

## 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 de la Secretaría de Estado de Cultura, del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte**, 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.
- Este estudio nace a partir de la constatación que la información es un factor clave para mejorar la eficiencia en la gestión de las librerías, y por tanto, para aumentar su competitividad empresarial.

- Concretamente, **este instrumento tiene un doble objetivo:**

- Por un lado, **conocer el posicionamiento de cada una de las librerías en particular respecto de otras librerías de características similares.**

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

- Por otro lado, **hacer un seguimiento de la evolución de las principales magnitudes económicas de las empresas del sector de las librerías en España.** Así, con los datos obtenidos se elabora este informe sectorial.

## 1.2. Objeto y estructura del trabajo

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

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

- Con la información recopilada se han elaborado dos Fichas de Indicadores de Gestión Económica de la Librería: la **Ficha A** y la **Ficha B**, cada una con un tipo de información y con una unidad de encuesta diferentes.
  - Por un lado, la **Ficha A de Indicadores de Gestión Económica** trata la información básica de la librería, considerándola como establecimiento comercial. Por lo tanto, cada uno de los establecimientos comerciales encuestados recibe una ficha específica y diferenciada.

- Por otro lado, la **Ficha B de Indicadores de Gestión Económica** tiene por objeto **la empresa titular de la librería**. Por tanto, esta Ficha contiene de forma agregada la información de todos los establecimientos comerciales que forman parte de una misma empresa.

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

### 1.3. Notas específicas de la edición actual del estudio

- Respecto las ediciones de años anteriores de este mismo estudio, cabe destacar que se han realizado los siguientes cambios:

a) **Modificaciones de carácter metodológico.** El procedimiento de obtención de la información utilizado el año 2003 se ha realizado del modo siguiente:

- **Ficha A:** obtención de los datos mediante consulta telefónica (sin envío previo del cuestionario por correo ordinario y seguimiento telefónico de su respuesta, como en años anteriores).
- **Ficha B:** la información de este apartado se ha elaborado a partir de la documentación contable entregada directamente por las empresas (solamente en ciertos casos excepcionales), o bien accediendo a las cuentas depositadas por éstas en el Registro Mercantil (casi la totalidad de los casos).<sup>1</sup>

Este replanteamiento **ha facilitado el trabajo de respuesta de los librereros** y, sobretodo, ha permitido **mejorar substancialmente la calidad de la información correspondiente a la Ficha B** (ver el nivel de respuesta de cada pregunta en el Anexo 2 -Notas Metodológicas).

---

<sup>1</sup> Por un lado, hay que destacar que con la opción del Registro Mercantil tan solo se ha obtenido información de las sociedades mercantiles, ya que las otras formas jurídicas (civiles, cooperativas, etc.) no tienen la obligación de presentar esta documentación al citado registro. Por otro lado, cabe decir que se han excluido del análisis aquellas sociedades que tienen una actividad principal diferente de la librería (editoriales, etc.), pues su inclusión puede suponer una distorsión de los resultados globales.

También debe señalarse que, con el propósito de mejorar la calidad del conjunto de la información elaborada, y muy especialmente de la pregunta relativa a las ventas de libros según la lengua de publicación (que se plantea exclusivamente para las comunidades autónomas con más de una lengua oficial) se ha procedido a estratificar la muestra a nivel territorial (ver apartado 1.4.).

b) **Modificaciones del contenido del cuestionario.** En buena medida como consecuencia de esta reorientación de la metodología del trabajo, se han realizado ciertos cambios en el objeto del cuestionario:

- **Ficha A.** Se han excluido algunas preguntas que en años anteriores habían obtenido un bajo nivel de respuesta, i/o que por su extensión no era recomendable incluir en una consulta realizada mediante comunicación telefónica: composición de las existencias (compradas/en depósito), ejemplares vendidos, % de ventas por materias y por canal de venta, informatización de bases de datos de clientes y actividades culturales.
  
- **Ficha B.** La elaboración de los indicadores contables ha tenido que adaptarse a la información proporcionada según la estructura y el grado de detalle de la Cuenta de Explotación y del Balance utilizado en el Registro Mercantil. Por este motivo, y respecto los años anteriores, no se ha podido elaborar la información relativa a los tres indicadores siguientes: plazo de cobro, plazo de pago y ciclo de caja.

c) **Modificaciones en el documento de presentación de los resultados.**

Comparativamente con los documentos de años anteriores, este informe contiene ciertos cambios en su estructura y contenido:

- **El análisis de los principales resultados** se presenta en un primer apartado mediante gráficos y un breve texto con las conclusiones más importantes del estudio.
  
- **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 ficha entregadas a las librerías (donde aparecen las medias obtenidas para cada valor o indicador).

#### 1.4. La respuesta de las librerías

- El censo de librerías sobre el que se elabora el Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería en España está constituido por el conjunto de librerías que han contestado el cuestionario. Hay que destacar que la relación de librerías que responden de un año a otro no coincide exactamente. En consecuencia, la elevada singularidad de estos establecimientos puede dar lugar a ciertas disparidades entre los datos obtenidos entre los distintos años (sobretudo en el grupo de librerías grandes).

##### Cuadro 1

Nivel de respuesta de la Ficha A y B.  
Por tamaño de las librerías. Año 2002.

	Ficha A (librerías)	Ficha B (empresas)
<b>Librerías / empresas que responden</b>	<b>541</b>	<b>136</b>
- Librerías grandes	125	70
- Librerías medianas-grandes	173	39
- Librerías medianas-pequeñas	243	27
<b>Librerías / empresas que no responden</b>	<b>533</b>	-
Porcentaje de respuesta	50,4	-
<b>TOTAL</b>	<b>1.076</b>	<b>136</b>

- En relación a la significación estadística de los datos que se proporcionan en el estudio, hay que tener en cuenta el incremento del nivel de respuesta obtenido en las preguntas de la Ficha B, como consecuencia de la reorientación de la metodología del trabajo (ver Anexo 2: Metodología del trabajo).



- 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, relativas a la distribución de librerías identificadas por Comunidades Autónomas<sup>2</sup>.

**Cuadro 2**  
**Estratificación de la muestra de librerías que han contestado la Ficha A.**  
**Por Comunidades Autónomas. Año 2002.**

	Estratificación de la muestra		Librerías según el Mapa de Librerías (1999)
	Número de respuestas	% sobre el total	
Andalucía	63	11,6	13,0
Aragón	19	3,5	3,4
Asturias	15	2,8	4,8
Baleares	14	2,6	1,6
Canarias	18	3,3	2,9
Cantabria	8	1,5	1,3
Castilla -La Mancha	12	2,2	2,3
Castilla y León	35	6,5	7,1
Cataluña	113	20,9	19,9
Comunidad Valenciana	57	10,5	8,7
Extremadura	5	0,9	1,5
Galicia	49	9,1	9,1
La Rioja	5	0,9	1,1
Madrid	82	15,2	13,2
Murcia	9	1,7	1,9
Navarra	9	1,7	1,1
País Vasco	28	5,2	6,2
<b>Total</b>	<b>541</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

<sup>2</sup> En las anteriores ediciones del estudio se dio prioridad a la idea de servicio de información a las librerías (envío de las Fichas), por lo que se recopilaban los datos de aquellas que participaban en el proyecto, sin tener en cuenta su ubicación territorial.

## 2.) Principales resultados. Año 2002

## 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, evolución interanual de las 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, y ventas según la lengua de publicación de los libros.
  - e) **Gestión de la librería:** sistemas de pedido a proveedores, porcentaje de devoluciones, frecuencia de acceso a Internet, grado de informatización de las existencias y programa utilizado.

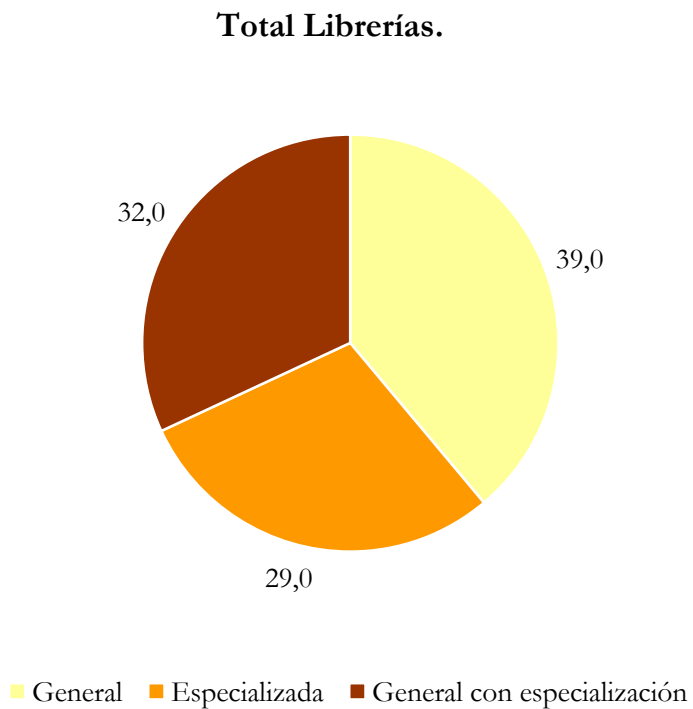
### 2.1.2. Perfil de la librería

#### A) Las librerías según su tipología (Gráfico 1)

- La respuesta obtenida en esta pregunta es indicativa de la percepción que los libreros tienen del contenido del propio negocio: librería general, librería general con especialización y librería especializada.
- Globalmente consideradas, predominan las librerías generales (39,0%). Las librerías generales con especialización (32,0%) y las especializadas (29,0%) obtienen porcentajes inferiores.
- Esta distribución de las librerías por tipologías tiene algunas diferencias a destacar si se toma en consideración el tamaño de la librería (ver Cuadro 3 del Anexo 2 de Datos Estadísticos):
  - En el caso de las librerías grandes, la tipología de establecimiento que obtiene un porcentaje mayor es el de las librerías generales con especialización (39,2%); en segundo lugar hay las librerías generales (32,8%).
  - En el grupo de las librerías medianas (grandes y pequeñas), la tipología que consigue un porcentaje de valor superior son las librerías generales (ligeramente por encima del 40,0%).

**Gráfico 1**

**Porcentaje de librerías según la tipología de librerías. Año 2002.**



**B) Las librerías según el grado de pertenencia al gremio/asociaciones  
(Gráficos 2, 3 y 4)**

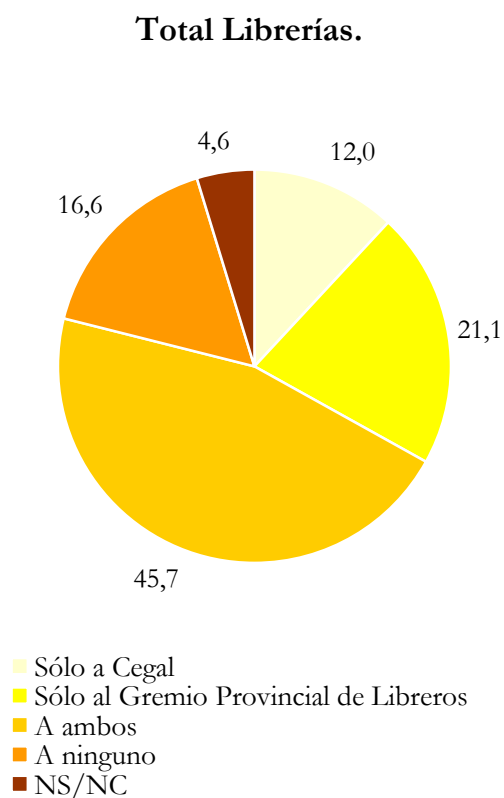
- El año 2002, en el apartado relativo al asociacionismo sectorial de libreros, aproximadamente el 80,0% de las librerías españolas encuestadas declaran pertenecer a algún gremio/asociación.
- El grado de asociacionismo es superior en las librerías de mayor tamaño: por encima del 90% en las librerías grandes, entre el 80% y el 85% en las medianas grandes, y alrededor del 70% en las medianas-pequeñas.

No obstante, hay que remarcar que existe una cierta tendencia al decrecimiento del grado de asociacionismo de las librerías, sobretudo en las de menor dimensión. Concretamente, en las librerías medianas-pequeñas, este porcentaje pasa del 77,7% el año 2000, al 69,1% el año 2002.

- La mayor parte de las librerías (un 57,7%) declaran ser miembros de la CEGAL: un 45,7% afirma pertenecer simultáneamente al Gremio Provincial de Libreros correspondiente y a la CEGAL, y un 12,0% sólo a la CEGAL.

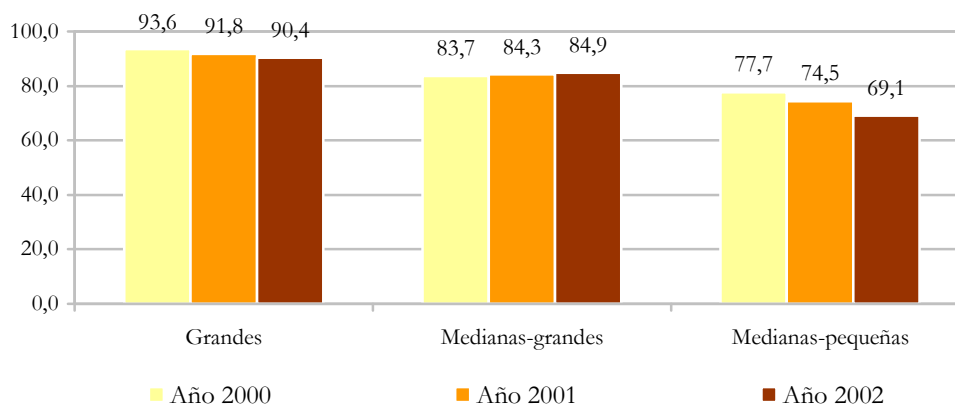
**Gráfico 2**

**Porcentaje de librerías según el grado de pertenencia al gremio/asociaciones.  
Año 2002.**

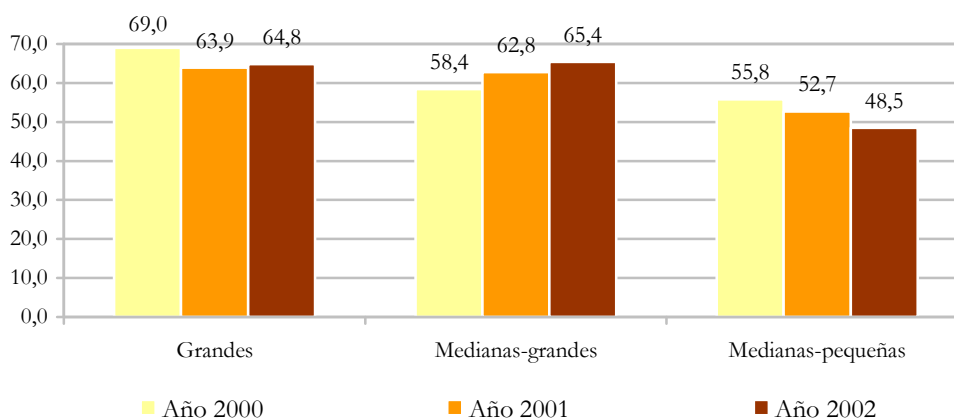




**Gráfico 3.**  
**Porcentaje de librerías que declaran pertenecer a alguna asociación.**  
**Años 2000-2002. Por tamaño.**



