

## 1.) Introducción

## 1.1. Objetivos del estudio

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

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

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

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

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

## 1.2. Objeto y estructura del trabajo

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 1.3. Notas sobre la metodología del estudio

- Respecto la metodología de trabajo, cabe destacar las siguientes cuestiones:
  - a) El procedimiento de obtención de la información utilizado el año 2004 se ha realizado del modo siguiente:
    - **Ficha A:** obtención de los datos mediante consulta telefónica.
    - **Ficha B:** la información de este apartado se ha elaborado a partir de la documentación contable entregada directamente por las empresas (solamente en ciertos casos excepcionales), o bien accediendo a las cuentas depositadas por éstas en el Registro Mercantil (casi la totalidad de los casos).<sup>1</sup>

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

---

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

b) **Respecto del contenido del cuestionario, y comparativamente con el utilizado para la elaboración del Mapa de Librerías de la Comunidad Valenciana,** deben destacarse las siguientes cuestiones de interés:

- **Ficha A.** Se han incluido las siguientes preguntas, en la línea del trabajo desarrollado para el conjunto de España: la distribución porcentual aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas funcionales (se han considerado tres principales: las ventas/atención al cliente, gestión de pedidos/existencias y dirección/gestión administrativa) y un desglose de la evolución de las ventas respecto al año anterior en función de la tipología de cliente y de producto.
  
- **Ficha B.** Se mantiene igual que el año anterior.

c) **Específicamente para la Comunidad Valenciana, se han mantenido las siguientes cuestiones de la Ficha A, que no se han contemplado en la consulta efectuada a nivel de España:** la dimensión del fondo de libros del establecimiento, las ventas totales netas en libros del establecimiento según su materia, el número de distribuidores con los que trabaja, los servicios prestados a los clientes – servicio de pedido, cantidad de pedidos gestionada, servicio de telecompra-, y sobre las actividades culturales realizadas en la librería.

- d) El presente documento se estructura en los siguientes apartados:
- **El análisis de los principales resultados** se presenta en un primer apartado mediante gráficos y un breve texto con las conclusiones más importantes del estudio.
  - **El anexo de datos estadísticos** recoge el conjunto de la información histórica acumulada, así como la descripción de cada uno de los indicadores elaborados en la presente edición del trabajo.
  - **El anexo de metodología del trabajo** contiene el nivel de respuesta conseguido para cada pregunta, y los modelos de las ficha entregadas a las librerías (donde aparecen las medias obtenidas para cada valor o indicador).

#### 1.4. La respuesta de las librerías

- El censo de librerías sobre el que se elabora el Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería 2003 está constituido por el conjunto de librerías que han contestado el cuestionario. Hay que destacar que la relación de librerías que responden de un año a otro no coincide exactamente. En consecuencia, la elevada singularidad de estos establecimientos puede dar lugar a ciertas disparidades entre los datos obtenidos entre los distintos años (sobre todo en el grupo de librerías grandes).

##### Cuadro 1.

##### Nivel de respuesta–Ficha A y B.

##### Según el tamaño de la librería. 2003

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

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

## 2.) Principales resultados.

Año 2003

## 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, dimensión del fondo de libros, empleados y tiempo de apertura de la librería.
  - c) **Productividad de la librería:** ventas/superficie, ventas en libros/superficie en libros, ventas/meses trabajados y meses/superficie.
  - d) **El libro y la librería:** proporción de la superficie ocupada por el producto libro, composición de las ventas de la librería, y ventas según la lengua de publicación y la materia de los libros, evolución de las ventas según el tipo de cliente/producto.
  - e) **Gestión de la librería:** sistemas de pedido a proveedores, número de distribuidores con los que trabaja, porcentaje de descuento otorgado por los proveedores, disponibilidad de servicio de pedido y de telecompra, cantidad de pedidos gestionados anualmente, frecuencia de acceso a Internet, grado de informatización de las existencias y programa utilizado, distribución del trabajo realizado en la librería por tareas funcionales, y realización de actividades culturales.



