medianas-pequeñas											
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Superficie de acceso al público (m ²)	146,9	138,9	125,6	124,0	159,7	155,7	125,3	129,4	122,9	87,0	95,0	91,1	99,4	87,2	94,4	87,2	85,1	92,8
Superficie de almacén (m ²)	n.d.	53,7	50,1	55,0	46,0	53,8	58,6	34,5	50,0	n.d.	53,1	35,5	38,5	34,3	34,5	37,4	33,5	40,9
Otras superficies (m ²)	56,7	13,4	12,5	13,3	14,4	11,8	11,1	7,1	12,6	36,6	10,9	11,4	13,5	7,5	6,1	7,4	4,4	4,9
Superficie total (m ²)	203,6	201,1	188,2	192,0	214,7	218,8	189,4	170,6	185,4	123,5	157,7	137,4	151,3	128,9	135,3	126,8	123,6	138,8
Porcentaje superficie de acceso al público ocupada por libros (%)	83,0	86,5	85,8	88,3	87,2	86,2	86,2	86,8	85,1	79,4	83,4	82,7	84,6	83,0	80,5	79,7	76,8	75,3
Porcentaje superficie almacén ocupado por libros (%)	n.d.	69,0	67,5	67,5	67,9	72,4	73,8	71,4	73,3	n.d.	62,6	61,7	57,3	62,4	58,3	59,5	59,7	57,0
Porcentaje de superficie total ocupada por libros (%)	85,3	85,3	84,9	85,5	86,6	87,0	85,0	86,4	83,7	83,1	80,5	81,2	81,5	81,9	79,2	78,9	74,5	74,8

A.1.1.4. Los recursos humanos y los horarios de apertura al público

- El factor trabajo es decisivo para el funcionamiento óptimo de un establecimiento comercial de las características de una librería.
- La dotación de recursos humanos puede ser asimismo un indicador del **tamaño** de la empresa. Asimismo, hay que tener en cuenta que la cantidad de empleados que una librería requiere, depende de la forma de organización del conjunto de los servicios de la empresa y, por tanto, **pueden existir distintos niveles de productividad del trabajo**.
- Concretamente, los indicadores elaborados para el análisis de los recursos humanos son los siguientes:
 - número de **empleados fijos** que trabajan en el establecimiento;
 - número máximo de **empleados eventuales** que hayan trabajado en la librería durante el último ejercicio;
 - cómputo del total de **meses trabajados anualmente por el total de empleados** (fijos y eventuales) de la librería;
 - cómputo del total de **horas de apertura semanales** de la librería;
 - cómputo del total de **días de apertura semanales** de la librería.

Cuadro 8
Recursos humanos de la librería y meses trabajados.
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2008

	Muy grandes			Grandes								
	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Empleados fijos (personas)	16,1	13,6	14,1	9,9	10,7	10,5	10,7	9,2	9,6	6,5	6,0	6,0
Empleados eventuales (personas)	3,2	2,4	1,0	1,7	1,5	1,0	1,9	1,3	1,3	0,9	0,7	0,5
Meses trabajados (meses)	189,0	161,3	156,8	115,0	122,2	121,0	121,3	103,2	104,6	73,3	64,9	66,7
Total horas de apertura semanales (horas)	52,9	53,9	52,5	50,4	51,9	51,1	52,8	49,8	51,3	49,4	49,3	48,6
Total días de apertura semanal (días)	6,0	6,1	5,9	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,1	6,0	6,1	6,1

	Medianas-grandes								Medianas-pequeñas									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Empleados fijos (personas)	4,4	4,6	4,0	3,8	4,3	4,3	3,8	3,4	3,5	2,7	2,5	2,6	2,9	2,7	2,7	2,6	2,4	2,7
Empleados eventuales (personas)	0,8	0,6	0,4	0,8	0,5	0,8	0,7	0,4	0,4	0,5	0,3	0,2	0,5	0,3	0,5	0,3	0,4	0,2
Meses trabajados (meses)	51,1	51,2	45,0	43,3	47,1	49,8	41,0	38,2	39,0	31,7	29,3	29,4	33,3	29,4	30,4	28,8	26,1	30,4
Total horas de apertura semanales (horas)	46,2	47,9	46,4	47,3	47,3	47,9	46,8	45,8	47,0	46,5	44,8	45,1	45,9	46,8	47,2	46,4	46,1	46,5
Total días de apertura semanal (días)	6,0	6,0	6,0	6,1	6,1	6,0	6,0	6,0	6,1	6,0	5,9	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,1

A.1.2. Ventas de la librería

- Este apartado contempla, en primer lugar, el volumen de ventas como indicador del **nivel de actividad de la empresa**. En segundo lugar, se observa la **composición de las ventas** tanto a nivel del artículo vendido, como a nivel de la lengua de publicación (en este último caso se hace referencia únicamente al artículo *libro*).

Concretamente, los indicadores elaborados en relación con las ventas son los siguientes:

- **ventas totales y ventas en libros;**
- **composición de las ventas según el artículo vendido:**
 - porcentaje de las ventas en libros
 - porcentaje de las ventas en otros artículos (revistas y quiosco, papelería, música y vídeo, y otras)
- **composición de las ventas de libros de la librería:**
 - porcentaje de las ventas del libro escolar
 - porcentaje de las ventas del libro universitario
 - porcentaje de las ventas del resto de libros
- **composición de las ventas según la lengua de publicación del libro** (castellano, otras lenguas oficiales en España, y lenguas extranjeras). Esta cuestión sólo se considera en las librerías ubicadas en Comunidades Autónomas con más de una lengua oficial (Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco).

- **ventas de libros según el canal de comunicación utilizado por el cliente** al hacer la compra: en el local de la librería, a través de visitas, por Internet y a través de otros canales.

Cuadro 9

Ventas totales netas de la librería y ventas en libros.

Según el tamaño de la librería. Años 2000-2008.

	Ventas totales netas (euro.)	Ventas en libros netas (euro.)	% del libro sobre las ventas totales
Muy grandes			
2006	3.078.693,68	2.551.481,60	87,8
2007	2.604.531,32	2.371.676,65	90,0
2008	2.617.914,38	2.346.148,07	91,4
Grandes			
2000	1.650.363,60	1.422.699,00	88,9
2001	1.508.705,60	1.282.123,70	88,0
2002	1.716.517,30	1.519.295,90	91,1
2003	2.289.775,30	1.483.943,80	87,3
2004	1.513.484,01	1.302.115,29	88,8
2005	1.455.339,35	1.252.471,99	88,4
2006	1.031.473,52	905.050,00	89,2
2007	1.026.108,80	900.145,98	89,1
2008	1.036.035,94	903.940,97	89,9
Medianas-grandes			
2000	515.052,90	412.379,10	85,6
2001	520.977,20	432.993,40	86,9
2002	502.669,90	395.366,40	87,3
2003	476.579,50	391.361,80	87,2
2004	515.560,99	411.708,38	85,7
2005	460.480,43	384.028,64	86,4
2006	509.632,81	417.981,65	85,3
2007	512.618,89	419.630,12	86,9
2008	561.653,22	432.060,02	85,4
Medianas-pequeñas			
2000	287.168,90	211.403,00	83,8
2001	330.879,50	228.168,00	80,8
2002	258.190,60	216.889,30	88,8
2003	277.185,20	200.534,40	82,2
2004	287.566,64	203.233,85	81,5
2005	273.075,42	202.686,50	78,3
2006	278.926,23	201.435,37	79,0
2007	307.562,42	212.241,15	74,2
2008	323072,03	221.444,15	76,5

Cuadro 10.
Composición de las ventas de la librería (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2008.

	Muy grandes		Grandes									
	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ventas en libros	87,8	90,0	91,4	88,9	88,0	91,1	87,3	88,8	88,4	89,2	89,1	91,4
Ventas en revistas y quiosco	1,4	1,6	0,7	3,5	3,3	3,8	2,7	2,5	3,7	3,1	3,1	0,7
Ventas en papelería	6,0	5,3	5,9	4,2	4,8	2,7	5,2	6,1	5,4	4,9	5,2	5,9
Ventas en música y vídeo	2,8	2,5	0,6	2,2	1,7	1,1	2,1	1,5	1,1	1,1	0,9	0,6
Ventas en otros artículos	2,0	0,6	1,4	1,2	2,2	1,3	2,7	1,1	1,4	1,7	1,8	1,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes								Medianas-pequeñas									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ventas en libros	85,6	86,9	87,3	87,2	85,7	86,4	85,3	86,9	85,4	83,8	80,8	88,8	82,2	81,5	78,3	79,0	74,2	76,5
Ventas en revistas y quiosco	2,7	4,3	2,8	3,3	2,8	3,0	2,4	2,7	3,0	3,6	2,1	2,6	4,0	4,3	5,0	3,1	4,4	3,5
Ventas en papelería	8,1	5,7	7,9	7,1	8,9	7,8	7,8	6,5	8,7	8,9	12,8	7,0	10,3	10,3	13,0	13,6	16,1	15,2
Ventas en música y vídeo	0,7	0,5	0,6	0,5	0,8	1,0	0,5	0,4	0,7	0,8	0,6	0,4	0,9	0,8	0,7	1,0	0,6	0,4
Ventas en otros artículos	2,9	2,6	1,4	1,9	1,9	1,8	4,0	3,5	2,2	2,9	3,7	1,2	2,7	3,2	3,0	3,3	4,7	4,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 11.