**Gráfico 4.**  
**Porcentaje de librerías que declaran pertenecer al Gremio provincial de Libreros y a CEGAL. Años 2000-2002. Por tamaño. (\*)**

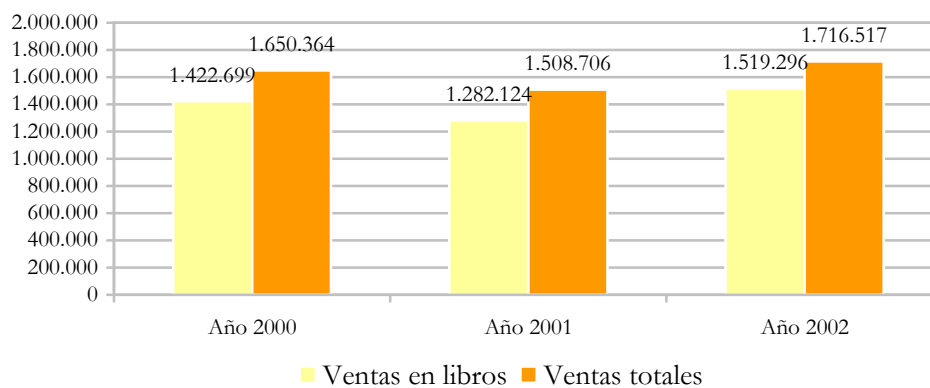


*Nota: (\*) Suma de los porcentajes de librerías que declaran pertenecer "sólo" a CEGAL, y de las que declaran pertenecer "simultáneamente" al Gremio Provincial de Libreros y a CEGAL.*

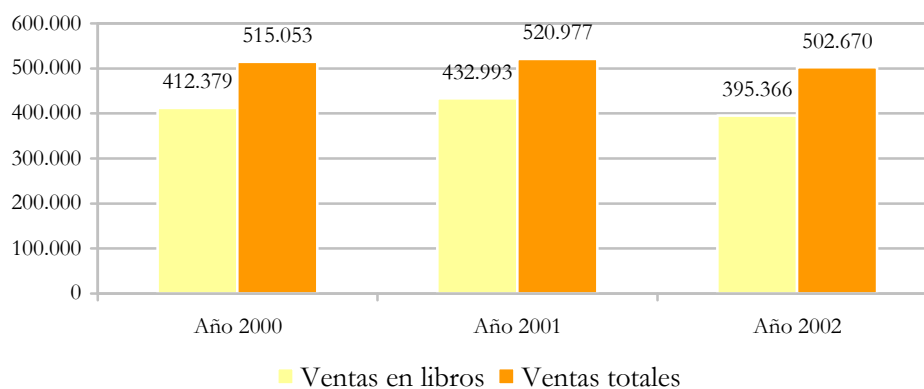
### 2.1.3. Dimensión y recursos

- Del Gráfico 5 al 11 se presentan los datos relativos a la dimensión y los recursos de las librerías. Concretamente, las variables o indicadores considerados son:
  - Ventas (Gráfico 5).
  - Evolución interanual de las ventas (Gráfico 6).
  - Superficie del establecimiento (Gráfico 7).
  - Trabajadores de la librería (Gráfico 8).
  - Meses trabajados en la librería (Gráfico 9).
  - Horas de apertura semanal (Gráfico 10).
  - Días de apertura semanal (Gráfico 11).
  
- En este apartado del estudio se pone en evidencia el grado de “singularidad” que caracteriza las empresas encuestadas (sobretudo las de mayor dimensión). Es decir, las notables diferencias que pueden llegar a existir entre uno y otro tipo de negocio. Ello, junto con la reducida dimensión del universo de librerías a estudiar, justifica la necesidad de analizar con cautela la evolución temporal de la información. Aún así, los datos obtenidos a lo largo del tiempo permiten definir el perfil básico de cada una de las categorías de librería.
  
- Desde una perspectiva dinámica, la respuesta relativa a la evolución interanual de las ventas (Gráfico 6) muestra una tendencia negativa en los grupos de las librerías medianas. Este hecho puede indicar que la situación de estancamiento que caracteriza la evolución del mercado interior del libro en España estos últimos años, puede tener unos mayores efectos sobre el segmento de las librerías de menor dimensión.

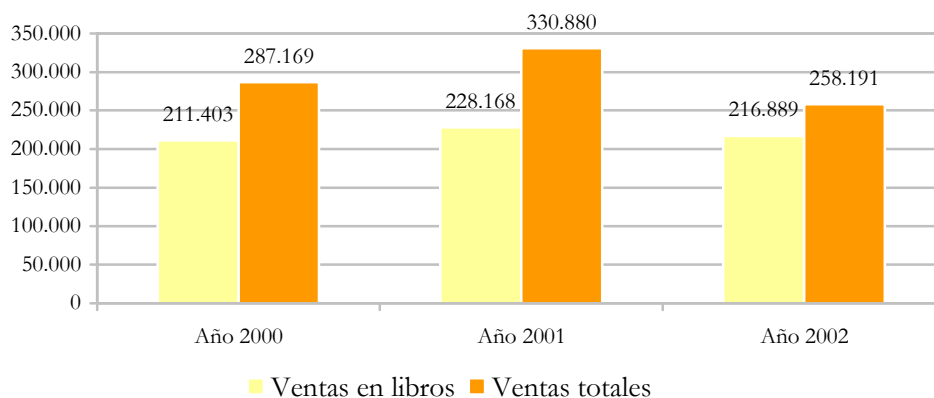
**Gráfico 5.**  
**Ventas en libros y ventas totales (euros). Años 2000-2002. Por tamaño.**  
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**

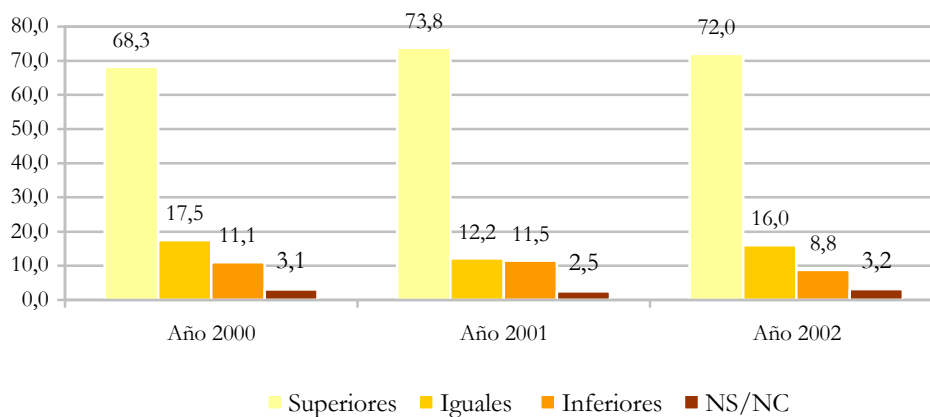


**C) Librerías medianas-pequeñas**

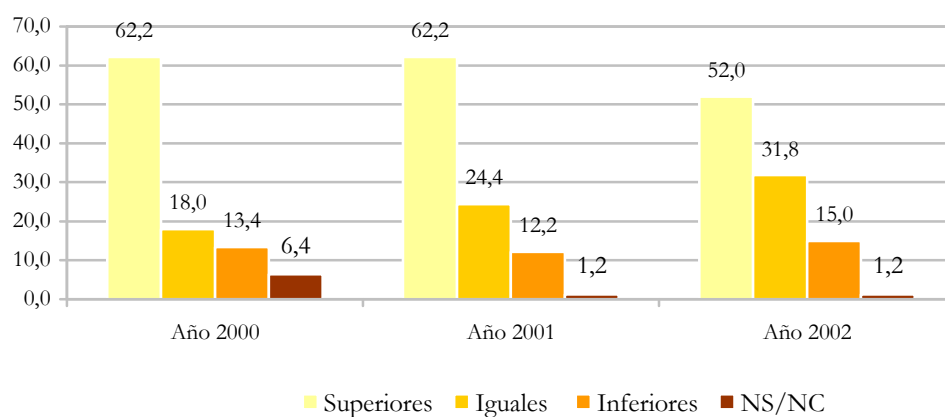


**Gráfico 6.**  
**Porcentaje de librerías según la evolución interanual de las ventas. Años 2000-2002.**  
**Por tamaño.**

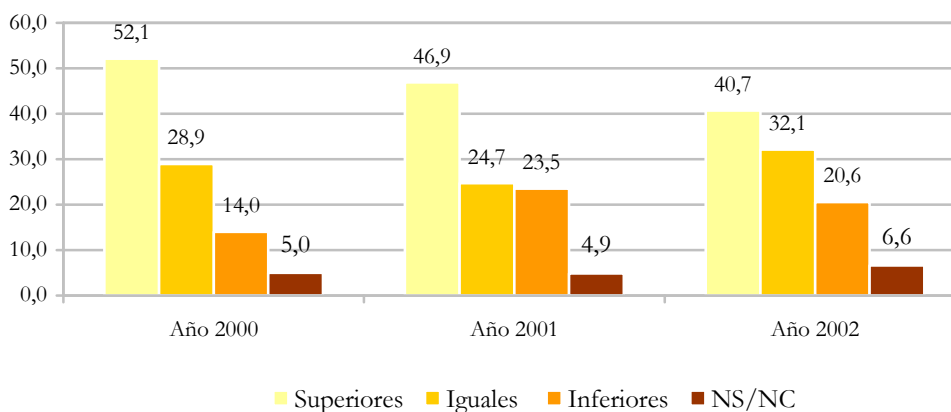
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**

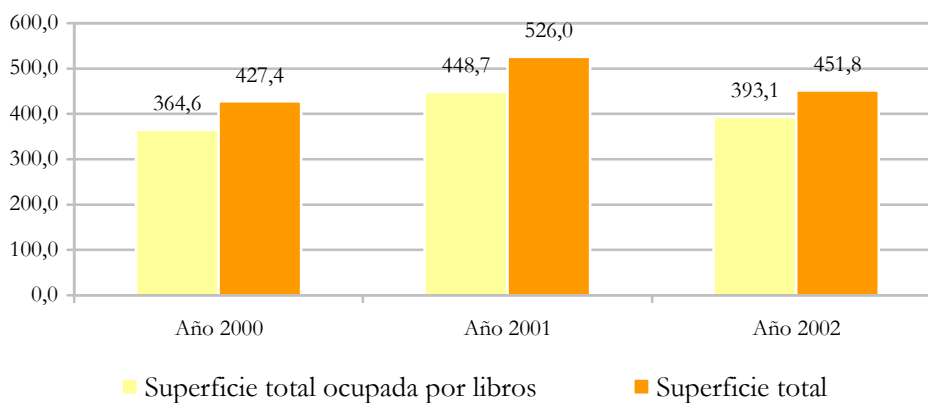


**C) Librerías medianas-pequeñas**

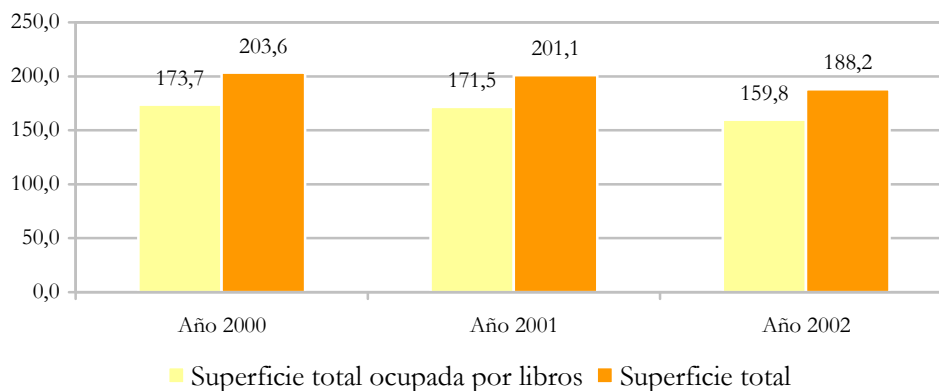


**Gráfico 7.**  
**Superficie de la librería (m<sup>2</sup>). Años 2000-2002. Por tamaño.**

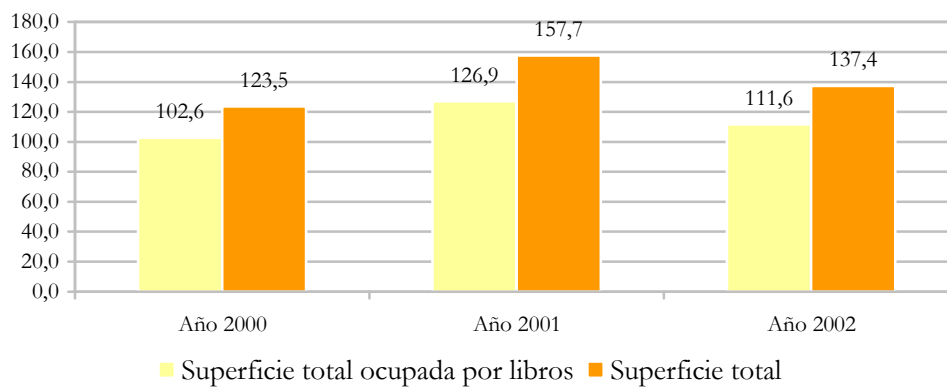
**A) Librerías grandes**



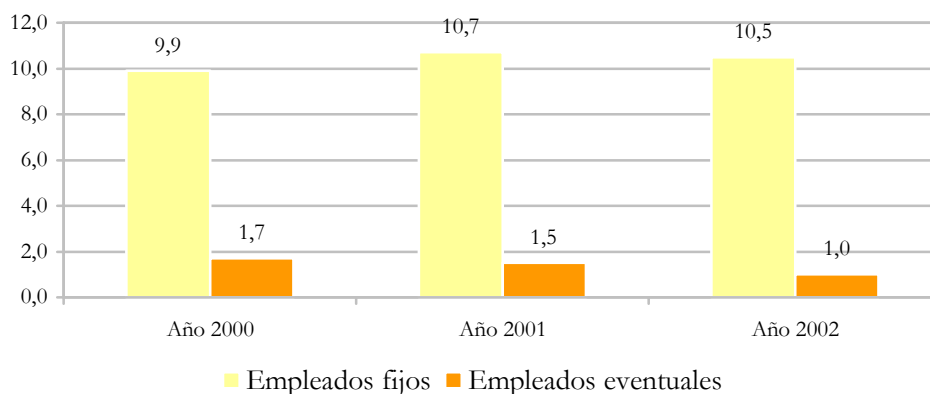
**B) Librerías medianas-grandes**



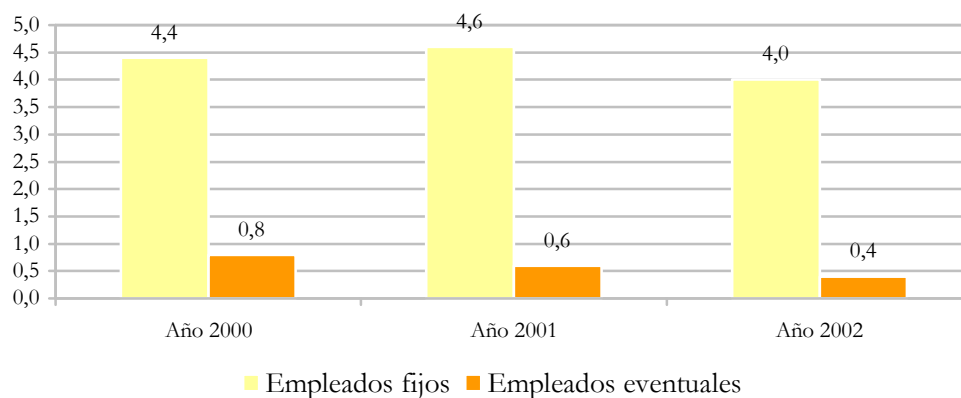
**C) Librerías medianas-pequeñas**



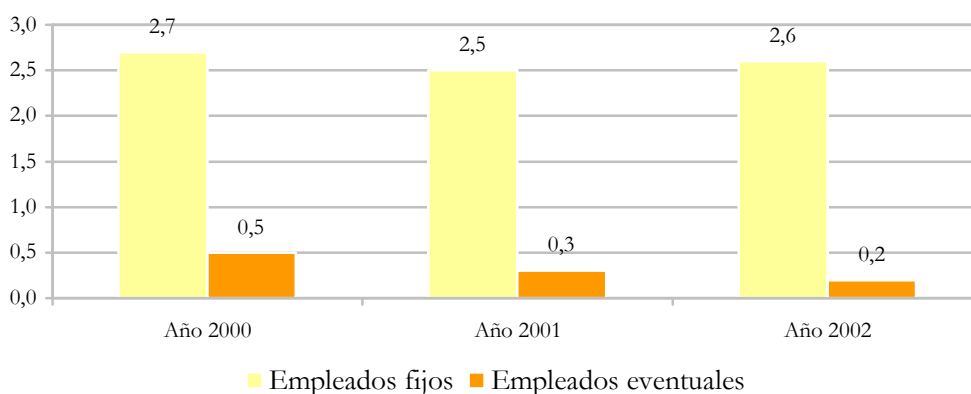
**Gráfico 8.**  
**Empleados de la librería. Años 2000-2002. Por tamaño.**  
**A) Librerías grandes**



