

**Sistema de Indicadores Estadísticos y de
Gestión de la Librería en España**
Año 2007

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

Barcelona, octubre de 2008



CEGAL

Observatorio
de la Librería

Con la colaboración de



MINISTERIO
DE CULTURA

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

Año 2007

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

Barcelona, octubre de 2008

Dirección

Xavier Cubeles

Técnicos

Laura Bordera, Patricia Bustos, Neus Carreras,
Júlia Cabrera, Laura Díaz, Daniel González,
Marta León, Laura López, Marc Navarro,
Joel Pasqual, Gemma Pereira,
Helena Quesada, Elisabeth Ramírez
Bea Ferrer (coordinación)

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 2007	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	30
2.1.5. El libro y la librería	33
2.1.6. Gestión de la librería	43
Anexo 1.) Datos estadísticos. Años 2000-2007	66
A.1. Datos estadísticos de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la librería	69
A.1.1. Datos básicos de la librería	70
A.1.1.1. La tipología de librería	71
A.1.1.2. El grado de pertenencia a gremios y asociaciones de las librerías	74
A.1.1.3. La superficie	76
A.1.1.4. Los recursos humanos y los horarios de apertura al público	78
.....	
A.1.2. Ventas de la librería	80
A.1.3. Ratios básicos de funcionamiento de la librería	91
A.1.4. Datos de gestión de la librería	93

A.2.	Datos estadísticos de la Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la librería	116
A.2.1.	Datos generales	117
A.2.2.	Datos económicos y ratios de funcionamiento de la librería	118
A.2.2.1.	Análisis de los ingresos	119
A.2.2.2.	Análisis de los gastos	122
A.2.2.3.	Análisis de la liquidez	125
A.2.2.4.	Análisis de los activos	128
A.2.2.5.	Análisis del endeudamiento	133
A.2.2.6.	Análisis del margen bruto	136
A.2.2.7.	Análisis de rentabilidad	138
Anexo 2.)	Metodología del trabajo	140
a)	Niveles de respuesta	142
b)	Modelos de las fichas entregadas a las librerías	146

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 constituye un **nuevo marco de referencia para el desarrollo del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería en España que afecta, muy especialmente, a la composición del universo de librerías a encuestar y de la muestra correspondiente.**

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

Así, con los datos proporcionados por las librerías que han participado en el proyecto, se calculan los valores promedio de los distintos

indicadores económicos y se refleja, de manera personalizada y respetando siempre la absoluta confidencialidad, el posicionamiento de cada librería respecto del conjunto del sector.

- Por otro lado, **hacer un seguimiento de la evolución de las principales magnitudes económicas de las empresas del sector de las librerías en 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 pasado 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 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 2008 se ha fijado como objetivo avanzar el calendario de realización de la encuesta a los meses de mayo/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 considerándola como establecimiento comercial.

Por el contrario, los datos de la **Ficha B de Indicadores de Gestión Económica** (que tiene por objeto la empresa titular de la librería), no se han podido obtener hasta la fecha, ya que todavía no se están disponibles en los Registros Mercantiles en todos los casos. Así, se ha previsto la recopilación de los datos contables de las librerías correspondientes al ejercicio 2007 a finales del año 2008, con lo que se está prevista su presentación en la próxima edición del estudio (del año 2009).¹

¹ En el presente informe se mantiene la información relativa a los datos contables correspondiente al año 2006 (que se presenta en el anexo de Datos estadísticos).

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 (2005), 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 2008 para la Ficha A ha consistido en obtener los datos mediante consulta telefónica.
 - b) **El contenido del cuestionario se ha mantenido sin cambios sustanciales** respecto del utilizado el año anterior.

- c) **El documento de presentación de los resultados** mantiene la misma estructura de años anteriores:
- **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 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 2007.

	Distribución estimada del censo de librerías identificadas por tamaño (1)	Muestra de librerías (Ficha A)	Margen de error (1)
- Librerías muy grandes	281	42	± 5,01 %
- Librerías grandes		123	
- Librerías medianas-grandes	370	192	± 5,01 %
- Librerías medianas-pequeñas	781	265	± 5,00 %
Total	1.432	622	± 3,02 %

Nota: (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 2007.

	Estratificación de la muestra		Librerías según Mapa de Librerías (2005) (2)
	Número de respuestas	% sobre el total	
Andalucía	94	15,1	17,29
Aragón	20	3,2	3,04
Asturias	19	3,1	2,83
Baleares	10	1,6	1,33
Canarias	19	3,1	2,94
Cantabria	5	0,8	0,79
Castilla -La Mancha	10	1,6	1,57
Castilla y León	37	5,9	5,93
Cataluña	110	17,7	16,05
Comunidad Valenciana	50	8,0	7,64
Extremadura	8	1,3	1,31
Galicia	55	8,8	8,93
La Rioja	4	0,6	0,77
Madrid	128	20,6	21,45
Murcia	10	1,6	1,57
Navarra	10	1,6	1,31
País Vasco	32	5,1	4,91
Ceuta (Ciudad autónoma)	1	0,2	0,16
Melilla (Ciudad autónoma)	0	0,0	0,19
Total	622	100,0	100,0

2.) Principales resultados. Año 2007

**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 (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, y, finalmente, introducción de innovaciones radicales o relevantes en la empresa.

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 el año pasado, 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

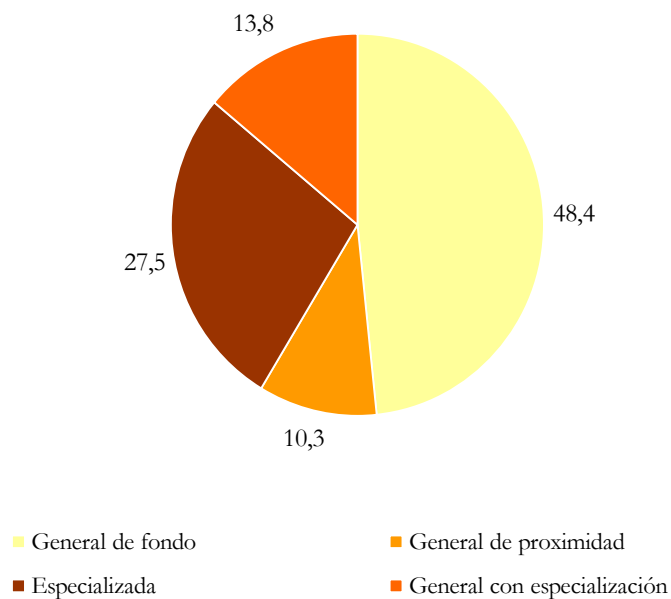
- Globalmente consideradas, predominan las librerías generales de fondo (48,4%). Las librerías especializadas (27,5%), las generales con especialización (10,3%) obtienen porcentajes sensiblemente inferiores. Finalmente, tan sólo el 13,8% de los establecimientos encuestados son librerías generales de proximidad.

- 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 el 60% en las librerías grandes y muy grandes, y entre el 40% y el 50% de las medianas.
 - Las librerías generales de proximidad representan una muy baja proporción de los establecimientos encuestados (alrededor del 5%) en todos los grupos, excepto en el de medianas pequeñas en el que este porcentaje es del 17,4%.
 - Hay librerías especializadas en todos los grupos de comercios considerados, las cuales representan entre el 20% y el 30% del total librerías (en todas las agrupaciones).

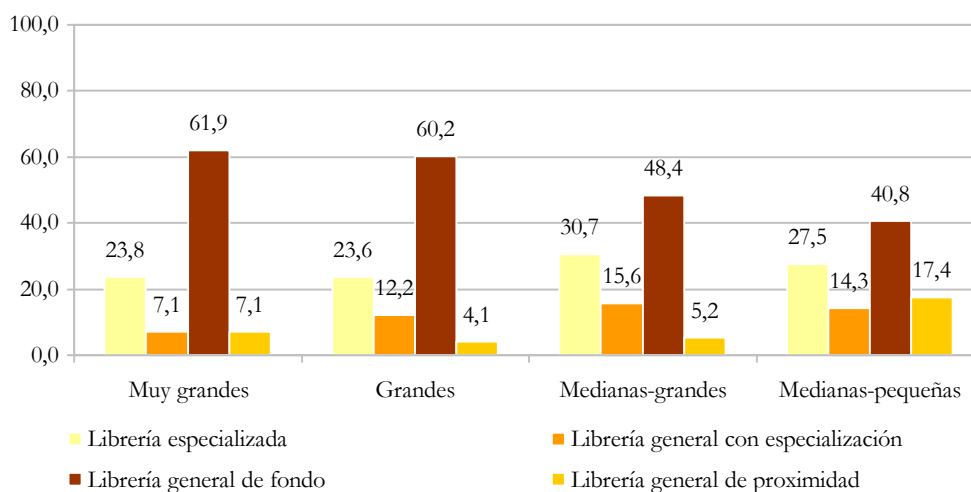
Gráfico 1.

Porcentaje de librerías según la tipología de librerías. Año 2007.

A) Total Librerías grandes y medianas.



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, 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: el 97,6% en las librerías muy grandes, el 95,7% en las librerías grandes, el 88,7% en las medianas grandes, y el 75,0% en las medianas pequeñas.

Hay que remarcar que estos datos se sitúan en valores ligeramente superiores a los del año anterior, excepto en el caso de las librerías muy grandes cuyo porcentaje pasa del 100,0% del 2006 al 97,6% el 2007.

- La mayor parte de las librerías (un 61,9%) declaran ser miembros de la CEGAL: un 53,1% afirma pertenecer simultáneamente al Gremio Provincial de Libreros correspondiente y a la CEGAL, y un 8,8% sólo a la CEGAL. Este porcentaje muestra una ligera tendencia de crecimiento respecto del año 2006 (que era del 57,9%) y muy parecido al de 2005 (62,0%).

Gráfico 2.

**Porcentaje de librerías según el grado de pertenencia al gremio/asociaciones.
Años 2003-2007.**

Total Librerías.

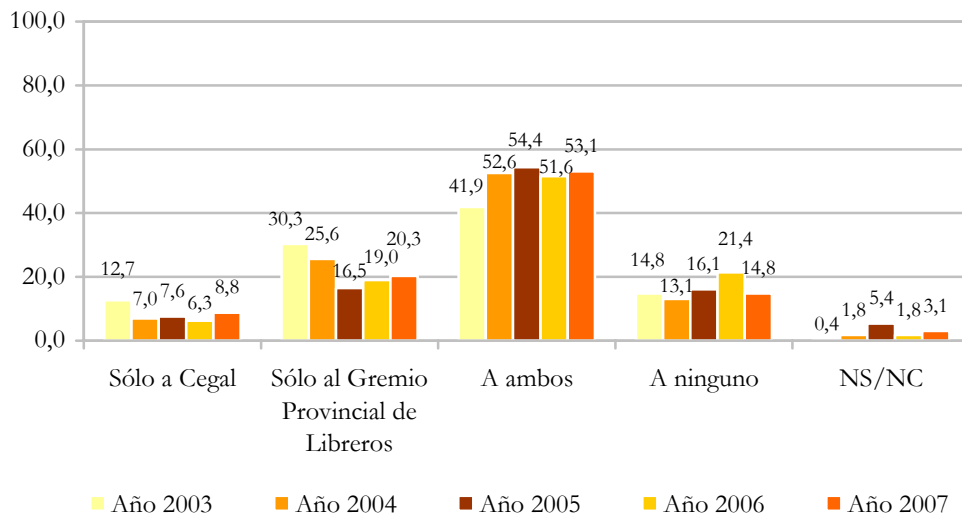


Gráfico 3.

Porcentaje de librerías que declaran pertenecer a alguna asociación. Años 2002-2007. Por tamaño.

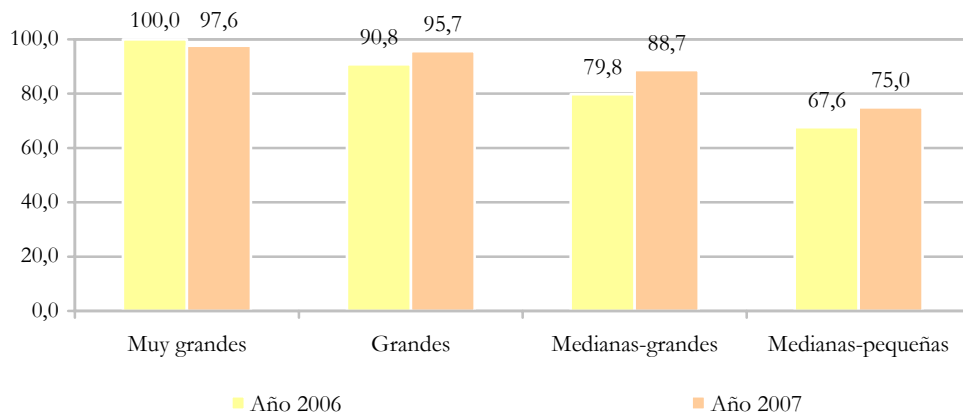
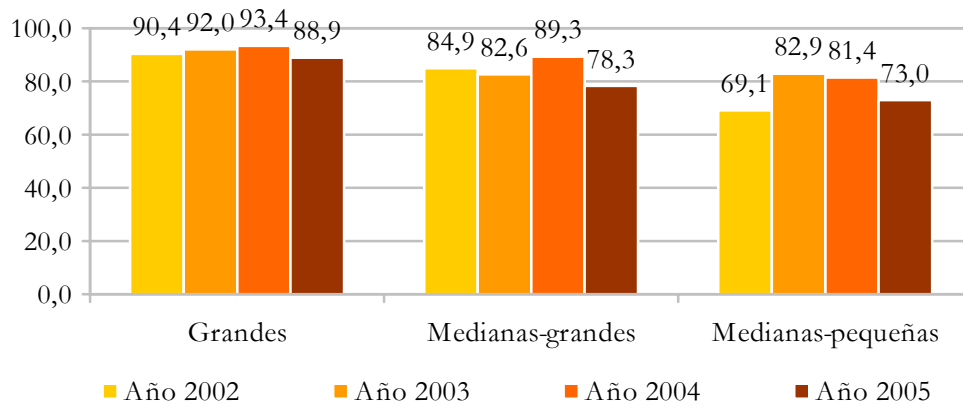
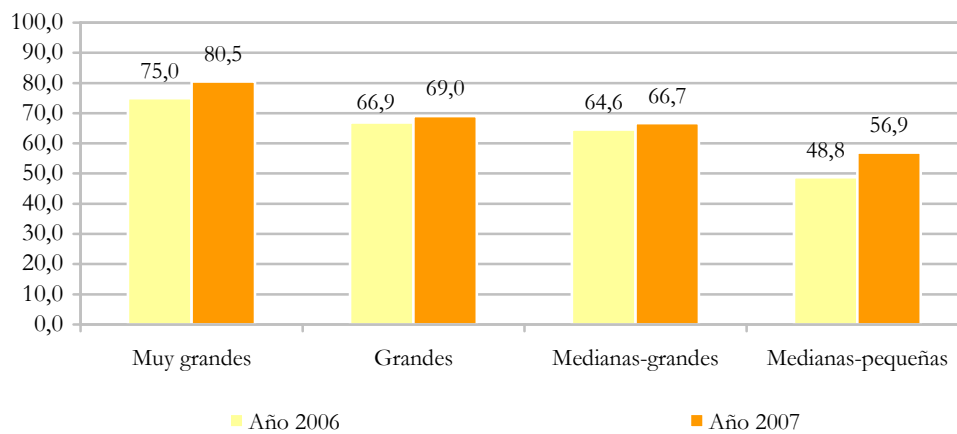
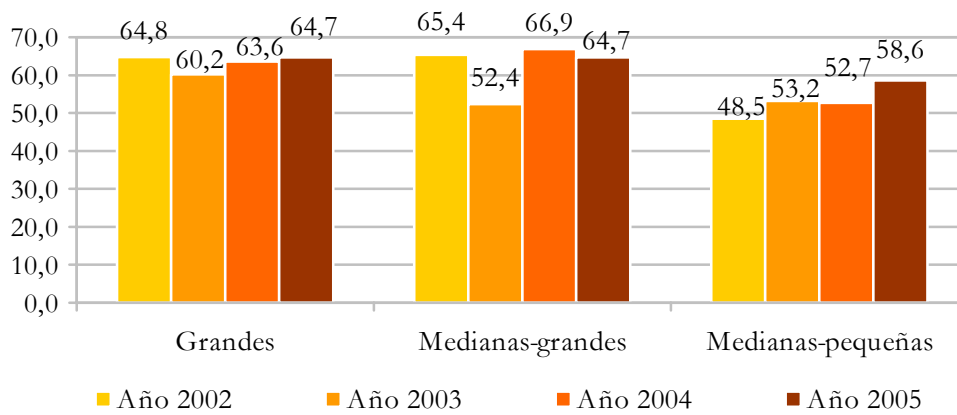


Gráfico 4.

Porcentaje de librerías que declaran pertenecer al Gremio provincial de Libreros y a CEGAL. Años 2002-2007. 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).

- Del año 2002 al 2007 se mantiene una cierta tendencia de decrecimiento / estancamiento del promedio de las ventas anuales en libros de las librerías (Gráfico 5). Respecto del año anterior, este promedio disminuye en todos los grupos de librerías excepto en las medianas pequeñas (que se pasa de 201 miles de € a 212 miles de €). Concretamente, la cifra promedio de ventas anuales en libros de las librerías disminuye en los establecimientos medianos grandes (de 418 miles de € a 420 miles de €), en los grandes (de 905 miles de € a 900 miles de €) y en los muy grandes (de 2.551 miles de € a 2.372 miles de €).

Debe señalarse que el universo y la muestra de librerías muy grandes están integrados por una cantidad muy reducida de comercios los cuales 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 encuesta.

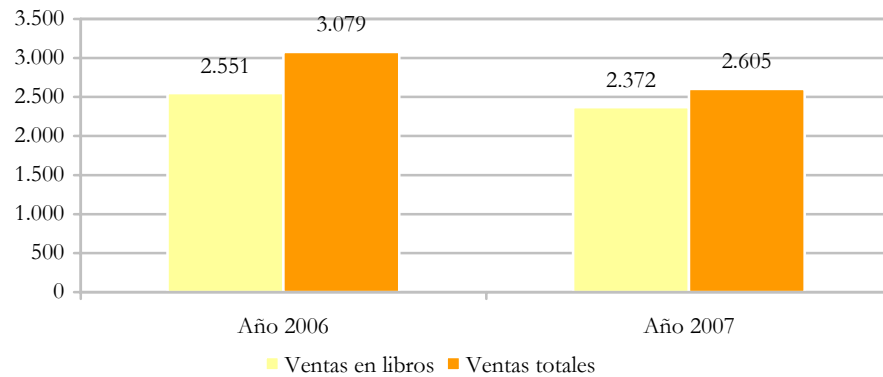
- No obstante, y al igual que el año anterior, en la respuesta relativa a la evolución interanual de las ventas (Gráfico 6) se observa que hay una proporción mayor de librerías que declaran tener unas ventas superiores de un año al otro (respecto de las que declaran una reducción de las ventas).
- El promedio de superficie destinada al libro de las librerías mantiene, desde el año 2005 y en general, una línea de decrecimiento en las librerías de tamaño mediano (Gráfico 7). Las librerías medianas grandes han pasado de 189,4 m² (el 2005) a 147,4 m² (el 2007) y las medianas pequeñas de 101,5 m² a 89,1 m² (respectivamente)
- El año 2007 continua observándose una reducción respecto del 2006 en el apartado de la cantidad de factor trabajo que se utiliza en las librerías (número de empleados y meses trabajados), en el mismo sentido que del 2005 al 2006. Concretamente, los datos obtenidos del año 2007 son los siguientes (indicándose entre paréntesis la cifra del 2006):
 - Librerías muy grandes: 13,6 empleados fijos (16,1), 2,4 eventuales (3,2) y un total de 161,3 meses trabajados (189,0).
 - Librerías grandes: 6,0 empleados fijos (6,5), 0,7 eventuales (0,9) y un total de 64,9 meses trabajados (73,3).
 - Librerías medianas grandes: 3,4 empleados fijos (3,8), 0,4 eventuales (0,7) y un total de 38,2 meses trabajados (41,0).
 - Librerías medianas pequeñas: 2,4 empleados fijos (2,6), 0,4 eventuales (0,3) y un total de 26,1 meses trabajados (28,8).

- Paralelamente, se constata que del año 2005 al 2007 se produce una ligera tendencia a la reducción del tiempo de apertura semanal de los establecimientos de tamaño mediano (Gráfico 10): los medianos grandes pasan de 47,9 horas/semanales el 2005 a 45,8 horas/semanales el 2007; en los medianos pequeños, la evolución de la variable es de 47,2 a 46,1 horas/semanales.
- Por el contrario, la cantidad de días semanales de apertura se mantiene sin cambios relevantes en aproximadamente 6 días para todos los grupos (Gráfico 11).

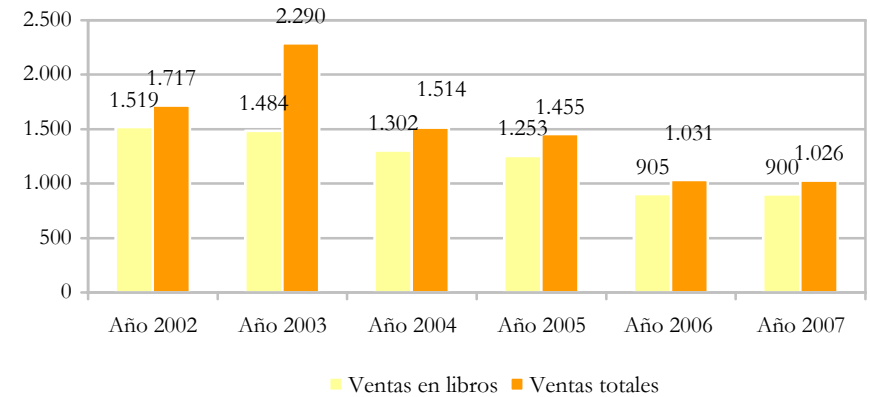
Gráfico 5.

Ventas en libros y ventas totales (miles de euros). Años 2002-2007. Por tamaño.

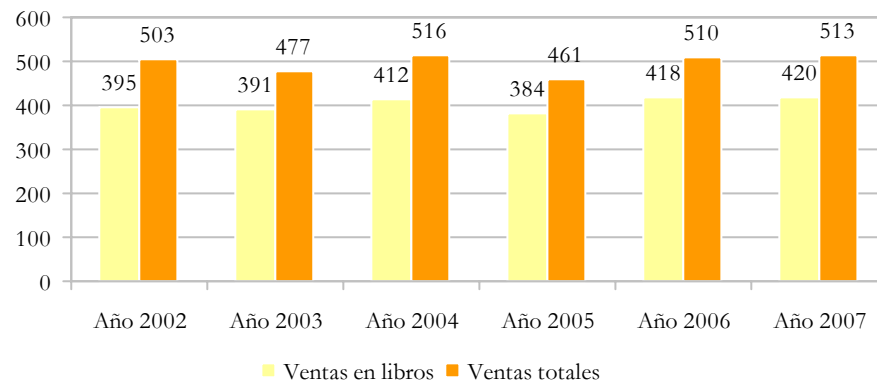
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

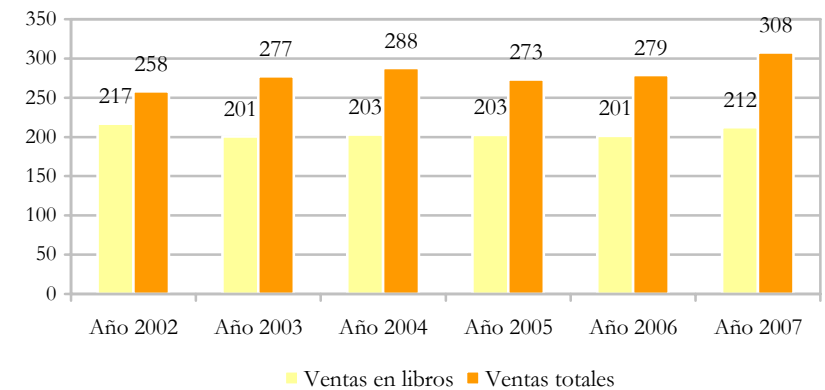
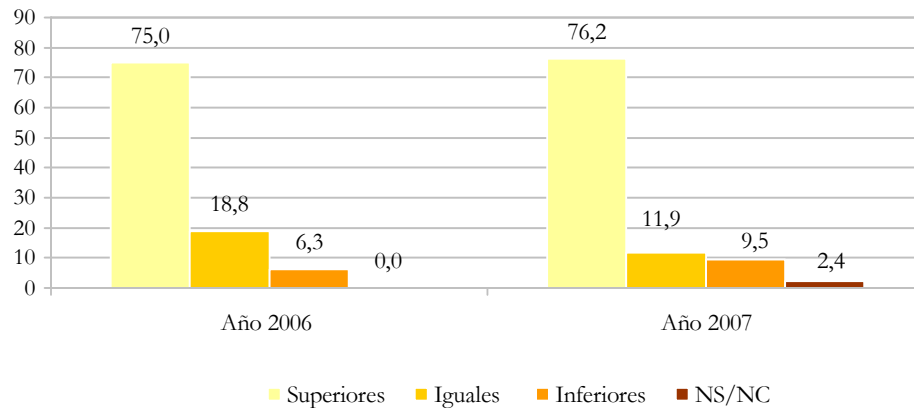


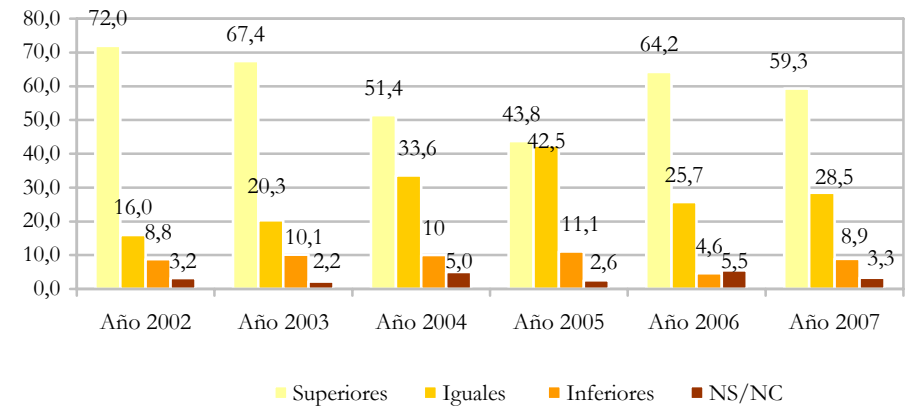
Gráfico 6.