**Composición de las ventas de libros de la librería (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2001 y 2004-2008¹¹.**

	Muy grandes				Grandes							
	2006	2007	2008		2000	2001	2004	2005	2006	2007	2008	
Ventas del libro escolar	14,4	14,2	11,2		18,6	11,7	15,7	16,6	15,4	15,1	15,0	
Ventas del libro universitario	13,8	10,8	13,0		17,9	12,0	14,1	18,5	11,6	10,8	12,2	
Ventas del resto de libros	71,8	75,0	75,9		63,5	76,3	70,2	64,9	73,0	74,1	72,8	
Total	100,0	100,0	100,0		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

	Medianas-grandes				Medianas-pequeñas									
	2000	2001	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2004	2005	2006	2007	2008
Ventas del libro escolar	19,9	12,4	19,0	17,1	16,1	15,2	19,2	12,5	12,5	15,6	16,9	21,3	18,7	22,2
Ventas del libro universitario	8,1	12,9	9,2	12,4	10,3	10,0	7,3	12,1	10,2	11,4	13,9	9,5	9,0	8,6
Ventas del resto de libros	72,0	74,7	71,8	70,5	73,6	74,7	73,5	75,4	77,3	73,0	69,2	69,2	72,3	69,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹¹ Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003. Los datos de los años 2000 y 2001 de libro universitario incluyen también las ventas de libros científico-técnicos.

Cuadro 12.

Ventas de la librería por lengua de publicación¹² (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2008.

	Muy grandes			Grandes								
	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Libros en castellano	54,3	66,0	60,3	71,4	70,0	67,6	65,1	70,4	64,5	68,5	68,5	65,3
Libros en otras lenguas oficiales de España	29,5	25,8	22,2	17,0	25,3	22,2	23,3	20,6	25,4	22,9	21,7	27,0
Libros en lengua extranjera	16,2	8,1	17,5	11,6	4,7	10,2	11,6	9,0	10,1	8,6	9,8	7,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes							Medianas-pequeñas										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Libros en castellano	72,8	66,4	62,9	67,3	69,1	65,8	65,7	67,4	67,9	80,1	78,1	58,0	66,5	64,4	67,4	67,5	66,3	66,8
Libros en otras lenguas oficiales de España	16,5	22,1	29,5	23,9	23,6	24,3	24,8	25,9	27,9	13,2	16,0	30,8	23,2	27,5	27,3	26,0	25,9	25,6
Libros en lengua extranjera	10,7	11,5	7,6	8,8	7,3	9,9	9,5	6,7	4,2	6,7	5,9	11,2	10,3	8,2	5,3	6,5	7,8	7,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹² Sólo de las librerías ubicadas en comunidades autónomas con más de una lengua oficial.

Cuadro 13.

Composición de las ventas de la librería según el canal de compra utilizado por el cliente (en %). Según el tamaño de la librería. Años 2000-2001 y 2004-2008¹³.

	Muy grandes			Grandes							
	2006	2007	2008	2000	2001	2004	2005	2006	2007	2008	
Ventas en el local de la librería	88,2	89,1	84,4	82,9	84,3	83,4	85,4	85,7	92,1	89,6	
Ventas a través de visitas	2,3	7,1	2,5	3,5	4,2	8,9	7,0	6,2	3,9	2,7	
Ventas por internet	5,7	2,6	6,4	1,5	2,0	5,3	4,3	5,1	2,9	4,7	
Ventas a través de otros canales	3,9	1,2	6,7	12,1	9,5	2,4	3,3	3,0	1,1	3,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

	Medianas-grandes				Medianas-pequeñas									
	2000	2001	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2004	2005	2006	2007	2008
Ventas en el local de la librería	86,8	85,6	89,9	88,4	87,6	91,8	92,2	88,5	90,3	90,1	92,7	92,5	95,7	93,2
Ventas a través de visitas	6,0	4,0	6,9	4,5	4,7	3,0	2,3	5,1	2,6	3,7	3,8	3,0	1,1	1,2
Ventas por internet	1,6	2,4	1,9	4,5	4,7	3,5	3,0	0,8	2,2	3,6	2,2	2,6	2,2	3,5
Ventas a través de otros canales	5,6	8,0	1,4	2,6	3,0	1,7	2,4	5,6	4,9	2,6	1,3	1,9	1,0	2,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹³ Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003.

A.1.3. *Ratios* básicas de funcionamiento de la librería

- La interrelación de los datos recopilados en los anteriores apartados de la presente *Ficha* permite elaborar ciertas ***ratios* básicas relativas a la gestión y situación económica** de la librería. Esta información posibilita una **primera aproximación al análisis comparativo de la productividad de las librerías**, es decir, de la relación entre la producción obtenida y los factores utilizados para su obtención, durante un período determinado de tiempo.
- En concreto, las *ratios* básicas que se presentan son las siguientes:
 - **Meses trabajados / superficie total:** indicador del grado de dotación de recursos humanos respecto al espacio total del establecimiento.
 - **Ventas totales / superficie total:** indicador del grado de aprovechamiento de la superficie de la librería en relación con sus ventas totales.
 - **Ventas en libros / superficie total ocupada por libros:** indicador del grado de aprovechamiento de la superficie total de la librería ocupada por libros en relación con sus ventas totales en libros.
 - **Ventas totales / meses trabajados:** indicador del volumen de ventas totales con relación al total de meses trabajados.

Cuadro 14.
Ratios de actividades básicas de la librería
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2008.

	Meses trabajados / superficie total (meses / m ²)	Ventas totales / superficie total (Eur. / m ²)	Ventas en libros / superficie total libro (Eur. / m ²)	Ventas totales / meses trabajados (Eur. / meses)
Muy grandes				
2006	0,25	4.060,4	3.840,6	16.315,3
2007	0,24	3.642,5	3.628,5	15.940,9
2008	0,24	4.013,7	4.047,9	15.246,1
Grandes				
2000	0,27	3.511,1	3.672,1	13.365,0
2001	0,26	3.078,8	3.089,1	12.694,8
2002	0,27	3.686,9	3.658,5	14.700,3
2003	0,24	3.089,1	3.382,3	13.365,4
2004	0,26	4.135,2	4.238,8	15.592,9
2005	0,25	3.278,1	3.346,4	14.693,4
2006	0,23	3.709,5	3.728,8	14.997,4
2007	0,22	3.431,5	3.321,2	16.390,8
2008	0,25	3.758,9	3.709,0	15.129,7
Medianas-grandes				
2000	0,25	2.483,8	2.541,4	10.130,0
2001	0,25	2.879,9	2.883,4	10.786,9
2002	0,24	2.899,3	2.734,4	12.503,7
2003	0,23	2.474,3	2.728,3	11.193,3
2004	0,22	2.422,9	2.386,2	10.931,4
2005	0,22	2.175,5	2.018,3	10.041,0
2006	0,22	2.752,7	2.655,9	12.398,4
2007	0,22	2.959,7	2.804,5	13.319,2
2008	0,21	3.197,2	3.094,3	14.186,7
Medianas-pequeñas				
2000	0,26	2.405,0	2.244,1	9.730,0
2001	0,18	2.297,1	2.086,6	10.862,7
2002	0,21	1.810,1	1.722,4	9.043,4
2003	0,21	1.871,1	1.807,3	8.171,0
2004	0,23	2.242,2	2.062,4	9.675,5
2005	0,22	1.761,7	1.726,7	8.545,6
2006	0,22	2.309,1	2.120,4	10.135,0
2007	0,21	2.543,4	2.384,7	11.376,9
2008	0,22	2.022,0	1.882,8	9.251,8

A.1.4. Datos de gestión de la librería

- Finalmente, este apartado tiene por objeto las cuestiones relativas a **la gestión y los servicios de la librería.**

Más concretamente, las cuestiones contempladas son:

- La **distribución aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas funcionales:** ventas, atención al cliente y marketing; gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones; dirección general y gestión administrativa.
- El **promedio del descuento** concedido por los proveedores.
- **Composición de las existencias:** compradas y en depósito.
- **Los sistemas de pedido** utilizados por la librería (pedidos por teléfono, fax, ordenador-módem-fax, a través de representante comercial y otros sistemas).
- **Novedades recibidas según el sistema de recepción de éstas:** mediante servicio automático del proveedor, o por pedido expreso del librero.
- **Cantidad aproximada de ejemplares en estoc.**
- **Porcentaje estimado de devoluciones anuales sobre el total de ejemplares recibidos.**
- **El grado de informatización de la librería:** las nuevas tecnologías de la información tienen una progresiva presencia en las librerías. Estos equipamientos permiten una mejora de la **gestión del establecimiento**, muy

especialmente en el ámbito económico y logístico. En la presente ficha, se hace referencia concreta a los siguientes aspectos:

- informatización en la gestión de las existencias,
 - origen del programa utilizado,
 - tipo de programa utilizado.
-
- **Frecuencia de utilización del correo electrónico** para comunicarse con los proveedores.
 - **Frecuencia de acceso a Internet** para obtener información sobre Catálogos de Libros y bases de datos sobre productos (ISBN, ...).
 - **Utilización y valoración del SINLI** – Sistema de Información Normalizada para el Libro- por parte de la librería: frecuencia de su utilización, valoración de su utilidad en el futuro, y motivos (en su caso) de no utilización del SINLI.
 - **Introducción de innovaciones radicales en la empresa:** cambio en la distribución por materias/secciones de la librería, mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.), diversificación y mejora de las formas de pago/suscripción de los clientes, y mayor cooperación con los agentes culturales del entorno.
 - **Librerías que venden lectores de libro electrónico (e-readers).**
 - **Las librerías y las normas CLS:** grado de conocimiento de las normas y entre las librerías que las conocen grado de aplicación de éstas.

Cuadro 15.

Distribución porcentual aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas o funciones (en %). Según el tamaño de la librería. Año 2003-2008.