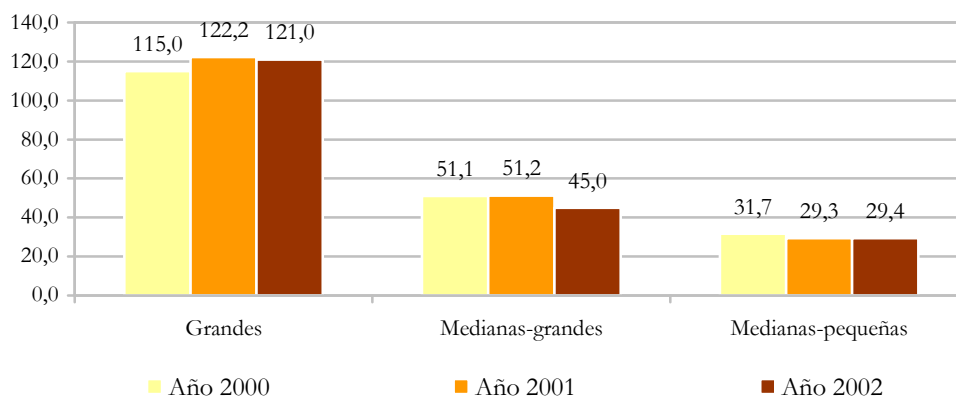
**B) Librerías medianas-grandes**



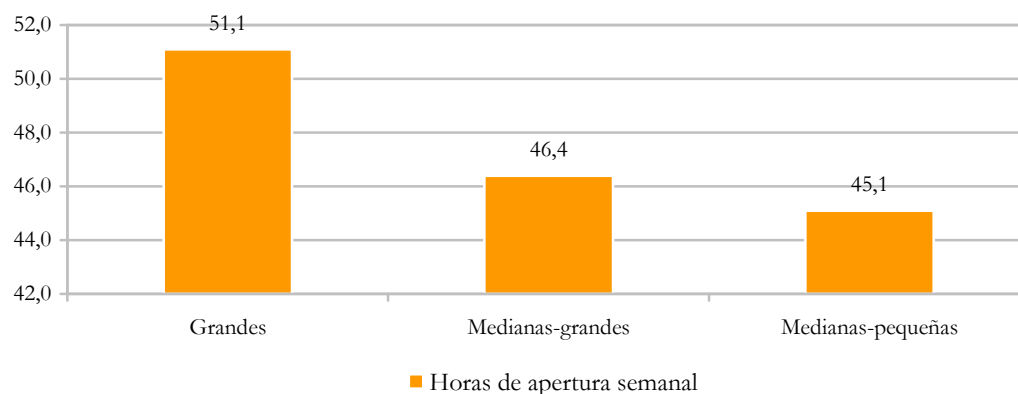
**C) Librerías medianas-pequeñas**



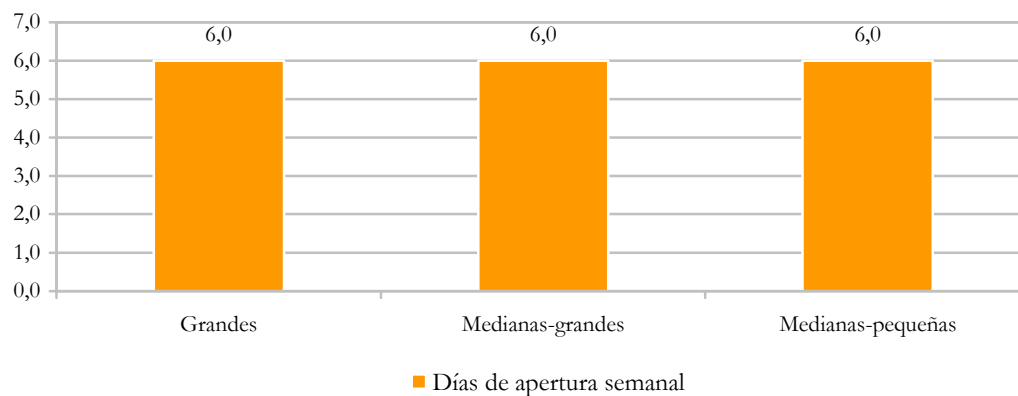
**Gráfico 9.**  
**Meses trabajados en la librería. Años 2000-2002. Por tamaño.**



**Gráfico 10.**  
**Horas de apertura semanal. Año 2002. Por tamaño.**



**Gráfico 11.**  
**Días de apertura semanal. Año 2002. Por tamaño.**



#### 2.1.4. Productividad de la librería

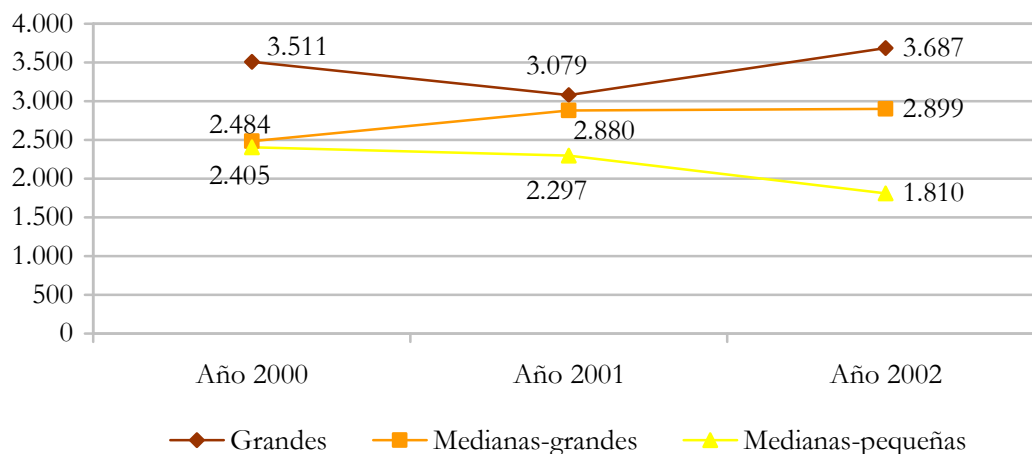
- Los ratios referentes a la productividad de la librería permiten observar que el tamaño de las empresas genera ciertas economías de escala, como se manifiesta en el análisis de los siguientes ratios:
  - Ventas totales/superficie total (Gráfico 12).
  - Ventas en libros / superficie en libros (Gráfico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

Los valores obtenidos en estos ratios por las librerías son mayores a medida que se incrementa también el nivel de facturación de las mismas.

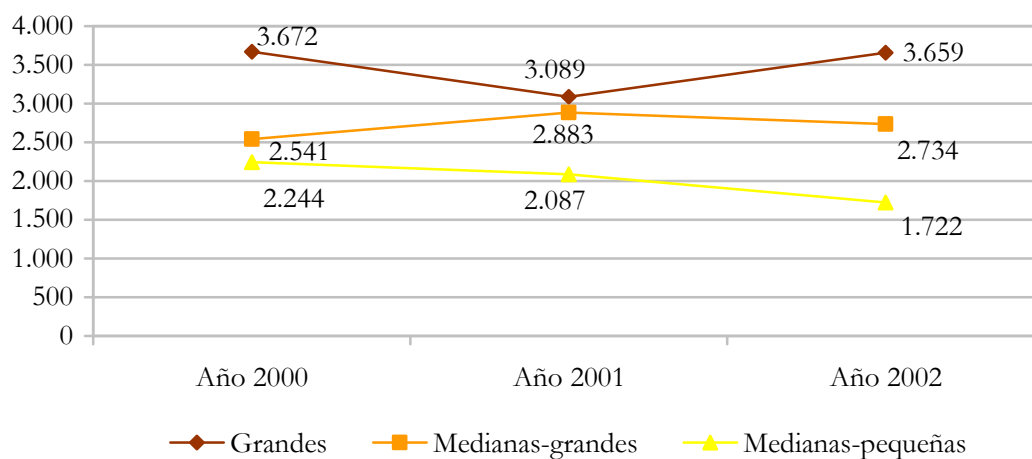
- Por otro lado, el ratio referente a la relación entre la cantidad de trabajo (meses) y la superficie del establecimiento ( $m^2$ ), requiere un análisis diferenciado (Gráfico 15), ya que en este caso se observa una cierta tendencia (los años 2001 y 2002) a que las librerías de mayor dimensión requieran de una mayor cantidad de trabajo por  $m^2$ .



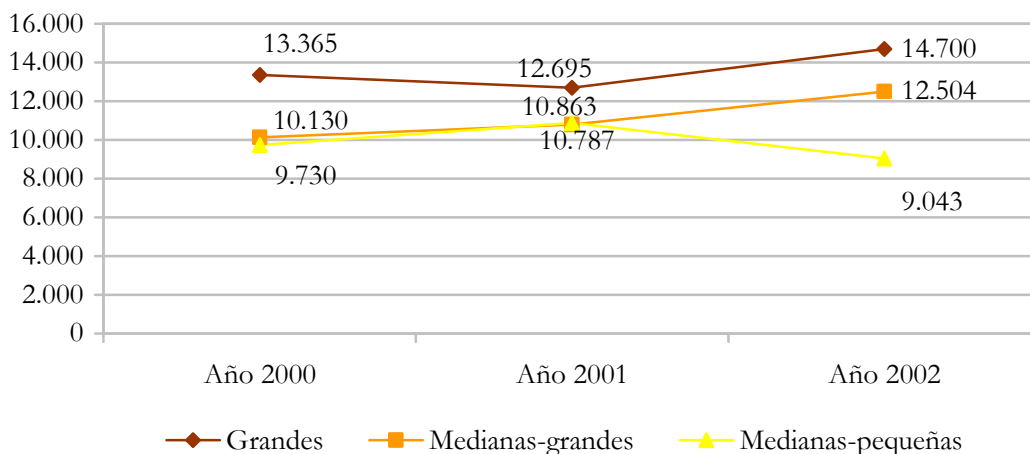
**Gráfico 12.**  
**Ratio de ventas totales y superficie total (euros/m<sup>2</sup>). Años 2000-2002.**  
**Por tamaño.**



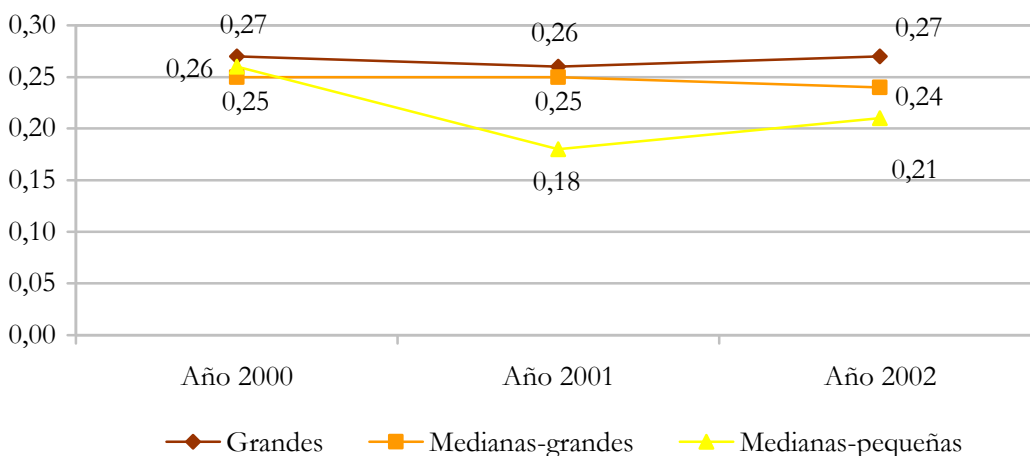
**Gráfico 13.**  
**Ratio de ventas en libros y superficie ocupada por libros (euros/m<sup>2</sup>).**  
**Años 2000-2002. Por tamaño.**



**Gráfico 14.**  
**Ratio de ventas totales y meses trabajados (euros/meses). Años 2000-2002.**  
**Por tamaño.**



**Gráfico 15.**  
**Ratio de meses totales trabajados y superficie total (meses/m<sup>2</sup>). Años 2000-2002.**  
**Por tamaño.**



### 2.1.5. El libro y la librería

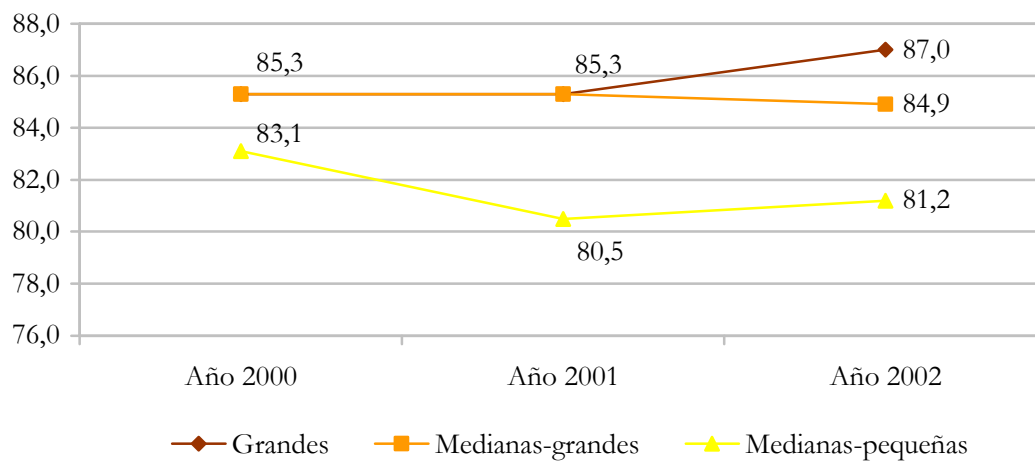
- En general, el peso del libro respecto del conjunto del negocio de la librería grande y mediana de España se sitúa entre el 80% y el 90%, tanto en términos de superficie (Gráfico 16) como de ventas (Gráfico 17).