Porcentaje de librerías según la evolución interanual de las ventas. Años 2002-2007. Por tamaño.

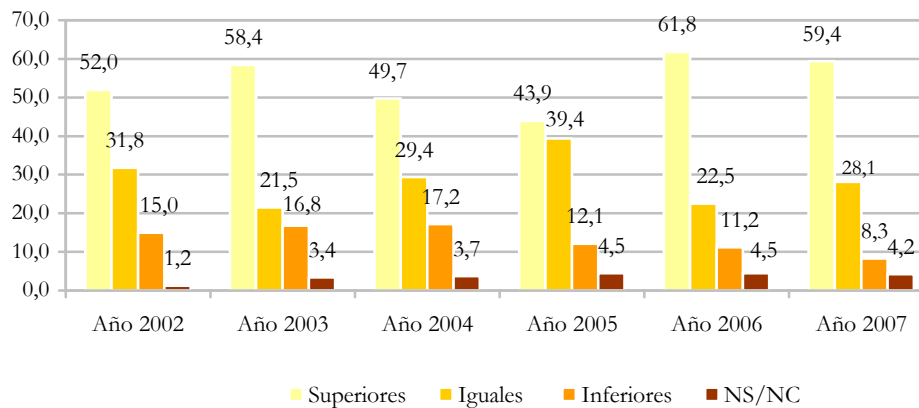
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

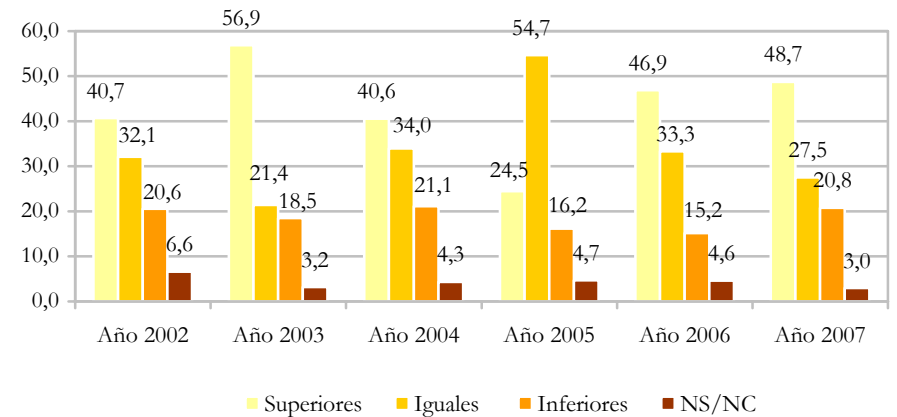
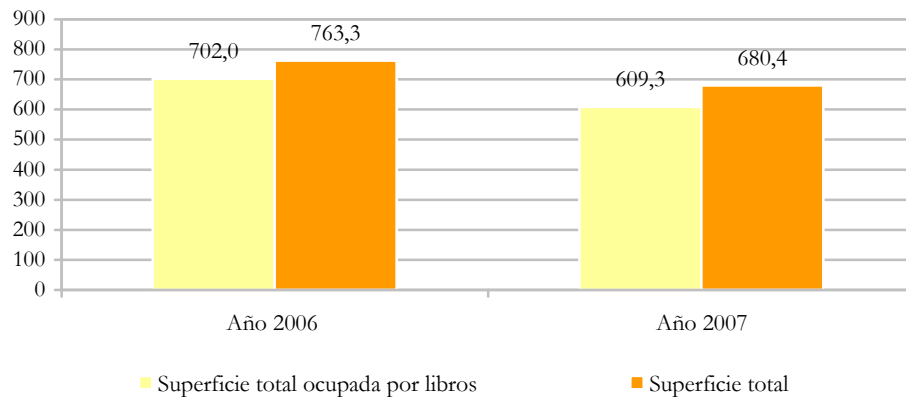


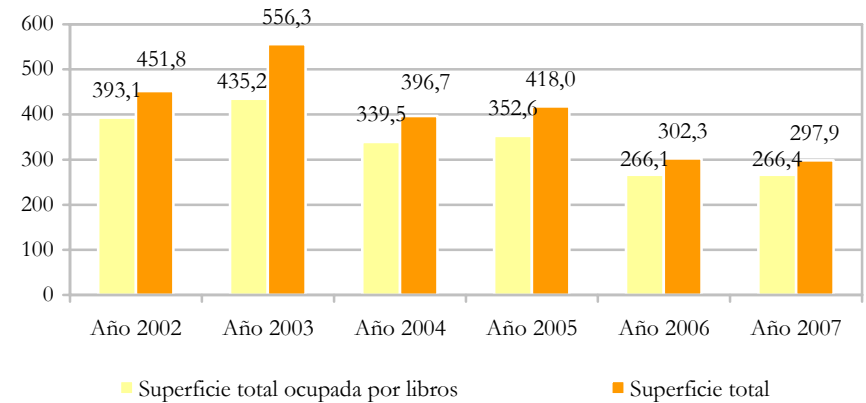
Gráfico 7.

Superficie de la librería (m²). Años 2002-2007. Por tamaño.

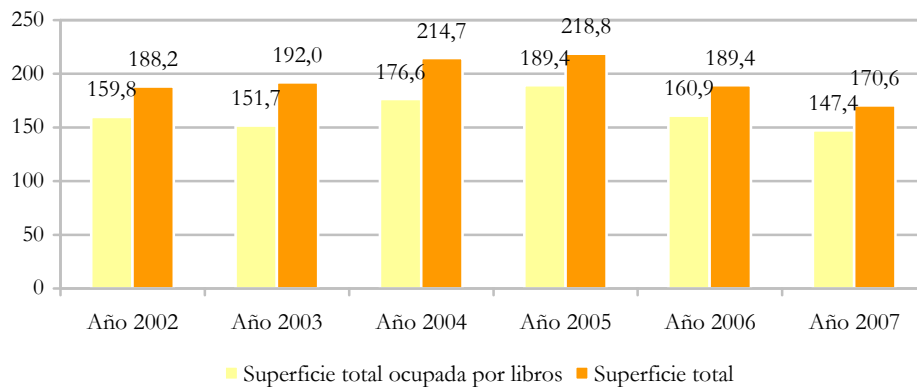
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

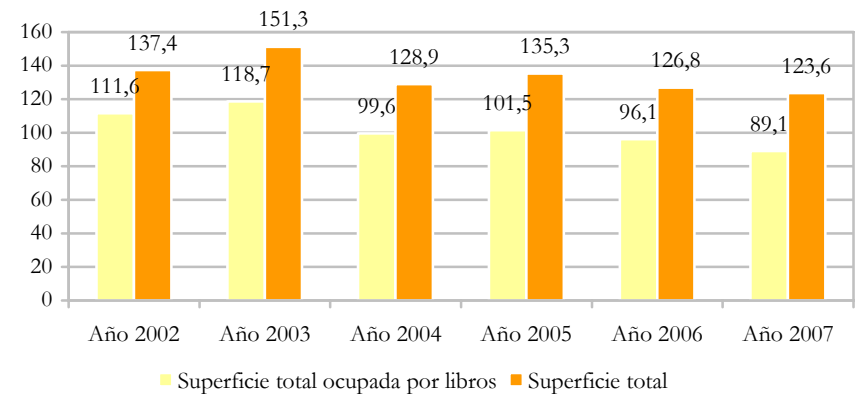
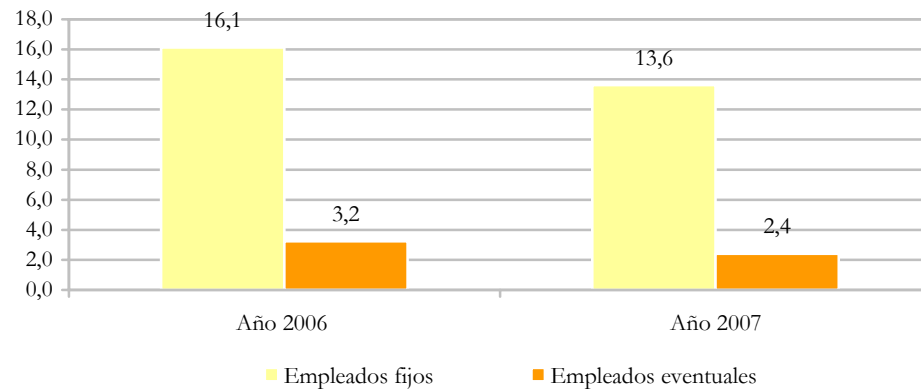


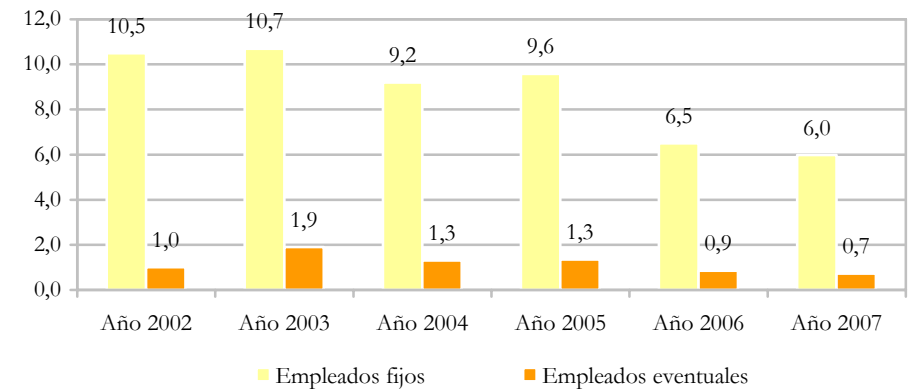
Gráfico 8.

Empleados de la librería. Años 2002-2007. Por tamaño.

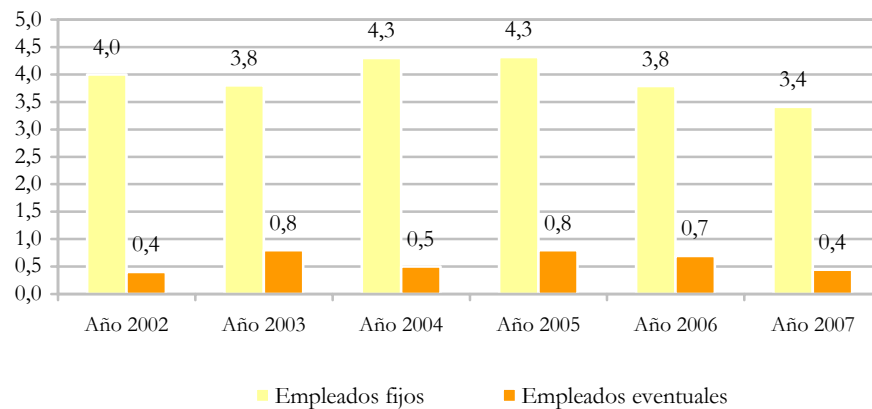
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

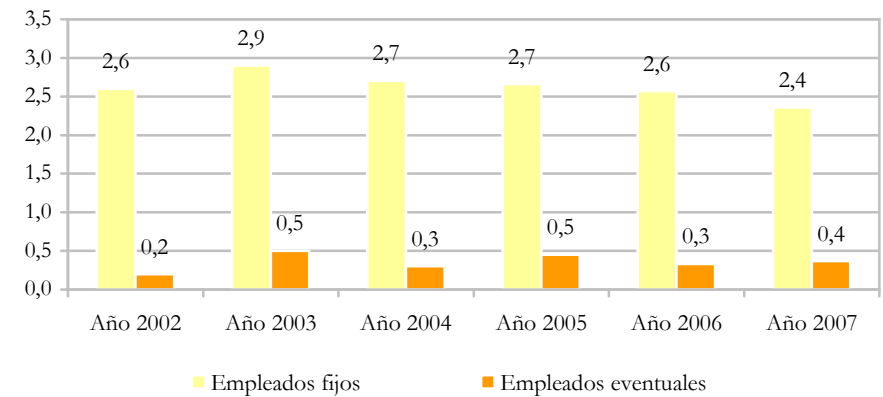


Gráfico 9.

Meses trabajados en la librería. Años 2002-2007. Por tamaño.

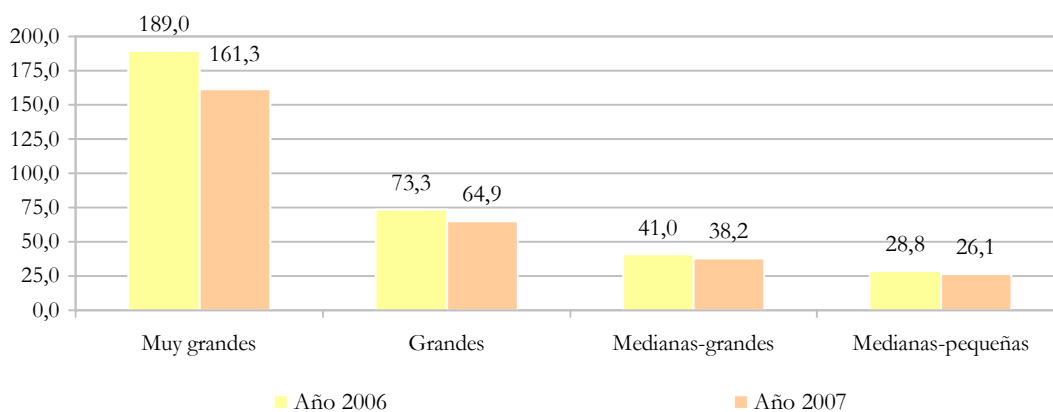
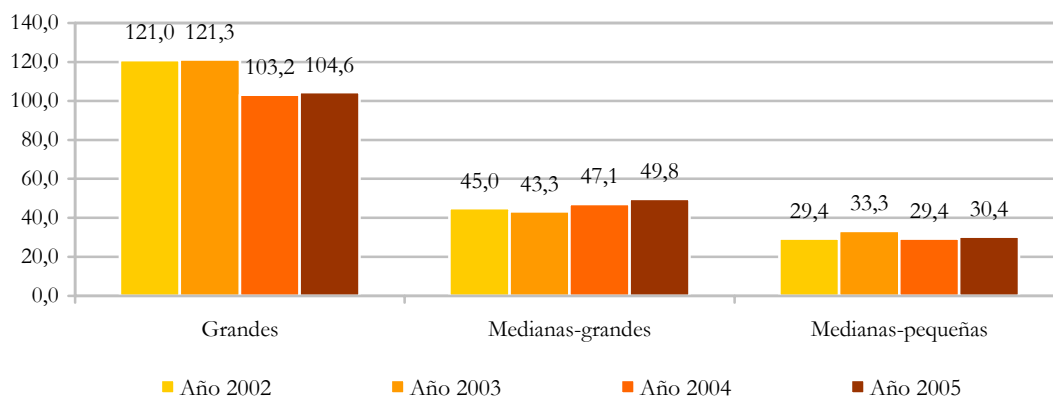


Gráfico 10.

Horas de apertura semanal. Años 2002-2007. Por tamaño.

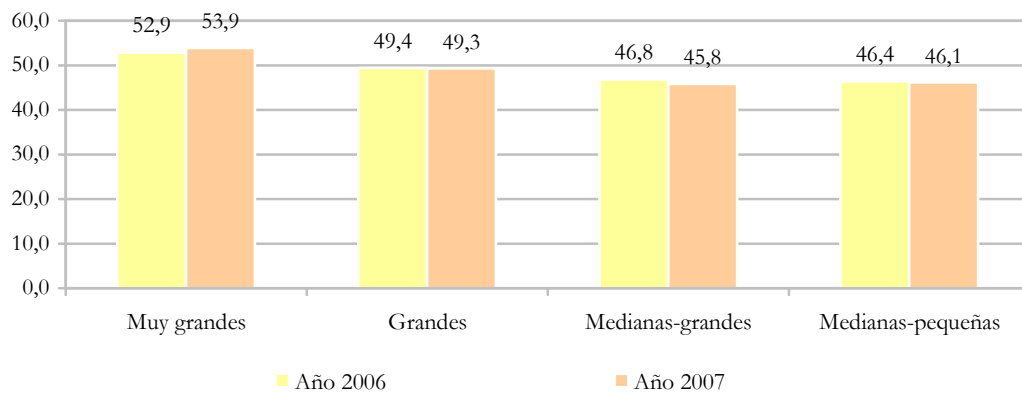
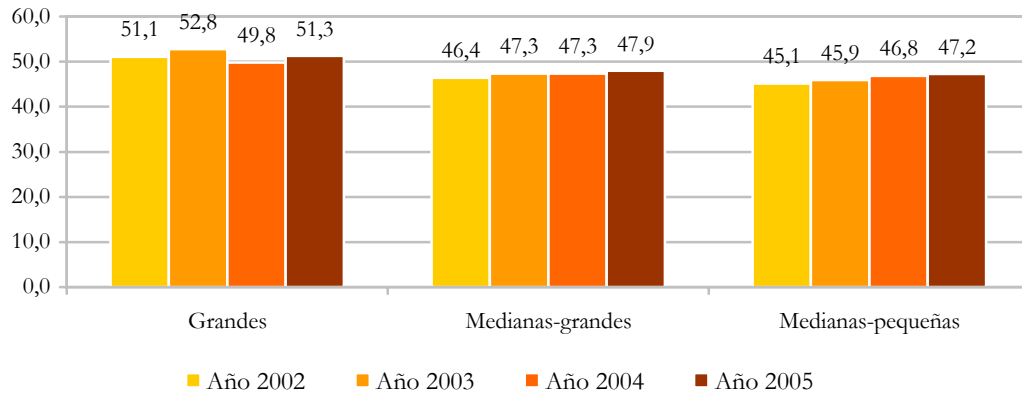
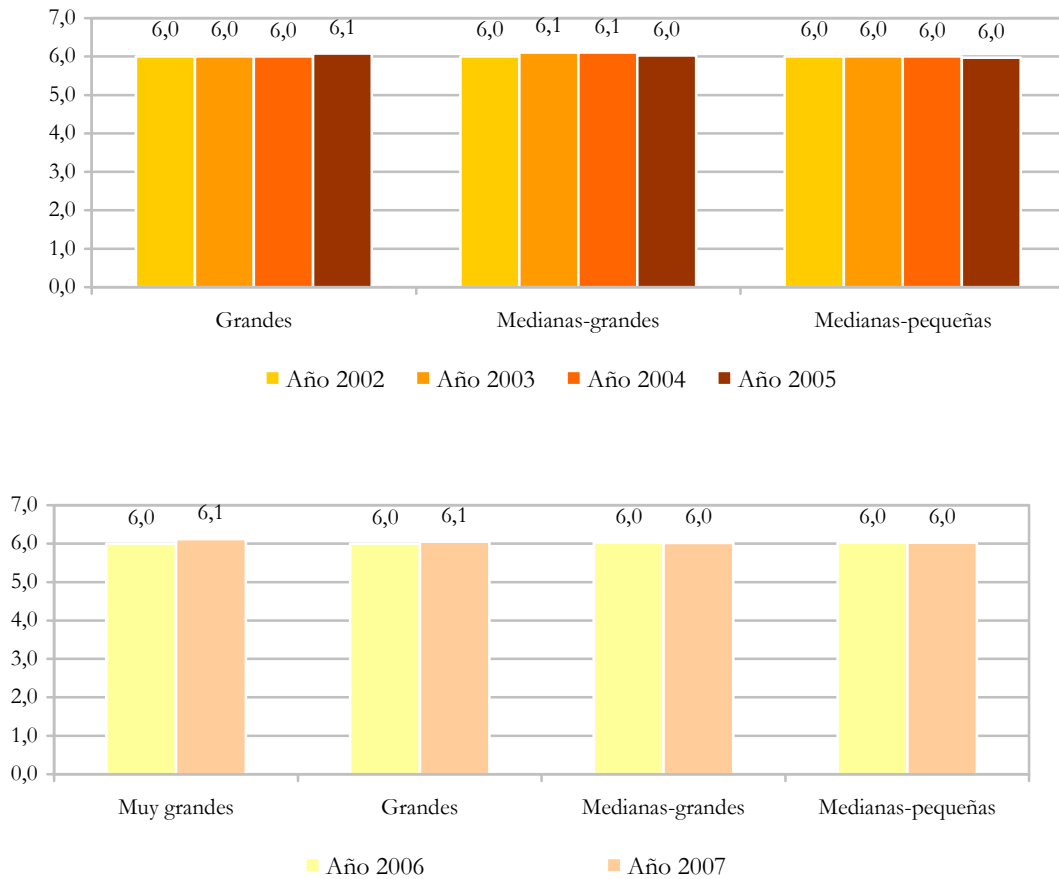


Gráfico 11.

Días de apertura semanal. Años 2002-2007. 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 incrementa el nivel de facturación de las mismas, aunque las diferencias entre los segmentos analizados se reducen el año 2007. Desde la perspectiva de la evolución temporal de estos datos (del 2006 al 2007), se observa una cierta mejora de la productividad en las librerías medianas, hecho que se explica fundamentalmente por la reducción de la cantidad de trabajo asignado en los establecimientos encuestados y la disminución de su superficie (ambas cuestiones ya comentadas anteriormente).

- 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 a que las librerías de mayor dimensión requieran de una mayor cantidad de trabajo por m^2 . El 2007, no obstante, el valor de esta ratio en las librerías grandes y medianas grandes es muy parecido (0,22 meses/ m^2). Las medianas pequeñas utilizan una menor cantidad de trabajo por superficie (0,21 meses/ m^2). El valor más elevado de la ratio se obtiene (al igual que el año 2006) en las librerías muy grandes (0,24 meses/ m^2). Ello parece ser indicativo de que al incrementarse el tamaño de la librería en términos de superficie (y, probablemente, de fondo de libros), tienden a incrementarse los costes

de personal, con los consiguientes problemas de mejora de la productividad de las empresas.

Gráfico 12.

Ratio de ventas totales y superficie total (euros/m²). Años 2002-2007.
Por tamaño.