	Muy grandes			Grandes					
	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Trabajo dedicado a las ventas, atención al cliente y marketing	64,2	59,2	57,6	60,2	54,1	56,7	58,6	55,8	57,0
Trabajo dedicado a la gestión / informatización de pedidos, existencias y devoluciones	19,9	25,5	23,7	25,8	31,0	23,7	24,5	27,3	23,9
Trabajo dedicado a la dirección general y gestión administrativa	15,9	15,3	18,7	14,0	14,9	19,6	16,9	16,9	19,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes					Medianas-pequeñas						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Trabajo dedicado a las ventas, atención al cliente y marketing	56,6	53,5	57,1	57,8	54,7	52,6	58,6	53,8	62,6	58,5	56,4	53,6
Trabajo dedicado a la gestión / informatización de pedidos, existencias y devoluciones	28,3	32,7	24,0	24,5	27,3	27,3	25,3	32,4	19,8	25,1	26,1	25,7
Trabajo dedicado a la dirección general y gestión administrativa	15,1	13,8	18,9	17,7	18,0	20,1	16,1	13,8	17,6	16,4	17,5	20,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 16.

**Promedio de descuento otorgado por los proveedores (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2003-2008.**

	Muy grandes		Grandes						
	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Porcentaje de descuento	31,8	32,2	31,8	30,8	30,5	30,3	31,3	31,0	31,2

	Medianas-grandes					Medianas-pequeñas						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Porcentaje de descuento	28,8	29,1	29,5	30,3	30,4	30,1	28,5	28,7	28,0	28,6	29,3	28,8

Cuadro 17.

Composición de las existencias. Según el tamaño de la librería. 2000-2001 y 2004-2008¹⁴

	Muy grandes				Grandes					
	2006	2007	2008	2000	2001	2004	2005	2006	2007	2008
Existencias compradas	82,8	87,9	81,21	81,6	79,7	81,5	81,9	82,8	84,6	76,68
Existencias en depósito	17,2	12,1	18,79	18,4	20,3	18,5	18,1	17,2	15,4	23,32
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes				Medianas-pequeñas									
	2000	2001	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2004	2005	2006	2007	2008
Existencias compradas	81,2	81,7	77,7	78,5	76,8	80,4	77,54	76,0	76,0	76,0	74,2	74,3	75,3	76,79
Existencias en depósito	18,8	18,3	22,3	21,5	23,2	19,6	22,46	24,0	24,0	24,0	25,8	25,7	24,7	23,21
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹⁴ Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003.

Cuadro 18.
Sistemas de pedido de la librería (en %).
Por tamaño de la librería. Años 2000-2008.

	Muy grandes		Grandes									
	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Pedido a través de visita comercial	15,2	16,1	15,0	25,5	19,2	16,1	18,7	10,8	18,1	20,8	17,0	10,3
Pedido por teléfono	8,0	6,4	9,9	21,2	11,5	10,8	5,9	10,9	9,4	11,0	10,1	8,1
Pedido por fax	18,0	14,4	13,3	11,8	40,6	33,9	30,0	33,7	28,8	24,2	20,9	18,1
Pedido por ordenador-módem	58,3	61,5	61,5	39,5	28,0	36,0	40,3	44,0	42,6	42,4	49,2	60,1
Otros sistemas de pedido	0,5	1,6	0,3	2,0	0,6	3,2	5,2	0,6	1,1	1,6	2,8	3,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes								Medianas-pequeñas									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Pedido a través de visita comercial	19,4	18,0	14,8	15,2	10,7	12,6	18,2	14,7	10,8	16,9	18,2	14,9	17,5	12,3	12,4	18,5	18,0	12,7
Pedido por teléfono	15,8	15,4	14,1	15,8	13,7	19,2	15,4	17,2	13,2	25,8	29,5	24,5	20,5	21,5	25,5	21,5	22,0	23,3
Pedido por fax	49,2	42,4	47,0	43,8	36,7	31,1	26,6	21,8	21,4	42,9	40,8	44,0	38,9	37,0	33,7	27,8	24,9	20,7
Pedido por ordenador-módem	13,6	22,7	23,3	22,5	37,5	36,0	39,4	45,2	48,0	11,2	9,8	14,3	21,0	27,6	26,4	29,6	33,8	41,1
Otros sistemas de pedido	2,0	1,5	0,8	2,7	1,4	1,1	0,4	1,0	6,7	3,2	1,6	2,3	2,1	1,6	2,1	2,6	1,3	2,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 19.

Promedio del porcentaje de novedades que recibe la librería según el sistema de recepción (en %). Según el tamaño de la librería. Año 2006- 2008.

	Muy grandes		Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas		
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	
Por servicio automático de novedades del proveedor	56,3	44,1	42,1	52,2	48,0	59,7	50,3	55,5	58,1
Por pedido expreso realizado por la propia librería	43,7	55,9	54,3	47,8	46,3	40,3	49,7	40,48	40,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 20.

Porcentaje de librerías según la cantidad aproximada de ejemplares en estoc (en %). Según el tamaño de la librería. Año 2006-2008.

	Muy grandes		Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas		
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	
Menos de 1.500 ejemplares	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	0,5	1,7	9,8
De 1.501 a 3.000 ejemplares	0,0	0,0	0,0	4,1	1,6	5,6	5,7	9,1	21,6
De 3.001 a 5.000 ejemplares	0,0	0,0	7,1	4,1	4,9	10,7	9,4	13,1	17,6
De 5.001 a 10.000 ejemplares	3,1	2,4	7,1	7,3	9,0	16,3	15,6	22,7	20,3
De 10.001 a 15.000 ejemplares	6,3	0,0	0,0	9,8	8,2	12,4	18,8	8,5	10,2
De 15.001 a 25.000 ejemplares	6,3	14,3	14,3	18,7	25,4	14,6	16,7	19,3	4,9
De 25.001 a 40.000 ejemplares	21,9	11,9	10,7	20,3	25,4	15,7	15,1	10,2	5,3
Más de 40.000 ejemplares	53,1	66,7	50,0	24,4	20,5	6,2	7,8	5,1	0,8
Ns/Nc	9,4	4,8	10,7	11,4	4,9	16,9	10,4	10,2	13,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 23.

Tipo de programa utilizado por la librería (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2008.

	Muy grandes		Grandes									
	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Programa propio	34,4	38,1	30,8	37,9	39,8	40,1	41,0	27,2	29,3	22,9	26,2	19,3
Programa adquirido	59,4	61,9	65,4	62,1	60,2	59,0	56,7	71,3	68,0	67,0	73,0	78,2
Ns/Nc	6,2	0,0	3,8	0,0	0,0	0,9	2,2	1,5	2,7	10,1	0,8	2,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes								Medianas-pequeñas									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Programa propio	29,5	31,5	33,1	31,0	23,0	29,8	21,6	24,4	18,6	25,8	33,5	32,8	35,7	30,9	30,1	26,1	30,1	28,1
Programa adquirido	70,5	67,8	64,2	67,4	76,4	68,5	73,5	75,6	81,4	74,2	65,9	64,4	63,4	66,5	65,0	65,5	67,9	70,2
Ns/Nc	0,0	0,7	2,7	1,6	0,7	1,7	4,9	0,0	0,0	0,0	0,6	2,8	0,9	2,6	4,9	8,4	1,9	1,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 24.

**Nombre del programa utilizado por la librería entre las que han adquirido uno (en %)
Según el tamaño de la librería. Año 2008.**

	Muy grandes 2008	Grandes 2008	Medianas-grandes 2008	Medianas-pequeñas 2008
Homero	17,6	14,0	11,0	8,2
Geslib (ARG)	5,9	3,2	4,7	8,8
Geslib Plus (Irevenque)	29,4	44,1	28,3	21,2
Verial	0,0	4,3	14,2	11,2
AGC sector del libro	0,0	0,0	0,8	2,4
Galatea-books Servet-SQL 2007	17,6	5,4	11,0	4,1
Otros	29,4	25,8	24,4	35,9
Ns/Nc	0,0	3,2	5,5	8,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 25.

Frecuencia de utilización del correo electrónico para comunicarse con los proveedores (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2008.

	Muy grandes			Grandes				
	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Siempre	50,0	61,9	71,4	44,2	50,3	46,8	51,2	62,3
Muy frecuentemente	40,6	28,6	17,9	16,3	24,2	23,9	27,6	24,6
Frecuentemente	6,3	2,4	3,6	16,3	11,8	12,8	9,8	6,6
Algunas veces	3,1	2,4	3,6	9,3	5,9	11,9	8,9	4,1
Nunca	0,0	2,4	0,0	9,3	5,2	1,8	2,4	1,6
Ns/nc	0,0	2,4	3,6	4,7	2,6	2,8	0,0	0,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes			Medianas-pequeñas						
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Siempre	31,2	47,0	38,2	54,2	55,1	22,2	31,3	27,4	37,4	38,5
Muy frecuentemente	15,6	15,7	24,2	21,9	17,6	17,6	18,7	17,5	17,0	20,3
Frecuentemente	18,3	12,6	9,6	9,9	12,5	16,2	11,2	12,9	12,1	13,5
Algunas veces	12,8	14,1	12,9	7,8	8,0	9,7	11,5	17,5	14,0	12,8
Nunca	21,1	10,1	14,0	6,3	6,3	31,5	25,5	20,1	17,4	13,5
Ns/nc	0,9	0,5	1,1	0,0	0,6	2,8	1,8	4,6	2,3	1,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 26.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros: a través de CEGAL en RED (en %). Según el tamaño de la librería. Años 2006-2008.

	Muy grandes			Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Siempre	21,9	14,3	28,6	9,2	8,9	25,4	9,6	5,7	13,6	1,7	4,5	7,1
Muy frecuentemente (casi cada día)	0,0	7,1	10,7	6,4	12,2	16,4	6,7	7,8	10,2	6,9	3,8	8,4
Frecuentemente (alguna vez por semana)	0,0	9,5	0,0	11,0	8,1	4,9	9,6	6,8	2,3	5,9	5,7	3,7
Algunas veces (al mes)	12,5	7,1	7,1	13,8	11,4	5,7	10,1	7,8	4,0	10,2	8,3	4,4
Nunca	56,3	61,9	39,3	49,5	58,5	45,9	54,5	68,8	66,5	65,0	72,5	73,6
Ns/nc	9,4	0,0	14,3	10,1	0,8	1,6	9,6	3,1	3,4	10,2	5,3	2,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 27.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros: a través de ISBN (en %). Según el tamaño de la librería. Años 2006-2008.