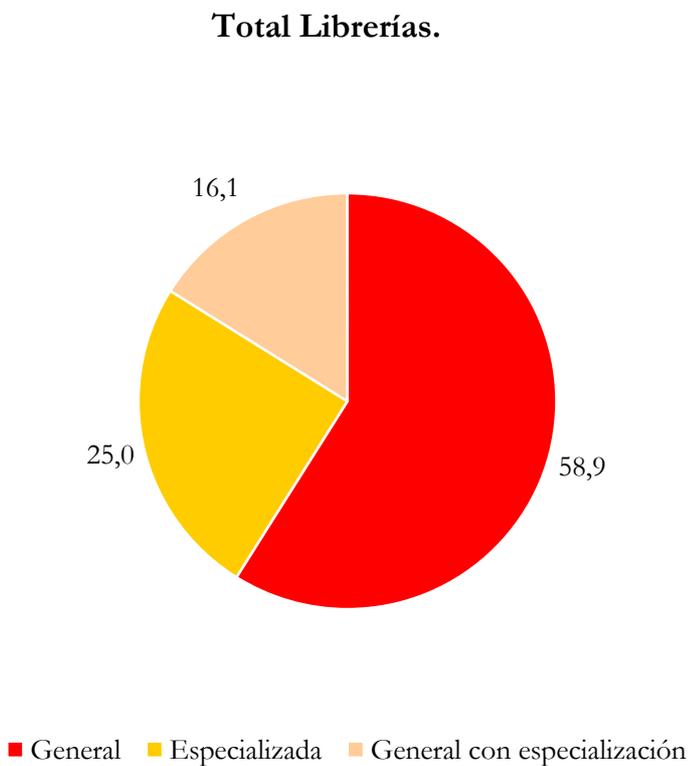
## 2.1.2. Perfil de la librería

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

- La respuesta obtenida en esta pregunta es indicativa de la percepción que los librereros tienen del contenido del propio negocio: librería general, librería general con especialización y librería especializada.
- Globalmente consideradas, predominan las librerías generales (58,9%). Las librerías especializadas (25,0%) y las generales con especialización (16,1%) obtienen porcentajes inferiores.
- Esta distribución de las librerías por tipologías tiene algunas diferencias a destacar si se toma en consideración el tamaño de la librería (ver Cuadro 3 del Anexo 2 de Datos Estadísticos):
  - En el caso de las librerías grandes, la tipología de establecimiento que obtiene un porcentaje mayor es el de las librerías generales (71,4%, un porcentaje muy superior al del año anterior que era del 28,6%). Contrariamente, disminuye fuertemente la proporción de establecimientos especializados (que pasa del 35,7% al 7,1%) y, en menor medida, de las librerías generales con especialización (del 35,7% al 21,4%).
  - En el grupo de las librerías medianas (grandes y pequeñas), la tipología que consigue un porcentaje de valor superior son las librerías generales (entre el 50,0% y el 60,0%), sin que se den cambios relevantes respecto del 2002.

**Gráfico 1**

**Porcentaje de librerías según la tipología de librerías. Año 2003.**

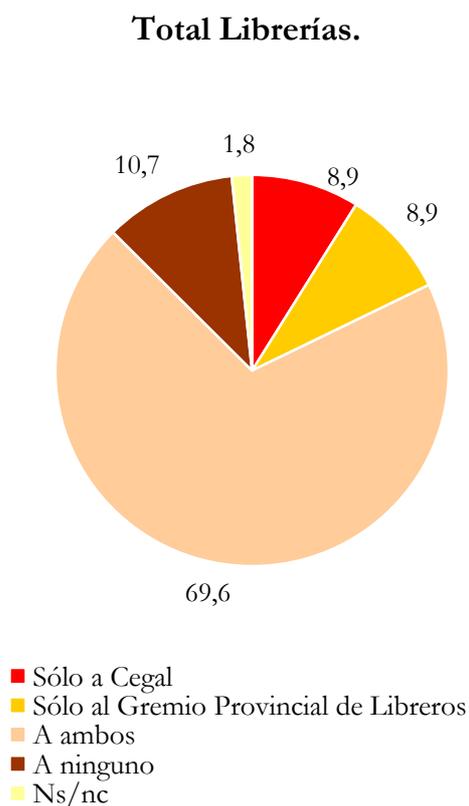


**B) Las librerías según el grado de pertenencia al gremio/asociaciones**  
**(Gráficos 2, 3 y 4)**

- En el apartado relativo al asociacionismo sectorial de librereros, aproximadamente el 80,0% de las librerías valencianas encuestadas declaran pertenecer a algún gremio/asociación. No se aprecian cambios relevantes respecto de los datos del año 2002.
- El grado de asociacionismo es superior en las librerías de mayor tamaño: alrededor del 90% en las librerías grandes, el 75% en las medianas grandes, y cerca del 60% en las medianas-pequeñas.
- La mayor parte de las librerías (un 78,5%) declaran ser miembros de la CEGAL: un 69,6% afirma pertenecer simultáneamente al Gremio Provincial de Libreros correspondiente y a la CEGAL, y un 8,9% sólo a la CEGAL.