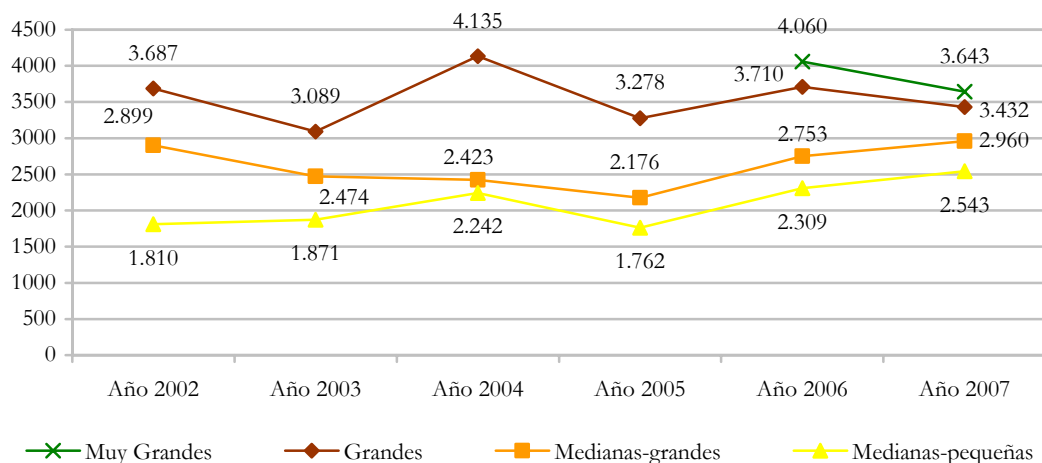


Gráfico 13.

Ratio de ventas en libros y superficie ocupada por libros (euros/m²).
Años 2002-2007. Por tamaño.

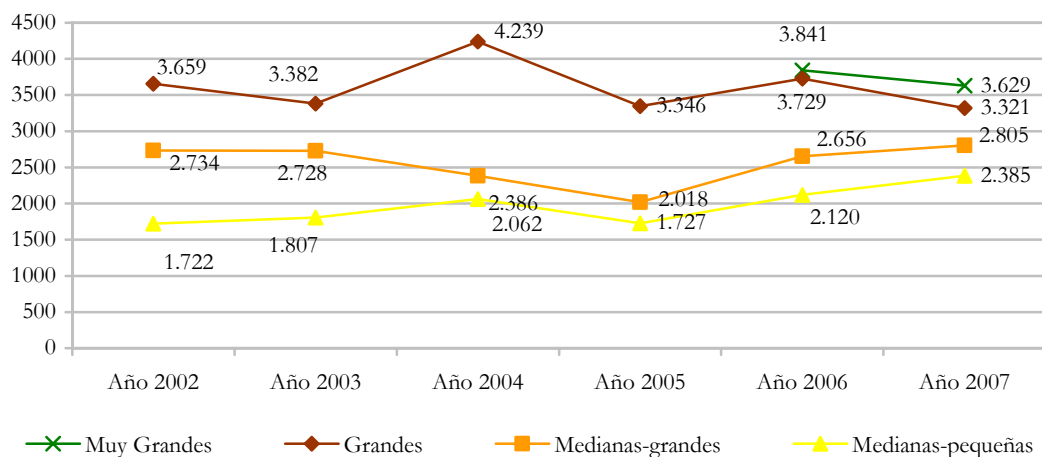


Gráfico 14.

Ratio de ventas totales y meses trabajados (euros/meses). Años 2002-2007. Por tamaño.

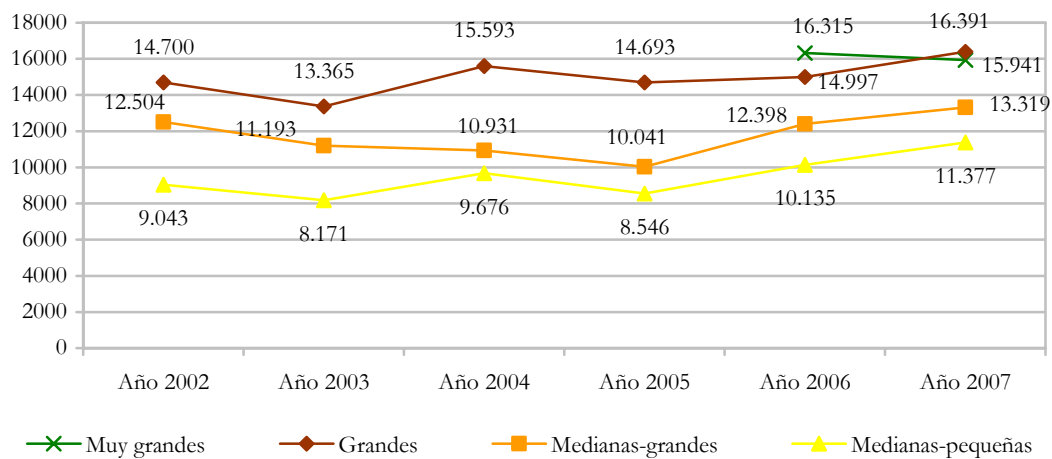
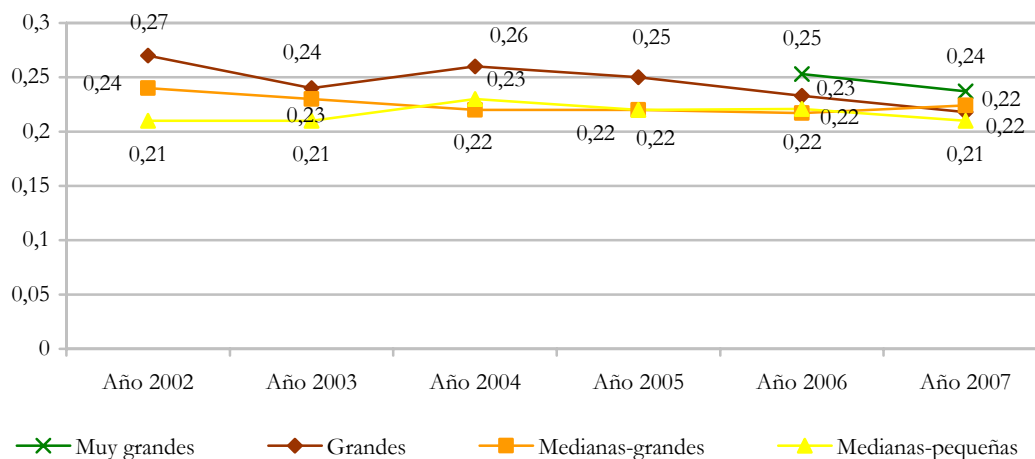


Gráfico 15.

Ratio de meses totales trabajados y superficie total (meses/m²). Años 2002-2007. 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 aproximadamente entre el 75% y el 90%, tanto en términos de superficie (Gráfico 16) como de ventas (Gráfico 17). De los datos obtenidos el año 2007 tan sólo hay una cuestión a destacar al respecto: la disminución de la importancia relativa del libro en la actividad de las librerías medianas pequeñas tanto en términos de superficie (el espacio ocupado por los libros pasa de representar el 78,9% del total de las librerías el 2006, al 74,5% el 2007) y de ventas (79,0% al 74,2% respectivamente). Debe señalarse que esta tendencia a la pérdida de importancia relativa del libro en la actividad de las librerías medianas pequeñas se mantiene desde el año 2004.

A pesar de ello, todo indica que la especialización en el producto libro se mantiene como un 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 25% en todos los grupos de librerías (Gráfico 18).
- 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 25% y un 30% de las ventas totales de los establecimientos grandes y medianos. No existen diferencias destacables entre

grupos de librerías, y tampoco se observan cambios relevantes en la evolución temporal de los datos (Gráfico 19):

- 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 de mayor tamaño (alrededor del 90% de las ventas) comparativamente con los de dimensión mediana pequeña (95,7%) (Gráfico 20).
- Las respuestas obtenidas sobre la evolución interanual de las ventas según las tipologías de productos permiten indicar que las ventas de best-sellers y de libros de fondo son las que tienen un crecimiento interanual en un mayor porcentaje de librerías, sobretodo en las de mayor tamaño (Gráfico 21).

En relación con las ventas de libro escolar, hay un elevado porcentaje de librerías medianas y grandes que no comercializan este tipo de producto (el 33,3% de las muy grandes, y entre el 40% y el 50% en el resto de grupos).

Los grupos de librerías medianas son el segmento del mercado de libros en el que hay un mayor porcentaje de establecimientos que declaran tener una evolución interanual negativa de la cifra de ventas.

- En relación con 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 22):
 - Las actividades de edición y distribución son aquellas que realizan una mayor proporción de librerías: aproximadamente el 20% de las

grandes, alrededor del 15% de las medianas grandes, y cerca del 10% de las medianas pequeñas.

- Las actividades de imprenta / artes gráficas tan sólo son desarrolladas por una pequeña parte de librerías: menos del 6% de los establecimientos en todos los grupos.
- Sobre la organización de actividades de dinamización de la lectura (presentación de libros, cuenta-cuentos, conferencias y otras actividades), no se observan mejoras destacables respecto de la situación existente en años anteriores. Al respecto, deben destacarse las siguientes cuestiones fundamentales (Gráfico 23):
 - 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 (73,8%), librerías grandes (61,0%), librerías medianas grandes (51,0%) y librerías medianas pequeñas (41,1%).
 - A un segundo nivel, hay los cuenta-cuentos y las conferencias, servicios que son promovidos por aproximadamente el 50% de las librerías muy grandes, el 30% de las grandes, el 20% de las medianas grandes, y el 15% de las medianas pequeñas.
 - Las otras actividades de dinamización de la lectura se organizan por parte de unas proporciones menores de librerías.

Gráfico 16.

Porcentaje de la superficie ocupada por libros sobre la superficie total.
Años 2002-2007. Por tamaño.

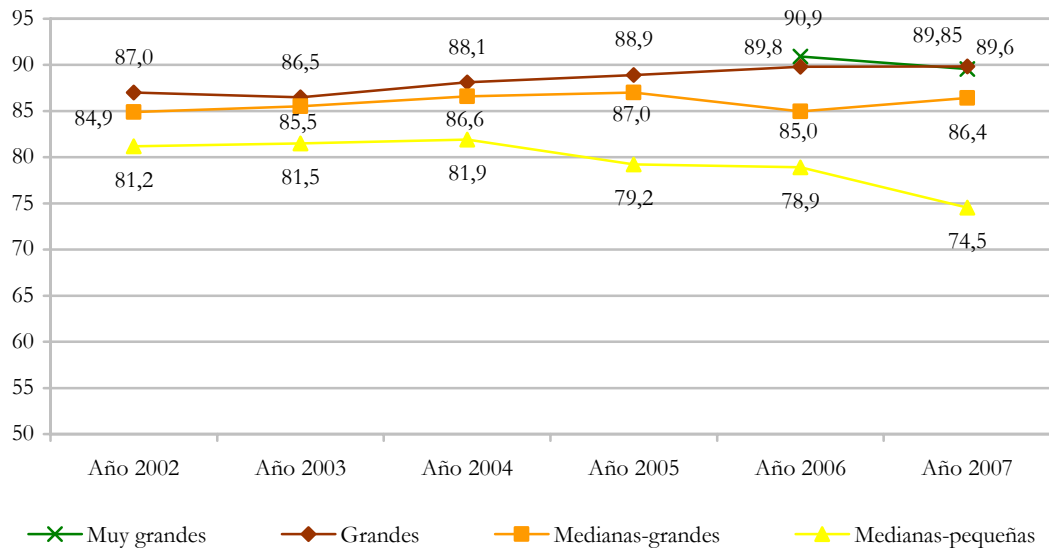


Gráfico 17.

Composición de las ventas de la librería. Librerías grandes. Años 2002-2007. Por tamaño.

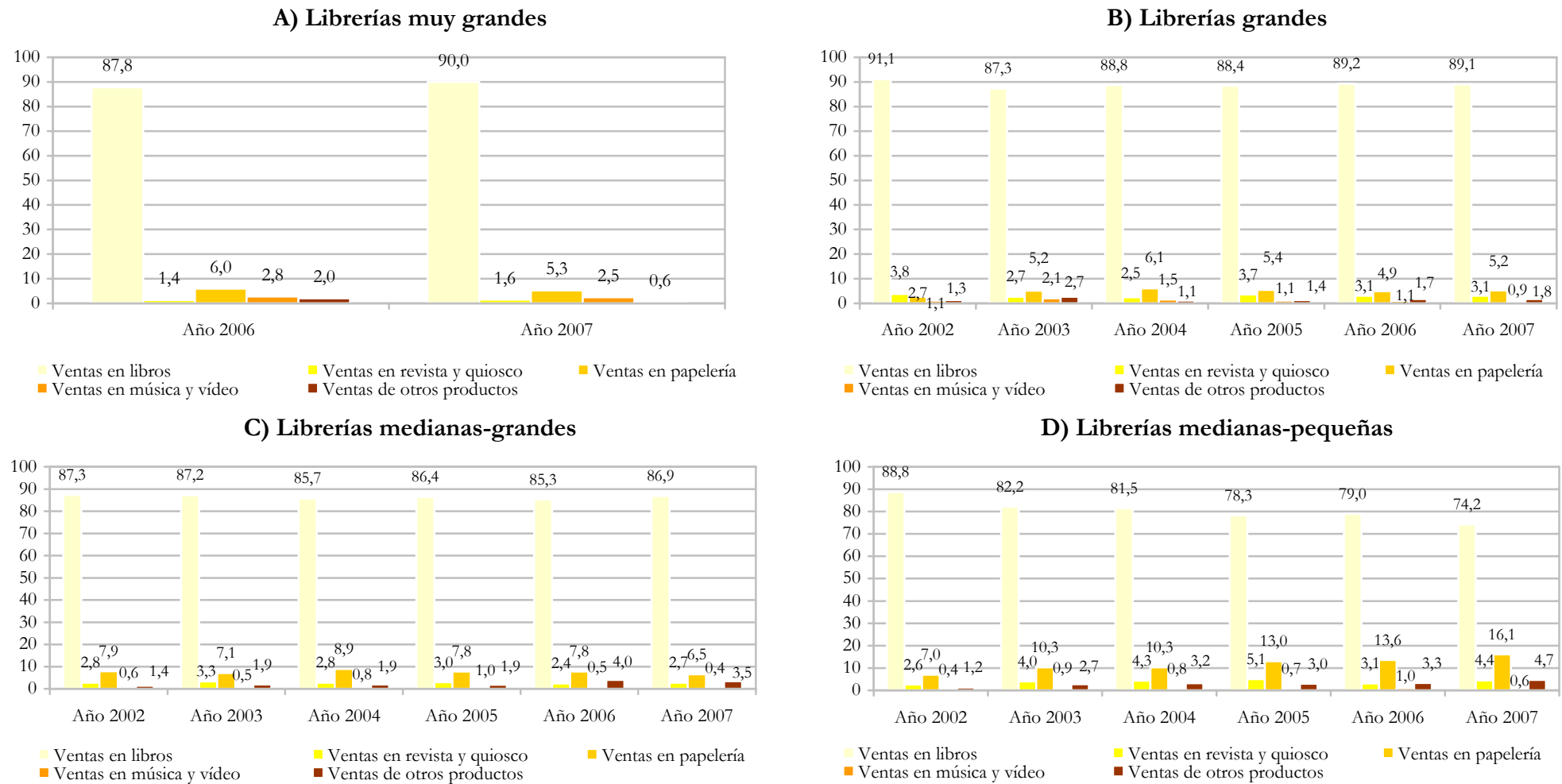
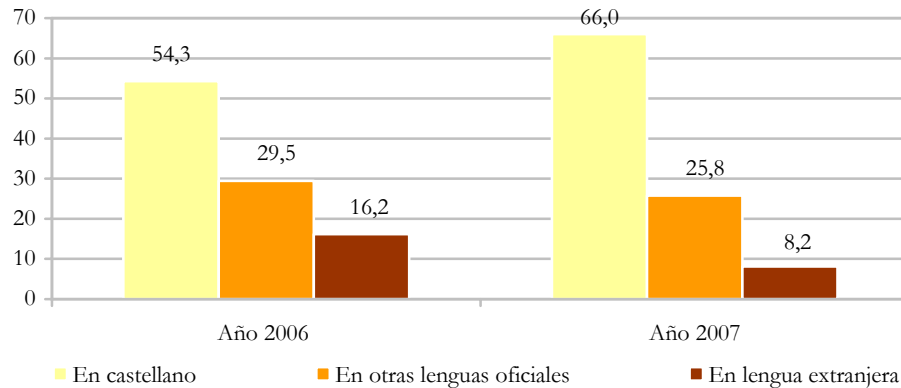


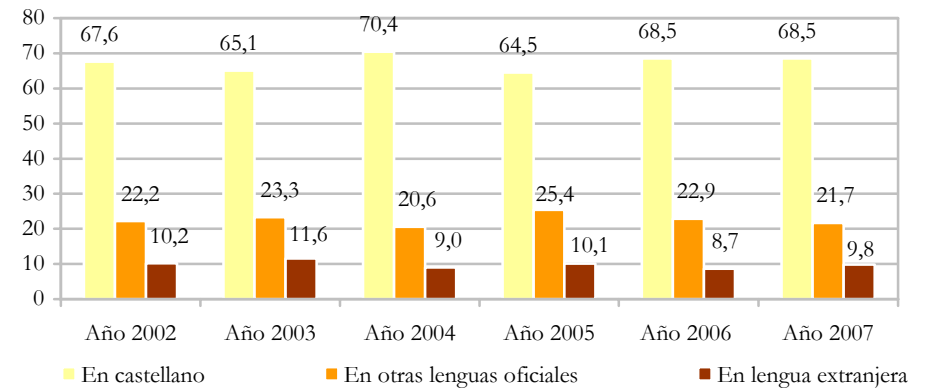
Gráfico 18.

% de ventas según la lengua de publicación de las librerías ubicadas en comunidades con más de una lengua oficial. Años 2002-2007. Por tamaño. (*)

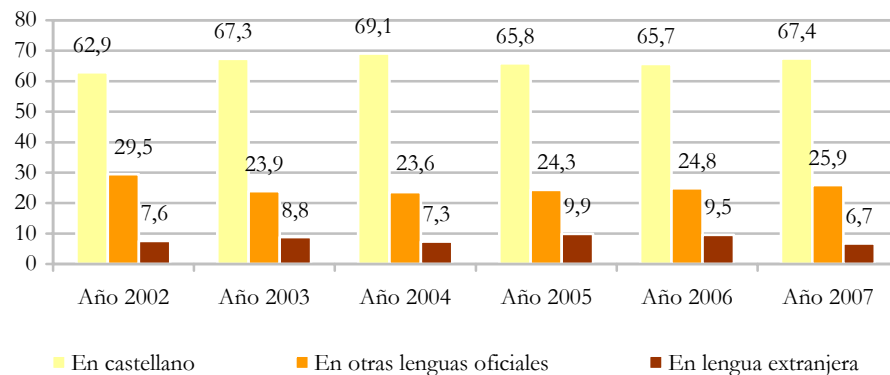
A) Librerías muy grandes



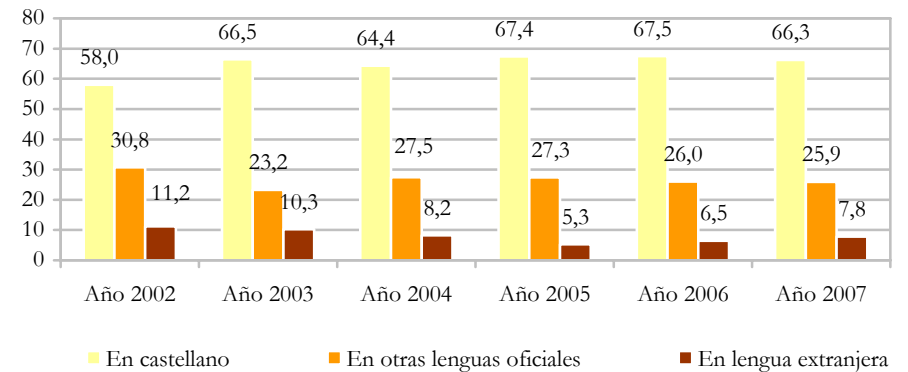
B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



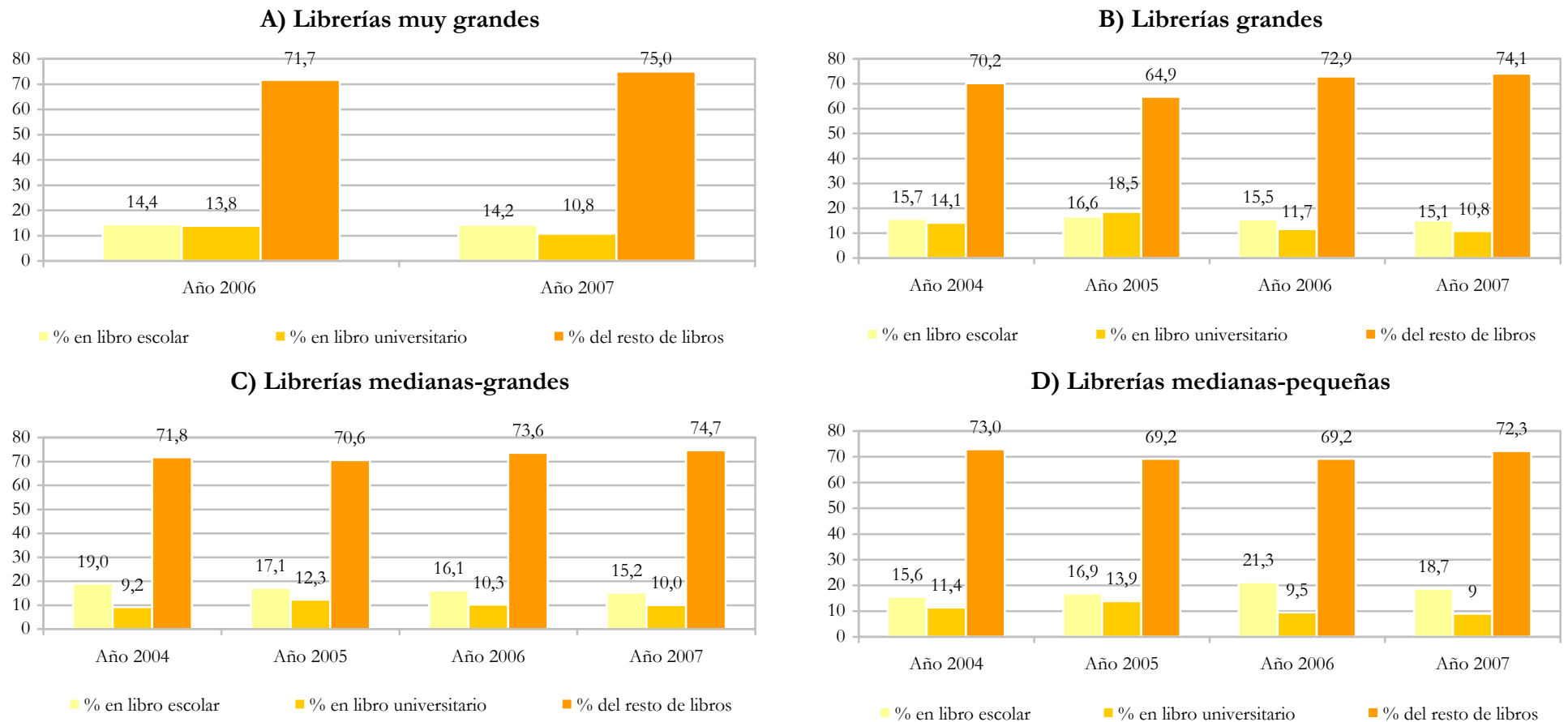
D) Librerías medianas-pequeñas



Nota (*): Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco.

Gráfico 19.