	Muy grandes			Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Siempre	15,6	28,6	28,6	22,0	30,9	24,6	16,9	24,0	27,8	12,9	18,5	22,6
Muy frecuentemente (casi cada día)	28,1	21,4	14,3	19,3	23,6	21,3	16,9	20,8	14,2	18,2	19,2	11,1
Frecuentemente (alguna vez por semana)	9,4	7,1	7,1	11,0	13,0	12,3	14,0	15,1	7,4	10,6	14,3	7,1
Algunas veces (al mes)	6,3	4,8	3,6	7,3	8,1	7,4	10,7	9,9	4,5	8,6	12,1	10,1
Nunca	40,6	38,1	32,1	31,2	23,6	32,0	37,6	28,6	43,8	42,2	32,5	47,0
Ns/nc	0,0	0,0	14,3	9,2	0,8	2,5	3,9	1,6	2,3	7,6	3,4	2,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 28.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros: a través de otras fuentes gratuitas (DILVE, etc.) (en %). Según el tamaño de la librería. Años 2006-2008.

	Muy grandes			Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Siempre	3,1	21,4	10,7	10,1	20,3	17,2	6,2	15,1	18,2	5,3	11,3	20,3
Muy frecuentemente (casi cada día)	6,3	7,1	14,3	6,4	12,2	12,3	9,0	8,9	8,0	12,5	7,5	6,8
Frecuentemente (alguna vez por semana)	0,0	16,7	3,6	11,9	12,2	6,6	6,7	12,0	1,7	7,6	13,2	7,8
Algunas veces (al mes)	15,6	4,8	7,1	9,2	13,8	8,2	8,4	8,9	2,8	6,6	7,5	4,4
Nunca	59,4	50,0	50,0	49,5	40,7	53,3	61,2	52,6	65,9	56,4	57,0	57,8
Ns/nc	15,6	0,0	14,3	12,8	0,8	2,5	8,4	2,6	3,4	11,6	3,4	3,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 29.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros: a través de otras fuentes de pago (en %). Según el tamaño de la librería. Años 2006-2008.

	Muy grandes			Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Siempre	6,3	2,4	3,6	7,3	0,8	4,9	3,9	1,6	4,5	3,0	1,5	2,4
Muy frecuentemente (casi cada día)	18,8	0,0	0,0	0,9	1,6	2,5	2,8	1,6	2,8	2,0	1,1	0,3
Frecuentemente (alguna vez por semana)	3,1	2,4	0,0	3,7	3,3	0,0	1,7	0,5	0,0	1,3	1,1	0,7
Algunas veces (al mes)	3,1	4,8	3,6	3,7	2,4	2,5	2,2	3,6	2,3	2,3	0,8	1,0
Nunca	59,4	90,5	78,6	66,1	89,4	87,7	78,1	89,6	86,4	78,2	90,2	92,9
Ns/nc	9,4	0,0	14,3	18,3	2,4	2,5	11,2	3,1	4,0	13,2	5,3	2,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 30.

**Porcentaje de utilización del SINLI por parte de las librerías (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2008.**

	Muy grandes				Grandes			
	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Si utiliza SINLI	65,6	57,1	67,9	37,9	45,1	51,4	54,5	73,0
No utiliza SINLI	34,4	42,9	28,6	61,4	51,0	45,9	45,5	26,2
Ns / Nc	0,0	0,0	3,6	0,7	3,9	2,7	0,0	0,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes				Medianas-pequeñas					
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Si utiliza SINLI	33,1	39,4	43,8	45,3	54,5	14,1	15,5	25,7	25,7	31,8
No utiliza SINLI	66,9	59,1	55,1	54,2	44,9	84,4	83,1	71,9	72,8	67,6
Ns / Nc	0,0	1,5	1,1	0,5	0,6	1,6	1,4	2,3	1,5	0,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 31.

Frecuencia de utilización del SINLI por parte de las librerías que lo utilizan. Según el tamaño de la librería. Años 2004-2008.

	Muy grandes			Grandes				
	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Siempre	42,9	62,5	78,7	60,4	65,2	53,6	55,2	78,7
Muy frecuentemente	38,1	4,2	9,0	15,1	13,0	19,6	11,9	9,0
Frecuentemente	4,8	4,2	6,7	11,3	4,3	5,4	6,0	6,7
Algunas veces	0,0	4,2	3,4	3,8	8,7	0,0	4,5	3,4
Nunca	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1
Ns/nc	14,3	25,0	1,1	9,4	8,7	21,4	22,4	1,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes			Medianas-pequeñas						
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Siempre	66,7	51,3	51,3	57,5	72,9	52,8	58,1	37,2	61,8	71,3
Muy frecuentemente	18,5	16,7	11,5	10,3	8,3	19,4	18,6	20,5	10,3	14,9
Frecuentemente	13,0	14,1	6,4	2,3	12,5	11,1	9,3	7,7	10,3	9,6
Algunas veces	1,9	12,8	11,5	4,6	4,2	11,1	4,7	10,3	4,4	4,3
Nunca	0,0	0,0	0,0	1,1	1,0	0,0	0,0	2,6	0,0	0,0
Ns/nc	0,0	5,1	19,2	24,1	1,0	5,6	9,3	21,8	13,2	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 32.

Utilidad del SINLI de cara al futuro, como instrumento para una óptima gestión de la librería, según las librerías que lo utilizan en la actualidad (en %). Años 2004-2008.

	Muy grandes			Grandes				
	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Muy útil e indispensable	66,7	70,8	89,5	71,7	76,8	80,4	68,7	83,1
Más o menos útil e indispensable	28,6	29,2	5,3	15,1	14,5	16,1	28,4	13,5
Nada útil ni indispensable	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	1,1
Ns/nc	4,8	0,0	5,3	13,2	5,8	3,6	3,0	2,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes			Medianas-pequeñas						
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Muy útil e indispensable	79,6	70,5	74,4	75,9	78,1	69,4	79,1	70,5	58,8	81,9
Más o menos útil e indispensable	16,7	21,8	17,9	18,4	17,7	25,0	14,0	24,4	35,3	13,8
Nada útil ni indispensable	0,0	3,8	2,6	2,3	1,0	2,8	2,3	1,3	1,5	2,1
Ns/nc	3,7	3,8	5,1	3,4	3,1	2,8	4,7	3,8	4,4	2,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 33.

Porcentaje de librerías que no utilizan el SINLI según si disponen de ordenador en el establecimiento (en %). Según el tamaño de la librería. Años 2004-2008.

	Muy grandes			Grandes				
	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Dispone de ordenador	100,0	100,0	100,0	98,8	98,7	100,0	100,0	93,8
No dispone de ordenador	0,0	0,0	0,0	1,2	1,3	0,0	0,0	6,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes			Medianas-pequeñas					
	2004	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Dispone de ordenador	98,2	100,0	94,9	94,2	89,9	92,6	94,0	92,2	88,0
No dispone de ordenador	1,8	0,0	5,1	5,8	10,1	7,4	6,0	7,8	12,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 34.

Motivos para no utilizar el SINLI aunque se disponga de ordenador en el establecimiento (en %). Según el tamaño de la librería. Años 2004-2008.

	Muy grandes			Grandes				
	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
No conoce el SINLI	9,1	11,1	0,0	27,1	18,2	14,0	17,9	30,0
Conoce el SINLI pero tiene programa informático incompatible ¹⁵	9,1	5,6	12,5	-	9,1	16,0	16,1	6,7
Conoce el SINLI y prevé instalarlo próximamente ¹⁶	18,2	61,1	25,0	-	36,4	30,0	39,3	20,0
Conoce el SINLI pero no le interesa	63,6	22,2	50,0	54,1	31,2	30,0	16,1	33,3
Otros motivos ¹⁷	-	-	0,0	14,1	-	-	-	0,0
Ns/nc	0,0	0,0	12,5	4,7	5,2	10,0	10,7	10,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes			Medianas-pequeñas						
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
No conoce el SINLI	34,6	31,6	25,8	19,4	22,5	53,1	36,0	41,0	33,7	39,2
Conoce el SINLI pero tiene programa informático incompatible	-	5,1	10,8	7,1	7,0	-	5,6	7,8	9,6	9,7
Conoce el SINLI y prevé instalarlo próximamente	-	22,2	25,8	25,5	18,3	-	20,6	17,6	15,2	12,5
Conoce el SINLI pero no le interesa	51,4	32,5	32,3	40,8	38,0	35,3	29,9	28,3	32,6	27,3
Otros motivos	12,1	-	-	-	-	9,2	-	-	-	-
Ns/nc	1,9	8,5	5,4	7,1	14,1	2,4	7,9	5,4	9,0	11,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹⁵ Opciones de respuesta no formuladas el año 2004.

¹⁶ Opciones de respuesta no formuladas el año 2004.

¹⁷ Opción de respuesta únicamente formulada el 2004.

Cuadro 35.

Porcentaje de librerías que en el último año han introducido alguna innovación relevante o radical en la empresa (en % afirmativo). Según el tamaño de la librería. Año 2006-2008.

	Muy grandes		Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas					
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007				
Un cambio en la distribución por materias / secciones de la librería	25,0	46,3	42,9	23,9	31,9	38,5	24,2	23,8	31,8	16,8	21,1	20,6
Una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.)	37,5	55,0	64,3	33,0	27,9	48,4	37,6	34,4	44,9	31,4	24,9	30,1
Una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de clientes	12,5	14,6	35,7	17,4	11,5	16,4	12,4	9,5	10,8	7,6	7,3	6,4
Una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.)	28,1	36,6	60,7	40,4	25,4	23,0	41,0	21,6	30,7	33,7	19,4	17,2

Cuadro 36.

Porcentaje de librerías que venden lectores de libro electrónico (e-readers) (en %). Según el tamaño de la librería. Año 2008.