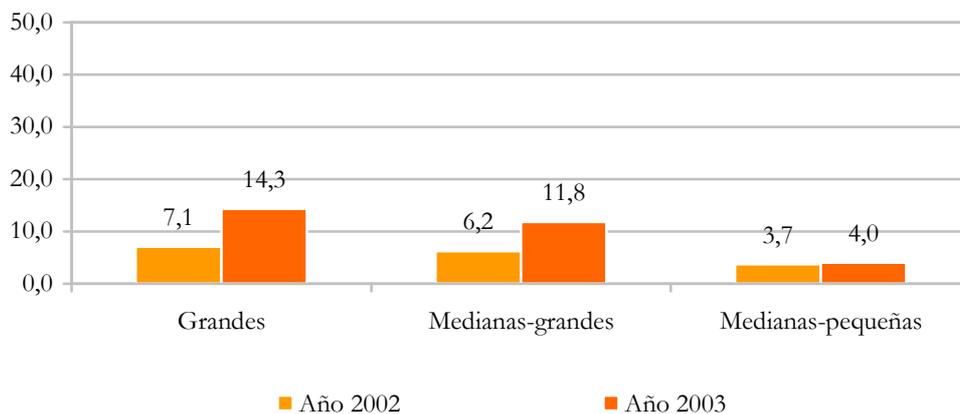
**Gráfico 2**

**Porcentaje de librerías según el grado de pertenencia al gremio/asociaciones.  
Año 2003.**



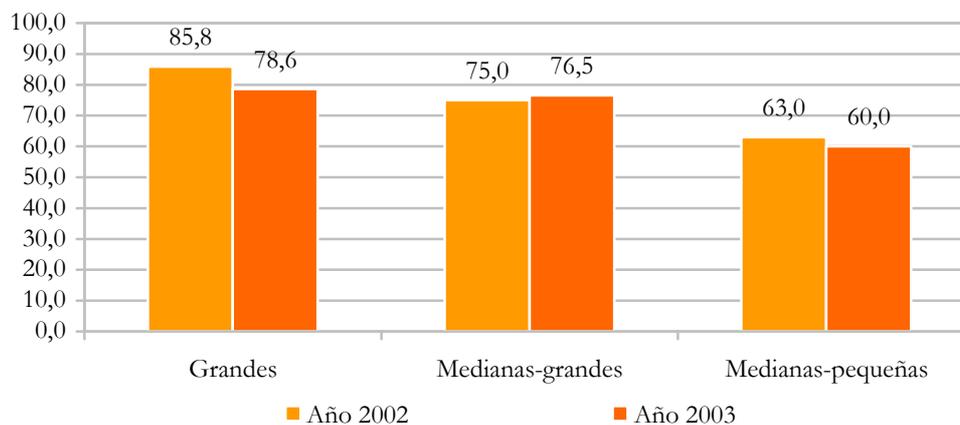
**Gráfico 3.**

**Porcentaje de librerías que declaran pertenecer “únicamente” al Gremio Provincial de Libreros. Años 2002-2003. Por tamaño.**



**Gráfico 4.**

**Porcentaje de librerías que declaran pertenecer al Gremio Provincial de Libreros y a CEGAL. Años 2002-2003. Por tamaño.**



### 2.1.3. Dimensión y recursos

- Del Gráfico 5 al 12 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).
  - Dimensión del fondo de libros (Gráfico 9).
  - Trabajadores de la librería (Gráfico 9).
  - Meses trabajados en la librería (Gráfico 10).
  - Horas de apertura semanal (Gráfico 11).
  - Días de apertura semanal (Gráfico 12).
  
- En este apartado del estudio se pone en evidencia el grado de “singularidad” que caracteriza las empresas encuestadas (sobretudo las de mayor dimensión). Es decir, las notables diferencias que pueden llegar a existir entre uno y otro tipo de negocio. Así, por ejemplo (ver Gráfico 7), el valor de la superficie ocupada por libros de las librerías grandes del año 2003 (286,5 m<sup>2</sup>) es sensiblemente inferior al del año anterior (370,3 m<sup>2</sup>). También se observan diferencias relevantes en la dimensión del fondo de libros (ver Gráfico 9).

También debe señalarse que el nivel de respuesta obtenido de las librerías grandes y medianas-grandes en las preguntas relativas a las ventas totales y a las ventas en libros de las librerías, es inferior en el presente trabajo comparativamente con el del Mapa de Librerías de la Comunidad Valenciana.

Todo ello es consecuencia de la reducida dimensión del universo de librerías a estudiar, hecho que justifica la necesidad de analizar con cautela la información. No obstante, también debe señalarse que los datos obtenidos permiten una aproximación al perfil básico de cada una de las categorías de librería.