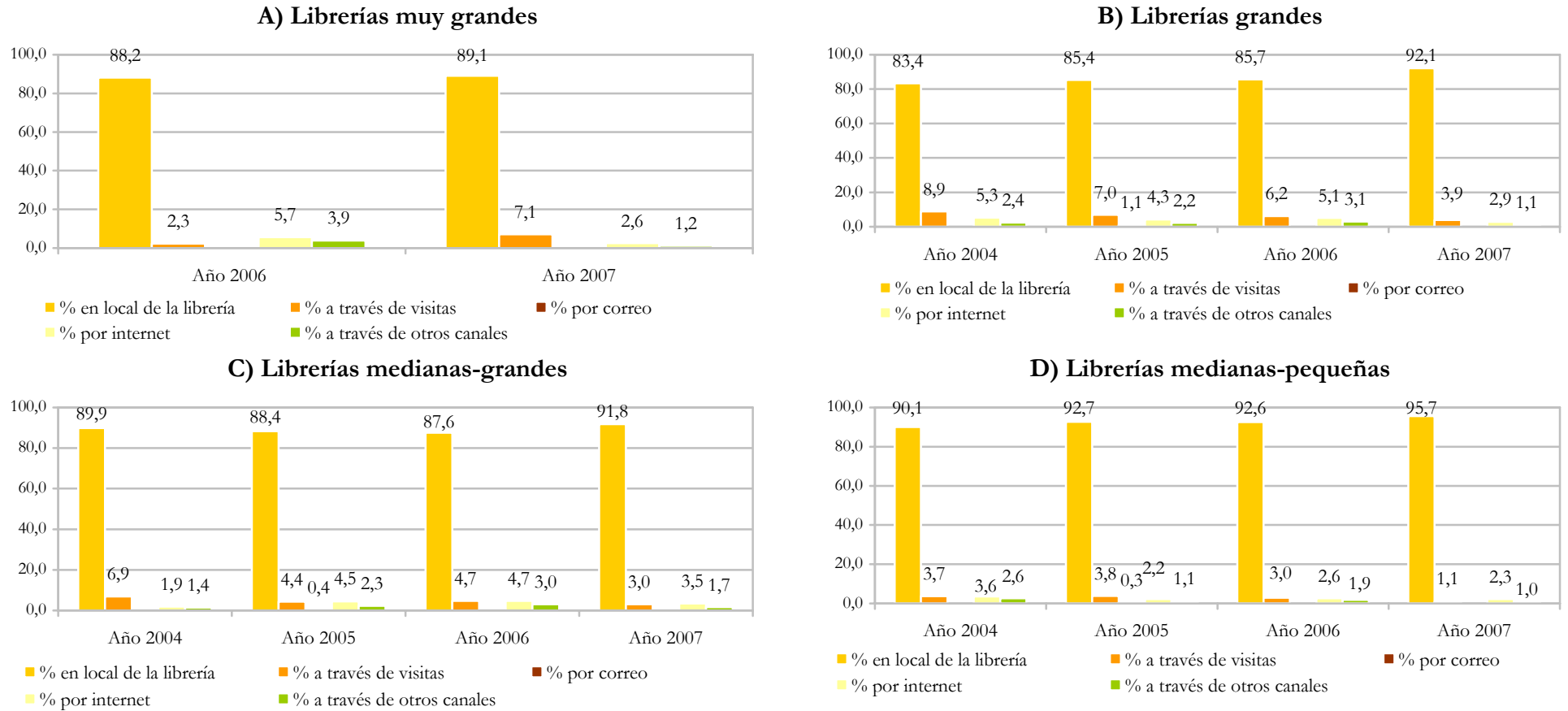
Composición de las ventas de libros de la librería. Años 2004²-2005-2006-2007. Por tamaño.



² Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003.

Gráfico 20.

Composición de las ventas según el canal de compra utilizado por el cliente. Años 2004³-2005-2006⁴-2007. Por tamaño.



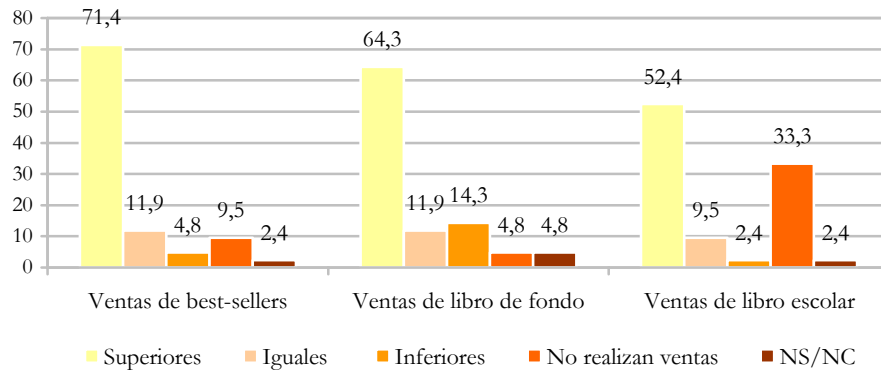
³ Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003.

⁴ A partir del año 2006, las ventas por correo se incluyen en las ventas a través de otros canales.

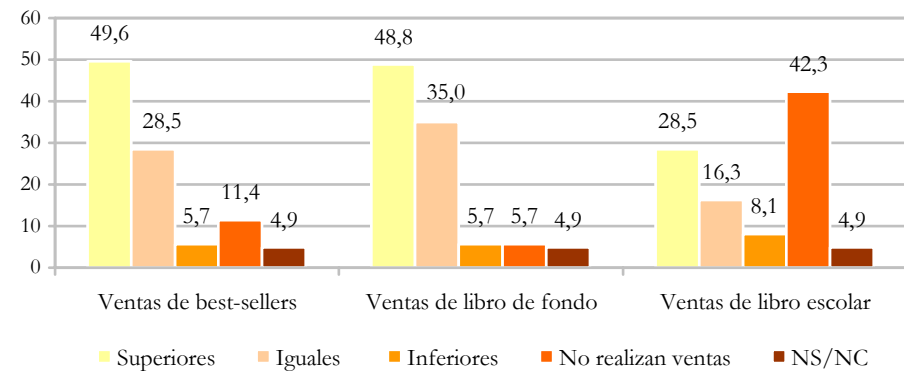
Gráfico 21.

Porcentaje de librerías según la evolución interanual de las ventas en función del producto, en 2007 respecto al año anterior. Por tamaño.

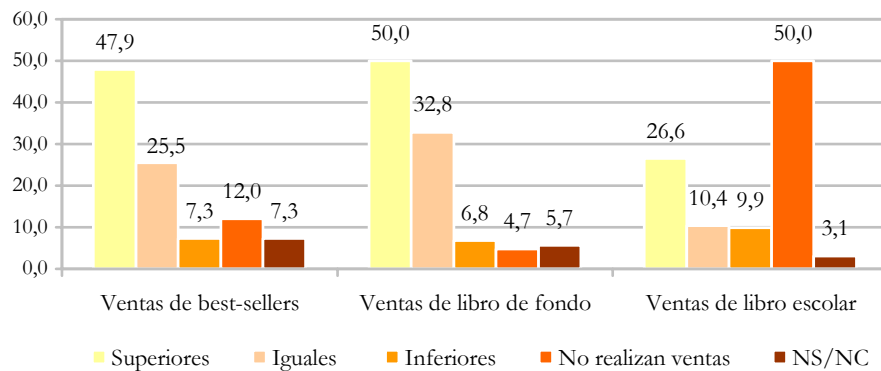
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

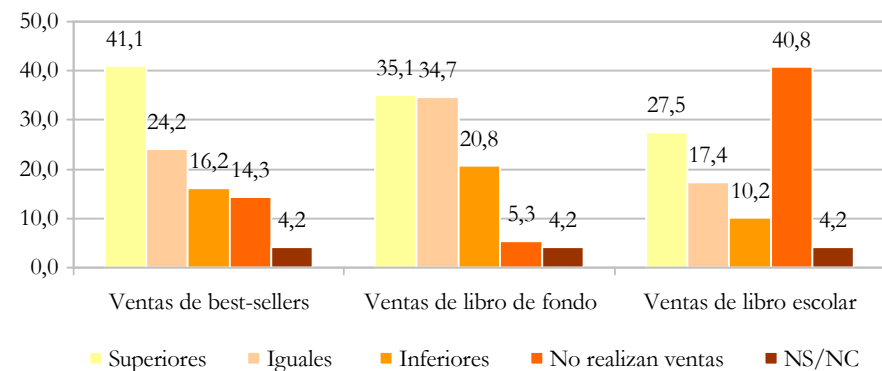


Gráfico 22.

Porcentaje de librerías según si realizan otras actividades relacionadas con el libro. Por tamaño. Año 2007.

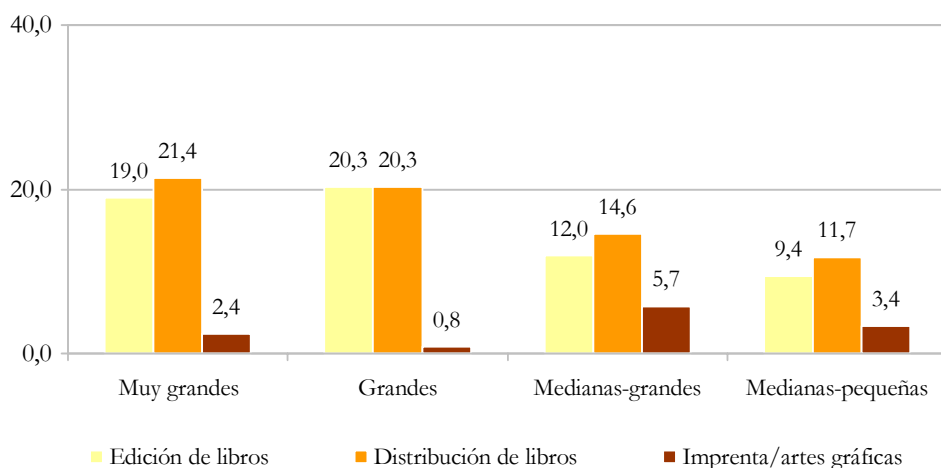
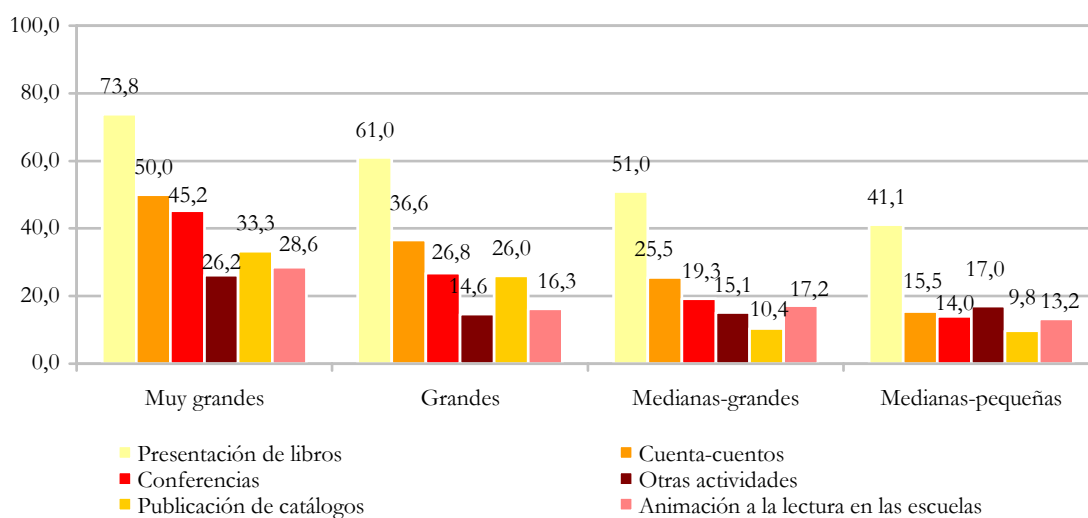


Gráfico 23.

Porcentaje de librerías según si organizan habitualmente actividades de dinamización de la lectura. Por tamaño. Año 2007.



2.1.6. Gestión de la librería

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

- **Distribución aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas o funciones** (Gráfico 24): sin variaciones relevantes respecto de los años anteriores, se observa que la mayor parte del trabajo que se desarrolla en las librerías (entre el 55% y el 60%) se destina a las tareas de venta, atención al cliente y marketing (con una ligera tendencia a la disminución del 2005 al 2007).

Así mismo, es de destacar que aproximadamente el 40% - 45% del trabajo de las librerías se dedica a labores de gestión interna del comercio: por un lado, relativas a la gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones (aproximadamente entre el 25% y 30%, con una cierta tendencia a aumentar del 2005 al 2007) y, por otro lado, a la dirección general y gestión administrativa (alrededor del 15% - 20% restante).

- **Sistemas de pedido** (Gráfico 25): La importancia relativa de los pedidos realizados mediante la visita del representante comercial se sitúa el año 2006 entre el 14% y el 18% para todos los grupos de librerías (al igual que durante el período 2001 a 2003): el 16,1% en las muy grandes, el 17,0% en las grandes, el 14,7% en las medianas grandes y el 18,0% en las medianas pequeñas.

En relación con el uso de las telecomunicaciones para la realización de dichos pedidos, se continúan observando diferencias importantes:

- a) Por un lado, las librerías de mayor tamaño son las que utilizan de mayor forma el ordenador-módem (61,5% de las muy grandes y 49,2% de las grandes el año 2007), mientras que el fax sigue una evolución decreciente (14,4% de las muy grandes, y 20,9% de las grandes el año 2007).
 - b) Las librerías medianas grandes usan el fax y el ordenador-módem en proporciones similares a las grandes (el 45,2%), habiendo experimentado un fuerte crecimiento respecto del 2006 (cuando dicho porcentaje era del 39,4%).
 - c) 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 2007 son el 33,8% del total de dichos comercios los que utilizan el ordenador-módem para comunicarse con los proveedores.
- **Descuento** (Gráfico 26): en la misma línea que en años anteriores, se observa que el porcentaje de descuento decrece al disminuir el tamaño de la librería (del 32,2% de las muy grandes, al 29,3% de las medianas-pequeñas).

- **Composición de las existencias** (Gráfico 27): entre el 75% y el 90% de las librerías tienen existencias compradas, y el resto en régimen de depósito. El porcentaje de las existencias compradas tiende a incrementarse al aumentar el tamaño del comercio.
- **Sistema de recepción de novedades** (Gráfico 28): excepto en el grupo de librerías muy grandes, la mayoría de las novedades recibidas por parte de las librerías (entre el 50% y el 60%) son suministradas mediante los servicios automáticos de novedades ofrecidos por los proveedores. En el caso de las librerías muy grandes, dicho porcentaje es del 44,1% el año 2007.

El resto de novedades (es decir, entre el 40% y el 50% en las librerías medianas y grandes, y el 55,9% en las muy grandes) se obtiene por pedido expreso de la propia librería.

Respecto del año anterior, se observa una ligera disminución de las novedades recibidas por parte de las librerías mediante los servicios automáticos ofrecidos por los proveedores.

- **Ejemplares en estoc** (Gráfico 29): 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.

Es de destacar que entre un 10% y un 15% de las librerías medianas y grandes encuestadas no sabe o no contesta esta pregunta (porcentaje que es del 4,8% en el caso de las librerías muy grandes).

- **Promedio del porcentaje estimado de devoluciones hechas al año sobre el total de ejemplares recibidos** (Gráfico 30): las librerías medianas pequeñas siguen siendo el grupo en el que el promedio de devoluciones obtiene un valor más elevado (30,8%). En el resto de establecimientos de mayor tamaño, este porcentaje se sitúa entre el 24% y el 30%.

Debe destacarse que el mayor porcentaje de devoluciones se da en el grupo en el que hay una mayor proporción de novedades recibidas a través del sistema automático de suministro ofrecido por los proveedores (es decir, en las librerías medianas pequeñas).

- **Grado de informatización** (Gráficos 31 y 32): la mayoría de las librerías (más del 75%) declara estar informatizada.

En cuanto al tipo del programa utilizado, en aproximadamente dos tercios de las librerías éste es comprado (sin diferencias entre grupos de librerías). El resto de tiendas tienen programa propio.

- **Utilización de correo electrónico para comunicarse con proveedores** (Gráfico 33): en todos los grupos de librerías se observa un ligero aumento de la frecuencia de uso del correo electrónico del año 2006 al 2007.

Al igual que el año anterior, el uso del correo electrónico es superior al incrementarse el tamaño de la librería.

- **Utilización de bases de datos de descarga telemática** (Gráfico 34): La Agencia del ISBN es, en general, la fuente de información utilizada por una mayor parte de librerías para la descarga telemática de referencias de libros. En segundo lugar, aparecen otras fuentes gratuitas y, en tercer lugar, CEGAL en red.

No obstante, debe señalarse que en todos los grupos de librerías hay un elevado porcentaje de establecimientos que nunca desarrollan esta práctica.

- **Utilización y valoración del SINLI** (Gráficos 35, 36, 37, 38 y 39): respecto del año anterior, se observa un cierto estancamiento en la evolución del porcentaje de librerías que utilizan el SINLI: el 57,1% de las muy grandes (65,6% el 2006), el 54,5% de las grandes (51,4% el 2006), el 45,3% de las medianas grandes (el 43,8% el 2006), y el 25,7% de las medianas pequeñas (el 25,7% el 2005).

Ante esta situación, se recomienda analizar las causas que pueden explicar esta ralentización del proceso de introducción del SINLI (comparativamente con años anteriores), sobretodo en el grupo de librerías medianas-pequeñas en el que se obtiene el mismo porcentaje que el año anterior.

Es de destacar la elevada frecuencia de utilización del SINLI en todas las librerías que disponen de dicho sistema (Gráfico 36), así como la alta consideración de este sistema como muy útil e indispensable para una óptima gestión de la librería en el futuro (Gráfico 37).

- **Motivos de no utilización del SINLI** (Gráficos 38 y 39). En esta pregunta se han considerado los siguientes opciones de respuesta:
 - a) El 7,8% de los establecimientos medianos pequeños declaran no utilizar el SINLI por no disponer de ordenador.
 - b) Otra posible causa de no utilización del SINLI es disponer de un programa informático que es incompatible con dicho sistema, circunstancia que se da en menos del 17% de las librerías.
 - c) Conocen el SINLI, pero no les interesa, aproximadamente un tercio de las librerías medianas y una quinta parte de las grandes.
 - d) No conocen el SINLI el 11,1% de las librerías muy grandes, el 17,9% de las grandes, el 19,4% de las medianas grandes, y el 33,7% de las medianas pequeñas (todos ellos porcentajes inferiores a los del 2006).
 - e) Finalmente, señalar que el 61,1% de las librerías muy grandes afirman conocer el SINLI y prevén instalarlo próximamente. Este porcentaje es del 39,3% en las grandes, del 25,5% en las medianas grandes, y del 15,2% en las medianas pequeñas.

- **Introducción de innovaciones radicales o relevantes en la empresa**

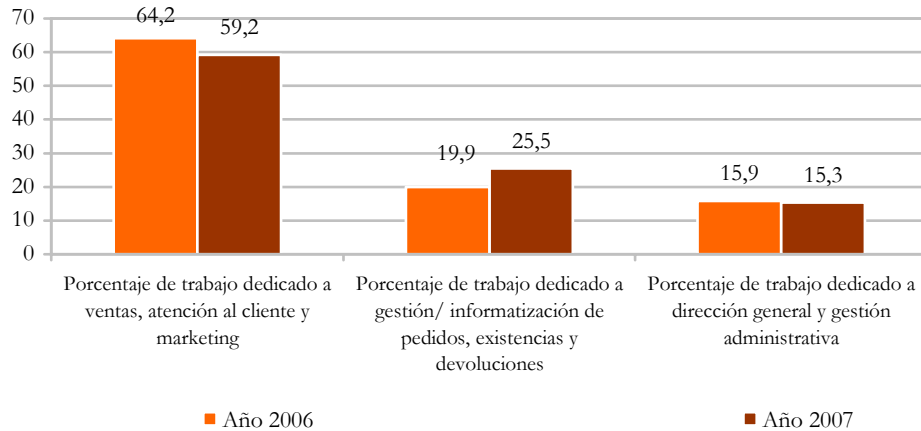
(Gráfico 40):

- a) 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 (aproximadamente, entre un 25% y un 55% de los casos, con diferencias según el grupo de librerías).
- b) En segundo lugar, aunque con poca diferencia, aparece el cambio en la distribución por materias, que ha sido realizado por aproximadamente el 20% y el 50% de los establecimientos.
- c) A diferencia del año 2006, hay una menor proporción de establecimientos que declaran haber introducido mejoras en el ámbito de la cooperación con los agentes culturales del entorno (entre el 15% y el 40% de las librerías).
- d) 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 2007 (aproximadamente, entre el 5% y el 15% del total).

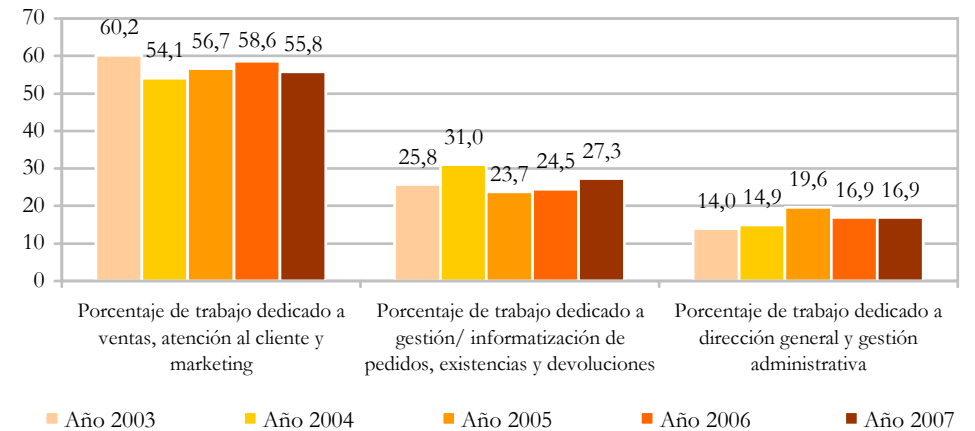
Gráfico 24.

Distribución porcentual aproximada, del trabajo realizado en la librería, por tareas o funciones. Años 2003-2007. Por tamaño.

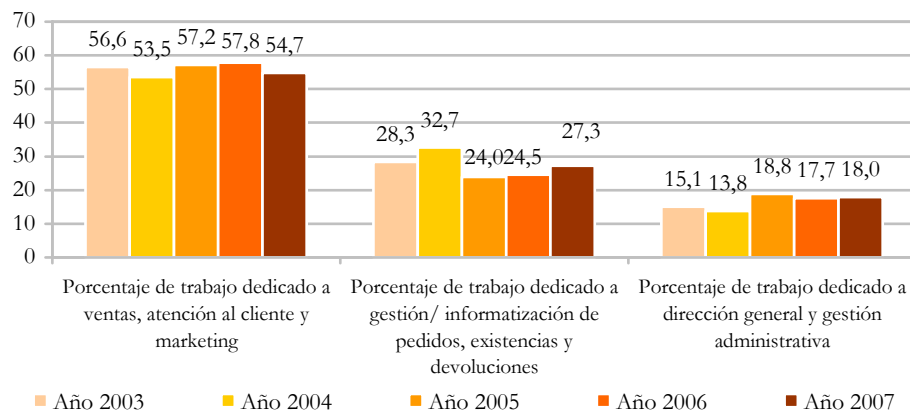
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

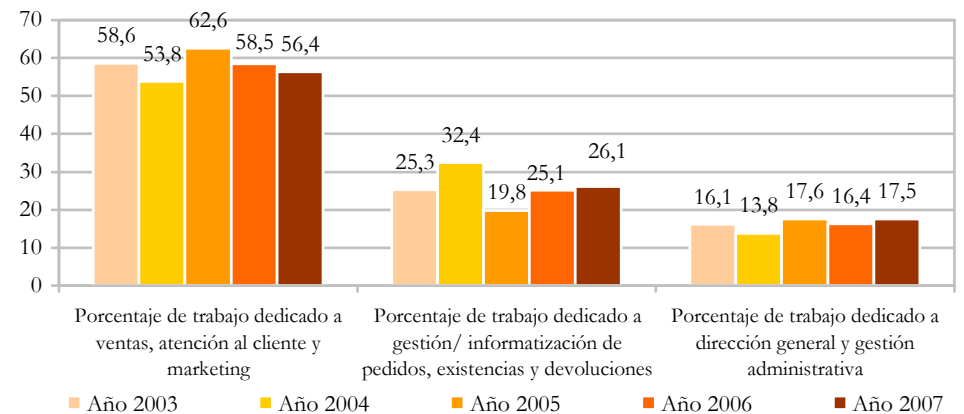
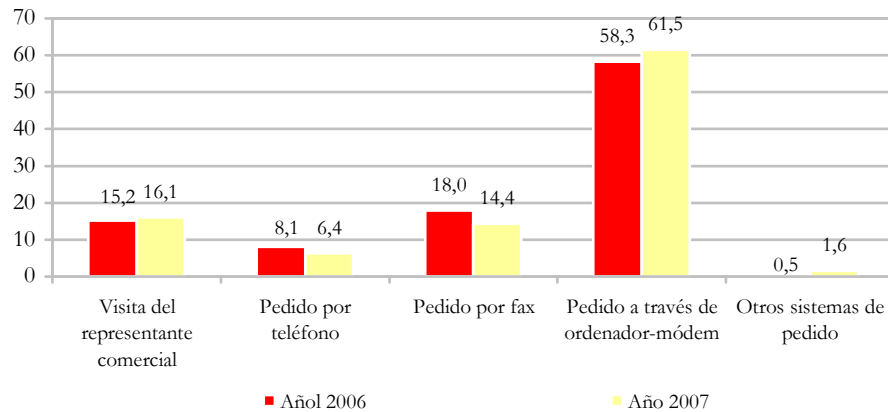


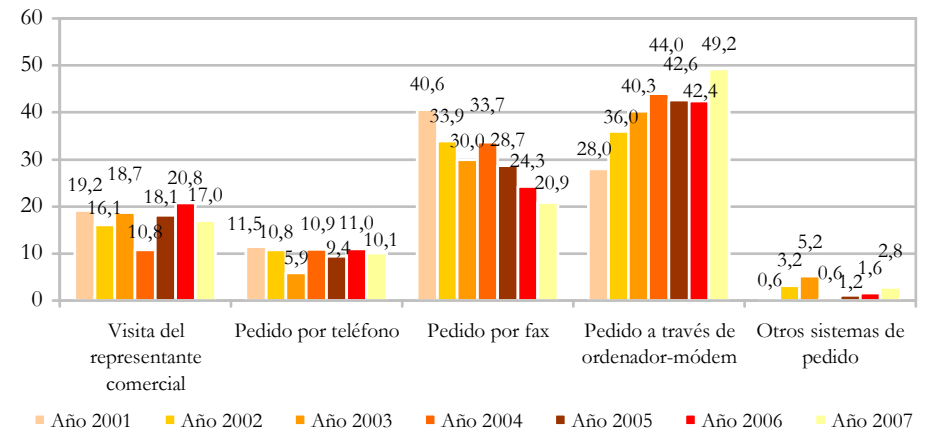
Gráfico 25.