	Muy grandes		Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2008	2008	2008	2008	2008	2008	2008	
Sí	35,7	20,5	8,0	5,1	93,2	1,7	100,0	
No	60,7	77,9	90,9	93,2	1,7	100,0	100,0	
Ns/nc	3,6	1,6	1,1	1,7	100,0	100,0	100,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Cuadro 37.

Porcentaje de librerías que conocen las normas CSL (Programa de mejora de la Cadena de Suministros del Libro) (en %). Según el tamaño de la librería. Año 2008.

	Muy grandes		Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2008		2008		2008		2008	
Sí	32,1		30,3		25,0		14,2	
No	67,9		68,9		75,0		85,5	
Ns/nc	0,0		0,8		0,0		0,3	
Total	100,0		100,0		100,0		100,0	

Cuadro 38.

Porcentaje de aplicación de las normas CSL (Programa de mejora de la Cadena de Suministros del Libro) entre las librerías que las conocen (en %). Según el tamaño de la librería. Año 2008.

	Muy grandes		Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2008		2008		2008		2008	
Sí	66,7		62,2		56,8		50,0	
No	33,3		35,1		38,6		50,0	
Ns/nc	0,0		2,7		4,5		0,0	
Total	100,0		100,0		100,0		100,0	

**A.2.) Datos estadísticos de la
Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería**

A.2.1. Datos generales

En este apartado de datos generales se consideran el **número de puntos de venta de libros que tiene una misma empresa.**

Cuadro 39.

Propiedad de más de un punto de venta de las empresas (en %).

Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2007.

	Dispone de más de un punto de venta	No dispone de más de un punto de venta
Muy grandes		
2006	74,2	25,8
2007	66,7	33,3
Grandes		
2000	44,4	55,6
2001	42,9	57,1
2002	46,8	53,2
2003	46,6	53,4
2004	45,8	54,2
2005	49,4	50,6
2006	32,5	67,5
2007	32,4	67,6
Medianas-Grandes		
2000	17,1	82,9
2001	37,2	62,8
2002	28,7	71,3
2003	15,0	85,0
2004	12,1	87,9
2005	17,9	82,1
2006	16,7	83,3
2007	10,2	89,8
Medianas-pequeñas		
2000	11,1	88,9
2001	26,1	73,9
2002	29,8	70,2
2003	12,1	87,9
2004	14,7	85,3
2005	6,5	93,5
2006	17,1	82,9
2007	12,3	87,7

A.2.2. Datos económicos y ratios de funcionamiento de la librería

- El resultado de cualquier actividad empresarial se obtiene de la diferencia entre **ingresos** percibidos y **gastos** realizados. La evolución de estas dos variables determina el sentido positivo o negativo del resultado de la gestión económica de la librería. En consecuencia, un análisis detallado de dichas variables aporta información de gran importancia para el negocio.

- Este apartado de la *Ficha B de Indicadores de Gestión de la Librería* tiene por objeto el estudio de las siete cuestiones siguientes:
 - **análisis de los ingresos;**
 - **análisis de los gastos;**
 - **análisis de la liquidez;**
 - **análisis de la gestión de los activos;**
 - **análisis del endeudamiento;**
 - **análisis del margen bruto;**
 - **análisis de la rentabilidad.**

- Esta información tiene, como interés prioritario, el análisis comparativo de las magnitudes promedio del sector con los datos particularizados de cada librería. Este análisis se ha proporcionado de forma confidencial e individualizada a cada empresa (ver Modelos de Fichas en el Anexo 2).

- Sin embargo, el estudio agregado a ámbito sectorial de este apartado del trabajo permite identificar ciertas cuestiones clave relativas a las características económicas del negocio librero, y compararlas con el conjunto del comercio minorista en España.

A.2.2.1. Análisis de los ingresos

- El principal objetivo empresarial de la librería es el comercio al detalle de libros, de forma que sus ingresos van a proceder fundamentalmente de la venta de dichos productos. De este modo, complementariamente al análisis del volumen y la composición de las ventas realizadas en el anterior apartado 2.1.2., hay que considerar el estudio del **ritmo de las ventas en el tiempo**, del **coste que supone para la librería la venta de sus productos**.
- Por ello, los indicadores elaborados para una mayor profundización en el análisis de los ingresos son los siguientes):

- **Promedio de las ventas diarias:** volumen medio de ventas por día.

$$\text{Promedio de las ventas diarias} = \frac{\text{ventas totales netas}}{360}$$

- **Estimación del coste de las ventas:** este indicador refleja el coste de lo que se ha vendido. Dada la dificultad de conocer con precisión esta magnitud, se ha optado por el cálculo simplificado (y aproximado) según la fórmula siguiente, que refleja el valor de las compras de los productos vendidos:

$$\text{Coste de las ventas de libros} = \text{ventas libros} \times \left(1 - \frac{\text{descuento}}{100}\right)$$

Señalar que a partir del año 2002, este indicador se circunscribe a las ventas en libros, mientras que en años precedentes hacía referencia al conjunto de las ventas.

- **Estimación del coste de un día medio de ventas.** Esta *ratio* indica el reparto diario de la estimación realizada anteriormente del coste de las ventas.

$$\text{Estimación del coste de un día medio de ventas en libros} = \frac{\text{coste de las ventas}}{360}$$

Como en el caso del indicador anterior, éste también se ha circunscrito a las ventas en libros.

Cuadro 40.

Análisis de los ingresos de la librería.

Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2007.

	Promedio de ventas diarias (Eur./día)	Promedio de coste diario de ventas (Eur./día)	Promedio de coste diario de ventas de libros (Eur./día)	Estimación de coste de los bienes vendidos (Eur.)	Estimación de coste de los libros vendidos (Eur.)
Muy grandes					
2006	10.849,46	n.d.	7.496,75	n.d.	2.698.831,76
2007	13.859,15	n.d.	8.311,30	n.d.	2.992.068,27
Grandes					
2000	5.312,90	3.824,90	n.d.	1.376.954,20	n.d.
2001	6.244,60	n.d.	3.576,70	n.d.	1.287.607,00
2002	4.862,90	n.d.	3.080,80	n.d.	1.109.105,40
2003	4.598,10	n.d.	3.207,80	n.d.	1.154.814,80
2004	5.946,02	n.d.	4.130,36	n.d.	1.486.928,74
2005	6.240,62	n.d.	4.299,00	n.d.	1.547.641,17
2006	2.654,02	n.d.	1.832,19	n.d.	659.587,70
2007	3.138,35	n.d.	1.844,87	n.d.	664.154,86
Medianas-grandes					
2000	1.636,00	1.287,60	n.d.	463.540,70	n.d.
2001	1.632,20	n.d.	820,00	n.d.	295.195,40
2002	1.325,40	n.d.	787,70	n.d.	283.580,60
2003	1.222,50	n.d.	865,80	n.d.	311.695,60
2004	1.199,81	n.d.	842,63	n.d.	303.347,29
2005	1.200,04	n.d.	849,87	n.d.	305.952,11
2006	1.162,55	n.d.	814,67	n.d.	293.279,66
2007	1.478,72	n.d.	867,26	n.d.	312.212,65
Medianas-pequeñas					
2000	923,80	575,6	n.d.	207.228,30	n.d.
2001	909,60	n.d.	495,80	n.d.	178.475,80
2002	894,10	n.d.	462,80	n.d.	166.596,50
2003	542,9	n.d.	389,40	n.d.	140.164,30
2004	565,87	n.d.	404,26	n.d.	145.535,37
2005	493,19	n.d.	353,15	n.d.	127.134,50
2006	474,39	n.d.	338,54	n.d.	121.872,69
2007	702,31	n.d.	364,75	n.d.	131.311,55

A.2.2.2. Análisis de los gastos

El desarrollo de la actividad propia de la librería exige realizar una serie de gastos, cuya buena gestión tiene efectos directos sobre el resultado de la empresa. La cuenta de gastos de la librería se compone de un amplio abanico de conceptos, de forma que su análisis se ha estructurado en dos apartados:

- **Análisis de las compras:** gastos correspondientes al aprovisionamiento de las mercancías (libros y otros productos) adquiridos para ser vendidos a la librería. Más concretamente se analizan los siguientes aspectos:
 - **volumen de compras totales;**
 - **volumen de compras en libros;**
 - **importancia relativa de las compras en libros;**

- **Análisis de otros gastos:** resto de conceptos de gasto por los que la librería ha contraído la obligación de pagar una cierta cantidad de dinero. Más concretamente, se analiza:
 - **volumen de los gastos de personal;**
 - **volumen de los gastos financieros;**
 - **volumen de los otros gastos de explotación;**
 - **porcentaje de los gastos en personal sobre los ingresos totales.**

Cuadro 41.**Compras de la librería.**Según el tamaño de la empresa¹⁸. Años 2000-2007.

	Compras totales (Eur.)	Compras en libros (Eur.)	Importancia de las compras en libros (%)
Muy grandes			
2006	3.182.680,61	2.836.344,39	89,1
2007	3.591.950,31	3.073.577,00	85,6
Grandes			
2000	1.507.106,10	1.306.215,50	86,7
2001	1.698.271,60	1.355.275,60	79,8
2002	1.264.814,10	1.146.582,50	90,6
2003	1.426.701,60	1.253.578,90	87,9
2004	1.728.431,25	1.507.662,39	87,2
2005	1.768.369,30	1.594.407,44	90,2
2006	810.167,46	688.221,69	84,9
2007	822.484,65	687.070,21	83,5
Medianas-grandes			
2000	468.700,40	301.499,00	64,3
2001	437.373,50	323.224,20	73,9
2002	365.584,30	305.577,70	83,6
2003	385.201,30	323.527,00	84,0
2004	408.623,79	324.828,66	79,5
2005	397.639,79	318.000,94	80,0
2006	391.146,54	304.593,38	77,8
2007	397.429,75	329.287,80	82,9
Medianas-pequeñas			
2000	225.930,50	172.294,60	76,3
2001	239.435,90	180.528,20	75,4
2002	230.589,60	169.499,70	73,5
2003	197.206,60	146.207,60	74,1
2004	187.188,93	141.466,54	75,6
2005	178.641,62	120.794,28	67,6
2006	179.251,00	127.696,71	71,2
2007	179.871,88	131.936,04	73,4

¹⁸ El desigual nivel de respuesta obtenido los años 2000 y 2001 respecto las “Compras totales” y las “Compras en libros” explica que el porcentaje relativo a la “Importancia de las compras en libros” no coincida, necesariamente, con la relación entre las medias de “Compras totales” y “Compras en libros”.