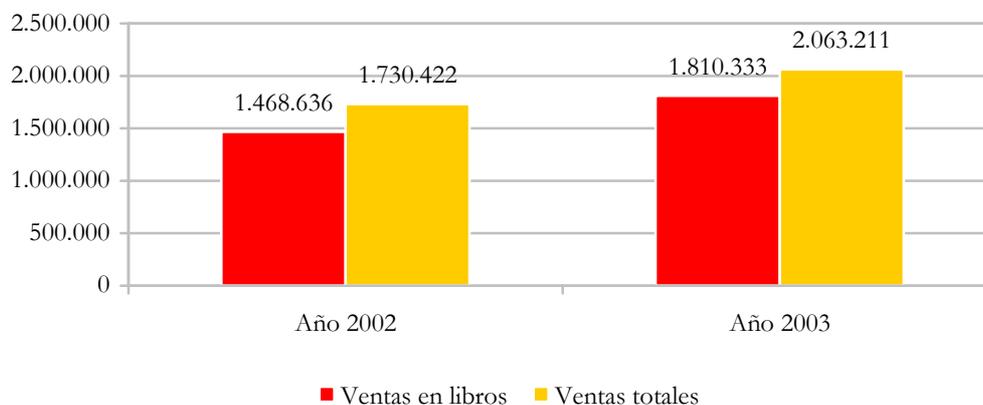
- Concretamente, pueden señalarse las siguientes cuestiones de interés a partir del análisis de la información elaborada:
  - a) Desde una perspectiva dinámica, la respuesta relativa a la evolución interanual de las ventas (Gráfico 6) muestra una tendencia negativa en los grupos de las librerías medianas. Este hecho puede ser indicativo de la situación de estancamiento que caracteriza la evolución del mercado interior del libro en la Comunidad Valenciana, y en España en general.
  - b) Del año 2002 al 2003 se constata una cierta reducción de los recursos humanos de las librerías: tanto en términos de número de personas ocupadas (Gráfico 8), como de meses trabajados (Gráfico 9).

Con ello parece confirmarse la tendencia observada en el Mapa de Librerías de la Comunidad Valenciana, según la cual las librerías de esta comunidad cuentan con una dotación de recursos humanos comparativamente inferior a la del resto de España.

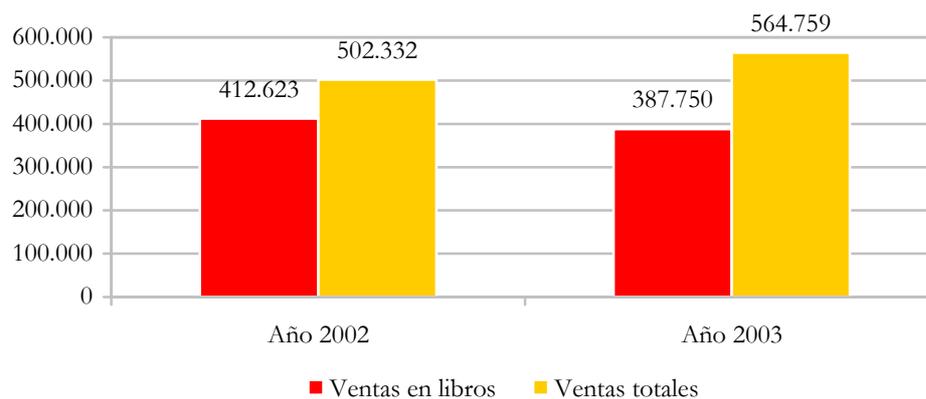
**Gráfico 5.**

**Ventas en libros y ventas totales (euros). Años 2002-2003. Por tamaño.**

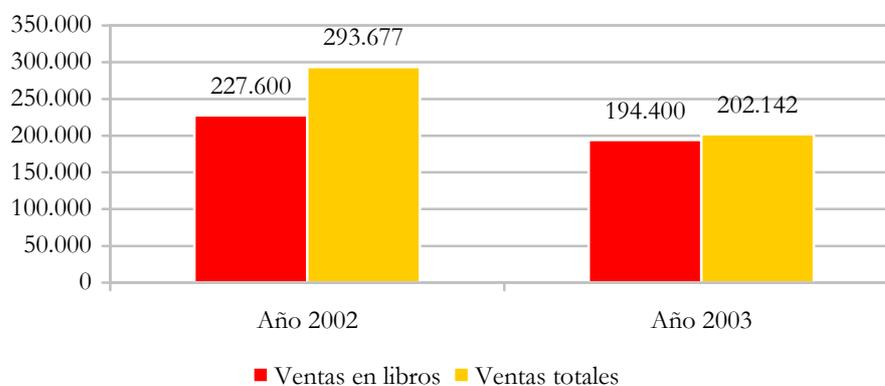
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**