Por tanto, todo indica que, para este tipo de establecimientos, la especialización en el producto libro es un elemento fundamental de su estrategia (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.

Hay que señalar que el año 2002 se ha estratificado la muestra por comunidades autónomas (ver Cuadro 2 del apartado 1.4. anterior) con el objetivo de mejorar la calidad de las respuestas obtenidas y, muy especialmente, de esta pregunta. Por lo tanto, hay que tratar con cautela el análisis de la evolución temporal de los datos relativos a la presente pregunta.

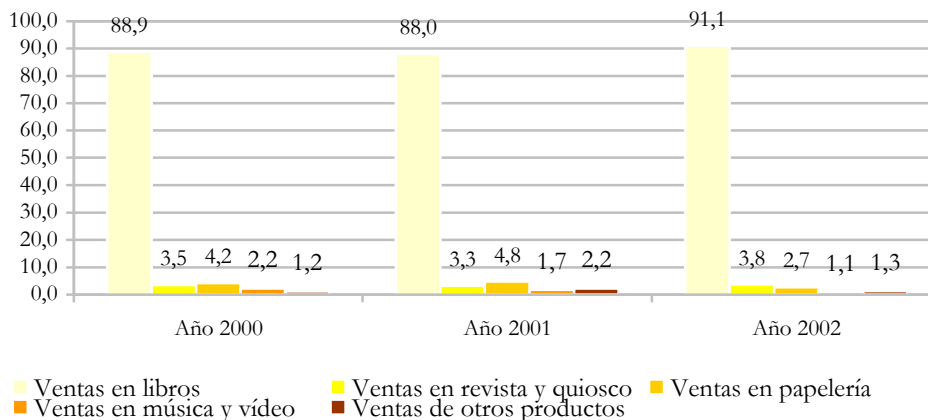
**Gráfico 16.**  
**Porcentaje de la superficie ocupada por libros sobre la superficie total.**  
**Años 2000-2002. Por tamaño.**



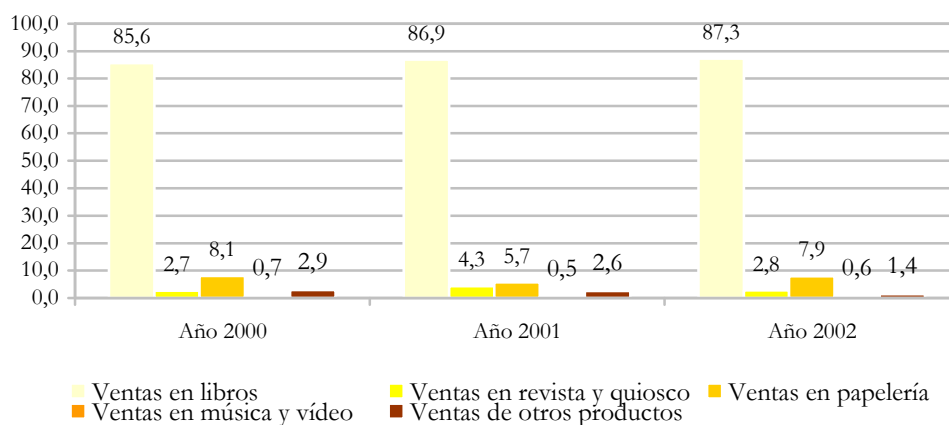
*Nota: Los años 2000 y 2001 los valores de las librerías grandes y medianas-grandes son coincidentes.*

**Gráfico 17.**  
**Composición de las ventas de la librería. Librerías grandes. Años 2000-2002.**  
**Por tamaño.**

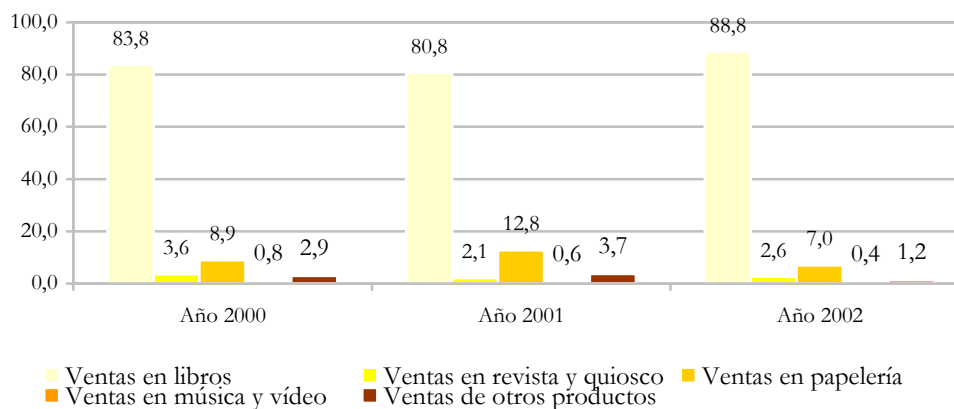
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**



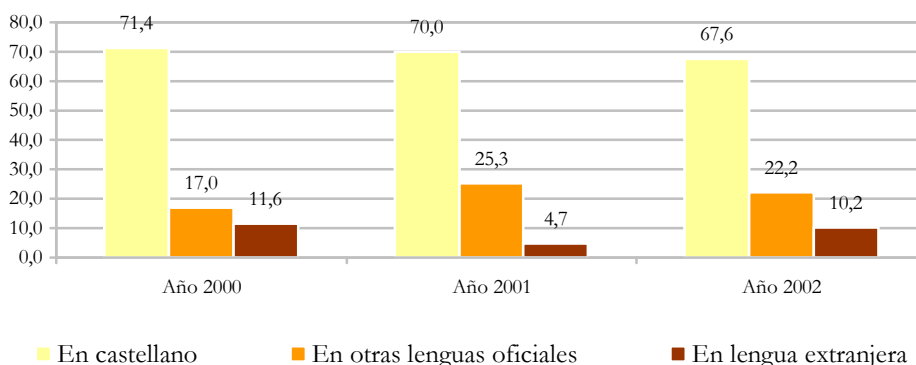
**C) Librerías medianas-pequeñas**



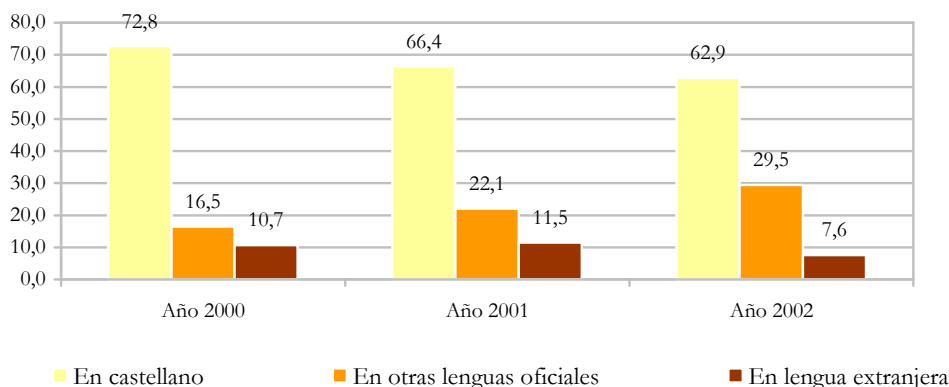
**Gráfico 18.**

**% de ventas según la lengua de publicación de las librerías con más de una lengua oficial. Años 2000-2002. Por tamaño. (\*)**

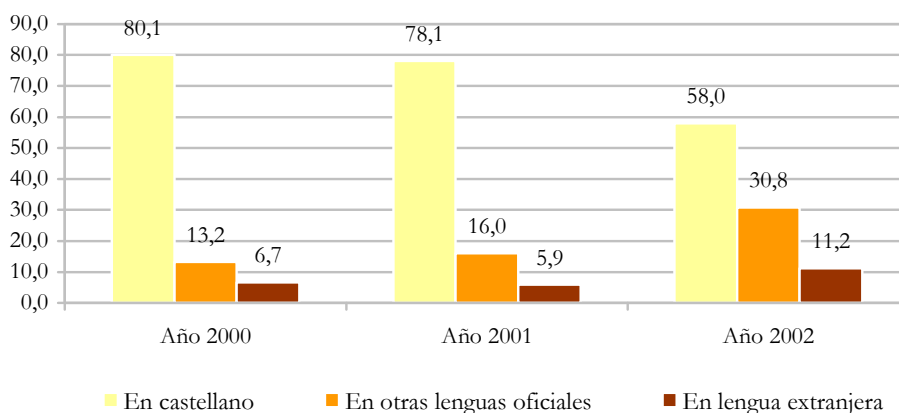
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**



**C) Librerías medianas-pequeñas**



*Nota (\*): Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco. La estratificación de la muestra por CCAA el año 2002, exige tratar con cautela el análisis de la evolución temporal de los datos.*

### 2.1.6. Gestión de la librería

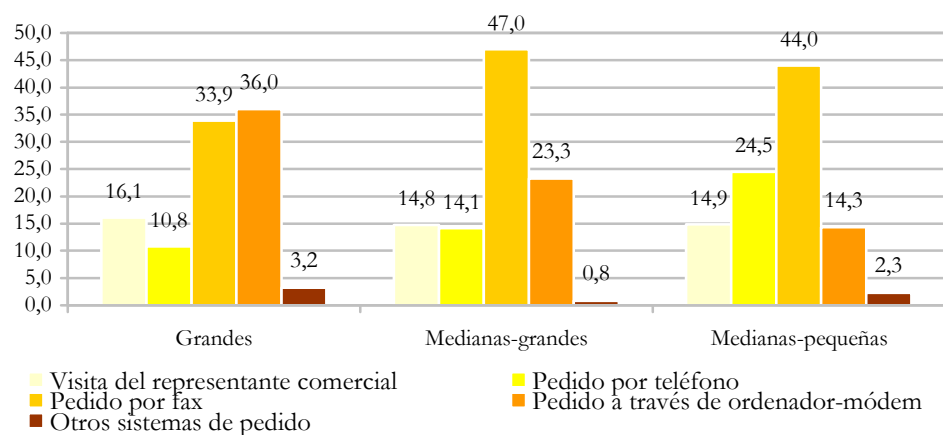
- En este apartado se plantean cuatro cuestiones de distinta naturaleza referentes a la gestión de la librería, sobre las que pueden realizarse las consideraciones siguientes:

- **Sistemas de pedido** (Gráfico 19): La importancia relativa de los pedidos realizados mediante la visita del representante comercial presenta similitudes importantes entre los tres grupos.

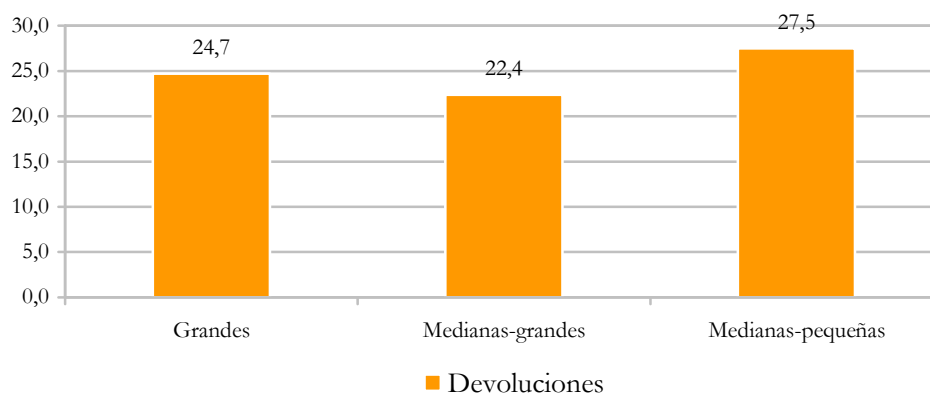
Contrariamente, y en relación con el uso de telecomunicaciones para la realización de dichos pedidos, se observan diferencias importantes. En este sentido, las librerías grandes utilizan mayoritariamente el ordenador módem (36,0%), y el fax (33,9%), mientras que las medianas-grandes usan el fax en el 47,0% y sólo un 23,3% el ordenador modem, y las medianas-pequeñas un 44,0% el fax y por detrás el teléfono con un 24,5%.

- **Devoluciones** (Gráfico 20): el nivel de respuesta de esta pregunta es más bajo que el obtenido en otras (sobretudo en las librerías menores). Además en los casos de respuesta, se han facilitado datos aproximativos.
- **Frecuencia de acceso a Internet** (Gráfico 21): las diferencias más acentuadas se presentan en el porcentaje de librerías que se conectan siempre a Internet, cuyo valor decrece al disminuir el tamaño: del 72,8% de las librerías grandes al 50,6% de las medianas-pequeñas. En el otro extremo, las librerías medianas-pequeñas que no se conectan nunca representan el 20,6% del total, mientras que en las grandes este porcentaje es del 4,0%
- **Grado de informatización de las existencias** (Gráfico 22 i 23): la informatización de las existencias está directamente relacionada con el tamaño de la librería: a mayor tamaño, aumenta el porcentaje de libreros que están informatizadas. En cuanto a la propiedad del programa utilizado, no hay que destacar diferencias importantes respecto a años anteriores.