Porcentaje de librerías según el sistema de pedidos a los proveedores. Años 2002-2007. Por tamaño.

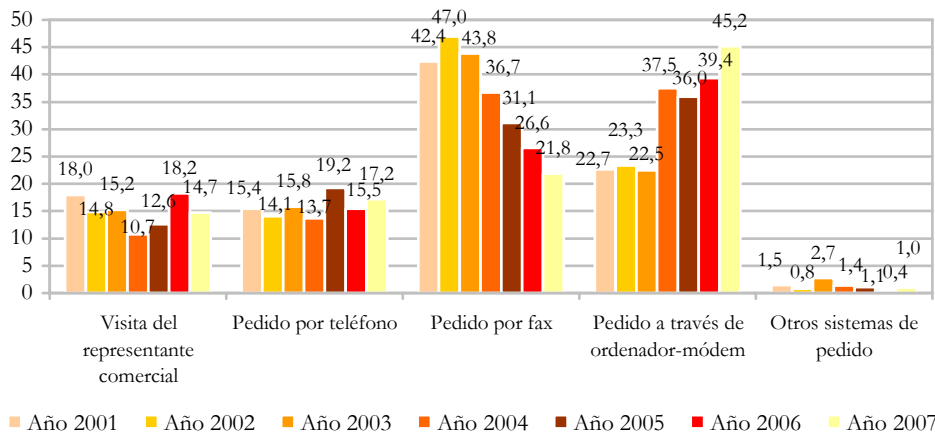
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

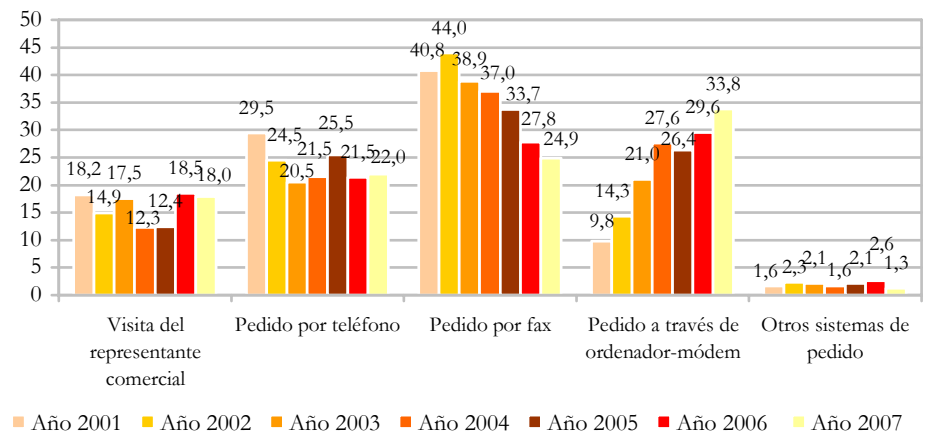


Gráfico 26.

**Porcentaje del promedio de descuento otorgado por los proveedores.
Años 2003-2007. Por tamaño.**

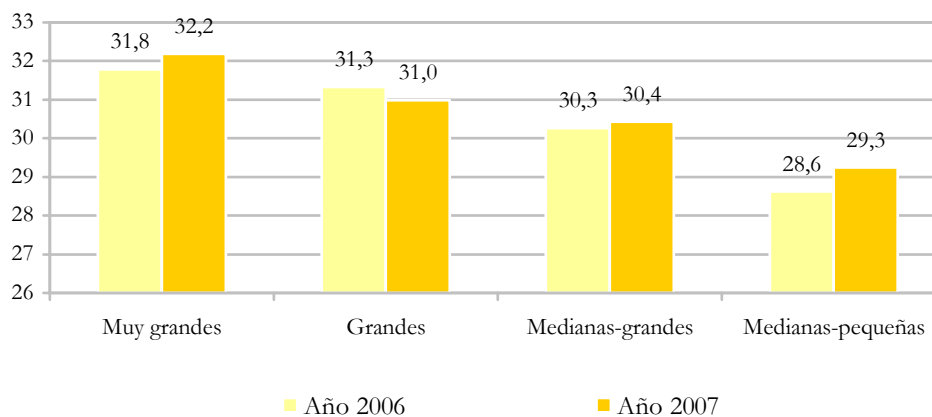
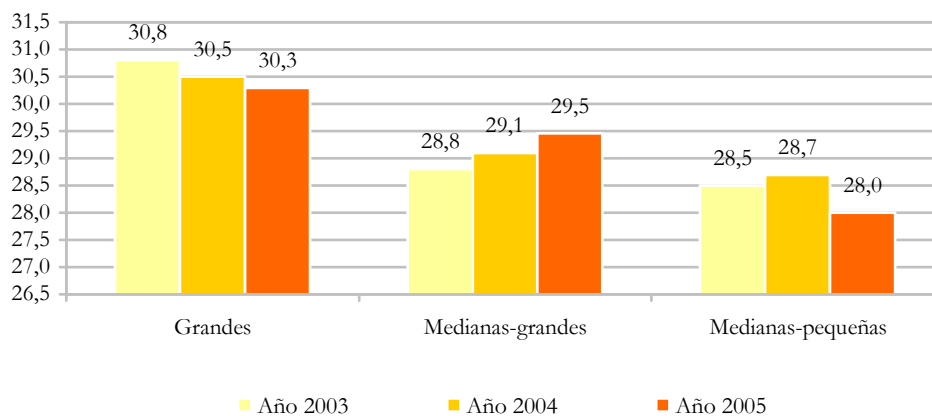
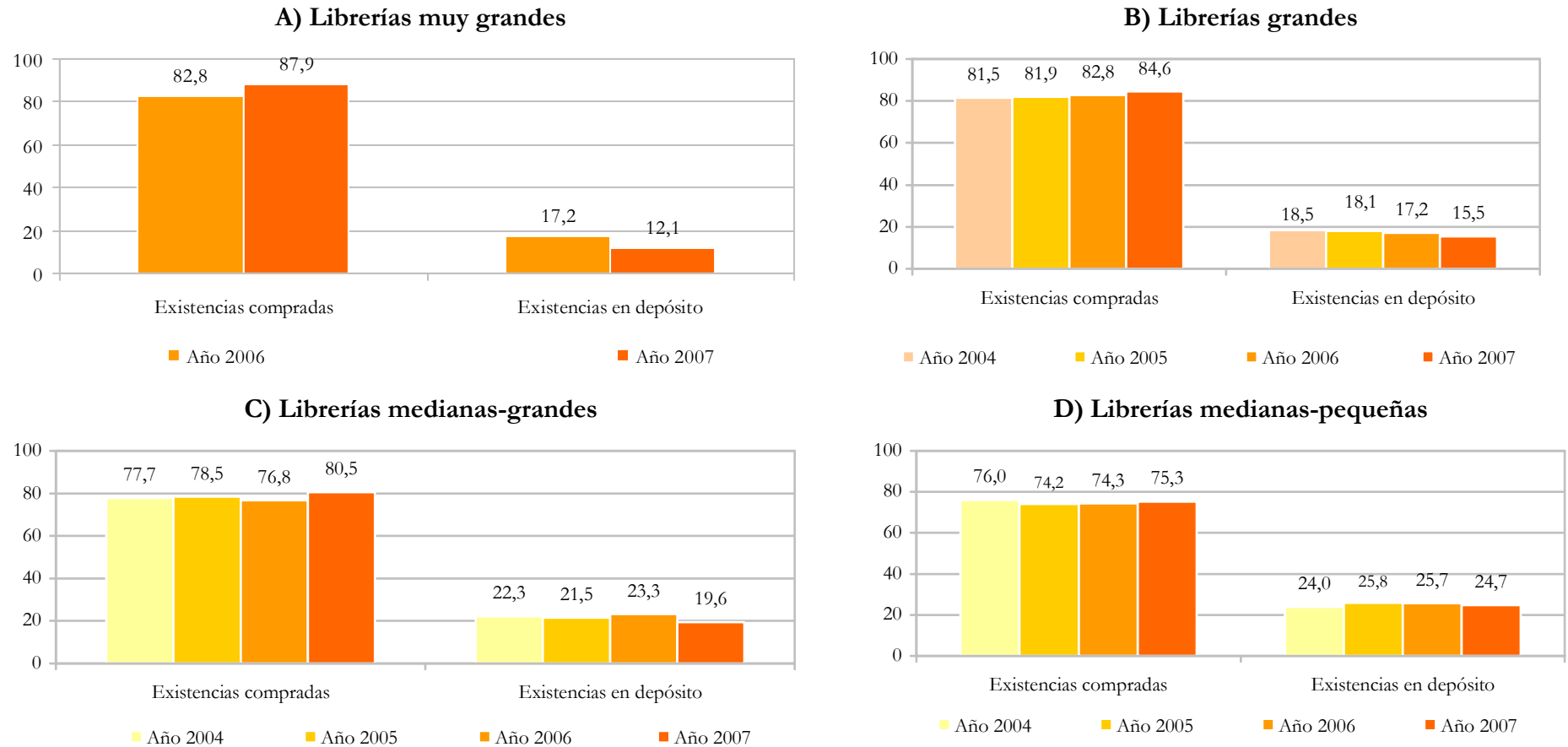


Gráfico 27.

Promedio de la composición de las existencias. Años 2004⁵-2005-2006-2007. Por tamaño



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

Gráfico 28.

Porcentaje del promedio de novedades recibidas según el sistema de recepción. Años 2006-2007.
Por tamaño

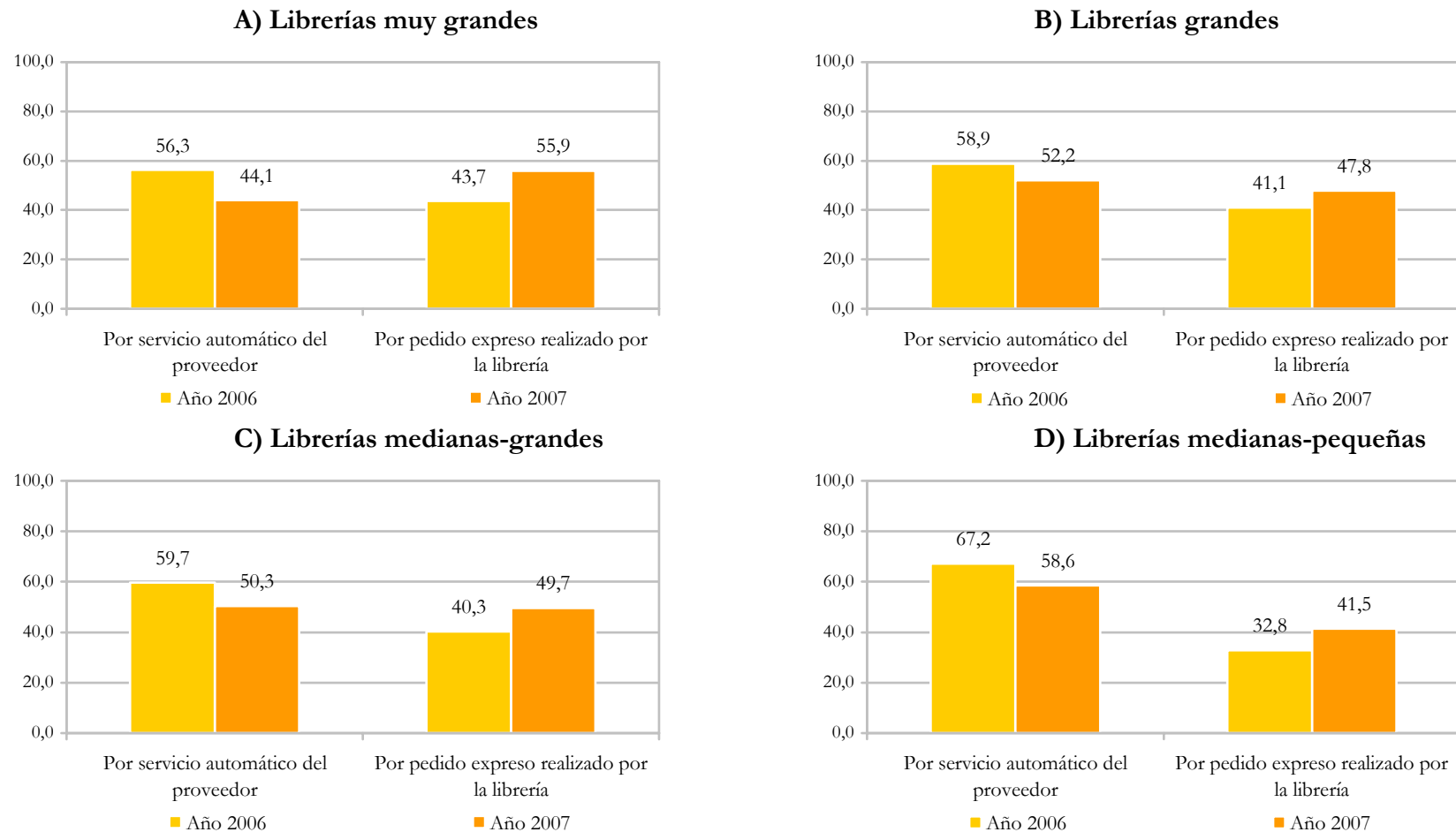
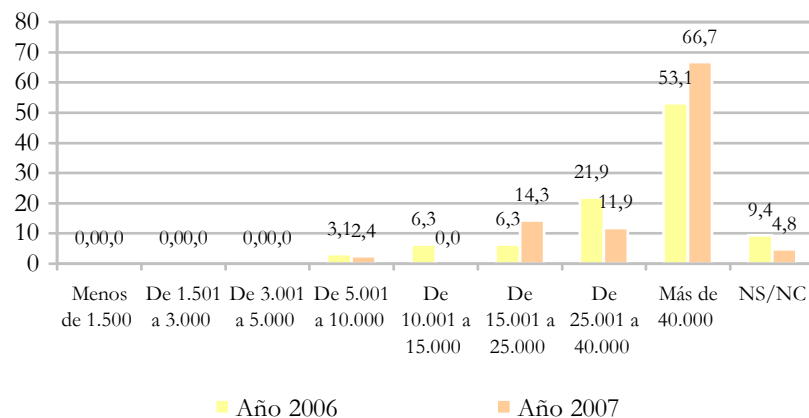


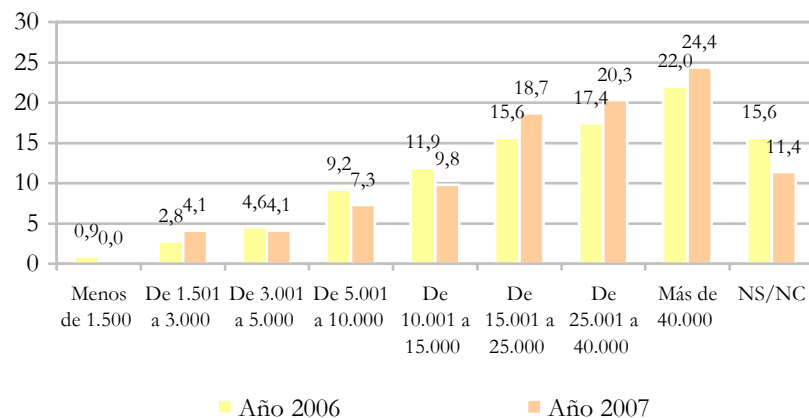
Gráfico 29.

Porcentaje de librerías según la cantidad aproximada de ejemplares en estoc. Año 2006
Por tamaño

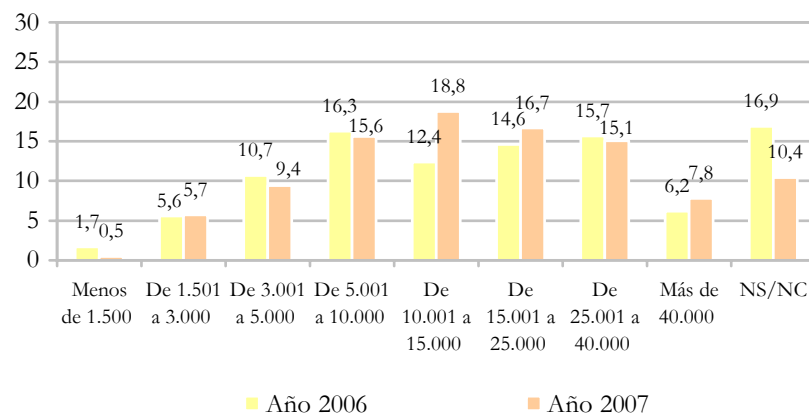
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

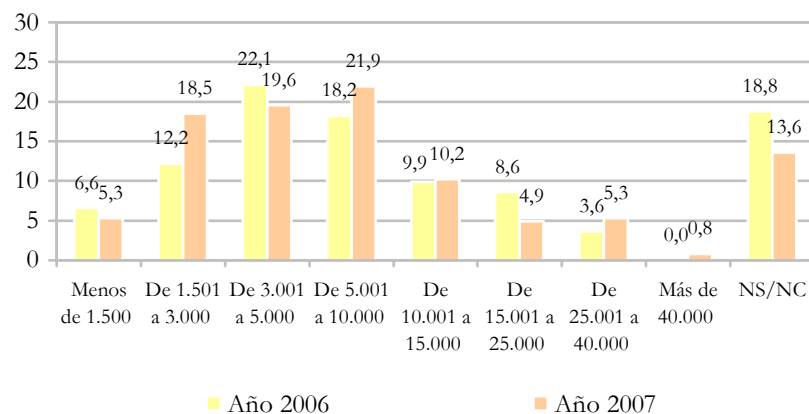


Gráfico 30.

Promedio del porcentaje estimado de devoluciones hechas al año sobre el total de ejemplares recibidos.

Por tamaño. Años 2006-2007

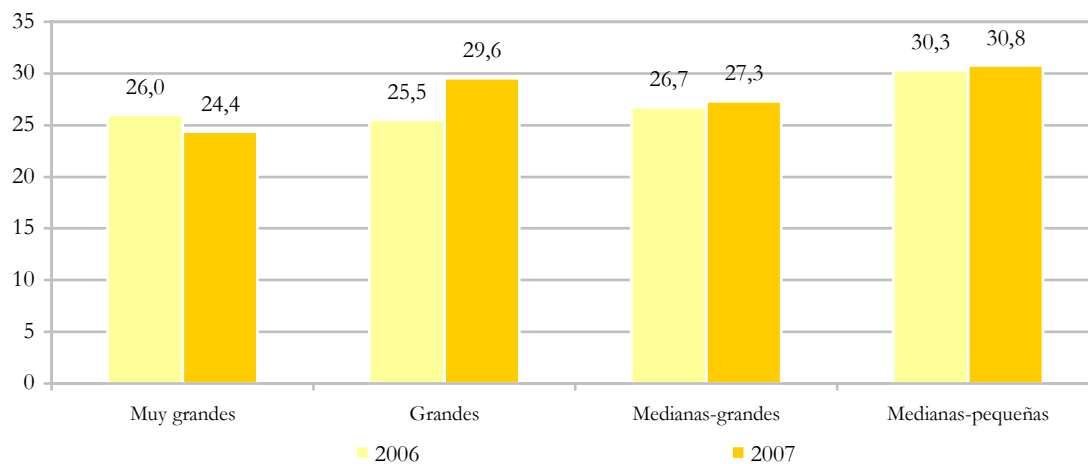


Gráfico 31.

**Porcentaje de librerías según el grado de informatización de la gestión
Años 2002-2007. Por tamaño.**

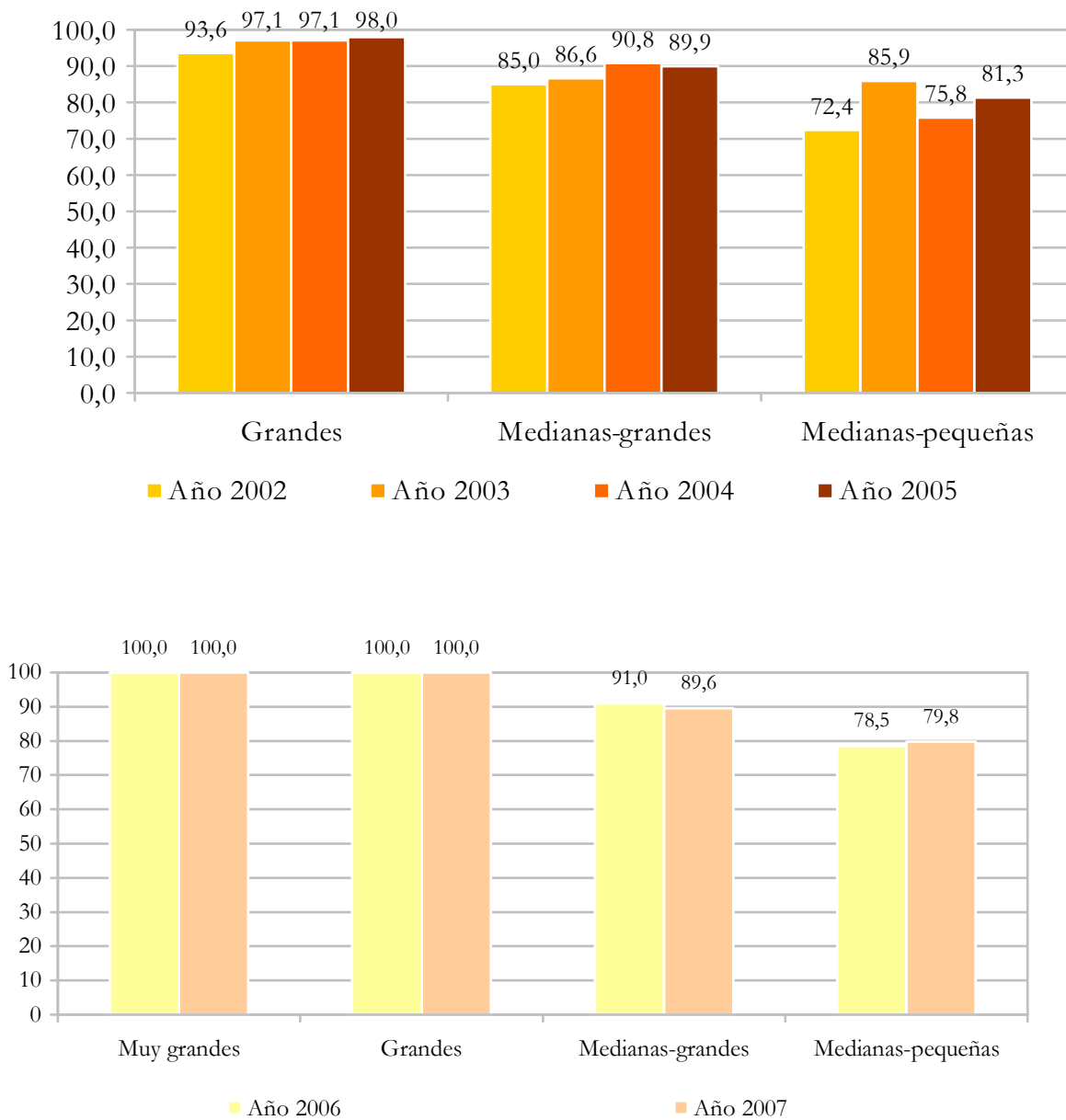
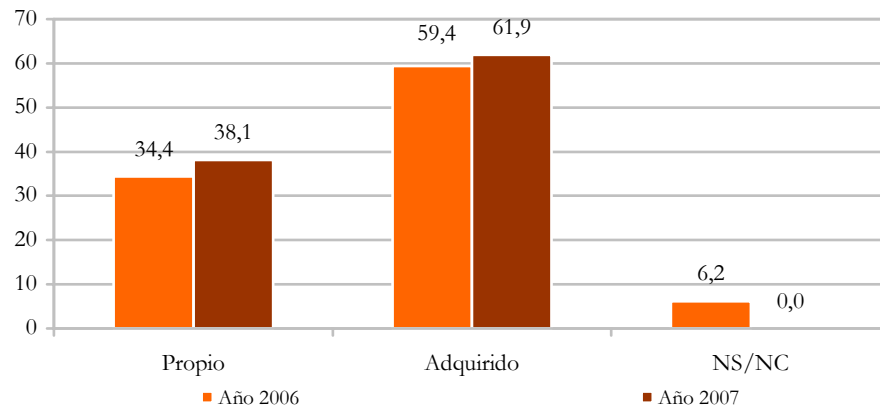


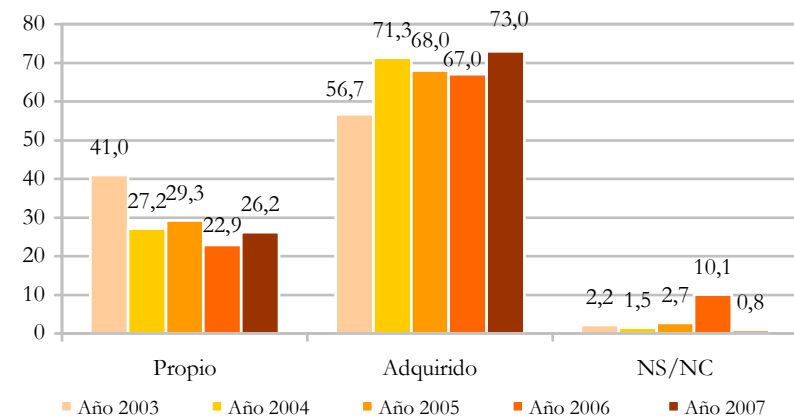
Gráfico 32.