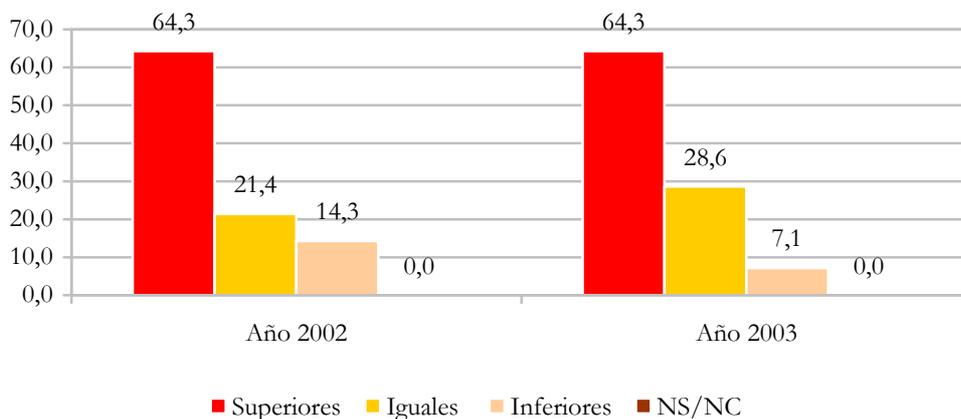
**C) Librerías medianas-pequeñas**



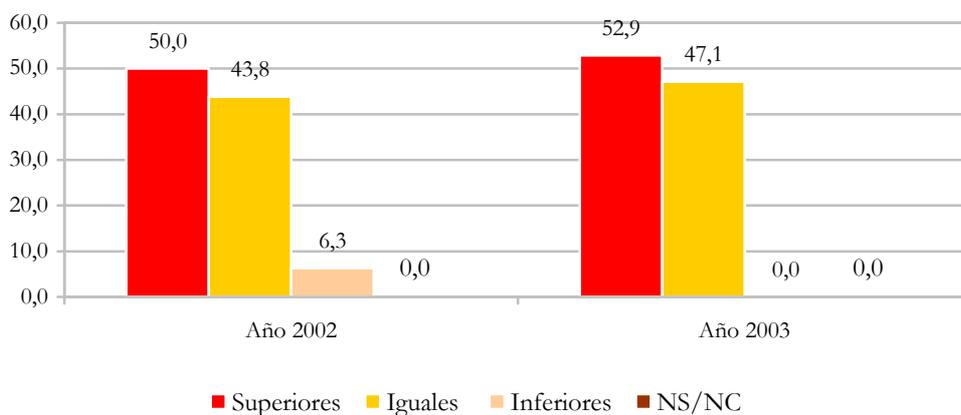
**Gráfico 6.**

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

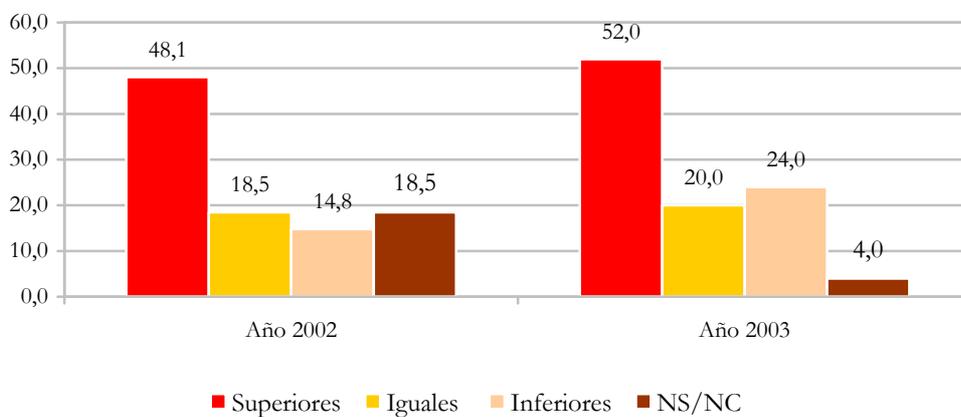
**A) Librerías grandes**



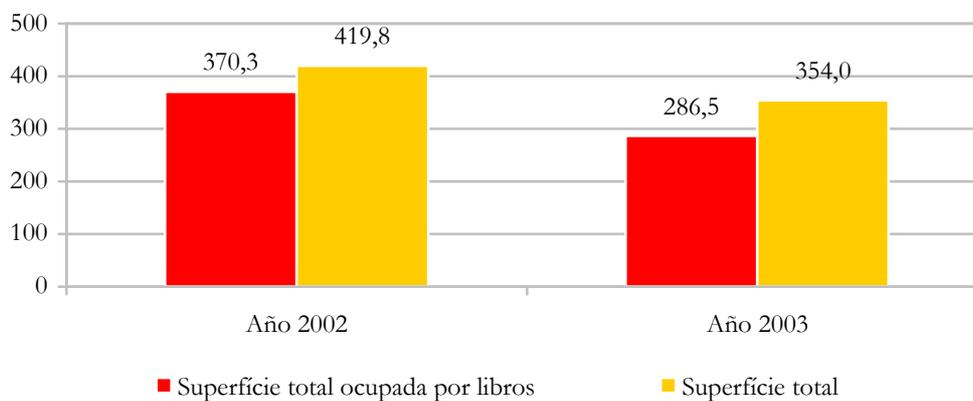