Cuadro 42.

**Gastos de la librería: personal, financieros y otros gastos de explotación.
Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2007.**

	Gastos de personal (Eur.)	Gastos financieros (Eur.)	Otros gastos de explotación (Eur.)	% Gasto en personal sobre los ingresos totales
Muy grandes				
2006	698.501,66	28.833,76	425.478,35	15,95
2007	802.480,88	27.785,58	480.246,73	16,08
Grandes				
2000	260.495,50	17.639,70	n.d.	n.d.
2001	449.898,80	43.382,60	301.169,80	n.d.
2002	256.750,70	18.061,20	138.585,40	n.d.
2003	321.352,80	15.853,60	175.908,90	16,07
2004	400.847,84	16.305,00	250.092,98	16,30
2005	397.166,34	15.541,26	252.375,82	15,91
2006	179.926,51	8.739,60	102.067,68	16,07
2007	182.858,64	8.279,01	98.549,72	16,18
Medianas-grandes				
2000	86.522,80	5.402,90	n.d.	n.d.
2001	97.006,60	7.244,30	54.124,10	n.d.
2002	66.313,10	5.156,30	41.984,90	n.d.
2003	74.406,00	6.440,20	47.978,80	14,24
2004	82.264,33	5.723,58	49.301,09	15,01
2005	83.670,76	5.156,47	49.264,26	15,41
2006	77.165,68	4.965,56	47.922,73	14,44
2007	78.682,81	5.450,09	44.857,93	14,78
Medianas-pequeñas				
2000	33.027,10	3.150,80	n.d.	n.d.
2001	41.900,70	1.532,00	12.085,90	n.d.
2002	49.464,40	3.802,10	33.122,70	n.d.
2003	38.497,40	2.700,50	25.900,90	14,35
2004	46.382,40	3.198,59	38.651,84	17,25
2005	50.359,39	3.071,44	33.560,85	18,72
2006	35.404,03	2.077,55	26.132,44	14,81
2007	40.775,26	2.771,34	27.353,16	16,36

A.2.2.3. Análisis de la liquidez

Los indicadores de liquidez de las empresas permiten diagnosticar las posibilidades de afrontar los pagos a corto plazo (y por lo tanto, el riesgo de incurrir en situación de suspensión de pagos). Para ello, los indicadores elaborados reflejan la relación existente entre el valor del activo líquido de la empresa (activo circulante, tesorería y activo disponible) y el valor de las deudas. En concreto, se han elaborado las siguientes ratios:

- **Liquidez.** Se obtiene de la división entre el activo circulante por el pasivo exigible a corto plazo. Habitualmente, se considera que, para que la empresa no tenga tensiones respecto de su liquidez, el valor de esta ratio debe ser próximo a 2: puede haber problemas de liquidez (y riesgo de suspensión de pagos) si el valor es muy inferior a 2 y, por el contrario, puede evidenciarse que hay un activo circulante “ocioso” si éste es muy superior a 2.

$$\text{Ratio de liquidez} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Exigible a corto plazo}}$$

- **Tesorería.** Se calcula dividiendo el activo realizable más el activo disponible por el pasivo exigible a corto plazo. En este caso, e indicativamente, la ratio debe tener un valor próximo a 1: puede haber problemas de liquidez (y riesgo de suspensión de pagos) si el valor es muy inferior a 1 y, por el contrario, puede existir un “exceso” de activos líquidos si éste es muy superior a 1.

$$\text{Ratio de tesorería} = \frac{\text{Activo realizable y activo disponible}}{\text{Exigible a corto plazo}}$$

- **Disponibilidad.** Es la relación entre el activo disponible y el pasivo exigible a corto plazo. En este caso, el valor indicativo de la ratio es 0,3: la empresa

puede tener problemas para realizar sus pagos si el valor es muy inferior a 0,3 y, por el contrario, puede existir un “exceso” de recursos disponibles si éste es muy superior a 0,3.

$$\text{Ratio de disponibilidad} = \frac{\text{Activo disponible}}{\text{Exigible a corto plazo}}$$

- **Fondo de maniobra.** Este indicador resulta de la diferencia entre el activo circulante y el pasivo exigible a corto plazo, y refleja la parte del activo circulante que es financiada con los recursos permanentes de la empresa. Habitualmente, el fondo de maniobra debe tener un valor de sentido positivo, ya que supone que parte del activo disponible contribuye a financiar el pasivo a largo plazo; por el contrario, si el fondo de maniobra es negativo, puede haber un riesgo de suspensión de pagos (ya que supone que el activo fijo se financia en parte con el pasivo exigible a corto plazo).

$$\text{Ratio del fondo de maniobra} = \text{Activo circulante} - \text{Exigible a corto plazo}$$

Debe señalarse que, en el caso de las librerías, un valor bajo de las ratios de liquidez (muy inferior a 2) y de tesorería (muy inferior a 1), puede ser consecuencia de un elevado peso relativo de las partidas de acreedores a corto plazo (sobretudo proveedores, que pueden contribuir a financiar la empresa). Por lo tanto, los datos de estas ratios deberán contrastarse con los obtenidos en los demás indicadores de liquidez elaborados (disponibilidad y fondo de maniobra).

Cuadro 43.

**Ratios de liquidez, tesorería, disponibilidad y fondo de maniobra.
Según el tamaño de la empresa. Años 2006-2007.**

	Ratio de liquidez	Ratio de tesorería	Ratio de disponibilidad	Fondo de maniobra (Eur.)
Muy grandes				
2006	1,47	0,90	0,30	640.934,88
2007	1,26	0,76	0,24	401.018,52
Grandes				
2006	1,34	0,56	0,23	120.676,48
2007	1,45	0,62	0,26	145.296,96
Medianas-grandes				
2006	1,40	0,63	0,31	67.528,69
2007	1,13	0,48	0,20	24.640,27
Medianas-pequeñas				
2006	1,29	0,56	0,27	28.151,60
2007	1,19	0,52	0,23	22.436,93

A.2.2.4. Análisis de la gestión de los activos

- En este apartado se profundiza, en primer lugar, en el análisis de las existencias de la librería, constituidas por el conjunto de bienes y materiales que la librería posee previamente a la realización de las ventas.

Así se presentan las existencias de las **librerías en términos monetarios**. A efectos del análisis comparativo entre librerías, hay que tener presente que la contabilización del valor de las existencias se puede determinar mediante distintos métodos de cálculo.

En concreto, para dicho análisis de las existencias se consideran los siguientes indicadores:

- **volumen de existencias iniciales** del último ejercicio cerrado;
- **volumen de existencias finales** del último ejercicio cerrado;
- **cálculo del volumen medio de existencias**, según la fórmula siguiente:

$$\text{Volumen medio de existencias} = \frac{\text{existencias iniciales} + \text{existencias finales}}{2}$$

- **Cálculo de la rotación media de las existencias.** La rotación de las existencias expresa el número de veces que la empresa vende, de promedio, sus existencias anualmente. En general, una rotación media de estocs elevada puede suponer unas ventas más elevadas. De forma contraria, una tasa de rotación inferior puede significar que la empresa dispone de una gran cantidad de artículos de venta difícil.

El **coeficiente de rotación** también puede ser utilizado como indicador de medida de la liquidez de la empresa, dado que una mayor velocidad en la renovación de las existencias puede favorecer la tesorería del establecimiento.

La fórmula de cálculo de la rotación media de las existencias que se utiliza es la siguiente:

$$\text{Rotación media de las existencias} = \frac{\text{ventas totales}}{\text{estocs medios}}$$

Hay que tener en cuenta que la fórmula de cálculo de la rotación media de las existencias utilizada este año es igual a la del año 2001 (el año 2000 se establecía la relación entre el coste de las ventas y los estocs medios).

- **Cálculo del número de días para vender las existencias:** indica el número de días necesario para vender el promedio de las existencias, estimado según la fórmula de cálculo siguiente

$$\text{Días para vender las existencias} = \frac{\text{existencias totales}}{\text{compras totales}} \times 360$$

También en este caso hay que señalar que la fórmula de cálculo es la misma que la utilizada en ediciones precedentes y se diferencia de la del año 2000 (que partía de la relación entre el coste de las ventas y los estocs medios).

- Por otro lado, para el análisis de la productividad de la librería se elaboran los siguientes indicadores:

- **Rotación de los activos totales.** Indica la relación entre las ventas totales netas y los activos totales de la empresa. Refleja el rendimiento que se obtiene de los activos de forma que, a mayor rotación (a mayor valor de la *ratio*), más ventas se generan con los mismos activos.

$$\textit{Ratio de rotación de los activos totales} = \frac{\textit{Ventas totales netas}}{\textit{Activos totales}}$$

- **Rotación de los activos fijos.** Se obtiene de dividir las ventas por el activo fijo de la empresa. Cuanto mayor sea el valor de la *ratio*, mayores ventas realiza la empresa respecto de su activo fijo (es decir, de los activos que forman parte de su inmovilizado y que son necesarios para su explotación).

$$\textit{Ratio de rotación de los activos fijos} = \frac{\textit{Ventas totales netas}}{\textit{Activos fijos}}$$

- **Rotación del activo circulante.** Resulta de dividir las ventas por el activo circulante. Igualmente, a mayor valor de la *ratio*, mayores ventas se realizan respecto de su activo circulante.

$$\textit{Ratio de rotación del activo circulante} = \frac{\textit{Ventas totales netas}}{\textit{Activo circulante}}$$

La comparación de los valores obtenidos en las tres *ratios* anteriores permite conocer la existencia de posibles diferencias en el rendimiento que se obtiene de los diferentes componentes del activo de la empresa (fijo y circulante).