**Gráfico 19.**  
**Porcentaje de librerías según el sistema de pedidos a los proveedores. Año 2002.**  
**Por tamaño.**

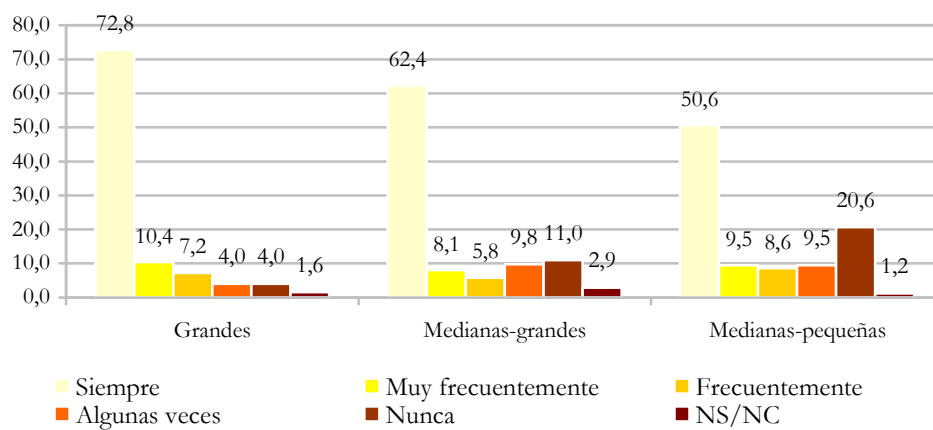


**Gráfico 20.**  
**Porcentaje de las devoluciones sobre el total de ventas. Año 2002.**  
**Por tamaño.**



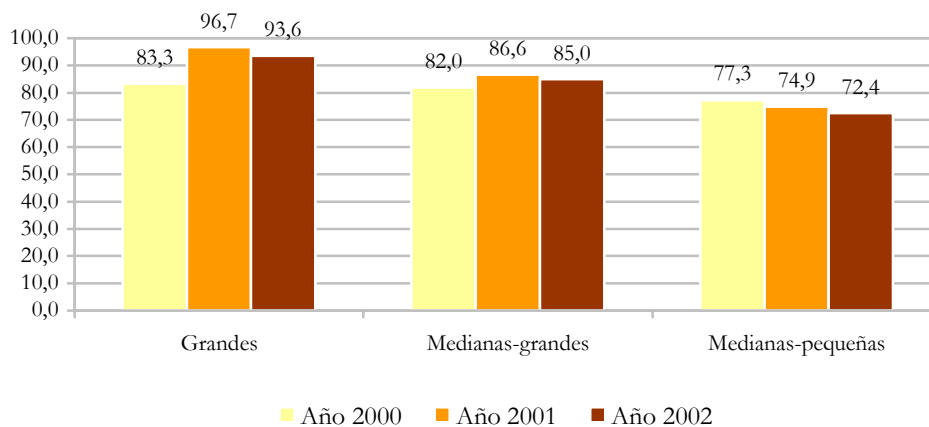


**Gráfico 21.**  
**Porcentaje de librerías según la frecuencia de acceso a Internet. Año 2002.**  
**Por tamaño.**



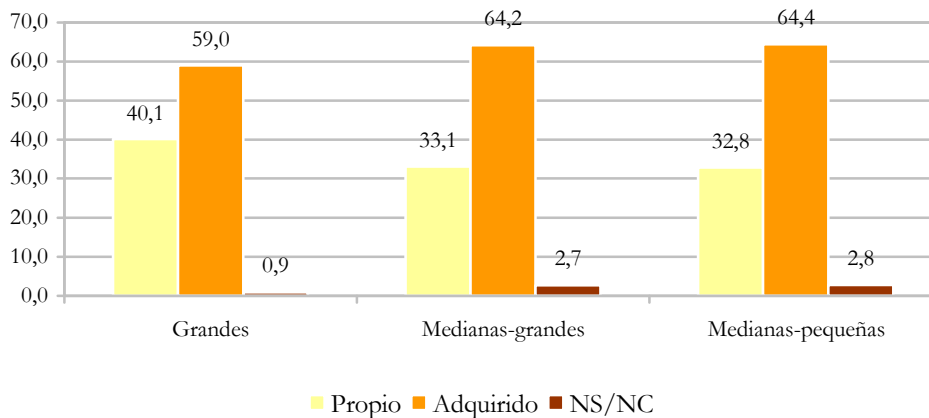
**Gráfico 22.**

**Porcentaje de librerías según el grado de informatización de las existencias. Años 2000-2002. Por tamaño.**



**Gráfico 23.**

**Porcentaje de librerías según el programa utilizado en el caso de tener informatizadas las existencias. Año 2002. Por tamaño.**



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

### 2.2.1. Introducción

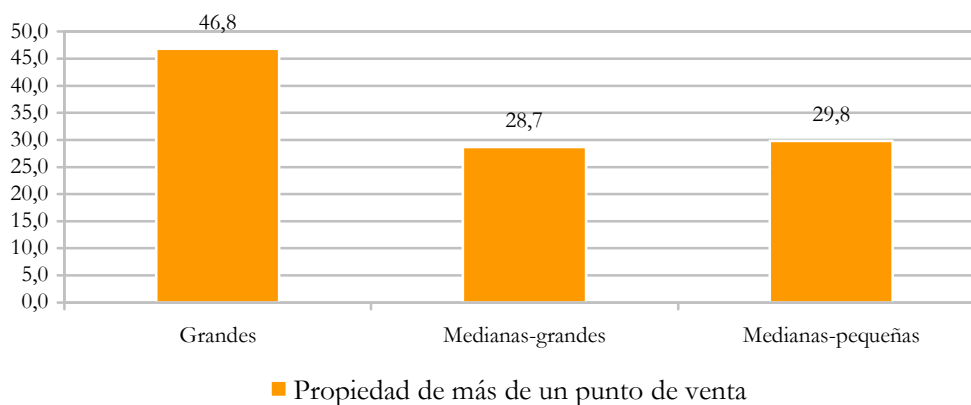
- El análisis de los resultados de la ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería se ha estructurado en los siguientes apartados:
  - a) **Datos generales de la empresa:** propiedad de otros puntos de venta de libros, y descuento obtenido de los proveedores.
  - b) **Análisis de los ingresos:** media de ventas diarias, media del coste diario de las ventas, y estimación del coste de las ventas.
  - c) **Análisis de los gastos:** compras y otros gastos de explotación.
  - d) **Análisis de los activos:** volumen de las existencias, rotación media de las existencias, días para vender las existencias, y rotación de los activos totales.
  - e) **Análisis del endeudamiento:** ratios de endeudamiento, de calidad de la deuda, de gastos financieros, y de autonomía financiera.
  - f) **Análisis del margen bruto y del valor añadido.**

### 2.2.2. Datos generales de la empresa

- El cuestionario incluye dos datos generales de la empresa, que hacen referencia a dos temas fundamentales de estudio:
  - a) **El número de puntos de venta de libros de la empresa** (Gráfico 24): 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 (46,8%). En los grupos de librerías medianas este porcentaje se sitúa ligeramente por debajo del 30%.
  - b) **El descuento otorgado por los proveedores** (Gráfico 25): los datos muestran, en la misma línea que en años anteriores, un decremento de este indicador a medida que disminuye el tamaño de la librería.

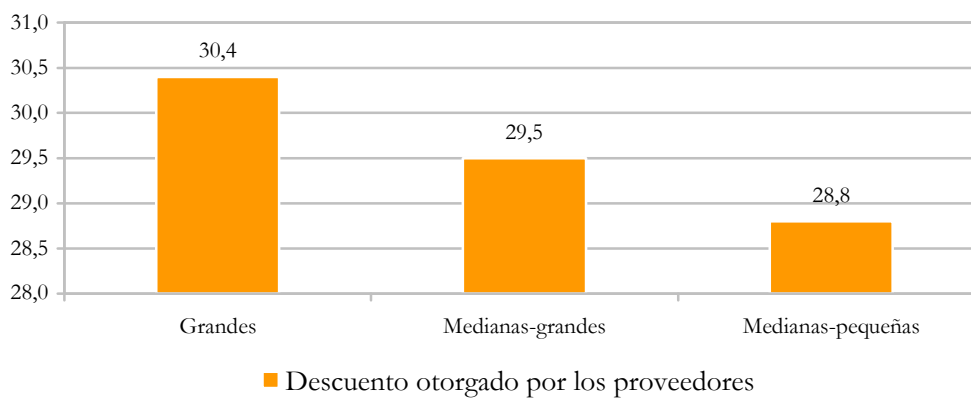
**Gráfico 24.**

**Porcentaje de librerías según si tienen propiedad de más de un punto de venta. Año 2002. Por tamaño de librería.**



**Gráfico 25.**

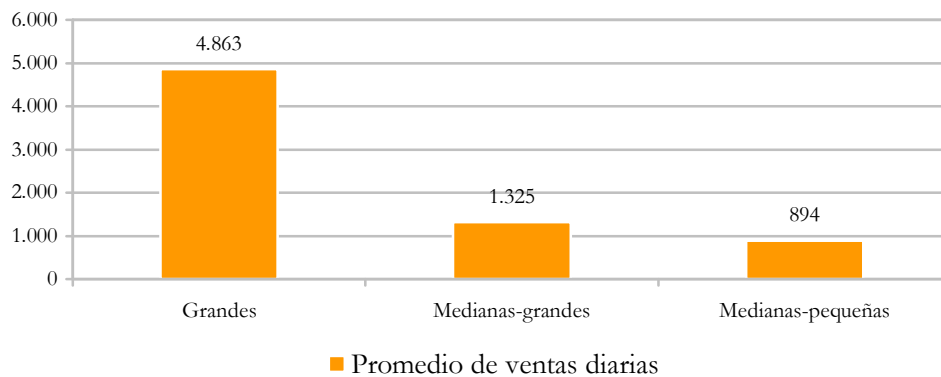
**Descuento otorgado por los proveedores. Año 2002. Por tamaño de la librería.**



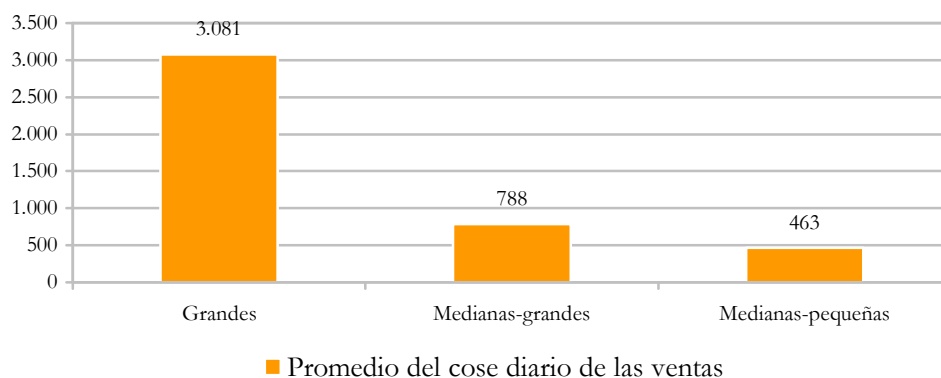
### **2.2.3. Análisis de los ingresos**

- Los indicadores elaborados en este apartado reflejan las lógicas diferencias entre los tres grupos de librerías según el tamaño. Concretamente, la información elaborada hace referencia a las siguientes cuestiones:
  - a) Media de las ventas diarias (Gráfico 26).
  - b) Coste diario de las ventas (Gráfico 27).
  - c) Estimación del coste de las ventas (Gráfico 28).

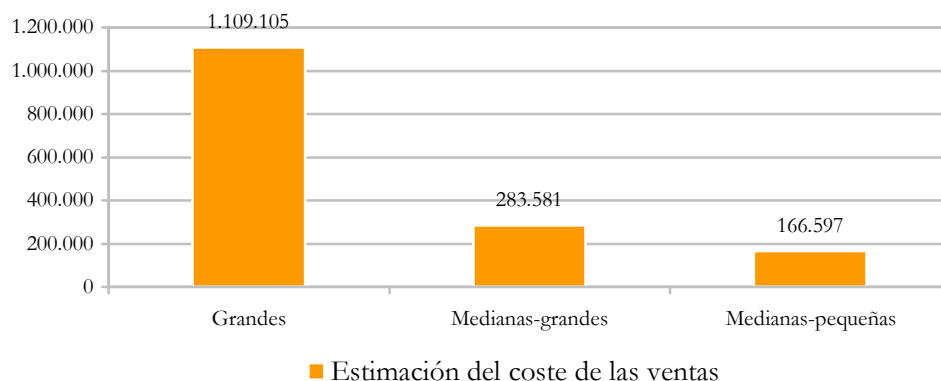
**Gráfico 26.**  
**Promedio de ventas diarias (euro/día). Año 2002. Por tamaño de la librería.**



**Gráfico 27.**  
**Promedio del coste diario de las ventas (euro/día). Año 2002. Por tamaño de la librería.**



**Gráfico 28.**  
**Estimación del coste de las ventas (euro). Año 2002. Por tamaño de la librería.**





#### 2.2.4. Análisis de los gastos

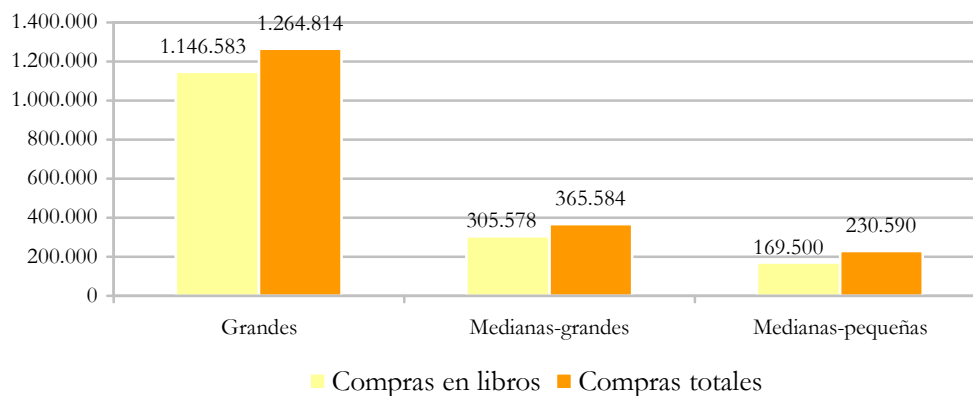
- El análisis de las compras (Gráfico 29) refleja, al igual que los indicadores relacionados con los ingresos, las diferencias entre los tres grupos de librerías según su tamaño.

Así mismo, se constata la importancia del producto libro en la actividad de las librerías.

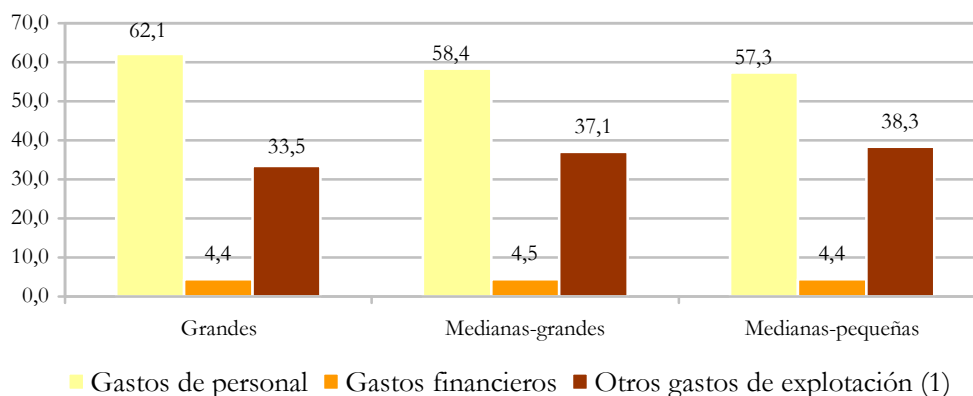
- Paralelamente se constata la gran importancia de los gastos de personal respecto del conjunto de los gastos de explotación corriente del negocio de la librería (Gráfico 30). En concreto, los gastos de personal representan, en todos los grupos, más del 50% del total de los gastos de explotación (sin incluir las compras): en el grupo de librerías grandes representan el 62,1%, en las medianas-grandes el 58,4% y en las medianas-pequeñas el 57,3%.

Consecuentemente, el resultado anual de pérdidas y ganancias de la librería está en gran medida condicionado por la evolución de este concepto de gasto. Esta observación es especialmente relevante en las librerías de mayor dimensión ya que, como se ha destacado anteriormente, al aumentar la superficie de los establecimientos, el incremento del factor trabajo tiende a ser proporcionalmente superior (ver Gráfico 15 en el apartado 2.1.3 anterior).