**B) Librerías medianas-grandes**



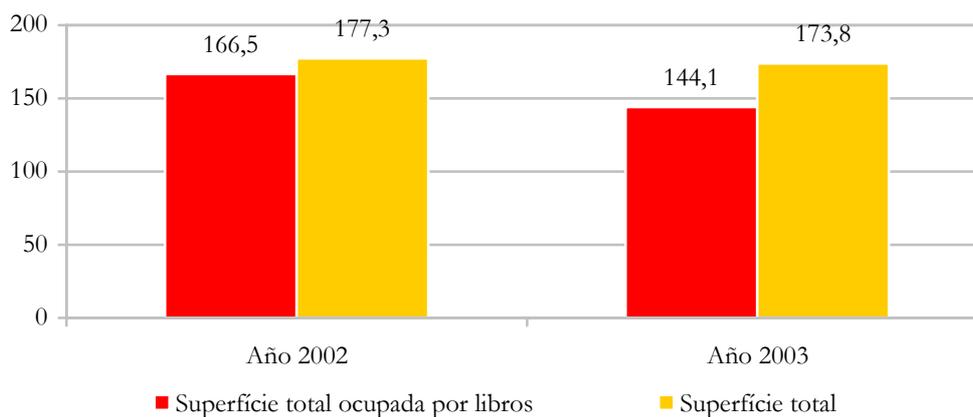
**C) Librerías medianas-pequeñas**



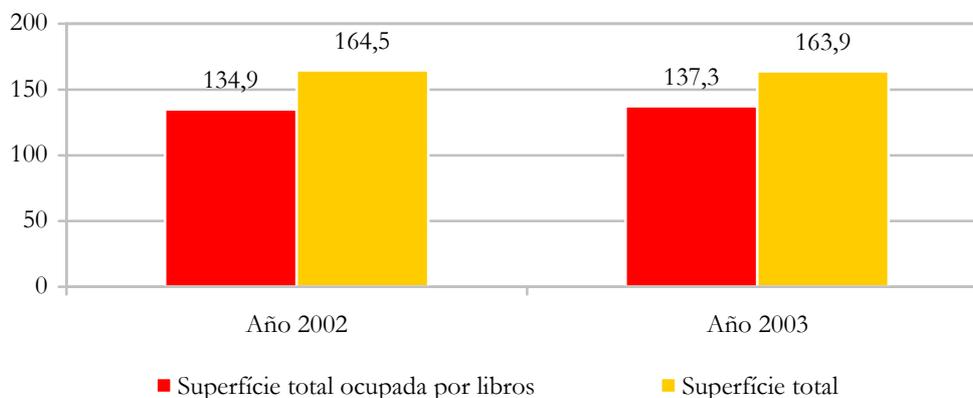
**Gráfico 7.**  
**Superficie de la librería (m<sup>2</sup>). Años 2002-2003. Por tamaño.**  
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**