Porcentaje de librerías según el programa utilizado en el caso de tener informatizadas las existencias. Años 2003-2006.
 Por tamaño

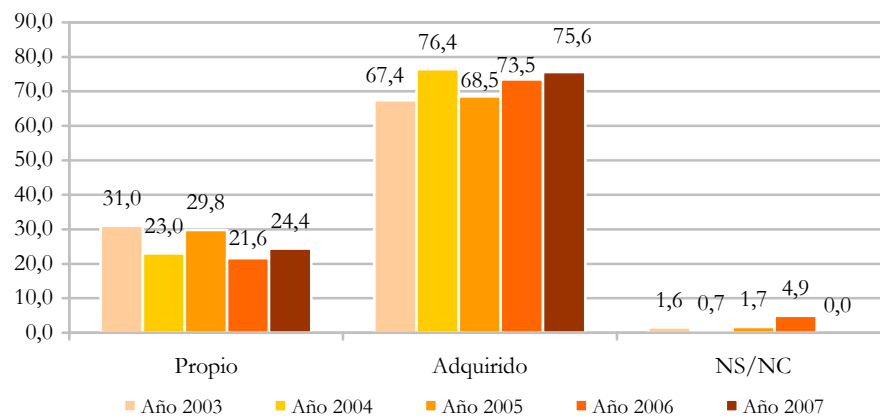
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

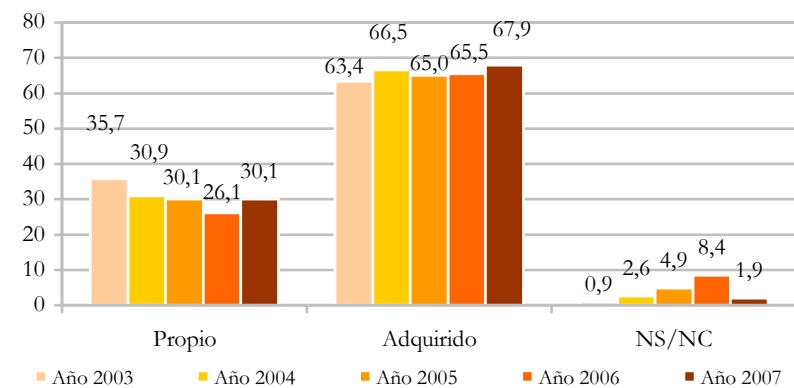
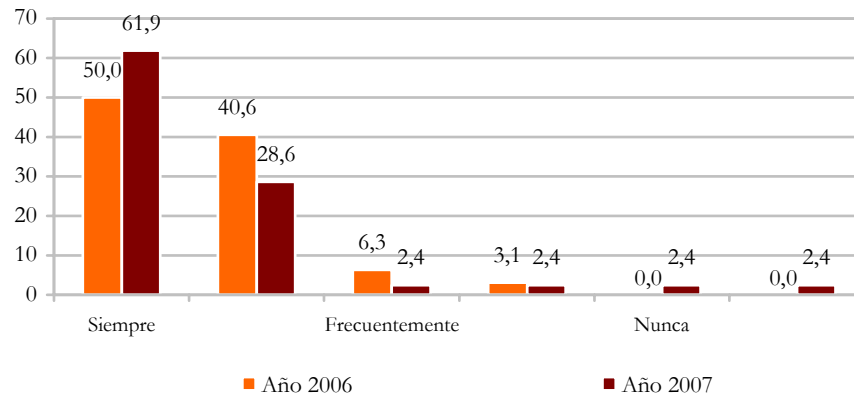


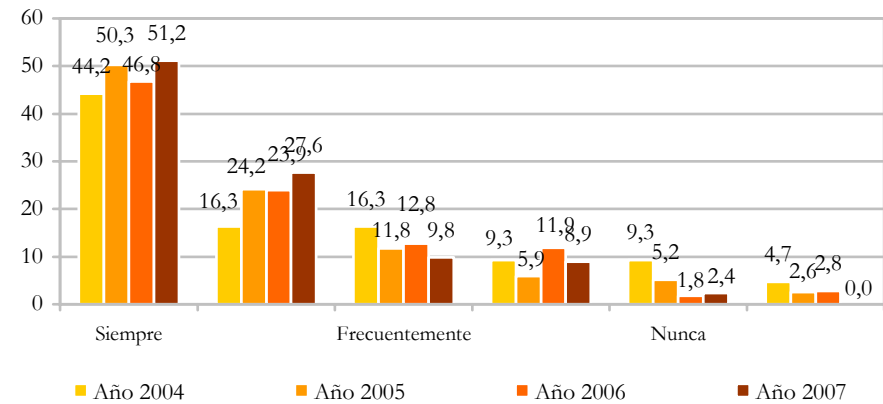
Gráfico 33.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de utilización del correo electrónico para comunicarse con los proveedores. Por tamaño. Años 2004-2007

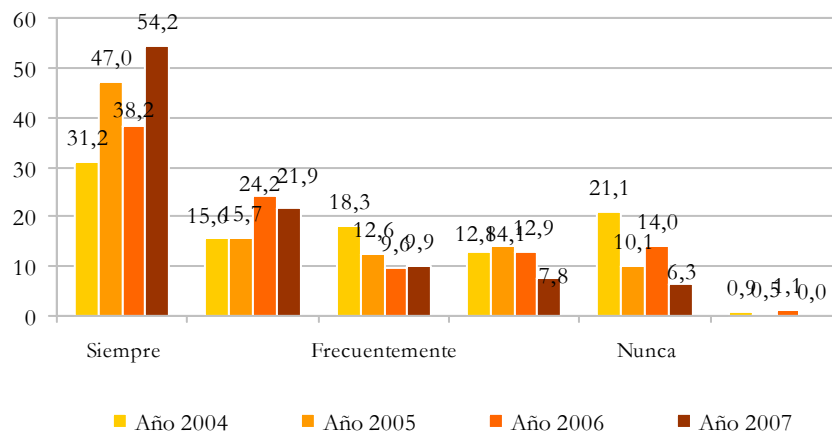
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

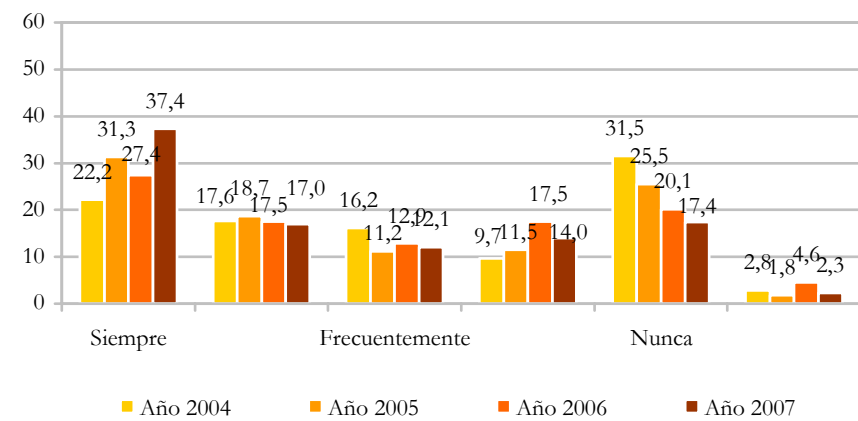
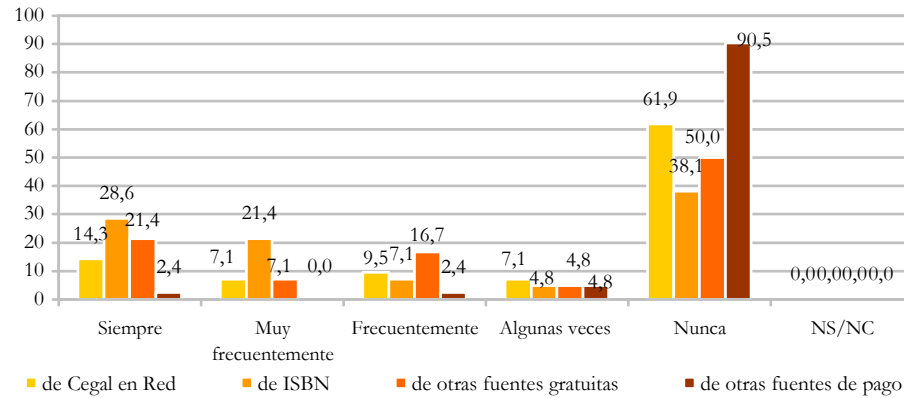


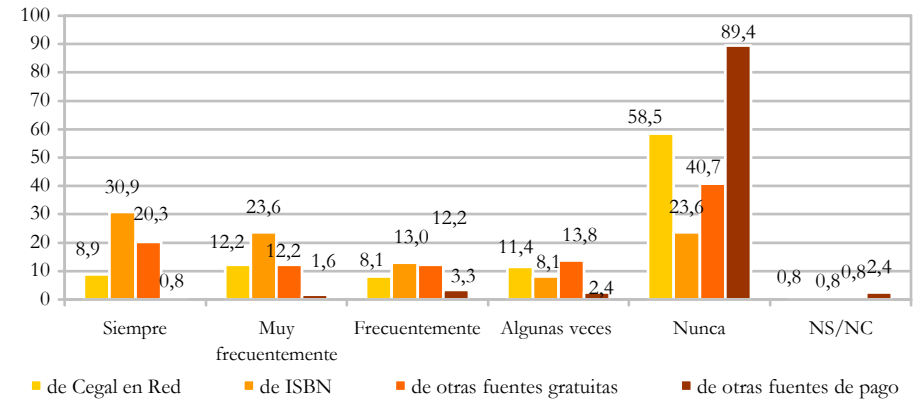
Gráfico 34.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros. Año 2007. Por tamaño.

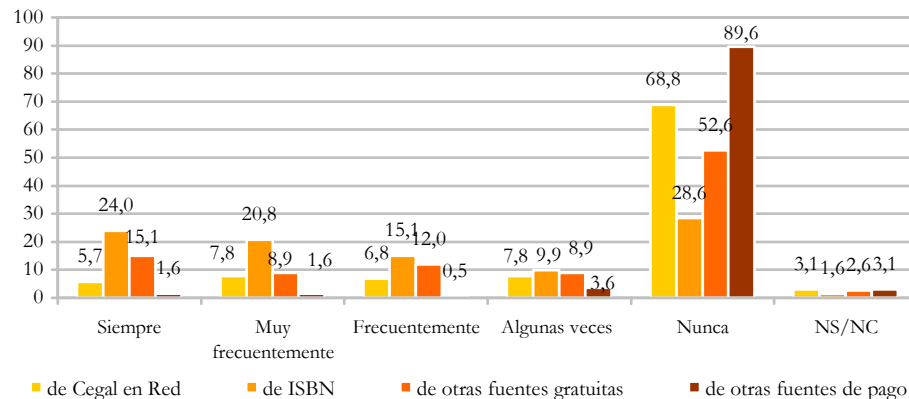
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

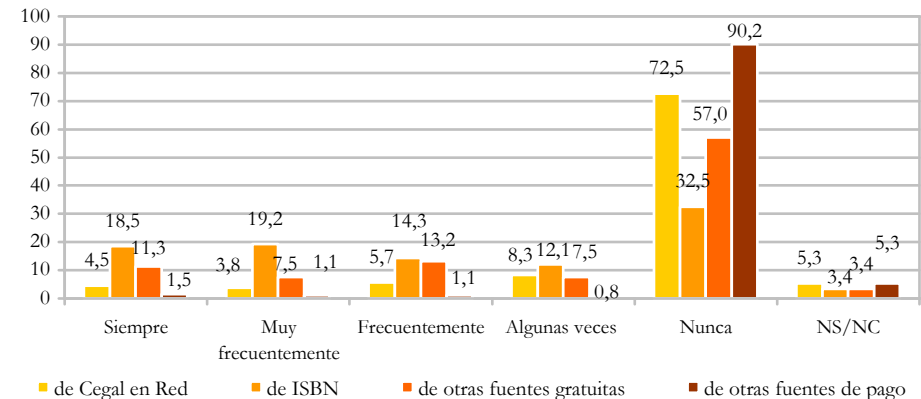


Gráfico 35.

Porcentaje de utilización del SINLI por parte de las librerías. Por tamaño. Años 2004-2007.

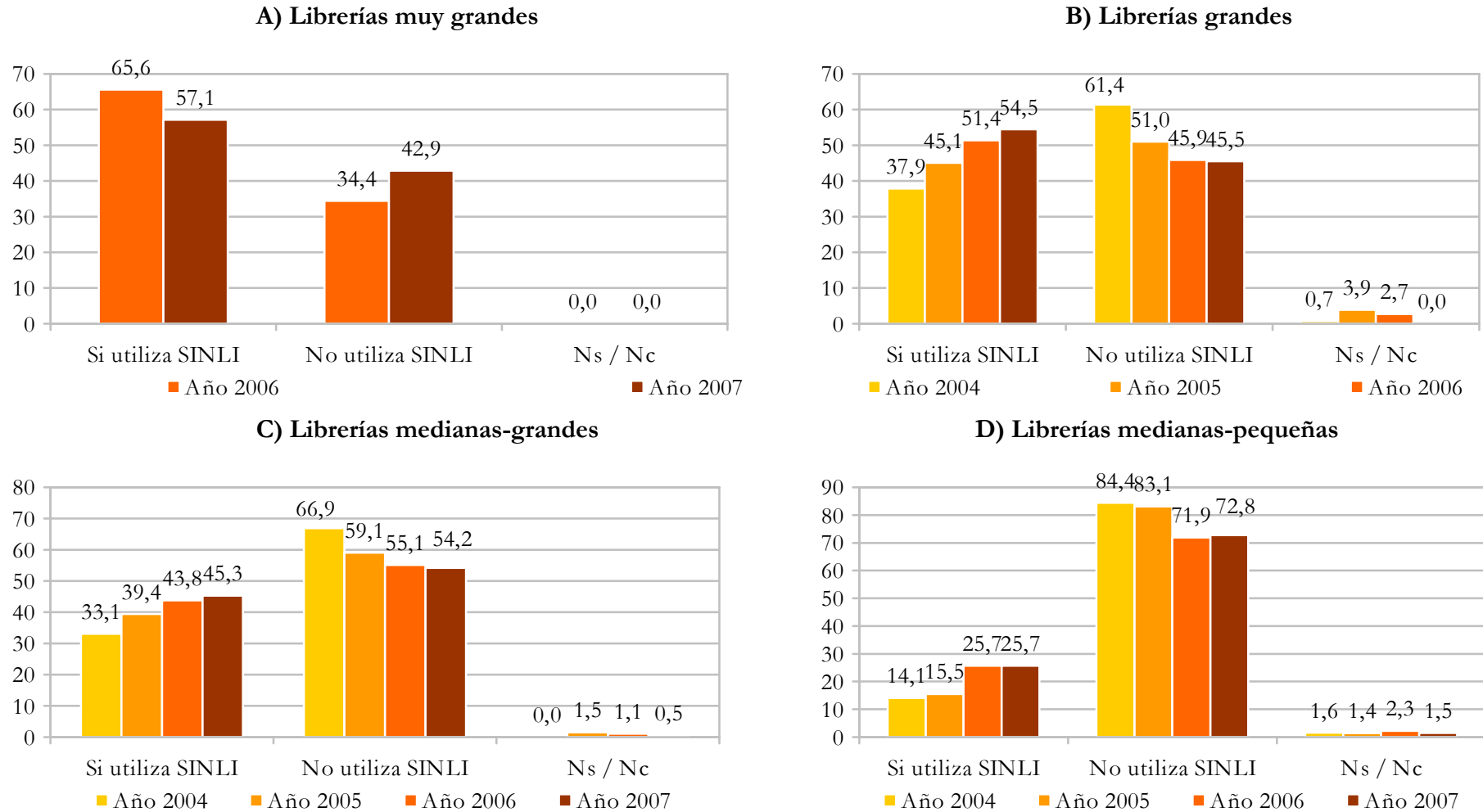
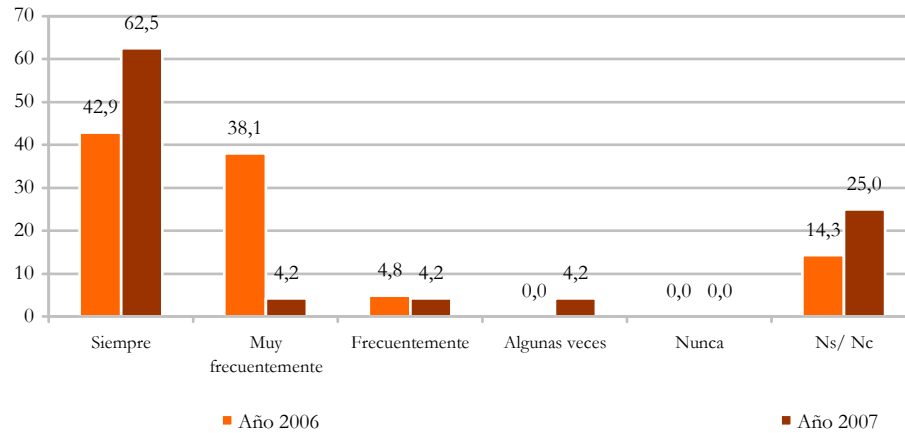


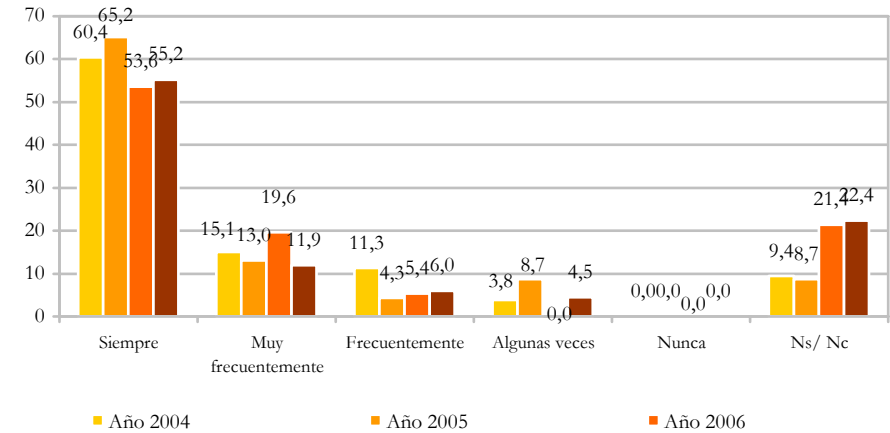
Gráfico 36.

Frecuencia de utilización del SINLI por parte de las librerías que lo utilizan. Por tamaño. Años 2004-2007.

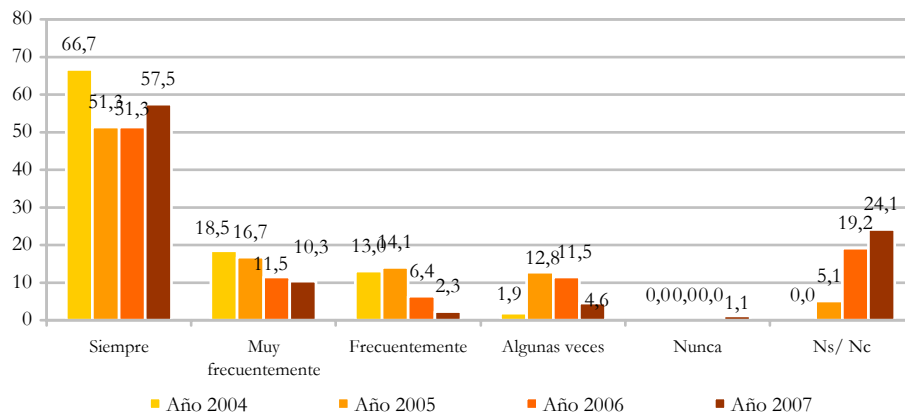
A) Librerías muy grandes



B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



D) Librerías medianas-pequeñas

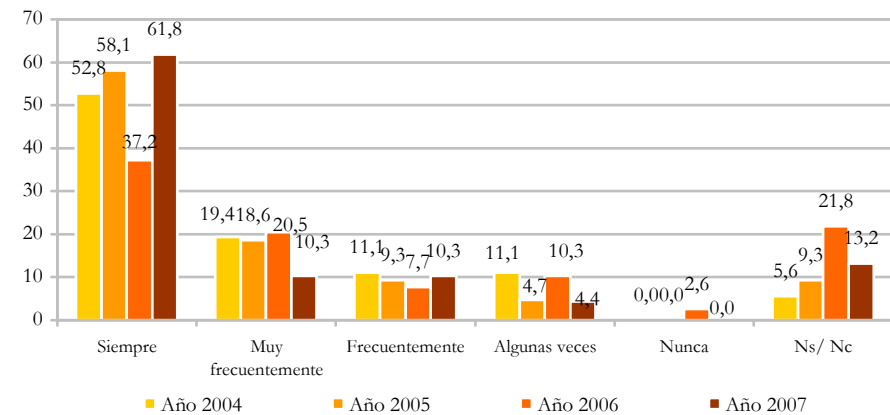


Gráfico 37.

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. Por tamaño. Años 2004-2007.