**Gráfico 29.**  
**Compras en libros y compras totales. Año 2002. Por tamaño de la librería.**



**Gráfico 30.**  
**Distribución del gasto en personal, gastos financieros y otros gastos de explotación. Año 2002. Por tamaño de la librería.**



*Nota: (1) Otros gastos de explotación incluye: servicios exteriores, tributos y otros gastos de gestión corriente.*

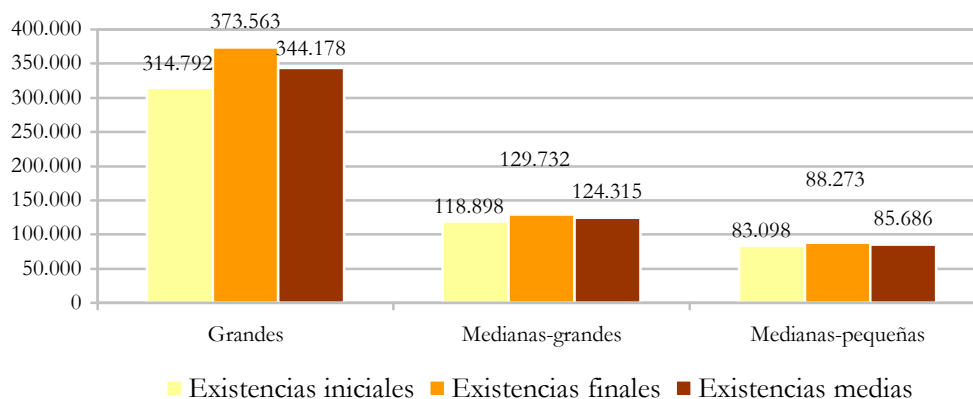
### 2.2.5. Análisis de los activos

- Excepto en el caso de las librerías medianas-pequeñas (el año 2000), el volumen de las existencias (iniciales, finales y medias) el año 2002 se sitúa en unos niveles inferiores a los obtenidos en ejercicios anteriores (Gráfico 31).
- La rotación media de las existencias (Gráfico 32) se mantiene como uno de los ratios que, a pesar de haber aumentado respecto los años anteriores, tiene unos valores sensiblemente inferiores a los que se registran en otros sectores del comercio minorista de España (en los que este ratio se sitúa por encima de 10).

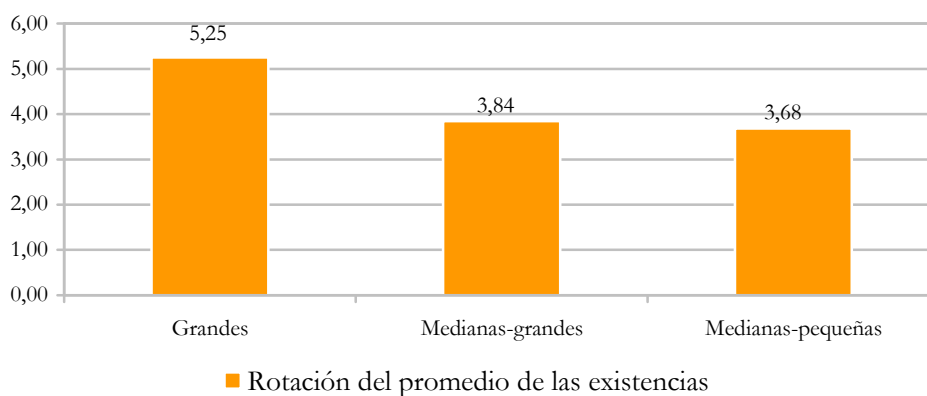
El grupo de las librerías grandes es el que ha experimentado un aumento mayor, situándose el año 2002 en 5,2, mientras que las medianas-grandes y las medianas-pequeñas se aproximan a 4 (3,8 y 3,7 respectivamente).

Hay que destacar que estos datos muestran que la rotación de las existencias es una cuestión fundamental para la viabilidad económica de la librería, ya que la gran cantidad de títulos (productos) que pueden o han de ser almacenados en las librerías (sobre todo en las denominadas “de fondo”), limita las posibilidades de mejorar la rotación de las existencias.

**Gráfico 31.**  
**Volumen de las existencias (euro). Año 2002. Por tamaño de la librería.**

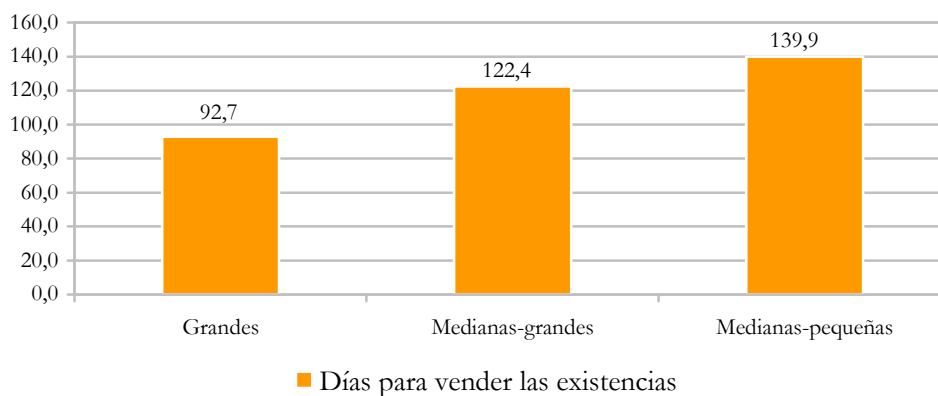


**Gráfico 32.**  
**Rotación del promedio de las existencias. Año 2002. Por tamaño de la librería.**



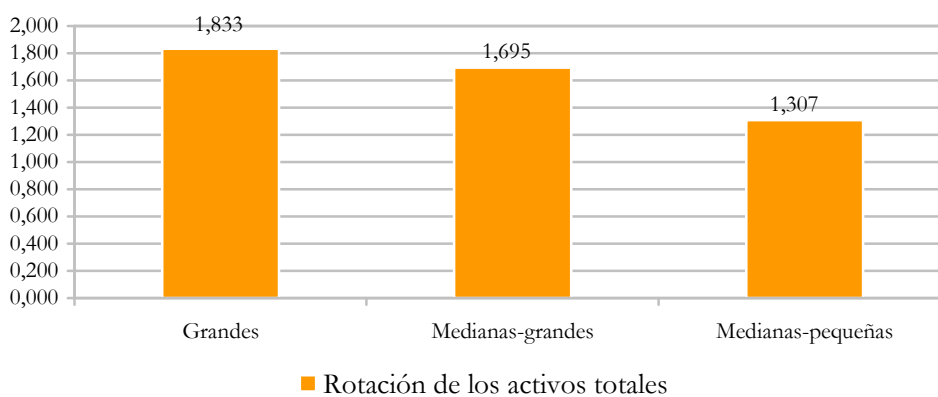
**Gráfico 33.**

**Días para vender las existencias. Año 2002. Por tamaño de la librería.**



**Gráfico 34.**

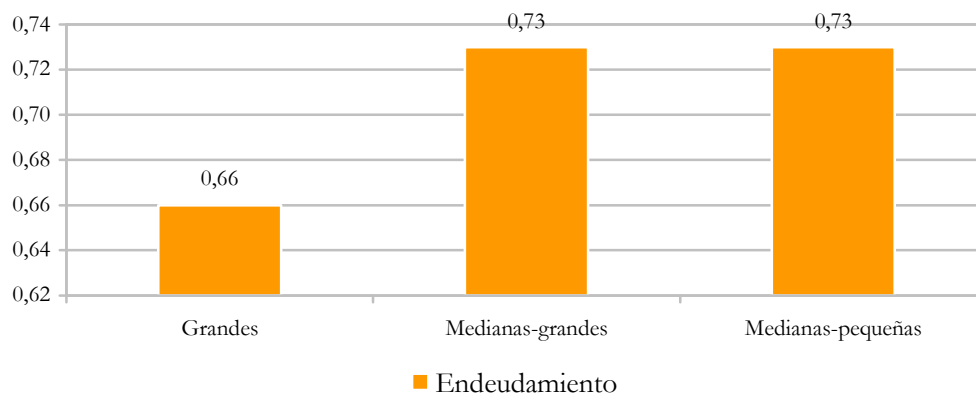
**Rotación de los activos totales. Año 2002. Por tamaño de la librería.**



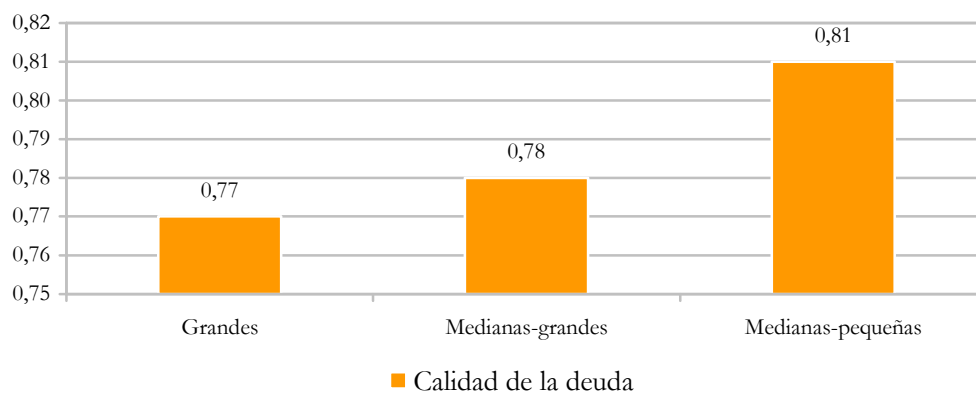
### 2.2.6. Análisis del endeudamiento

- Las principales cuestiones a destacar en relación con este apartado son:
  - a) Ratio de endeudamiento (Gráfico 35): en todos los grupos este ratio se mantiene por encima de 0,6, hecho que podría ser indicativo de la existencia de un endeudamiento elevado de estas empresas.
  - b) Ratio de la calidad de la deuda (Gráfico 36): este valor se sitúa en todos los grupos alrededor del 0,8. Cabe indicar que en las librerías medianas-pequeñas y grandes se ha producido un aumento respecto el año anterior. En el caso de las librerías medianas-grandes, el valor obtenido no presenta diferencias destacables respecto de ejercicios anteriores.
  - c) Ratio de gastos financieros (Gráfico 37): igual que en años anteriores, este ratio se sitúa alrededor de 0,010. Al ser un valor inferior a 0,04, cabe deducir que los gastos financieros de las librerías no son demasiado elevados.
  - d) Ratio de autonomía financiera (Gráfico 38): se observa una tendencia a la disminución de su valor tanto en las librerías medianas-grandes (donde el decremento es muy importante) como en las librerías medianas-pequeñas. En cambio, en las librerías grandes este valor experimenta un aumento muy moderado. Hay que destacar que los valores obtenidos se encuentran cerca del nivel óptimo (que se sitúa entre 0,4 y 0,5); las librerías grandes están un poco por encima (0,52) lo cual podría suponer una cierta infrautilización del capital, mientras que las librerías medianas están ligeramente por debajo.

**Gráfico 35.**  
**Ratio de endeudamiento. Año 2002. Por tamaño de la librería.**

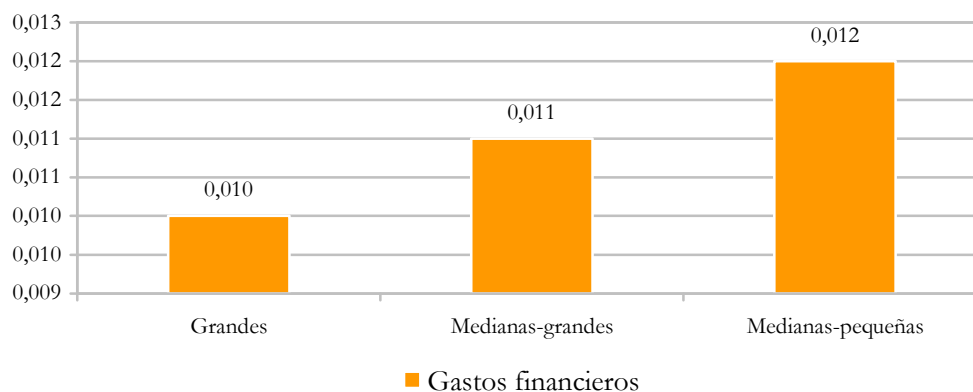


**Gráfico 36.**  
**Ratio de la calidad de la deuda. Año 2002. Por tamaño de la librería.**



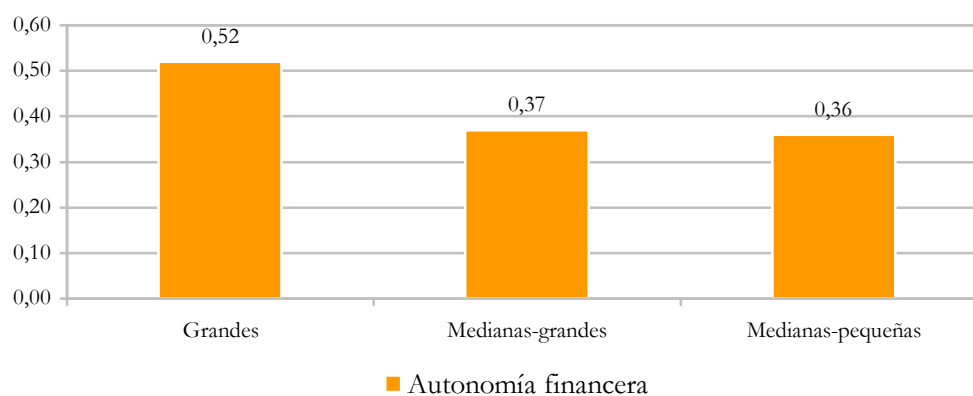
**Gráfico 37.**

**Ratio de gastos financieros. Año 2002. Por tamaño de la librería.**



**Gráfico 38.**

**Ratio de autonomía financiera. Año 2002. Por tamaño de la librería.**

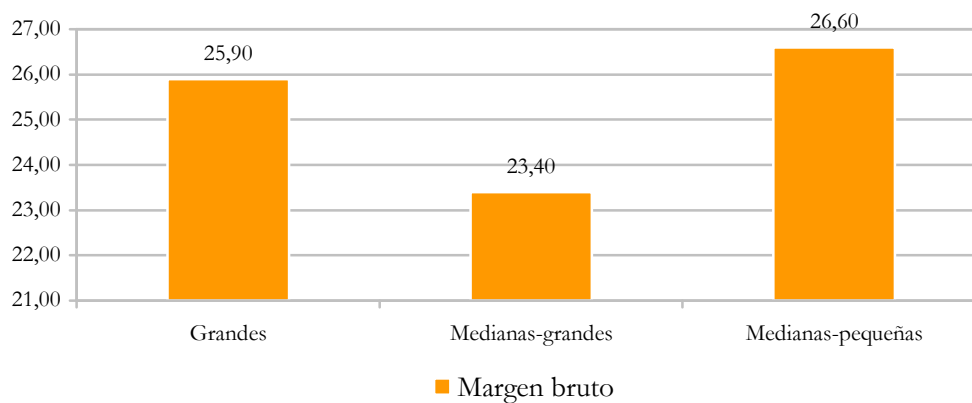




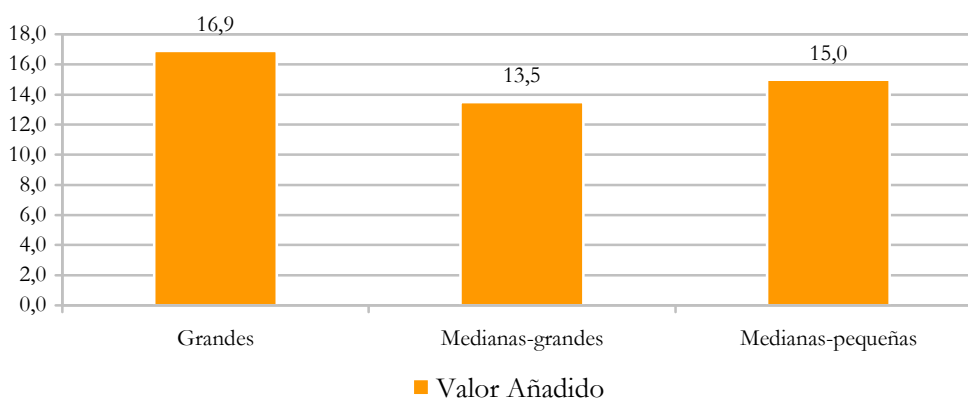
### 2.2.7. Análisis del valor añadido bruto

- Por un lado, el margen bruto de las librerías representa –aproximadamente- el 25% del total de ventas y por otro lado, el porcentaje del valor añadido respecto del total de las ventas es del orden del 15%.
  