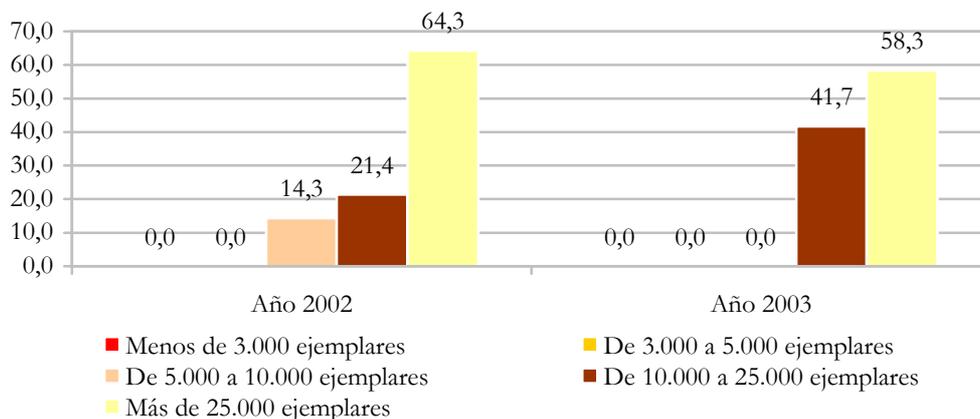
**C) Librerías medianas-pequeñas**



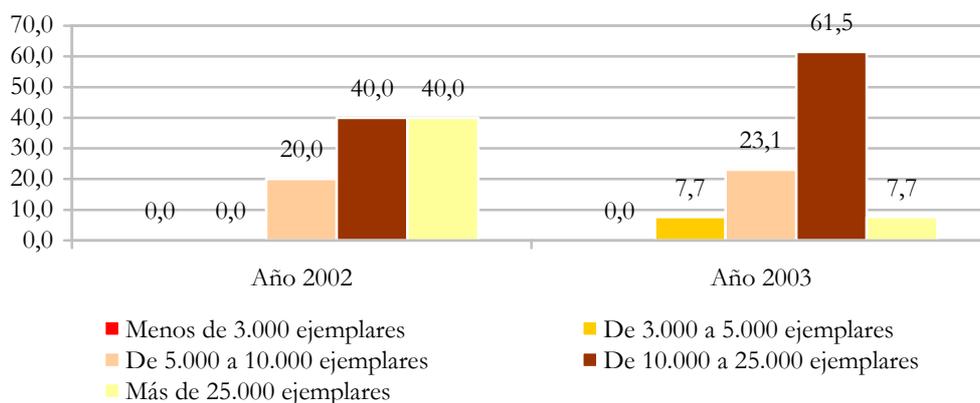
**Gráfico 8.**

**Porcentaje de librerías según la dimensión del fondo de libros. Años 2002-2003. Por tamaño.**

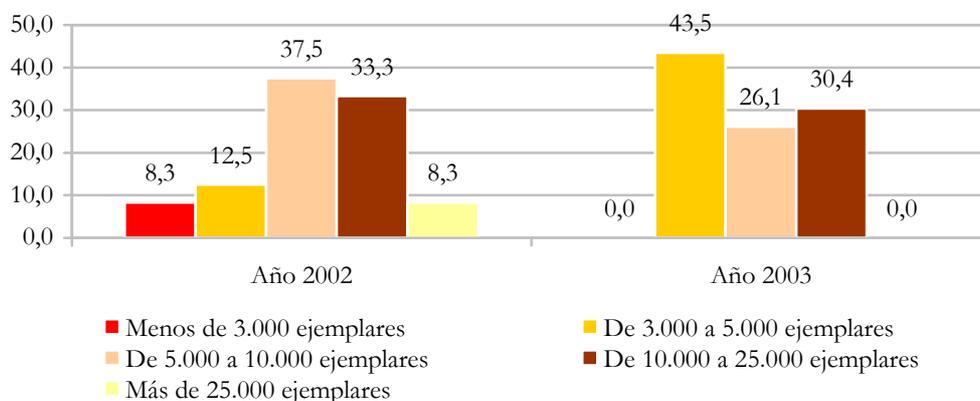
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**