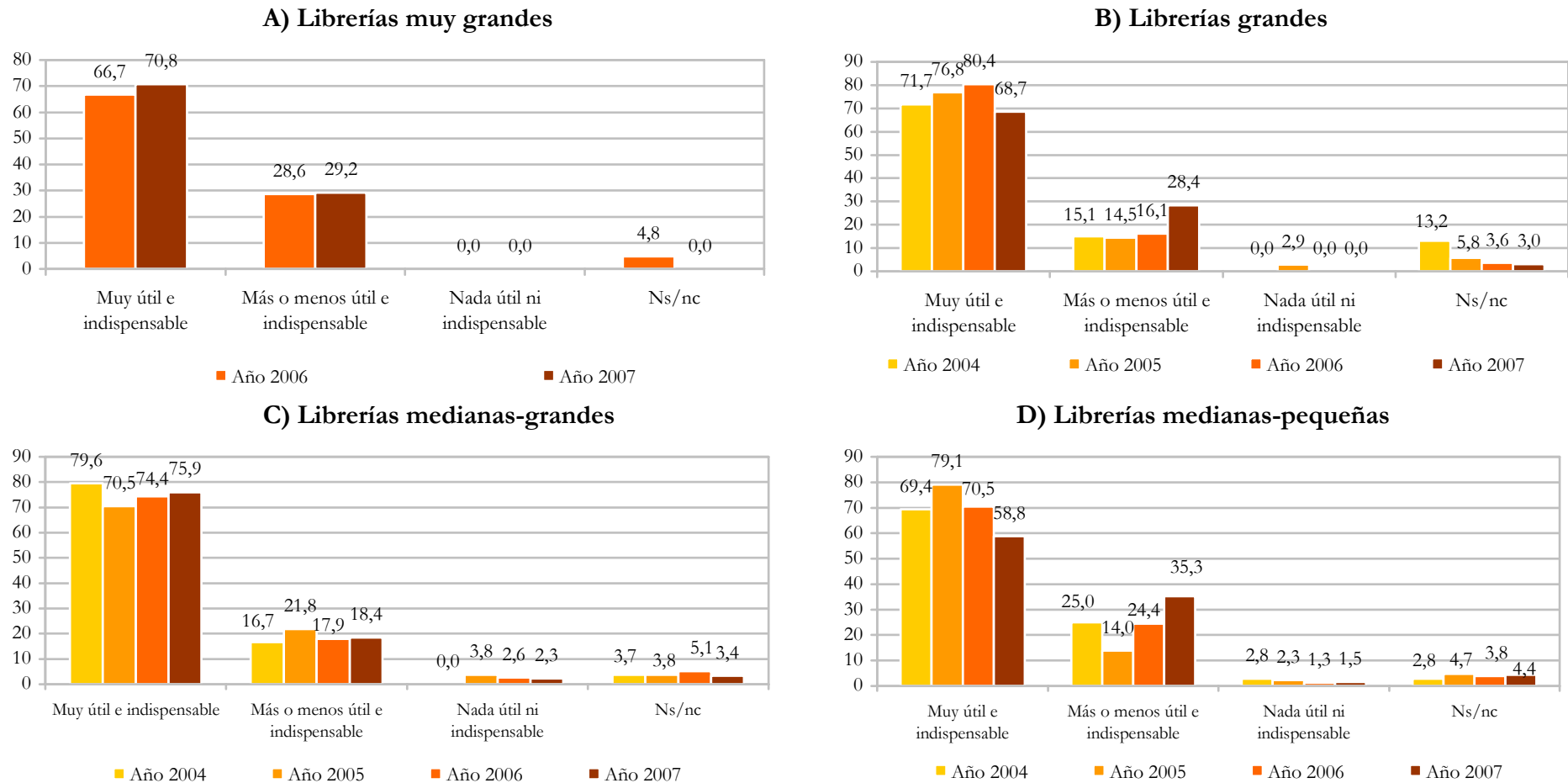


Gráfico 38.

**Motivos para no utilizar el SINLI: no dispone de ordenador.
Por tamaño. Años 2004-2007.**

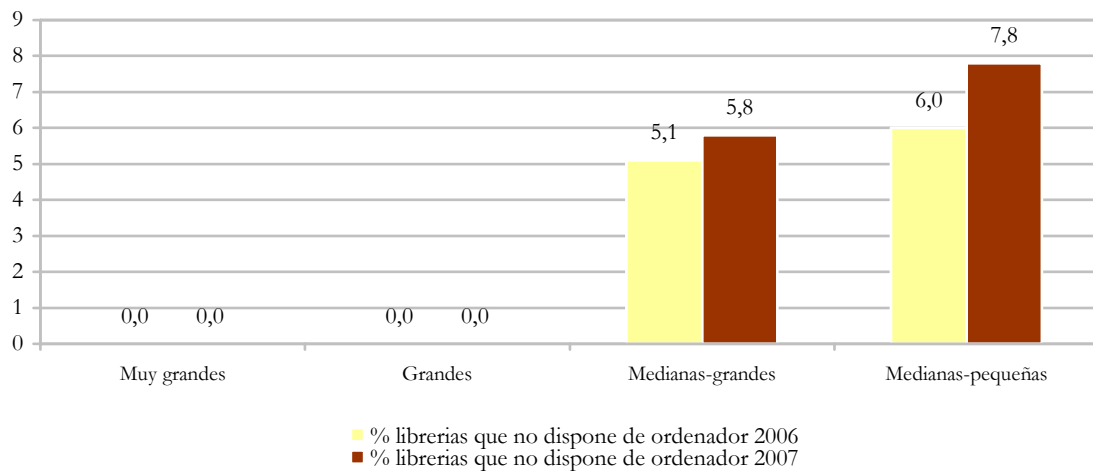
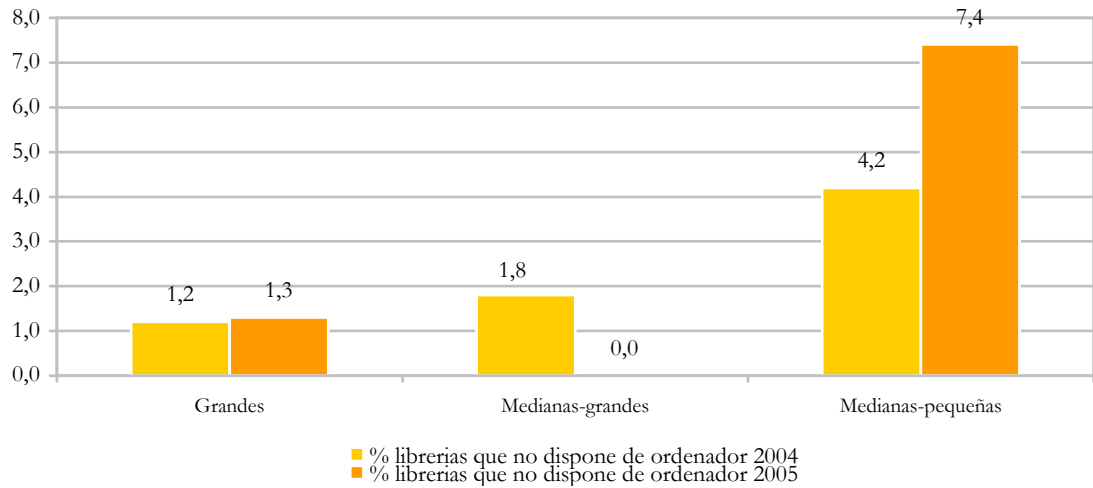
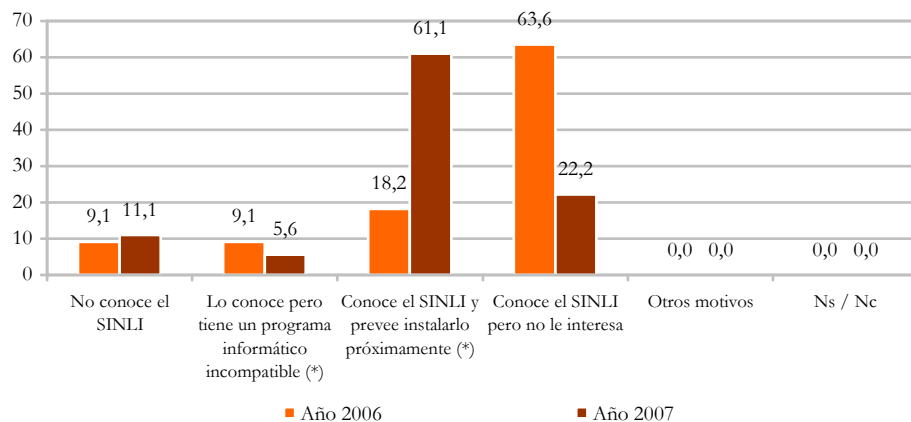


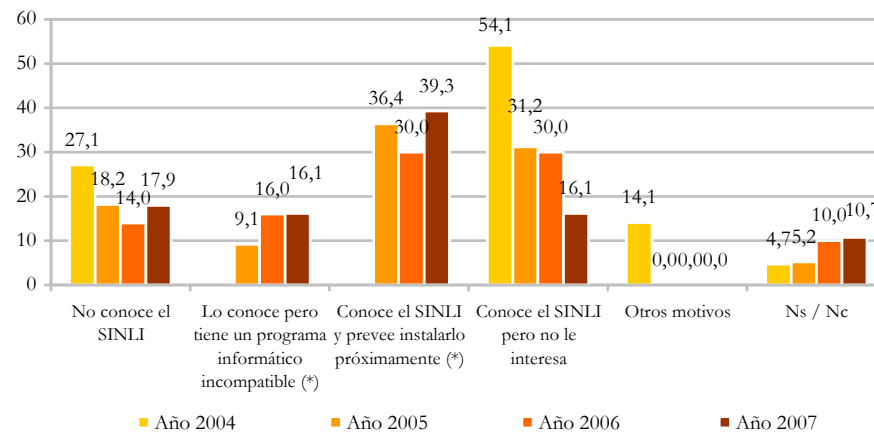
Gráfico 39.

Motivos para no utilizar el SINLI aunque se disponga de ordenador en el establecimiento. Por tamaño. Años 2004-2007

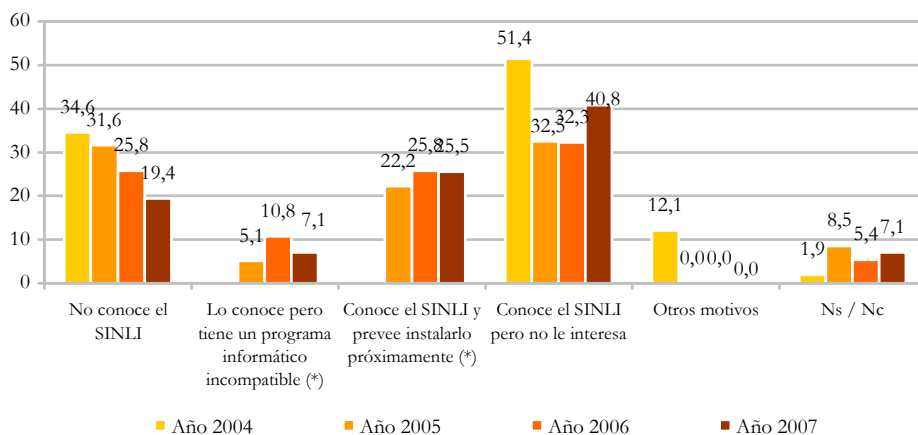
A) Librerías muy grandes



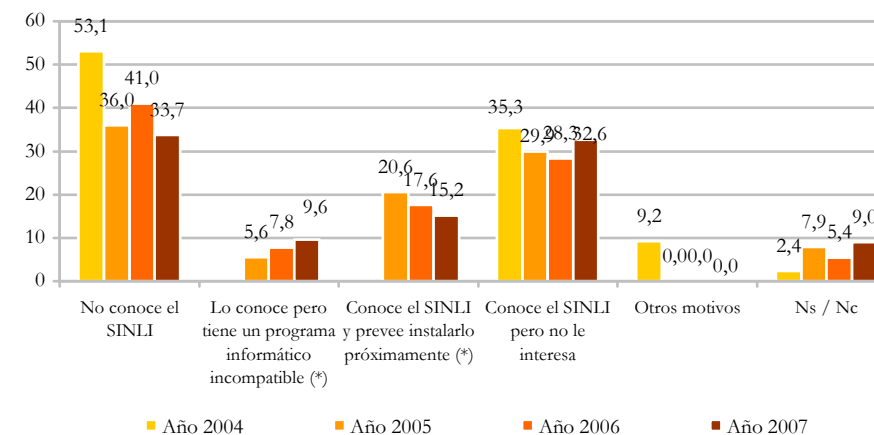
B) Librerías grandes



C) Librerías medianas-grandes



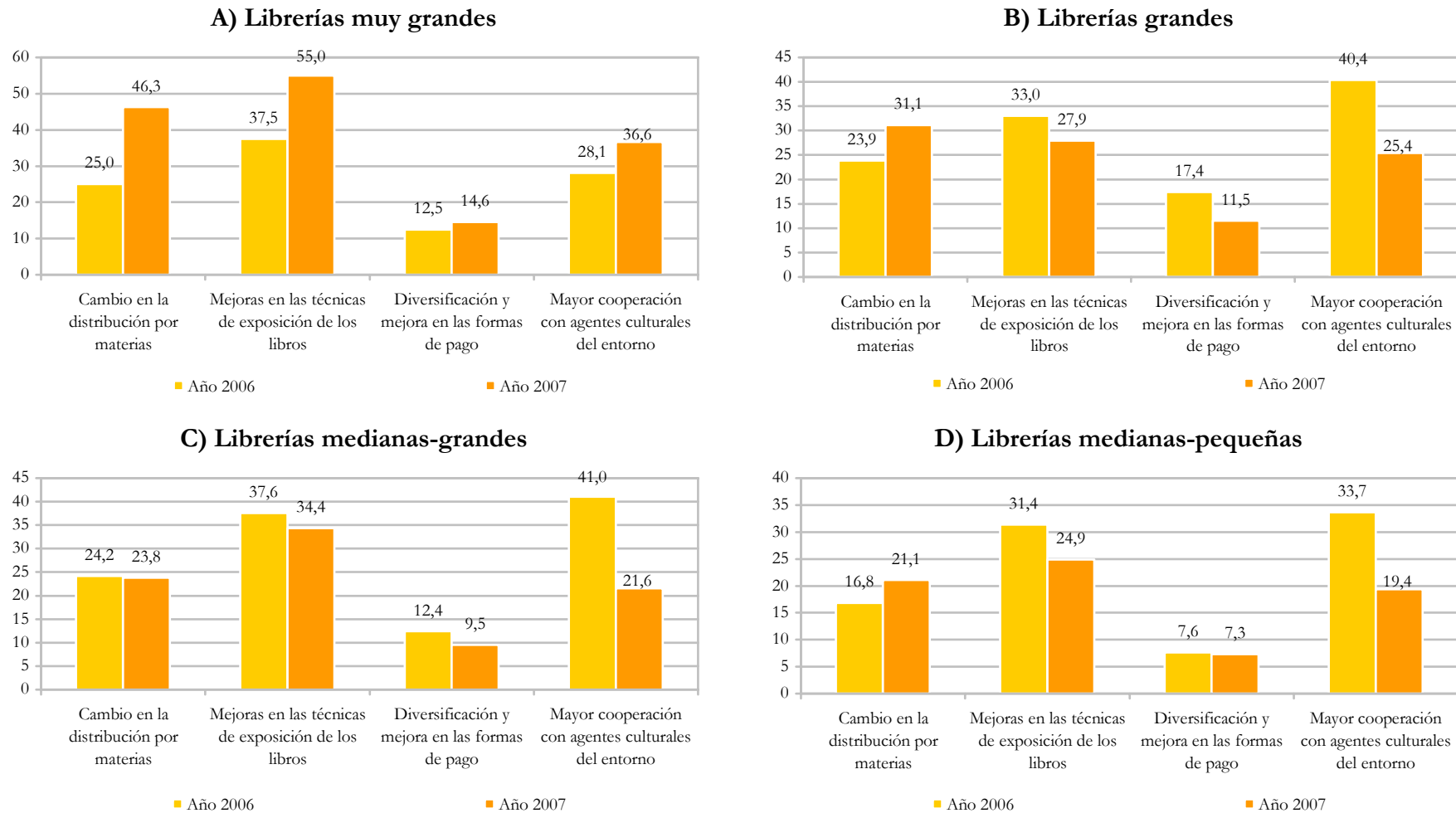
D) Librerías medianas-pequeñas



Nota: () Opciones de respuesta no contempladas el año 2004*

Gráfico 40.

Porcentaje de librerías que en el último año han introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa. Año 2007. Por tamaño.



Anexo 1.) Datos estadísticos. Años 2000-2007

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 2000-2007 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.
- Debe señalarse nuevamente, que en la presente edición del estudio no se incluyen los datos del año 2007 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, por primera vez, de acuerdo en 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 4

Tipologías de librería (en %).

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

	Muy grandes		Grandes							
	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Especializadas	31,3	23,8	36,5	27,0	28,0	24,3	27,1	24,2	36,7	23,6
Generales con especialización	18,8	7,1	27,0	28,7	39,2	39,0	22,1	32,0	17,4	12,2
Generales de fondo	46,9	61,9	36,5	44,3	32,8	36,8	50,7	43,8	45,0	60,2
Generales de proximidad	3,1	7,1							0,9	4,1
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	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Especializadas	35,5	26,2	26,0	26,8	27,1	25,8	30,9	30,7	25,2	32,9	31,7	33,6	34,0	29,1	28,1	27,5
Generales con especialización	22,1	30,8	32,4	29,5	22,1	26,8	21,9	15,6	31,8	21,4	28,0	22,3	17,6	18,7	22,8	14,3
Generales de fondo	42,4	43,0	41,6	43,6	50,7	47,5	43,8	48,4	43,0	45,7	40,3	44,1	48,4	52,2	32,3	40,8
Generales de proximidad							3,4	5,2							16,8	17,4
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	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 5.

**Librerías que realizan otras actividades relacionadas con el libro (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2005-2007**

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

Cuadro 6.

**Librerías que realizan actividades de dinamización de la lectura (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2005-2007**

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

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 7

Nivel de agremiación de las librerías (en %).

Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007

	Muy grandes					Grandes				
	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
A alguna asociación o gremio de libreros	100,0	95,3	93,6	91,8	90,4	92,1	90,7	88,9	90,8	90,3
- A CEGAL	15,6	14,3	7,9	18,0	9,6	13,7	8,6	10,5	7,3	10,6
- Al Gremio Provincial de Libreros	25,0	16,7	24,6	27,9	25,6	31,9	27,1	24,2	23,9	25,2
- A ambos	59,4	64,3	61,1	45,9	55,2	46,4	55,0	54,2	59,6	54,5
A ninguno	0,0	2,4	5,6	4,9	8,8	8,0	6,4	7,2	7,3	4,1
NS/NC	0,0	2,4	0,8	3,3	0,8	0,0	2,9	3,9	1,8	5,7
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	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
A alguna asociación o gremio de libreros	83,7	84,3	83,9	82,6	87,1	78,3	79,8	86,0	77,7	74,5	69,1	82,2	80,8	73,0	67,6	73,5
- A CEGAL	15,1	23,3	14,5	9,4	9,2	9,1	6,7	9,9	9,5	19,8	11,5	14,1	4,7	5,0	4,6	6,4
- Al Gremio Provincial de Libreros	25,6	21,5	18,5	30,2	20,2	13,6	15,2	21,4	21,9	21,8	20,6	29,4	28,1	14,4	18,8	17,7
- A ambos	43,0	39,5	50,9	43,0	57,7	55,6	57,9	54,7	46,3	32,9	37,0	38,7	48,0	53,6	44,2	49,4
A ninguno	15,1	9,9	12,1	17,4	10,4	15,7	18,5	10,9	19,4	19,8	23,9	16,9	18,4	21,2	30,4	24,5
NS/NC	1,2	5,8	4,0	0,0	2,5	6,1	1,7	3,1	2,9	5,7	7,0	0,8	0,8	5,8	2,0	1,9
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

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 8
Superficie de la librería.
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007.

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

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

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 9**Recursos humanos de la librería y meses trabajados.****Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007**

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

	Medianas-grandes								Medianas-pequeñas							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Empleados fijos (personas)	4,4	4,6	4,0	3,8	4,3	4,3	3,8	3,4	2,7	2,5	2,6	2,9	2,7	2,7	2,6	2,4
Empleados eventuales (personas)	0,8	0,6	0,4	0,8	0,5	0,8	0,7	0,4	0,5	0,3	0,2	0,5	0,3	0,5	0,3	0,4
Meses trabajados (meses)	51,1	51,2	45,0	43,3	47,1	49,8	41,0	38,2	31,7	29,3	29,4	33,3	29,4	30,4	28,8	26,1
Total horas de apertura semanales (horas)	46,2	47,9	46,4	47,3	47,3	47,9	46,8	45,8	46,5	44,8	45,1	45,9	46,8	47,2	46,4	46,1
Total días de apertura semanal (días)	6,0	6,0	6,0	6,1	6,1	6,0	6,0	6,0	6,0	5,9	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	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 2003 según si han sido superiores, iguales o inferiores a las del año 2002. Este año se ha realizado esta pregunta diferenciando tipologías de cliente/canales de venta, y de productos.
- **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 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 10

Ventas totales netas de la librería y ventas en libros.

Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007

	Ventas totales netas (euro.)	Ventas en libros netas (euro.)	% del libro sobre les 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
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
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
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

Cuadro 11**Evolución de las ventas de la librería respecto al año anterior (en %).****Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007**

	Muy grandes		Grandes							
	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	75,5	76,2	68,3	73,8	72,0	67,4	51,4	43,8	64,2	59,3
Iguales	18,8	11,9	17,5	12,2	16,0	20,3	33,6	42,5	25,7	28,5
Inferiores	6,2	9,5	11,1	11,5	8,8	10,1	10,0	11,1	4,6	8,9
Ns/Nc	0,0	2,4	3,1	2,5	3,2	2,2	5,0	2,6	5,5	3,3
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	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	62,2	62,2	52,0	58,4	49,7	43,9	61,8	59,4	52,1	46,9	40,7	56,9	40,6	24,5	46,9	48,7
Iguales	18,0	24,4	31,8	21,5	29,4	39,4	22,5	28,1	28,9	24,7	32,1	21,4	34,0	54,7	33,3	27,5
Inferiores	13,4	12,2	15,0	16,8	17,2	12,1	11,2	8,3	14,0	23,5	20,6	18,5	21,1	16,2	15,2	20,8
Ns/Nc	6,4	1,2	1,2	3,4	3,7	4,5	4,5	4,2	5,0	4,9	6,6	3,2	4,3	4,7	4,6	3,00
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

Cuadro 11a.

Evolución de las ventas de best-sellers respecto al año anterior (en %).

Según el tamaño de la librería. Año 2003-2007

	Muy grandes		Grandes				
	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	46,9	71,4	46,4	43,6	32,7	34,9	49,6
Iguales	28,1	11,9	25,4	29,3	32,0	35,8	28,5
Inferiores	3,1	4,8	2,9	7,9	7,8	1,8	5,7
Ns/Nc	0,0	2,4	8,7	19,3	11,1	11,0	4,9
No realizan	21,9	9,5	16,7	n.d.	16,3	16,5	11,4
Total	100,0	100	100,0	100,0	100,0	100,0	100

	Medianas-grandes					Medianas-pequeñas				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	39,6	41,7	34,3	36,0	47,9	28,2	25,8	20,9	31,0	41,1
Iguales	26,8	34,4	33,8	35,4	25,5	37,1	46,5	46,0	38,0	24,2
Inferiores	12,8	14,7	8,6	9,6	7,3	8,1	10,5	11,5	11,2	16,2
Ns/Nc	6,7	9,2	7,6	6,2	7,3	6,0	17,2	5,0	9,9	4,2
No realizan	14,1	n.d.	15,7	12,9	12,0	20,6	n.d.	16,5	9,9	14,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100	100,0	100,0	100,0	100,0	100

Cuadro 11b.

Evolución de las ventas de libro de fondo respecto al año anterior (en %).
Según el tamaño de la librería. Año 2003-2007

	Muy grandes			Grandes			
	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	56,3	64,3	36,2	41,4	32,0	46,8	48,8
Iguales	34,3	11,9	40,6	38,6	43,1	36,7	35,0
Inferiores	0,0	14,3	6,5	10,0	10,5	8,3	5,7
Ns/Nc	3,1	4,8	6,5	10,0	7,8	3,7	4,9
No realizan	6,3	4,8	10,1	n.d.	6,5	4,6	5,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes					Medianas-pequeñas				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	29,5	41,7	31,8	44,9	50,0	25,8	25,0	22,7	31,0	35,1
Iguales	37,6	30,7	38,9	37,1	32,8	37,9	48,4	49,6	42,9	34,7
Inferiores	18,8	19,0	14,6	10,1	6,8	15,3	16,0	15,1	11,9	20,8
Ns/Nc	4,7	8,6	6,6	6,2	5,7	4,0	10,5	4,7	9,6	4,2
No realizan	9,4	n.d.	8,1	1,7	4,7	16,9	n.d.	7,9	4,6	5,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 11c.