- El análisis comparativo de estos datos con otros sectores del comercio minorista permite realizar las siguientes consideraciones (ver Cuadros 31 y 32 del Anexo de Datos Estadísticos):
  - En el comercio al por menor en establecimientos no especializados, estos porcentajes son inferiores: cerca del 20% de margen bruto sobre las ventas, y alrededor del 12% del valor añadido sobre las ventas.
  
  - Comercio al por menor en establecimientos especializados: en este caso existe un elevado paralelismo con el sector de las librerías.
  
  - Comercio al por menor de productos farmacéuticos: esta rama de actividad obtiene unos porcentajes claramente superiores a los demás (entre el 30% y el 35% de margen bruto, y el 20% y el 25% de valor añadido).

**Gráfico 39.**  
**% del margen bruto sobre las ventas totales. Año 2002.**  
**Por tamaño de la librería.**



**Gráfico 40.**  
**% del valor añadido sobre las ventas. Año 2002. Por tamaño de la librería**



### **2.3.) Consideraciones finales y recomendaciones**

- Sobre la base de los resultados obtenidos del estudio del año 2002, se plantean las siguientes consideraciones finales y recomendaciones para el futuro desarrollo del Observatorio de la Librería:

a) En general, las modificaciones planteadas a nivel de la metodología de trabajo han proporcionado una mejora de la calidad de la información, así como una mayor agilidad en el proceso de trabajo.

De cara al futuro, hay que considerar la necesidad de afrontar las dos cuestiones siguientes:

- Profundizar en la actualización del censo de librerías objeto de la encuesta, con el objetivo de asegurar un óptimo mantenimiento del estudio.
  - Incrementar el aprovechamiento del Registro Mercantil como fuente de información.
- b) Respecto de la evolución del sector (y sin dejar de lado tras cuestiones de interés), hay que prestar una atención especial a la actividad de las librerías de menor dimensión, en las que parece existir una tendencia más o menos acentuada de decrecimiento de las ventas.
- c) Finalmente, en relación con el conocimiento de las particularidades de la economía de la librería y, por lo tanto, de algunos de sus factores clave de competitividad, deberá mejorarse la información disponible relativa a las dos cuestiones siguientes:

- La rotación de las existencias constituye una de las singularidades de la librería en comparación con otros comercios al detalle. La importancia de las librerías de “fondo” como centros de difusión de la cultura plantea el reto de garantizar la viabilidad económica de las librerías con una baja rotación de existencias. Sobre todo si se tiene en cuenta que, en unos mercados cada vez más competitivos, se han diversificado progresivamente los canales de comercialización de los productos más rentables (que, en general, son los de mayor rotación).
- Hay distintas cuestiones que recomiendan realizar un análisis detallado del factor trabajo de las librerías, entre los que se pueden destacar dos. Por un lado, la importancia que tienen los gastos de personal respecto de los gastos de explotación de la librería. Por otro lado, la relación observada entre meses trabajados y superficie de la librería, que es claramente indicativa de la relevancia que tiene el factor trabajo en el proceso de crecimiento de las librerías.

## **Anexo 1.)** Datos estadísticos. Años 2000-2002

## **Presentación**

- El compendio de datos estadísticos del sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión Económica de la librería contiene:
  - a) Por un lado, el conjunto de la información elaborada durante el periodo 2000-2002 por las preguntas incluidas en la última versión del cuestionario.
  - b) Por otro lado, 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.

**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 cinco 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 considera la distribución del conjunto de librerías encuestadas según la tipología de establecimientos elaborada sobre la base de la **orientación temática de la oferta de libros por establecimiento**.

Concretamente, se definen tres grandes categorías de librería:

- librerías **generales**: aquéllas que no limitan su oferta de libros a áreas específicas de conocimiento;
- librerías **especializadas**: aquéllas que centran su oferta en determinadas materias o temáticas;
- librerías **generales con especialización**: aquéllas que, siendo generales, cubren con mayor profundidad una(-s) materia(-s) concreta(-s).

**Cuadro 3**  
**Tipologías de librería (en %).**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes		Medianas - grandes		Medianas - pequeñas		
	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2002
Generales	36,5	44,3	42,4	43,0	43,0	45,7	40,3
Especializadas	36,5	27,0	35,5	26,2	25,2	32,9	31,7
Generales con especialización	27,0	28,7	22,1	30,8	31,8	21,4	28,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

#### **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 4**  
**Nivel de agremiación de las librerías (en %).**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
<b>A alguna asociación o gremio de libreros</b>	<b>93,6</b>	<b>91,8</b>	<b>90,4</b>	<b>83,7</b>	<b>84,3</b>	<b>83,9</b>	<b>77,7</b>	<b>74,5</b>	<b>69,1</b>
- A CEGAL	7,9	18,0	9,6	15,1	23,3	14,5	9,5	19,8	11,5
- Al Gremio Provincial de Libreros	24,6	27,9	25,6	25,6	21,5	18,5	21,9	21,8	20,6
- A ambos	61,1	45,9	55,2	43,0	39,5	50,9	46,3	32,9	37,0
<b>A ninguno</b>	<b>5,6</b>	<b>4,9</b>	<b>8,8</b>	<b>15,1</b>	<b>9,9</b>	<b>12,1</b>	<b>19,4</b>	<b>19,8</b>	<b>23,9</b>
<b>NZ/NC</b>	<b>0,8</b>	<b>3,3</b>	<b>0,8</b>	<b>1,2</b>	<b>5,8</b>	<b>4,0</b>	<b>2,9</b>	<b>5,7</b>	<b>7,0</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### 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 5**  
**Superficie de la librería.**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Superficie de acceso al público (m <sup>2</sup> )	306,5	360,8	312,6	146,9	138,9	125,6	87,0	95,0	91,1
Superficie de almacén (m <sup>2</sup> )	n.d.	97,4	102,0	n.d.	53,7	50,1	n.d.	53,1	35,5
Otras superficies (m <sup>2</sup> )	120,9	32,3	31,4	56,7	13,4	12,5	36,6	10,9	11,4
Superficie total (m <sup>2</sup> )	427,4	526,0	451,8	203,6	201,1	188,2	123,5	157,7	137,4
Porcentaje superficie de acceso al público ocupada por libros (%)	84,2	87,8	89,3	83,0	86,5	85,8	79,4	83,4	82,7
Porcentaje superficie almacén ocupado por libros (%)	n.d.	67,0	72,4	n.d.	69,0	67,5	n.d.	62,6	61,7
Porcentaje de superficie total ocupada por libros (%)	85,3	85,3	87,0	85,3	85,3	84,9	83,1	80,5	81,2

#### A.1.1.4. Los recursos humanos y de 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 6**  
**Recursos humanos de la librería y meses trabajados.**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes		Medianas-grandes				Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Empleados fijos (personas)	9,9	10,7	10,5	4,4	4,6	4,0	2,7	2,5	2,6
Empleados eventuales (personas)	1,7	1,5	1,0	0,8	0,6	0,4	0,5	0,3	0,2
Meses trabajados (meses)	115,0	122,2	121,0	51,1	51,2	45,0	31,7	29,3	29,4
Total horas de apertura semanales (horas)	50,4	51,9	51,1	46,2	47,9	46,4	46,5	44,8	45,1
Total días de apertura semanal (días)	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	5,9	6,0

### 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;**
- **evolución interanual de las ventas:** ventas del año 2002 sido superiores, iguales o inferiores a las del año 2001;
- **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)
- **devoluciones de libros sobre el total de ventas;**
- **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).

**Cuadro 7**  
**Ventas totales netas de la librería y ventas en libros.**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Ventas totales netas (Eur.)	1.650.363,6	1.508.705,6	1.716.517,3	515.052,9	520.977,2	502.669,9	287.168,9	330.879,5	258.190,6
Ventas en libros netas (Eur.)	1.422.699,0	1.282.123,7	1.519.295,9	412.379,1	432.993,4	395.366,4	211.403,0	228.168,0	216.889,3
Porcentaje del libro sobre las ventas totales (%)	88,9	88,0	91,1	85,6	86,9	87,3	83,8	80,8	88,8

**Cuadro 8**  
**Evolución de las ventas de la librería respecto al año anterior (en %).**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Superiores	68,3	73,8	72,0	62,2	62,2	52,0	52,1	46,9	40,7
Iguales	17,5	12,2	16,0	18,0	24,4	31,8	28,9	24,7	32,1
Inferiores	11,1	11,5	8,8	13,4	12,2	15,0	14,0	23,5	20,6
Ns/Nc	3,1	2,5	3,2	6,4	1,2	1,2	5,0	4,9	6,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 9**  
**Composición de las ventas de la librería (en %).**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Ventas en libros	88,9	88,0	91,1	85,6	86,9	87,3	83,8	80,8	88,8
Ventas en revistas y quiosco	3,5	3,3	3,8	2,7	4,3	2,8	3,6	2,1	2,6
Ventas en papelería	4,2	4,8	2,7	8,1	5,7	7,9	8,9	12,8	7,0
Ventas en música y vídeo	2,2	1,7	1,1	0,7	0,5	0,6	0,8	0,6	0,4
Ventas en otros artículos	1,2	2,2	1,3	2,9	2,6	1,4	2,9	3,7	1,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 10**

**Devoluciones de libros sobre el total de las ventas en libros (en %).  
 Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Porcentaje de devoluciones	n.d.	24,5	24,7	n.d.	22,4	22,4	n.d.	28,6	27,5

**Cuadro 11**

**Ventas de la librería por lengua de publicación (en %).  
 Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes		Medianas-grandes				Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Libros en castellano	71,4	70,0	67,6	72,8	66,4	62,9	80,1	78,1	58,0
Libros en otras lenguas oficiales de España	17,0	25,3	22,2	16,5	22,1	29,5	13,2	16,0	30,8
Libros en lengua extranjera	11,6	4,7	10,2	10,7	11,5	7,6	6,7	5,9	11,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota: sólo de las librerías ubicadas en comunidades autónomas con más de una lengua oficial.*

### A.1.3. *Ratios* básicos 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, los *ratios* básicos que se presentan son los 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 12**  
**Ratios de actividades básicas de la librería**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Meses trabajados / superficie total (meses / m <sup>2</sup> )	0,27	0,26	0,27	0,25	0,25	0,24	0,26	0,18	0,21
Ventas totales / superficie total (Eur. / m <sup>2</sup> )	3.511,1	3.078,8	3.686,9	2.483,8	2.879,9	2.899,3	2.405,0	2.297,1	1.810,1
Ventas en libros / superficie total libro (Eur. / m <sup>2</sup> )	3.672,1	3.089,1	3.658,5	2.541,4	2.883,4	2.734,4	2.244,1	2.086,6	1.722,4
Ventas totales / meses trabajados (Eur. / meses)	13.365,0	12.694,8	14.700,3	10.130,0	10.786,9	12.503,7	9.730,0	10.862,7	9.043,4

#### 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:

- **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,
  - propiedad del programario utilizado.
- **la frecuencia de acceso a Internet** para obtener información sobre Catálogos de Libros y bases de datos sobre productos (ISBN, ...)
- **los sistemas de pedido** utilizados por la librería (pedidos por teléfono, fax, ordenador-módem-fax, a través de representante comercial y otros sistemas).

**Cuadro 13**  
**Informatización de la librería (en %).**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Sí	83,3	96,7	93,6	82,0	86,6	85,0	77,3	74,9	72,4
No	15,1	3,3	6,4	15,7	13,4	14,4	22,7	25,1	27,2
NS/NC	1,6	0,0	0,0	2,3	0,0	0,6	0,0	0,0	0,4

Informatización de las existencias de la librería

**Cuadro 14**  
**Tipo de programa utilizado por la librería (en %).**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
- Programa propio	37,9	39,8	40,1	29,5	31,5	33,1	25,8	33,5	32,8
- Programa adquirido	62,1	60,2	59,0	70,5	67,8	64,2	74,2	65,9	64,4
- Ns/Nc	0,0	0,0	0,9	0,0	0,7	2,7	0,0	0,6	2,8

**Cuadro 15**  
**Frecuencia de acceso a Internet (en %).**  
**Según el tamaño de la librería. Año 2002.**

	<b>Grandes 2002</b>	<b>Medianas-grandes 2002</b>	<b>Medianas-pequeñas 2002</b>
Siempre	72,8	62,4	50,6
Muy frecuentemente	10,4	8,1	9,5
Frecuentemente	7,2	5,8	8,6
Algunas veces	4,0	9,8	9,5
Nunca	4,0	11,0	20,6
NS/NC	1,6	2,9	1,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 16**  
**Sistemas de pedido de la librería (en %).**  
**Por tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas-grandes			Medianas-pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Pedido por teléfono	21,2	11,5	10,8	15,8	15,4	14,1	25,8	29,5	24,5
Pedido por fax	11,8	40,6	33,9	49,2	42,4	47,0	42,9	40,8	44,0
Pedido por ordenador-módem	39,5	28,0	36,0	13,6	22,7	23,3	11,2	9,8	14,3
Pedido a través de visita comercial	25,5	19,2	16,1	19,4	18,0	14,8	16,9	18,2	14,9
Otros sistemas de pedido	2,0	0,6	3,2	2,0	1,5	0,8	3,2	1,6	2,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

### **A.2.1. Datos generales**

- En este apartado se consideran dos cuestiones:
  - El número de puntos de venta de libros que tiene una misma empresa
  - El promedio del descuento otorgado por los proveedores

**Cuadro 17**  
**Número de puntos de venta de las empresas (en %).**  
**Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2002.**

	Grandes						Medianas - grandes						Medianas - pequeñas					
	2000		2001		2002		2000		2001		2002		2000		2001		2002	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Propiedad de más de un punto de venta	44,4	55,6	42,9	57,1	46,8	53,2	17,1	82,9	37,2	62,8	28,7	71,3	11,1	88,9	26,1	73,9	29,8	70,2

**Cuadro 18**  
**Promedio del descuento otorgado por los proveedores (en %).**  
**Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2002.**

	Grandes		Medianas - grandes		Medianas - pequeñas	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Promedio del descuento	33,9	31,7	30,4	31,2	29,3	29,5
					27,7	28,9
						28,8



### 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 cinco cuestiones siguientes:
  - **análisis de los ingresos;**
  
  - **análisis de los gastos;**
  
  - **análisis de los activos: rotación y productividad;**
  
  - **análisis del endeudamiento;**
  
  - **análisis del margen bruto y del valor añadido.**
  
- 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:

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

Hay que destacar que el año 2002, igual que el 2001, este indicador se ha circunscrito a las ventas en libros (el año 2000 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 19**  
**Análisis de los ingresos de la librería.**  
**Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas - grandes			Medianas - pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Promedio de ventas diarias (Eur./día)	5.312,9	6.244,6	4.862,9	1.636,0	1.632,2	1.325,4	923,8	909,6	894,1
Promedio de coste diario de ventas (Eur./día)	3.824,9	n.d.	n.d.	1.287,6	n.d.	n.d.	575,6	n.d.	n.d.
Promedio de coste diario de ventas de libros (Eur./día)	n.d.	3.576,7	3.080,8	n.d.	820,0	787,7	n.d.	495,8	462,8
Estimación de coste de los bienes vendidos (Eur.)	1.376.954,2	n.d.	n.d.	463.540,7	n.d.	n.d.	207.228,3	n.d.	n.d.
Estimación de coste de los libros vendidos (Eur.)	n.d.	1.287.607,0	1.109.105,4	n.d.	295.195,4	283.580,6	n.d.	178.475,8	166.596,5

#### **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.**

**Cuadro 20**  
**Compras de la librería.**  
**Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2002.**

	Grandes		Medianas - grandes			Medianas - pequeñas			
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Compras totales (Eur.)	1.507.106,1	1.698.271,6	1.264.814,1	468.700,4	437.373,5	365.584,3	225.930,5	239.435,9	230.589,6
Compras en libros (Eur.)	1.306.215,5	1.355.275,6	1.146.582,5	301.499,0	323.224,2	305.577,7	172.294,6	180.528,2	169.499,7
Importancia de las compras en libros (%)	86,7	79,8	90,6	64,3	73,9	83,6	76,3	75,4	73,5

*Nota: 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 coincide necesariamente con la relación entre las medias de “Compras totales” y “Compras en libros”.*

**Cuadro 21**

**Gastos de la librería: personal, financieros y otros gastos de explotación.  
 Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas - grandes			Medianas - pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Gastos de personal (Eur.)	260.495,5	449.898,8	256.750,7	86.522,8	97.006,6	66.313,1	33.027,1	41.900,7	49.464,4
Gastos financieros (Eur.)	17.639,7	43.382,6	18.061,2	5.402,9	7.244,3	5.156,3	3.150,8	1.532,0	3.802,1
Otros gastos de explotación (Eur.)	n.d.	301.169,8	138.585,4	n.d.	54.124,1	41.984,9	n.d.	12.085,9	33.122,7

### A.2.2.3. Análisis de los activos: rotación y productividad

- 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 la pasada edición 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:

- **Productividad de los activos totales.** Indica la relación entre los activos totales y las ventas totales netas. En este caso, un menor valor de la *ratio*, significa que se obtienen unos ingresos mayores en concepto de ventas por cada euro de capital.