Cuadro 44.**Existencias de la librería, rotación y días para venderlas.****Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2007.**

	Existencias iniciales (Eur.)	Existencias finales (Eur.)	Existencias medias (Eur.)	Rotación del promedio de existencias ¹⁹	Días para vender las existencias (días)
Muy grandes					
2006	742.447,41	768.158,48	755.302,94	5,8	85,4
2007	718.439,97	772.671,27	750.386,01	6,7	74,0
Grandes					
2000	422.608,10	462.358,90	442.483,40	2,8	127,1
2001	498.298,30	467.381,70	482.840,00	3,7	133,4
2002	314.792,30	373.562,70	344.177,50	5,2	92,7
2003	422.070,60	418.082,20	421.593,20	6,3	120,8
2004	441.058,48	462.487,90	453.470,30	5,5	93,6
2005	469.452,23	496.341,89	482.431,26	5,2	97,3
2006	264.723,88	285.464,72	275.965,11	4,1	120,2
2007	267.303,26	273.230,23	271.930,92	4,2	118,2
Medianas-grandes					
2000	141.359,40	154.584,70	147.972,10	3,8	93,5
2001	160.807,10	129.349,90	145.078,50	3,1	166,9
2002	118.898,30	129.731,80	124.315,00	3,8	122,4
2003	144.210,40	150.354,80	147.282,60	5,4	146,7
2004	143.464,01	151.766,42	147.615,21	3,7	129,1
2005	125.329,85	131.651,07	128.734,28	4,3	113,4
2006	122.577,20	130.836,60	127.639,79	4,2	117,1
2007	119.522,87	129.754,34	124.706,94	4,3	113,4
Medianas-pequeñas					
2000	85.181,80	92.717,10	88.949,40	2,8	130,5
2001	107.530,40	117.368,40	112.449,40	2,9	165,6
2002	83.098,00	88.273,40	85.685,70	3,7	139,9
2003	99.845,50	90.065,20	95.073,80	4,0	180,3
2004	87.953,54	82.267,16	86.107,07	3,3	156,3
2005	92.356,54	87.323,83	91.076,04	3,2	167,9
2006	74.738,69	77.489,38	74.357,23	3,2	149,8
2007	80.576,13	83.836,04	82.493,24	3,0	163,8

¹⁹ El año 2000, la Rotación del promedio de las existencias se calculó como la relación entre el coste de las ventas y las existencias medias, a diferencia de los otros ejercicios posteriores, en que es la relación entre las ventas totales y las existencias medias.

Cuadro 45.

Rotación de los activos de la librería.

Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2007.

	Rotación de los activos totales	Rotación del activo fijo	Rotación del activo circulante
Muy grandes			
2006	1,64	6,55	2,20
2007	1,72	5,29	2,55
Grandes			
2000	1,57	-	-
2001	1,56	-	-
2002	1,83	-	-
2003	2,10	-	-
2004	1,74	-	-
2005	1,53	-	-
2006	1,83	8,12	2,36
2007	1,90	8,87	2,41
Medianas –grandes			
2000	1,56	-	-
2001	1,02	-	-
2002	1,70	-	-
2003	2,03	-	-
2004	1,54	-	-
2005	1,66	-	-
2006	1,59	5,23	2,28
2007	1,61	4,79	2,42
Medianas – pequeñas			
2000	1,55	-	-
2001	2,13	-	-
2002	1,31	-	-
2003	1,84	-	-
2004	1,30	-	-
2005	1,20	-	-
2006	1,26	3,76	1,89
2007	1,20	3,61	1,80

A.2.2.5. Análisis del endeudamiento

En el desarrollo de su actividad, la librería puede haber contraído la obligación de satisfacer o reintegrar dinero a un tercero (una entidad financiera), en virtud de un préstamo otorgado previamente. Las causas del endeudamiento pueden ser muy variadas: desde la necesidad de resolver un problema de tesorería a corto plazo, hasta el reto que supone afrontar una inversión para la remodelación del negocio con una perspectiva a largo plazo.

Para el análisis del endeudamiento de las librerías, se han planteado los indicadores siguientes:

- **Ratio de endeudamiento.** Indica la relación de la deuda con el pasivo. En general, hay que considerar que el valor óptimo de esta *ratio* se sitúa entre 0,5 y 0,6. Una cifra superior a 0,6 indicaría que el volumen de deudas es excesivo, y que la empresa está en proceso de perder autonomía financiera ante terceros (en otras palabras, se está descapitalizando). De forma contraria, si la cifra es inferior a 0,5, habría que considerar si la empresa tiene un exceso de capital propio.

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\text{Deudas totales}}{\text{Total Pasivo}}$$

- **Ratio de calidad de la deuda.** Indica la relación entre la deuda exigible a corto plazo y el total de las deudas. En la medida en que se reduce el valor de la *ratio*, se considera que mejora la calidad de la deuda de la librería (ya que supone una mayor importancia relativa de la deuda a largo plazo, el cual tiene un vencimiento más lejano).

$$\textit{Ratio de calidad de la deuda} = \frac{\text{Deuda exigible a corto plazo}}{\text{Deudas totales}}$$

- **Ratio de gastos financieros.** Esta relación entre los gastos financieros y las ventas totales netas es indicativa de la capacidad de la empresa para soportar su carga de endeudamiento. Los gastos financieros son gastos fijos que la empresa tiene que pagar con la tesorería (procedente de las ventas). En general, si el valor de la ratio es superior a 0,05 indica que los gastos financieros son excesivos en relación con la cifra de ventas; si éste se encuentra entre 0,04 y 0,05, ello indica que hay que actuar con prudencia; finalmente, hay que interpretar que los gastos financieros no son excesivos si el valor de la *ratio* es inferior a 0,04.

$$\textit{Ratio de gastos financieros} = \frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas totales netas}}$$

- **Ratio de autonomía financiera.** En general los valores correspondientes a esta *ratio* tienen que situarse entre el 0,4 y el 0,5. Estos valores indican que la empresa está suficientemente capitalizada y que su endeudamiento no es excesivo (en otras palabras, que no le falta capital ni le sobran deudas). Si el valor es superior, la empresa puede encontrarse ante una situación de capital excesivo que quizá infrutiliza, por cuya razón no obtiene una rentabilidad óptima.

$$\textit{Ratio autonomía financiera} = \frac{\text{Fondos propios}}{\text{Deudas totales}}$$

Cuadro 46.

Endeudamiento de la librería.

Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007.

	<i>Ratio de endeudamiento</i>	<i>Ratio de calidad de la deuda</i>	<i>Ratio de gastos financieros</i>	<i>Ratio de autonomía financiera</i>
Muy grandes				
2006	0,61	0,83	0,007	0,63
2007	0,67	0,80	0,006	0,49
Grandes				
2000	0,52	0,80	0,009	0,85
2001	0,68	0,72	0,017	0,48
2002	0,66	0,77	0,010	0,52
2003	0,71	0,83	0,008	0,57
2004	0,64	0,77	0,007	0,54
2005	0,70	0,78	0,006	0,42
2006	0,73	0,77	0,008	0,34
2007	0,69	0,79	0,007	0,45
Medianas – grandes				
2000	0,44	0,79	0,009	1,12
2001	0,32	0,80	0,010	2,63
2002	0,73	0,78	0,011	0,37
2003	0,72	0,86	0,012	0,70
2004	0,95	0,84	0,011	0,36
2005	0,78	0,70	0,010	0,28
2006	0,73	0,68	0,009	0,37
2007	0,79	0,75	0,010	0,26
Medianas – pequeñas				
2000	0,45	0,70	0,010	1,34
2001	0,65	0,54	0,007	0,53
2002	0,73	0,81	0,012	0,36
2003	0,88	0,80	0,011	0,85
2004	0,69	0,70	0,012	0,45
2005	0,78	0,76	0,012	0,28
2006	0,73	0,71	0,009	0,37
2007	0,75	0,74	0,011	0,33

A.2.2.6. Análisis del margen bruto

Se ofrece una aproximación al resultado económico de las librerías encuestadas. Concretamente, las dos variables principales utilizadas en este sentido son el Margen bruto y el Valor añadido bruto:

- **Margen bruto:** resulta de la diferencia entre las ventas y las compras totales.

$$\text{Margen bruto} = \text{Ventas totales} - \text{Compras totales}$$

- **Porcentaje del margen bruto sobre las ventas totales.**

$$\% \text{ del margen bruto} = \frac{\text{Margen bruto}}{\text{Ventas totales}} \times 100$$

- **Valor añadido:** se obtiene de la diferencia entre el valor del margen bruto del establecimiento comercial y los gastos de explotación del negocio (sin incluir los gastos de personal, las amortizaciones y las provisiones):

$$\text{Valor añadido} = \text{margen bruto} - (\text{gastos financieros} + \text{otros gastos de explotación})$$

- **Porcentaje del valor añadido.**

$$\% \text{ del valor añadido} = \frac{\text{Valor añadido}}{\text{Ventas totales}} \times 100$$

Cuadro 47.**Margen y valor añadido bruto.
Según el tamaño de la librería. Años 2001-2007.**