**Evolución de las ventas de libro escolar respecto al año anterior (en %).
Según el tamaño de la librería. Año 2003-2007**

	Muy grandes		Grandes				
	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	37,5	52,4	29,0	16,4	20,3	28,4	28,5
Iguales	6,3	9,5	18,1	34,3	24,8	16,5	16,3
Inferiores	6,3	2,4	13,0	17,9	9,2	6,5	8,1
Ns/Nc	3,1	2,4	5,1	31,4	7,8	4,6	4,9
No realizan	46,8	33,3	34,8	n.d.	37,9	44,0	42,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	Medianas-grandes					Medianas-pequeñas				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	25,5	17,8	23,7	25,8	26,6	21,8	10,5	10,1	25,7	27,5
Iguales	19,5	37,4	18,2	18,6	10,4	16,9	46,1	26,6	20,5	17,4
Inferiores	22,1	25,2	16,7	7,9	9,9	15,7	18,0	19,4	11,9	10,2
Ns/Nc	2,7	19,6	2,0	2,2	3,1	3,6	25,4	2,9	2,3	4,2
No realizan	30,2	n.d.	39,4	45,5	50,0	41,9	n.d.	41,0	39,6	40,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 12.

Composición de las ventas de la librería (en %).

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

	Muy grandes					Grandes				
	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas en libros	87,8	90,0	88,9	88,0	91,1	87,3	88,8	88,4	89,2	89,1
Ventas en revistas y quiosco	1,4	1,6	3,5	3,3	3,8	2,7	2,5	3,7	3,1	3,1
Ventas en papelería	6,0	5,3	4,2	4,8	2,7	5,2	6,1	5,4	4,9	5,2
Ventas en música y vídeo	2,8	2,5	2,2	1,7	1,1	2,1	1,5	1,1	1,1	0,9
Ventas en otros artículos	2,0	0,6	1,2	2,2	1,3	2,7	1,1	1,4	1,7	1,8
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	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas en libros	85,6	86,9	87,3	87,2	85,7	86,4	85,3	86,9	83,8	80,8	88,8	82,2	81,5	78,3	79,0	74,2
Ventas en revistas y quiosco	2,7	4,3	2,8	3,3	2,8	3,0	2,4	2,7	3,6	2,1	2,6	4,0	4,3	5,0	3,1	4,4
Ventas en papelería	8,1	5,7	7,9	7,1	8,9	7,8	7,8	6,5	8,9	12,8	7,0	10,3	10,3	13,0	13,6	16,1
Ventas en música y vídeo	0,7	0,5	0,6	0,5	0,8	1,0	0,5	0,4	0,8	0,6	0,4	0,9	0,8	0,7	1,0	0,6
Ventas en otros artículos	2,9	2,6	1,4	1,9	1,9	1,8	4,0	3,5	2,9	3,7	1,2	2,7	3,2	3,0	3,3	4,7
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

Cuadro 13.

Composición de las ventas de libros de la librería (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2001 y 2004-2007. ⁶

	Muy grandes		Grandes					
	2006	2007	2000	2001	2004	2005	2006	2007
Ventas del libro escolar	14,4	14,2	18,6	11,7	15,7	16,6	15,4	15,1
Ventas del libro universitario	13,8	10,8	17,9	12,0	14,1	18,5	11,6	10,8
Ventas del resto de libros	71,8	75,0	63,5	76,3	70,2	64,9	73,0	74,1
Total	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	2000	2001	2004	2005	2006	2007
Ventas del libro escolar	19,9	12,4	19,0	17,1	16,1	15,2	12,5	12,5	15,6	16,9	21,3	18,7
Ventas del libro universitario	8,1	12,9	9,2	12,4	10,3	10,0	12,1	10,2	11,4	13,9	9,5	9,0
Ventas del resto de libros	72,0	74,7	71,8	70,5	73,6	74,7	75,4	77,3	73,0	69,2	69,2	72,3
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

⁶ 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 14.

**Ventas de la librería por lengua de publicación (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007.**

	Muy grandes			Grandes						
	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Libros en castellano	54,3	66,0	71,4	70,0	67,6	65,1	70,4	64,5	68,5	68,5
Libros en otras lenguas oficiales de España	29,5	25,8	17,0	25,3	22,2	23,3	20,6	25,4	22,9	21,7
Libros en lengua extranjera	16,2	8,1	11,6	4,7	10,2	11,6	9,0	10,1	8,6	9,8
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	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Libros en castellano	72,8	66,4	62,9	67,3	69,1	65,8	65,7	67,4	80,1	78,1	58,0	66,5	64,4	67,4	67,5	66,3
Libros en otras lenguas oficiales de España	16,5	22,1	29,5	23,9	23,6	24,3	24,8	25,9	13,2	16,0	30,8	23,2	27,5	27,3	26,0	25,9
Libros en lengua extranjera	10,7	11,5	7,6	8,8	7,3	9,9	9,5	6,7	6,7	5,9	11,2	10,3	8,2	5,3	6,5	7,8
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

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

Cuadro 15.

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 2004-2007. ⁷

	Muy grandes				Grandes			
	2006	2007	2000	2001	2004	2005	2006	2007
Ventas en el local de la librería	88,2	89,1	82,9	84,3	83,4	85,4	85,7	92,1
Ventas a través de visitas	2,3	7,1	3,5	4,2	8,9	7,0	6,2	3,9
Ventas por Internet	5,7	2,6	1,5	2,0	5,3	4,3	5,1	2,9
Ventas a través de otros canales	3,9	1,2	12,1	9,5	2,4	3,3	3,0	1,1
Total	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	2000	2001	2004	2005	2006	2007
Ventas en el local de la librería	86,8	85,6	89,9	88,4	87,6	91,8	88,5	90,3	90,1	92,7	92,5	95,7
Ventas a través de visitas	6,0	4,0	6,9	4,5	4,7	3,0	5,1	2,6	3,7	3,8	3,0	1,1
Ventas por Internet	1,6	2,4	1,9	4,5	4,7	3,5	0,8	2,2	3,6	2,2	2,6	2,2
Ventas a través de otros canales	5,6	8,0	1,4	2,6	3,0	1,7	5,6	4,9	2,6	1,3	1,9	1,0
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

⁷ 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.

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 16.
Ratios de actividades básicas de la librería
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007.

	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
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
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
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

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,
 - propiedad del y programarlo utilizado.

- **la 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.

Cuadro 17.

Distribución porcentual aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas o funciones (en %).
Según el tamaño de la librería. Año 2003-2007

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

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

Cuadro 18.

Promedio de descuento otorgado por los proveedores (en %).

Según el tamaño de la librería. Años 2003-2007.

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

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

Cuadro 19.

**Composición de las existencias.
Según el tamaño de la librería. 2000-2001-2007⁸**

	Muy grandes		Grandes					
	2006	2007	2000	2001	2004	2005	2006	2007
Existencias compradas	82,8	87,9	81,6	79,7	81,5	81,9	82,8	84,6
Existencias en depósito	17,2	12,1	18,4	20,3	18,5	18,1	17,2	15,4
Total	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	2000	2001	2004	2005	2006	2007
Existencias compradas	81,2	81,7	77,7	78,5	76,8	80,4	76,0	76,0	76,0	74,2	74,3	75,3
Existencias en depósito	18,8	18,3	22,3	21,5	23,2	19,6	24,0	24,0	24,0	25,8	25,7	24,7
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

⁸ Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003.

Cuadro 20.
Sistemas de pedido de la librería (en %).
Por tamaño de la librería. Años 2000-2007.

	Muy grandes				Grandes					
	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Pedido a través de visita comercial	15,2	16,1	25,5	19,2	16,1	18,7	10,8	18,1	20,8	17,0
Pedido por teléfono	8,0	6,4	21,2	11,5	10,8	5,9	10,9	9,4	11,0	10,1
Pedido por fax	18,0	14,4	11,8	40,6	33,9	30,0	33,7	28,8	24,2	20,9
Pedido por ordenador-módem	58,3	61,5	39,5	28,0	36,0	40,3	44,0	42,6	42,4	49,2
Otros sistemas de pedido	0,5	1,6	2,0	0,6	3,2	5,2	0,6	1,1	1,6	2,8
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	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Pedido a través de visita comercial	19,4	18,0	14,8	15,2	10,7	12,6	18,2	14,7	16,9	18,2	14,9	17,5	12,3	12,4	18,5	18,0
Pedido por teléfono	15,8	15,4	14,1	15,8	13,7	19,2	15,4	17,2	25,8	29,5	24,5	20,5	21,5	25,5	21,5	22,0
Pedido por fax	49,2	42,4	47,0	43,8	36,7	31,1	26,6	21,8	42,9	40,8	44,0	38,9	37,0	33,7	27,8	24,9
Pedido por ordenador-módem	13,6	22,7	23,3	22,5	37,5	36,0	39,4	45,2	11,2	9,8	14,3	21,0	27,6	26,4	29,6	33,8
Otros sistemas de pedido	2,0	1,5	0,8	2,7	1,4	1,1	0,4	1,0	3,2	1,6	2,3	2,1	1,6	2,1	2,6	1,3
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

Cuadro 21.

**Promedio del porcentaje de novedades que recibe la librería según el sistema de recepción (en %).
Según el tamaño de la librería. Año 2006- 2007.**

	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	58,9	52,2	59,7	50,3	67,2	58,6
Por pedido expreso realizado por la propia librería	43,7	55,9	41,1	47,8	40,3	49,7	32,8	41,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 22.

**Porcentaje de librerías según la cantidad aproximada de ejemplares en estoc (en %).
Según el tamaño de la librería. Año 2006-2007.**

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

Cuadro 23.

**Promedio del porcentaje estimado de devoluciones realizadas al año sobre el total de ejemplares recibidos (en %).
Según el tamaño de la librería. Año 2006-2007.**

	Muy grandes		Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Porcentaje de devoluciones	26,0	24,4	25,5	29,6	26,7	27,3	30,3	30,8

Cuadro 24.

**Informatización de la librería (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007.**

	Muy grandes			Grandes						
	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	100,0	100,0	83,3	96,7	93,6	97,1	97,1	98,0	100,0	99,2
No	0,0	0,0	15,1	3,3	6,4	2,9	2,9	2,0	0,0	0,0
NS/NC	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
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	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	82,0	86,6	85,0	86,6	90,8	89,9	91,0	89,6	77,3	74,9	72,4	85,9	75,8	81,3	78,5	78,9
No	15,7	13,4	14,4	12,8	8,6	10,1	9,0	10,4	22,7	25,1	27,2	13,3	22,7	18,3	20,1	20,0
NS/NC	2,3	0,0	0,6	0,6	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,8	1,6	0,4	1,3	1,1
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

Cuadro 25.

Tipo de programa utilizado por la librería (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2000-2007.

	Muy grandes		Grandes							
	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Programa propio	34,4	38,1	37,9	39,8	40,1	41,0	27,2	29,3	22,9	26,2
Programa adquirido	59,4	61,9	62,1	60,2	59,0	56,7	71,3	68,0	67,0	73,0
Ns/Nc	6,2	0,0	0,0	0,0	0,9	2,2	1,5	2,7	10,1	0,8
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	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Programa propio	29,5	31,5	33,1	31,0	23,0	29,8	21,6	24,4	25,8	33,5	32,8	35,7	30,9	30,1	26,1	30,1
Programa adquirido	70,5	67,8	64,2	67,4	76,4	68,5	73,5	75,6	74,2	65,9	64,4	63,4	66,5	65,0	65,5	67,9
Ns/Nc	0,0	0,7	2,7	1,6	0,7	1,7	4,9	0,0	0,0	0,6	2,8	0,9	2,6	4,9	8,4	1,9
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

Cuadro 26.

Frecuencia de utilización del correo electrónico para comunicarse con los proveedores (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2007.

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

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

Cuadro 27.

**Frecuencia de utilización del correo electrónico para comunicarse con los clientes (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2005.**

	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Siempre	28,6	40,5	20,2	37,9	10,2	23,0
Muy frecuentemente	23,6	19,6	12,9	14,6	16,8	15,5
Frecuentemente	24,3	15,7	22,7	13,1	19,1	14,0
Algunas veces	13,6	13,1	22,7	15,7	16,0	18,0
Nunca	6,4	9,8	19,6	17,2	35,2	27,3
Ns/nc	3,6	1,3	1,8	1,5	2,7	2,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 28.

**Frecuencia de acceso a Internet (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Siempre	72,8	66,7	62,4	60,4	50,6	54,8
Muy frecuentemente	10,4	15,9	8,1	14,1	9,5	17,3
Frecuentemente	7,2	8,0	5,8	8,1	8,6	10,1
Algunas veces	4,0	6,5	9,8	8,1	9,5	6,9
Nunca	4,0	2,2	11,0	8,7	20,6	9,3
NS/NC	1,6	0,7	2,9	0,7	1,2	1,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 29.

**Frecuencia de utilización de otras bases de datos para descarga de fichas / referencias de libros (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2005.**

	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Siempre	32,9	23,5	22,1	20,2	19,1	10,4
Muy frecuentemente	15,0	15,7	12,9	12,1	9,4	14,7
Frecuentemente	2,1	11,1	8	7,1	6,3	7,9
Algunas veces	3,6	9,2	1,2	11,1	1,6	8,6
Nunca	37,1	33,3	46,6	43,9	56,3	53,6
Ns/nc	9,3	7,2	9,2	5,6	7,4	4,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 30.

**Carácter de las bases de datos utilizadas por las librerías (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2005.**

	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
De pago	26,7	29,7	18,1	21,0	17,0	19,0
Gratuitas	68,6	41,8	75,9	50,0	82,1	59,5
Ns / Nc	4,7	28,6	6,0	29,0	0,9	21,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 31.

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 2006-2007.

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

Cuadro 32.

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 2006-2007.

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

Cuadro 33.

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 2006-2007.

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

Cuadro 34.

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 2006-2007.

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

Cuadro 35.

**Porcentaje de utilización del SINLI por parte de las librerías (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2007.**

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

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

Cuadro 36.

**Frecuencia de utilización del SINLI por parte de las librerías que lo utilizan.
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2007.**

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

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

Cuadro 37.

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 2004-2007.

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

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

Cuadro 38.

Porcentaje de librerías que no utilizan el SINLI según si disponen de ordenador en el establecimiento (en %). Según el tamaño de la librería. Años 2004-2007.

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

	Medianas-grandes				Medianas-pequeñas			
	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
Dispone de ordenador	98,2	100,0	94,9	94,2	95,8	92,6	94,0	92,2
No dispone de ordenador	1,8	0,0	5,1	5,8	4,2	7,4	6,0	7,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 39.

**Motivos para no utilizar el SINLI aunque se disponga de ordenador en el establecimiento (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2007.**

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

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

Notas:

(1) Opciones de respuesta no formuladas el año 2004. (2) Opción de respuesta no formulada el 2005, 2006 y 2007.

Cuadro 40.

**Valoración de utilidad del SINLI por parte de las librerías que lo utilizan (en % horizontales).
Librerías grandes. Años 2004-2005.**

Año 2004	Muy útil	Bastante útil	Regular	Poco útil	Nada útil	Ns / Nc
Para controlar mejor la información en las relaciones con los proveedores	56,6	15,1	17,0	1,9	0,0	9,4
Para reducir errores	41,5	20,8	18,9	7,5	3,8	7,5
Para disminuir el tiempo de gestión documental	64,2	18,9	3,8	3,8	1,9	7,5
Para reducir el tiempo de respuesta de la librería a los proveedores	67,9	17,0	5,7	1,9	0,0	7,5
Para reducir el tiempo de respuesta de los proveedores a la librería	56,6	20,8	7,5	5,7	1,9	7,5

Año 2005	Muy útil	Bastante útil	Regular	Poco útil	Nada útil	Ns / Nc
Para controlar mejor la información en las relaciones con los proveedores	52,2	23,2	11,6	8,7	0,0	4,3
Para reducir errores	44,9	23,2	13,0	8,7	2,9	7,2
Para disminuir el tiempo de gestión documental	53,6	23,2	8,7	10,1	1,4	2,9
Para reducir el tiempo de respuesta de la librería a los proveedores	47,8	26,1	14,5	8,7	0,0	2,9
Para reducir el tiempo de respuesta de los proveedores a la librería	44,9	30,4	10,1	10,1	1,4	2,9

Cuadro 40 (continuación)

**Valoración de utilidad del SINLI por parte de las librerías que lo utilizan (en % horizontales).
Librerías medianas-grandes. Años 2004-2005.**

Año 2004	Muy útil	Bastante útil	Regular	Poco útil	Nada útil	Ns / Nc
Para controlar mejor la información en las relaciones con los proveedores	64,8	16,7	7,4	5,6	3,7	1,9
Para reducir errores	48,1	27,8	7,4	9,3	3,7	3,7
Para disminuir el tiempo de gestión documental	68,5	14,8	3,7	7,4	3,7	1,9
Para reducir el tiempo de respuesta de la librería a los proveedores	66,7	14,8	5,6	7,4	1,9	3,7
Para reducir el tiempo de respuesta de los proveedores a la librería	53,7	25,9	5,6	7,4	3,7	3,7

Año 2005	Muy útil	Bastante útil	Regular	Poco útil	Nada útil	Ns / Nc
Para controlar mejor la información en las relaciones con los proveedores	53,8	21,8	11,5	6,4	3,8	2,6
Para reducir errores	50,0	24,4	12,8	9,0	1,3	2,6
Para disminuir el tiempo de gestión documental	51,3	24,4	9,0	9,0	2,6	3,8
Para reducir el tiempo de respuesta de la librería a los proveedores	52,6	24,4	9,0	9,0	2,6	2,6
Para reducir el tiempo de respuesta de los proveedores a la librería	51,3	24,4	9,0	10,3	2,6	2,6

Cuadro 40 (continuación)

**Valoración de utilidad del SINLI por parte de las librerías que lo utilizan (en % horizontales).
Librerías medianas-pequeñas. Años 2004-2005.**

Año 2004	Muy útil	Bastante útil	Regular	Poco útil	Nada útil	Ns / Nc
Para controlar mejor la información en las relaciones con los proveedores	72,2	13,9	2,8	5,6	0,0	5,6
Para reducir errores	52,8	25,0	5,6	8,3	0,0	8,3
Para disminuir el tiempo de gestión documental	55,6	19,4	8,3	11,1	0,0	5,6
Para reducir el tiempo de respuesta de la librería a los proveedores	55,6	27,8	2,8	5,6	0,0	8,3
Para reducir el tiempo de respuesta de los proveedores a la librería	52,8	27,8	8,3	5,6	0,0	5,6

Año 2005	Muy útil	Bastante útil	Regular	Poco útil	Nada útil	Ns / Nc
Para controlar mejor la información en las relaciones con los proveedores	55,8	30,2	7,0	0,0	0,0	7,0
Para reducir errores	48,8	30,2	9,3	4,7	0,0	7,0
Para disminuir el tiempo de gestión documental	53,5	27,9	9,3	0,0	2,3	7,0
Para reducir el tiempo de respuesta de la librería a los proveedores	53,5	30,2	4,7	2,3	0,0	9,3
Para reducir el tiempo de respuesta de los proveedores a la librería	48,8	27,9	7,0	9,3	0,0	7,0

Cuadro 41.

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 2006-2007.

	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	23,9	31,9	24,2	23,8	16,8	21,1
Una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.)	37,5	55,0	33,0	27,9	37,6	34,4	31,4	24,9
Una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de clientes	12,5	14,6	17,4	11,5	12,4	9,5	7,6	7,3
Una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.)	28,1	36,6	40,4	25,4	41,0	21,6	33,7	19,4

**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 44.

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

Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2006.

	Dispone de más de un punto de venta	No dispone de más de un punto de venta
Muy grandes		
2006	74,2	25,8
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
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
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

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 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:

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

Hay que destacar que el año 2003, igual que el 2002, 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 45.

Análisis de los ingresos de la librería.

Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2006.

	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
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
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
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

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 46.**Compras de la librería.****Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2006.**

	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
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
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
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

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 47.**Gastos de la librería: personal, financieros y otros gastos de explotación.
Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2006.**

	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
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
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
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

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.** Es igual a 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.** Es igual al activo realizable más el activo disponible dividido 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 48.

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

	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
Grandes				
2006	1,34	0,56	0,23	120.676,48
Medianas-grandes				
2006	1,40	0,63	0,31	67.528,69
Medianas-pequeñas				
2006	1,29	0,56	0,27	28.151,60

A.2.2.4. Análisis 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 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:

- **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.

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

- **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).

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

- **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.

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

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 49.

Existencias de la librería, rotación y días para venderlas.

Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2006.

	Existencias iniciales (Eur.)	Existencias finales (Eur.)	Existencias medias (Eur.)	Rotación del promedio de existencias (*)	Días para vender las existencias (días) (*)
Muy grandes					
2006	742.447,41	768.158,48	755.302,94	5,8	85,4
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
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
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

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 50.**Rotación de los activos de la librería.****Según el tamaño de la empresa. Años 2000-2006.**

	Rotación de los activos totales	Rotación del activo fijo	Rotación del activo circulante
Muy grandes			
2006	1,64	6,55	2,20
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
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
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

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).

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

- **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.

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

- **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.

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

Cuadro 51.**Endeudamiento de la librería.****Según el tamaño de la librería. Años 2000-2006.**

	<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
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
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
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

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 52.**Margen y valor añadido bruto.
Según el tamaño de la librería. Años 2001-2006.**

	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				
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
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
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

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 53.

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

	Rentabilidad económica	% de beneficios sobre ventas
Muy grandes		
2006	0,033	3,133
Grandes		
2006	0,020	0,560
Medianas-grandes		
2006	0,038	1,910
Medianas-pequeñas		
2006	-0,007	-1,820

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 2007

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	97,6	94,3	96,9	98,1
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	100,0	97,6	97,4	96,2
Superficie de almacén	100,0	97,6	97,4	95,8
Otras superficies	100,0	97,6	97,4	96,2
Superficie total	100,0	99,2	97,9	96,6
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de acceso	100,0	100,0	97,9	99,2
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de almacén	100,0	100,0	97,9	98,5
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie total	100,0	100,0	97,4	97,7
Número de trabajadores fijos	100,0	100,0	99,5	99,2
Número de trabajadores eventuales	100,0	100,0	99,5	99,2
Número de meses trabajados por el total de los trabajadores	100,0	100,0	99,5	99,2
Número de días semanales de apertura de la librería	100,0	100,0	99,5	99,6
Número de horas semanales de apertura de la librería	100,0	100,0	98,4	96,6

Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).
Por indicadores de la Ficha. Año 2007 (Continuación)

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Ventas totales (euro)	73,8	78,9	75,5	56,6
Ventas de libros (euro)	73,8	78,9	75,5	56,6
Distribución de ventas por productos	100,0	100,0	99,0	98,5
Composición de las ventas en libros	97,6	99,2	96,4	94,3
Distribución del tiempo de trabajo por funciones	88,1	93,5	93,2	92,8
Distribución de las ventas según la lengua de publicación	97,6	98,4	97,9	98,9
Porcentaje de descuento otorgado por los proveedores	100,0	99,2	97,9	96,2
Evolución de las ventas del último año	97,6	96,7	95,8	97,0
Evolución de las ventas de best-sellers	97,6	95,1	92,7	95,8
Evolución de las ventas de libro de fondo	95,2	95,1	94,3	95,8
Evolución de las ventas de libro escolar	97,6	95,1	96,9	95,8
Ventas según el canal de compra	100,0	99,2	100,0	100,0
Meses trabajados / superficie total (meses/ m ²)	100,0	99,2	97,4	96,2
Ventas totales / superficie total (euro/ m ²)	73,8	78,0	74,0	55,8
Ventas en libros / superficie total en libros (euro/ m ²)	73,8	78,0	72,9	55,8
Ventas totales/ meses trabajados (euro / meses)	73,8	78,9	75,5	56,2
Distribución según el sistema de pedido	95,2	100,0	99,5	97,4
Sistema de recepción de novedades	100,0	99,2	99,5	96,6
Ejemplares en estoc	95,2	88,6	89,6	86,4
Composición de las existencias	100,0	99,2	95,3	93,6
Devoluciones anuales	92,9	90,2	82,8	77,0

Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).
Por indicadores de la Ficha. Año 2007 (Continuación)

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Informatización de la gestión de la librería	100,0	99,2	100,0	98,9
Tipología de programa	100,0	99,2	100,0	98,5
Utilización del SINLI	100,0	100,0	99,5	98,5
Innovación en la distribución por materias en el último año	97,6	99,2	98,4	98,5
Innovación por mejora de técnicas de exposición en el último año	95,2	99,2	98,4	98,5
Innovación por diversificación de las formas de pago en el último año	97,6	99,2	99,0	98,5
Innovación por mayor cooperación con agentes culturales en el último año	97,6	99,2	99,0	95,5

b.) Modelos de las fichas entregadas a las librerías