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

- **Rotación de los activos totales.** Es la relación inversa de las mismas variables utilizadas en el cálculo de la productividad de los activos totales. Refleja el rendimiento que se obtiene de los activos, de forma que, a mayor rotación (es decir, a mayor valor de la *ratio*), más ventas se generan con los mismos activos.

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

**Cuadro 22**  
**Existencias de la librería, rotación y días para venderlas.**  
**Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas - grandes			Medianas - pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Existencias iniciales (Eur.)	422.608,1	498.298,3	314.792,3	141.359,4	160.807,1	118.898,3	85.181,8	107.530,4	83.098,0
Existencias finales (Eur.)	462.358,9	467.381,7	373.562,7	154.584,7	129.349,9	129.731,8	92.717,1	117.368,4	88.273,4
Existencias medias (Eur.)	442.483,4	482.840,0	344.177,5	147.972,1	145.078,5	124.315,0	88.949,4	112.449,4	85.685,7
Rotación del promedio de existencias (*)	2,8	3,7	5,2	3,8	3,1	3,8	2,8	2,9	3,7
Días para vender las existencias (días) (*)	127,1	133,4	92,7	93,5	166,9	122,4	130,5	165,6	139,9

Nota (\*): 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 23

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

**Por tamaño de empresa.**

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

Notas:

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

(2) No se ha editado una actualización de estos datos ya analizados en el estudio del año 2000.

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

### Cuadro 24

**Plazo de existencias (Existencias / Consumos de explotación x 365) en los sectores del comercio minorista de España.**

**Por tamaño de empresa.**

	Total sector	Empresas grandes y medianas	Empresas grandes y medianas con beneficios	Empresas pequeñas	Empresas pequeñas con beneficios
CNAE 521 Comercio al por menor en establ. no especializados	44	42	42	53	53
CNAE de 5221 a 5227 Comercio al por menor en establ. especializados	32	20	20	47	48
CNAE de 5231 a 5233 Comercio al por menor de productos farmacéuticos	91	60	49	105	93

Notas:

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

(2) No se ha editado una actualización de estos datos ya analizados en el estudio del año 2000.

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

**Cuadro 25**  
**Productividad y rotación de los activos de la librería.**  
**Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas - grandes			Medianas - pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Productividad de los activos totales	0,636	0,640	0,55	0,640	0,985	0,59	0,644	0,470	0,76
Rotación de los activos totales	1,571	1,563	1,833	1,562	1,015	1,695	1,552	2,129	1,307

**Cuadro 26**  
**Rotación de los activos totales (Ventas / Total activo) en los sectores del comercio minorista de España.**  
**Por tamaño de empresa.**

	Total sector	Empresas grandes y medianas	Empresas grandes y medianas con beneficios	Empresas pequeñas	Empresas pequeñas con beneficios
CNAE 521 Comercio al por menor en establ. no especializados	2,00	1,98	1,97	2,17	2,11
CNAE de 5221 a 5227 Comercio al por menor en establ. especializados	2,73	3,23	3,12	2,32	2,15
CNAE de 5231 a 5233 Comercio al por menor de productos farmacéuticos	1,31	1,09	1,2	1,46	1,59

Notas:

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

(2) No se ha editado una actualización de estos datos ya analizados en el estudio del año 2000.

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

#### A.2.2.4. 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 27**  
**Endeudamiento de la librería.**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2000-2002.**

	Grandes			Medianas - grandes			Medianas - pequeñas		
	2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
<i>Ratio</i> de endeudamiento	0,52	0,68	0,66	0,44	0,32	0,73	0,45	0,65	0,73
<i>Ratio</i> de calidad de la deuda	0,80	0,72	0,77	0,79	0,80	0,78	0,70	0,54	0,81
<i>Ratio</i> de gastos financieros	0,009	0,017	0,010	0,009	0,010	0,011	0,010	0,007	0,012
<i>Ratio</i> de autonomía financiera	0,85	0,48	0,52	1,12	2,63	0,37	1,34	0,53	0,36

**Cuadro 28**  
**Ratio de endeudamiento (Deudas / Pasivo) en los sectores del comercio minorista de España.**  
**Por tamaño de empresa. 1999**

	Total sector	Empresas grandes y medianas	Empresas grandes y medianas con beneficios	Empresas pequeñas	Empresas pequeñas con beneficios
CNAE 521 Comercio al por menor en establ. no especializados	0,69	0,69	0,69	0,71	0,69
CNAE de 5221 a 5227 Comercio al por menor en establ. especializados	0,72	0,75	0,74	0,70	0,65
CNAE de 5231 a 5233 Comercio al por menor de productos farmacéuticos	0,66	0,64	0,57	0,68	0,64

Notas:

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

(2) No se ha editado una actualización de estos datos ya analizados en el estudio del año 2000.

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

**Cuadro 29**  
**Calidad de la deuda (Deuda A.C.P. / Deudas) en los sectores del comercio minorista de España.**  
**Por tamaño de empresa. 1999**

	Total sector	Empresas grandes y medianas	Empresas grandes y medianas con beneficios	Empresas pequeñas	Empresas pequeñas con beneficios
CNAE 521 Comercio al por menor en establ. no especializados	0,77	0,84	0,84	0,72	0,71
CNAE de 5221 a 5227 Comercio al por menor en establ. especializados	0,82	0,90	0,90	0,73	0,70
CNAE de 5231 a 5233 Comercio al por menor de productos farmacéuticos	0,90	0,99	0,99	0,83	0,86

Notas:

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

(2) No se ha editado una actualización de estos datos ya analizados en el estudio del año 2000.

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

#### A.2.2.5. Análisis del valor añadido 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 30**  
**Valor añadido bruto.**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2001-2002.**

	Grandes		Medianas - grandes		Medianas - pequeñas	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Margen bruto	663.804,1	453.203,0	161.825,3	111.566,6	99.719,7	85.534,3
Ratio del margen bruto	27,7	25,9	25,6	23,4	28,9	26,6
Valor añadido	322.159,7	296.556,4	93.443,3	64.425,4	80.525,9	48.310,5
Ratio del valor añadido	13,4	16,9	14,8	13,5	23,4	15,0

**Cuadro 31**  
**Porcentaje del margen bruto en los sectores del comercio minorista de España.**  
**Por tamaño de empresa. 1999**

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

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

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

**Cuadro 32**  
**Porcentaje del valor añadido bruto en los sectores del comercio minorista de España.**  
**Por tamaño de empresa. 1999**

	Total sector	Empresas grandes y medianas	Empresas grandes y medianas con beneficios	Empresas pequeñas	Empresas pequeñas con beneficios
CNAE 521 Comercio al por menor en establ. no especializados	13,39	13,63	13,65	11,94	11,76
CNAE de 5221 a 5227 Comercio al por menor en establ. especializados	15,17	13,47	13,38	17,13	17,44
CNAE de 5231 a 5233 Comercio al por menor de productos farmacéuticos	21,73	25,25	22,10	19,94	20,45

Notas:

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

(2) No se ha editado una actualización de estos datos ya analizados en el estudio del año 2000.

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

## **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 2002**

Descripción	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Tipología de la librería	100,0	100,0	100,0
Superficie de acceso al público	96,0	97,1	94,2
Superficie de almacén	95,2	97,1	93,8
Otras superficies	95,2	97,1	93,8
Superficie total	96,0	97,1	95,5
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de acceso	96,8	99,4	94,6
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de almacén	96,8	99,4	93,4
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie total	96,8	99,4	93,0
Número de trabajadores fijos	100,0	100,0	100,0
Número de trabajadores eventuales	100,0	97,7	98,8
Número de meses trabajados por el total de los trabajadores	99,2	98,7	99,6
Número de días semanales de apertura de la librería	100,0	100,0	100,0
Número de horas semanales de apertura de la librería	100,0	100,0	98,8
Ventas totales (euro)	56,8	32,9	24,7
Ventas de libros (euro)	56,8	32,9	24,7
Distribución de ventas por productos	100,0	98,8	95,9
Porcentaje de devoluciones	68,8	53,8	51,4

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).**  
**Por indicadores de la Ficha. Año 2002 (Continuación)**

Descripción	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Distribución de las ventas según la lengua de publicación	55,2	48,6	47,7
Evolución de las ventas del último año	96,8	98,8	93,4
Meses trabajados / superficie total (meses/ m <sup>2</sup> )	96,0	95,4	95,1
Ventas totales / superficie total (euro/ m <sup>2</sup> )	56,0	32,4	24,7
Ventas en libros / superficie total (euro/ m <sup>2</sup> )	53,6	32,4	23,9
Ventas totales/ meses trabajados (euro / meses)	56,8	32,4	24,7
Distribución de las ventas según el sistema de pedido	97,6	98,8	98,8
Informatización de las existencias	100,0	99,4	99,6
Tipología de programa	99,2	97,7	97,9
Frecuencia de acceso a Internet	98,4	97,1	98,8

**Ficha B. Nivel de respuesta de las librerías (en %).**  
**Por indicadores de la ficha. Año 2002**

Descripción	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Propiedad de más de una librería	99,2	98,8	99,6
Descuento medio otorgado por los proveedores	91,4	100,0	96,3
Media de ventas diarias	98,6	100,0	96,3
Media del coste diario de las ventas	88,6	100,0	88,9
Estimación del coste de las ventas	88,6	100,0	88,9
Compras totales	98,6	100,0	100,0
Compras en libros	97,1	100,0	96,3
Importancia de las compras en libros	97,1	100,0	96,3
Gastos de personal	98,6	100,0	100,0
Gastos financieros	98,6	100,0	100,0
Otros gastos de explotación	98,6	100,0	100,0
Existencias iniciales	98,6	100,0	96,3
Existencias finales	100,0	100,0	96,3
Existencias medias	98,6	100,0	96,3
Rotación de las existencias	97,1	100,0	92,6
Días para vender las existencias	97,1	100,0	96,3
Productividad de los activos totales	98,6	100,0	92,6
Rotación de los activos totales	98,6	100,0	92,6
Ratio de endeudamiento	100,0	100,0	96,3
Ratio de la calidad de la deuda	100,0	100,0	96,3
Ratio de gastos financieros	98,6	100,0	96,3
Ratio de autonomía financiera	100,0	100,0	96,3
Margen bruto	98,6	100,0	96,3
Porcentaje margen bruto sobre ventas	98,6	100,0	96,3
Valor añadido bruto (VAB)	98,6	100,0	96,3
VAB sobre las ventas	98,6	100,0	96,3

**b.) Modelos de las fichas entregadas a las librerías**

**Sistema de Indicadores Estadísticos y de  
Gestión de la Librería en España**  
Año 2002

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

*Barcelona, febrero de 2004*



**OBSERVATORIO  
DE LA LIBRERÍA**

*Con la colaboración de*



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

*Año 2002*

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

*Barcelona, febrero de 2004*

**Dirección**  
Xavier Cubeles

**Técnicos**  
Laura Suñé  
Gemma Sala (Coordinación)



*Índice*

	<i>Páginas</i>
1. Introducción .....	5
2. Principales resultados. Año 2002 .....	14
2.1. Resultados de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería .....	15
2.1.1. Introducción .....	16
2.1.2. Perfil de la librería .....	17
2.1.3. Dimensión y recursos .....	22
2.1.4. Productividad de la librería .....	28
2.1.5. El libro y la librería .....	31
2.1.6. Gestión de la librería .....	35
2.2. Resultados de la Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería .....	39
2.2.1. Introducción .....	40
2.2.2. Datos generales de la empresa .....	41
2.2.3. Análisis de los ingresos .....	43
2.2.4. Análisis de los gastos .....	45
2.2.5. Análisis de los activos .....	47
2.2.6. Análisis del endeudamiento .....	50
2.2.7. Análisis del valor añadido bruto .....	53
2.3. Consideraciones finales y recomendaciones .....	55
<b>Anexo 1.) Datos estadísticos. Años 2000-2002 .....</b>	<b>58</b>
<b>A.1. Datos estadístico de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la librería .....</b>	<b>60</b>
<b>A.1.1. Datos básicos de la librería .....</b>	<b>61</b>
<b>A.1.1.1. La tipología de librería .....</b>	<b>62</b>
<b>A.1.1.2. El grado de pertenencia a gremios y asociaciones de las librerías .....</b>	<b>64</b>
<b>A.1.1.3. La superficie .....</b>	<b>66</b>
<b>A.1.1.4. Los recursos humanos y los horarios de apertura al público .....</b>	<b>68</b>
<b>A.1.2. Ventas de la librería .....</b>	<b>70</b>
<b>A.1.3. Ratios básicos de funcionamiento de la librería .....</b>	<b>76</b>
<b>A.1.4. Datos de gestión de la librería .....</b>	<b>78</b>
<b>A.2. Datos estadísticos de la Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la librería .....</b>	<b>82</b>

<b>A.2.1.</b>	Datos generales .....	83
<b>A.2.2.</b>	Datos económicos y ratios de funcionamiento de la librería .....	85
<b>A.2.2.1.</b>	Análisis de los ingresos .....	86
<b>A.2.2.2.</b>	Análisis de los gastos .....	89
<b>A.2.2.3.</b>	Análisis de los activos: rotación y productividad .....	92
<b>A.2.2.4.</b>	Análisis del endeudamiento .....	99
<b>A.2.2.5.</b>	Análisis del valor añadido .....	103
<b>Anexo 2.)</b>	Metodología del trabajo .....	106