	Margen bruto	Ratio del margen bruto	Valor añadido	Ratio del valor añadido
Muy grandes				
2006	1.196.850,12	27,3	742.538,01	16,9
2007	1.397.343,05	28,0	889.310,75	17,8
Grandes				
2001	663.804,10	27,7	322.159,70	13,4
2002	453.203,00	25,9	296.556,40	16,9
2003	561.426,40	26,8	385.517,40	17,9
2004	731.223,35	29,7	464.825,37	18,9
2005	727.246,32	29,1	459.329,24	18,4
2006	309.291,35	27,6	198.484,07	17,7
2007	307.320,45	27,2	200.491,72	17,8
Medianas-grandes				
2001	161.825,30	25,6	93.443,30	14,8
2002	111.566,60	23,4	64.425,40	13,5
2003	135.871,70	26,8	87.892,90	17,0
2004	133.493,01	24,6	78.468,34	14,5
2005	140.677,89	26,1	86.257,16	16,0
2006	143.370,65	26,8	90.482,36	16,9
2007	134.909,84	25,3	84.601,82	15,9
Medianas-pequeñas				
2001	99.719,70	28,9	80.525,90	23,4
2002	85.534,30	26,6	48.310,50	15,0
2003	65.409,50	25,6	39.508,70	14,9
2004	81.761,10	30,4	41.812,43	15,6
2005	90.378,93	33,6	53.066,25	19,7
2006	60.819,54	25,3	33.710,48	14,0
2007	74.077,75	29,1	44.482,23	17,5

A.2.2.7. Análisis de rentabilidad

El desarrollo del negocio librero tiene un resultado que se expresa en la cifra de pérdidas o ganancias de la cuenta de explotación. La rentabilidad de la empresa requiere, lógicamente, la consecución de un resultado anual positivo de dicha cuenta y, en general, que éste tenga un valor lo más elevado posible. En relación a esta cuestión se han elaborado los siguientes indicadores:

- **Rentabilidad económica:** es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total. Esta ratio permite conocer la productividad del activo de la empresa, de manera que un incremento de su valor indica que sus activos ganan en rentabilidad (o viceversa). Este hecho puede ser consecuencia de un aumento de la rotación de su activo (al incrementarse las ventas, o reducirse el activo), o bien por un aumento del margen de las ventas (por incrementarse el descuento obtenido por la librería de los proveedores, o reducirse los costes de la empresa).

$$\text{Ratio de rentabilidad económica} = \frac{\text{Beneficio antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total}}$$

- **Beneficios sobre ventas:** muestra el beneficio bruto (antes de impuestos), generados por la empresa como proporción de su cifra de negocio.

$$\text{Ratio de beneficios sobre ventas} = \frac{\text{Beneficio antes de impuestos}}{\text{Ventas totales}}$$

Cuadro 48.

**Rentabilidad económica y porcentaje de beneficios sobre ventas.
Según el tamaño de la empresa. Años 2006-2007.**

	Rentabilidad económica	% de beneficios sobre ventas
Muy grandes		
2006	0,033	3,133
2007	0,048	2,857
Grandes		
2006	0,020	0,560
2007	0,027	1,507
Medianas-grandes		
2006	0,038	1,910
2007	0,018	0,561
Medianas-pequeñas		
2006	-0,007	-1,820
2007	0,023	1,391

Anexo 2.) Metodología del trabajo

Presentación

- Este anexo de metodología del trabajo del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión Económica de la Librería contiene:
 - a) Por un lado, la información sobre el nivel de respuesta obtenido en cada pregunta,
 - b) Por otro lado, los modelos de las ficha entregadas a las librerías (donde aparecen las medias obtenidas por cada valor o indicador).

a.) Niveles de respuesta

Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).
Por indicadores de la Ficha. Año 2008

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
	Tipología de la librería	100,0	100,0	100,0
Asociación a la que pertenece la librería	100,0	100,0	100,0	100,0
Organiza actividades de dinamización como:				
- Presentaciones de libros	100,0	100,0	100,0	100,0
- Cuenta-cuentos	100,0	100,0	100,0	100,0
- Conferencias	100,0	100,0	100,0	100,0
- Publicación de catálogos	100,0	100,0	100,0	100,0
- Animación en escuelas	100,0	100,0	100,0	100,0
- Otras actividades	100,0	100,0	100,0	100,0
Edita libros	100,0	100,0	100,0	100,0
Distribuye libros	100,0	100,0	100,0	100,0
Realiza actividades de imprenta o artes gráficas	100,0	100,0	100,0	100,0
Superficie de acceso al público	96,4	96,7	97,7	97,3
Superficie de almacén	96,4	96,7	97,7	97,3
Otras superficies	96,4	96,7	97,7	97,3
Superficie total	96,4	99,2	97,7	98,0
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de acceso	100,0	100,0	98,3	97,3
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de almacén	96,4	97,5	98,9	98,0
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie total	100,0	94,3	95,5	94,9
Número de trabajadores fijos	100,0	99,2	100,0	100,0
Número de trabajadores eventuales	100,0	99,2	100,0	98,6
Número de meses trabajados por el total de los trabajadores	100,0	99,2	100,0	99,7
Número de días semanales de apertura de la librería	96,4	99,2	100,0	99,0
Número de horas semanales de apertura de la librería	100,0	97,5	100,0	99,0

Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).
Por indicadores de la Ficha. Año 2008 (Continuación)

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Ventas totales (euro)	50,0	56,6	48,9	40,5
Ventas de libros (euro)	50,0	56,6	48,9	40,5
Distribución de ventas por productos	100,0	99,2	98,3	94,3
Composición de las ventas en libros	75,0	91,0	89,8	90,5
Distribución del tiempo de trabajo por funciones	96,4	91,8	90,3	92,9
Distribución de las ventas según la lengua de publicación	96,4	98,4	98,9	99,3
Porcentaje de descuento otorgado por los proveedores	96,4	93,4	98,9	98,3
Ventas según el canal de compra	92,9	97,5	98,9	97,3
Meses trabajados / superficie total (meses/ m ²)	96,4	98,4	97,7	97,6
Ventas totales / superficie total (euro/ m ²)	46,4	56,6	47,7	39,5
Ventas en libros / superficie total en libros (euro/ m ²)	46,4	55,7	46,6	40,2
Ventas totales/ meses trabajados (euro / meses)	50,0	55,7	48,9	39,5
Distribución según el sistema de pedido	96,4	99,2	97,7	98,3
Sistema de recepción de novedades	96,4	94,3	96,0	98,6
Ejemplares en estoc	89,3	95,1	89,8	89,5
Composición de las existencias	100,0	90,2	94,9	93,9
Devoluciones anuales	85,7	84,4	81,8	79,4
Informatización de la gestión de la librería	100,0	99,2	100,0	100,0
Tipología de programa	96,2	97,5	100,0	98,3
Nombre del programa	100,0	96,8	94,5	92,4
Utilización del correo electrónico en la comunicación con los proveedores	96,4	99,2	99,4	98,6
Utilización del correo electrónico en la recepción de boletines de CEGAL	92,9	98,4	97,2	94,6
Utilización de CEGAL en RED	85,7	98,4	96,6	97,3
Utilización de ISBN	85,7	97,5	97,7	98,0
Utilización de otras fuentes gratuitas	85,7	97,5	96,6	97,0
Utilización de otras fuentes de pago	85,7	97,5	96,0	97,3

Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).
Por indicadores de la Ficha. Año 2008 (Continuación)

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Utilización del SINLI	96,4	99,2	99,4	99,3
El SINLI como instrumento de gestión	94,7	97,8	95,9	98,6
Innovación en la distribución por materias en el último año	100,0	99,2	100,0	99,0
Innovación por mejora de técnicas de exposición en el último año	100,0	99,2	100,0	99,0
Innovación por diversificación de las formas de pago en el último año	92,9	99,2	100,0	99,0
Innovación por mayor cooperación con agentes culturales en el último año	96,4	98,4	100,0	99,0
Venta de lectores de libro electrónico	96,4	98,4	98,9	98,3
Conocimiento de las normas CSL	100,0	99,2	100,0	99,7
Aplicación de las normas CSL	100,0	97,3	95,5	100,0

Ficha B. Nivel de respuesta de las librerías. Año 2007
Por indicadores de la ficha

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Propiedad de más de una librería	100,0	100,0	100,0	100,0
Descuento medio otorgado por los proveedores	60,0	61,8	61,2	31,6
Ventas totales	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0
Media de ventas diarias en libros	100,0	100,0	100,0	100,0
Media del coste diario de las ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras totales	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras en libros	100,0	100,0	100,0	100,0
Importancia de las compras en libros	100,0	100,0	100,0	100,0
Gastos de personal	100,0	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de gastos de personal sobre ventas	100,0	100,0	100,0	100,0
Gastos financieros	100,0	100,0	100,0	100,0
Otros gastos de explotación	100,0	100,0	100,0	100,0
Liquidez	100,0	98,5	100,0	100,0
Tesorería	100,0	94,1	100,0	100,0
Disponibilidad	100,0	98,5	100,0	100,0
Fondo de maniobra	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias iniciales	100,0	100,0	98,0	94,7
Existencias finales	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias medias	100,0	100,0	98,0	94,7
Rotación de las existencias	100,0	97,1	95,9	87,7
Días para vender las existencias	100,0	100,0	98,0	93,0
Rotación de los activos totales	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación de los activos fijos	100,0	100,0	98,0	96,5
Rotación del activo circulante	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de endeudamiento	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de la calidad de la deuda	100,0	98,5	100,0	100,0
Ratio de gastos financieros	100,0	100,0	100,0	100,0

Ficha B. Nivel de respuesta de las librerías. Año 2007

Por indicadores de la ficha

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Ratio de autonomía financiera	100,0	98,5	100,0	100,0
Margen bruto	100,0	100,0	100,0	100,0
Porcentaje margen bruto sobre ventas	100,0	100,0	100,0	100,0
Valor añadido bruto (VAB)	100,0	100,0	100,0	100,0
VAB sobre las ventas	100,0	100,0	100,0	100,0
Rentabilidad económica	100,0	100,0	100,0	100,0
Beneficios sobre ventas	100,0	100,0	100,0	100,0

b.) Modelos de las fichas entregadas a las librerías