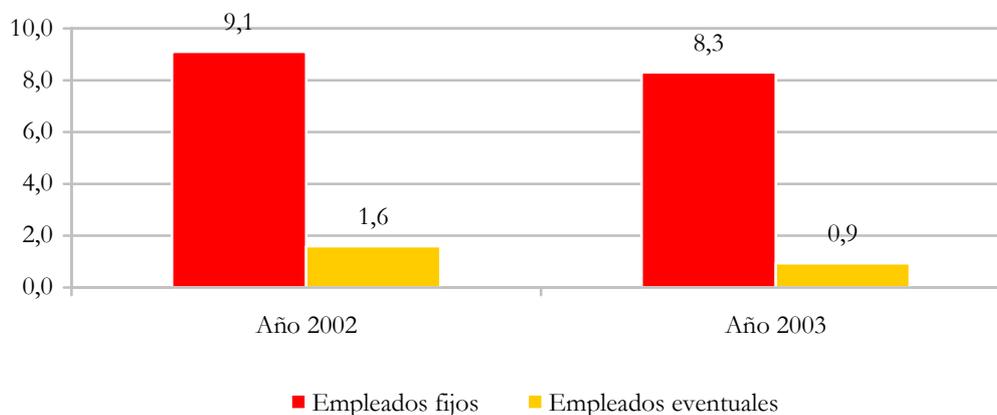


**C) Librerías medianas-pequeñas**

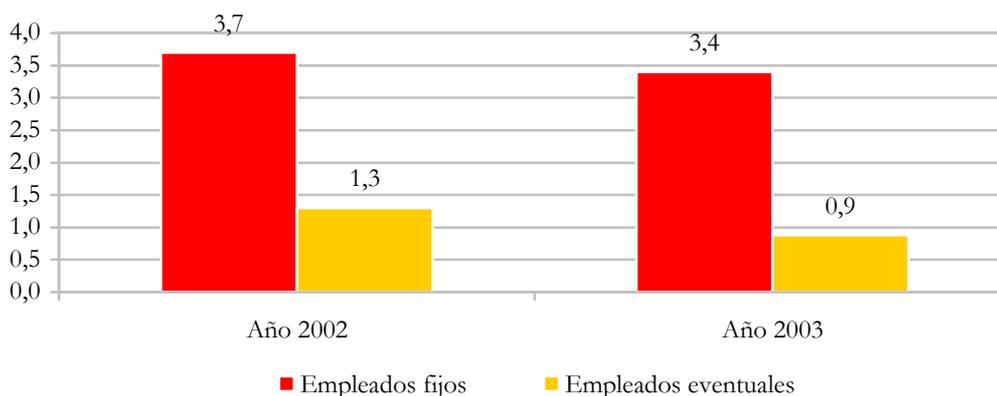


**Gráfico 9.**  
**Empleados de la librería. Años 2002-2003. Por tamaño.**

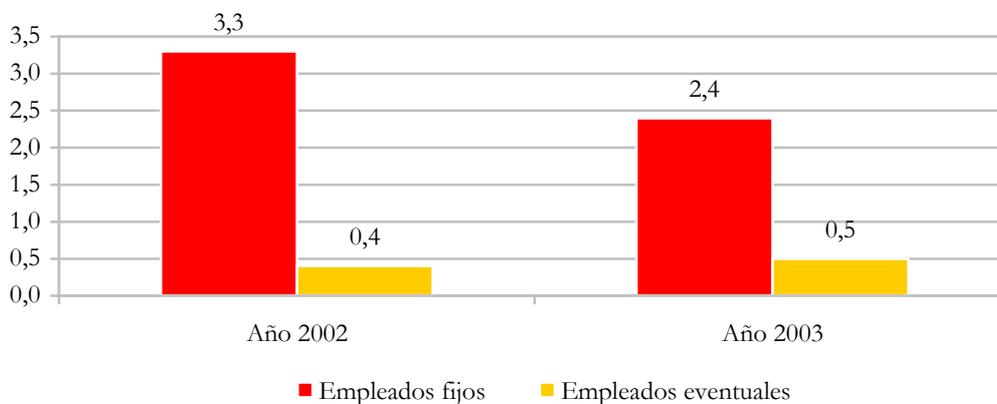
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**

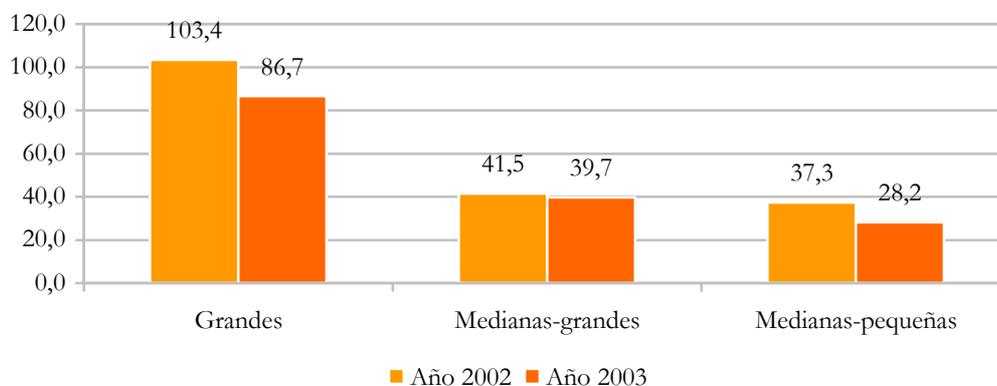


**C) Librerías medianas-pequeñas**



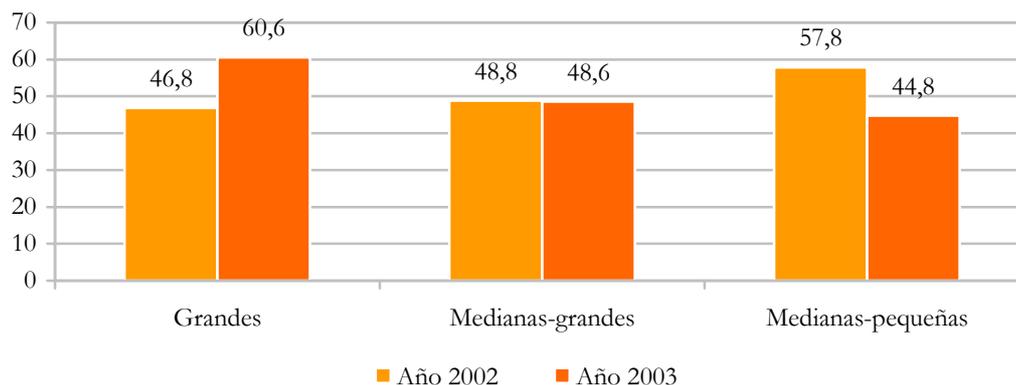
**Gráfico 10.**

**Meses trabajados en la librería. Años 2002-2003. Por tamaño.**



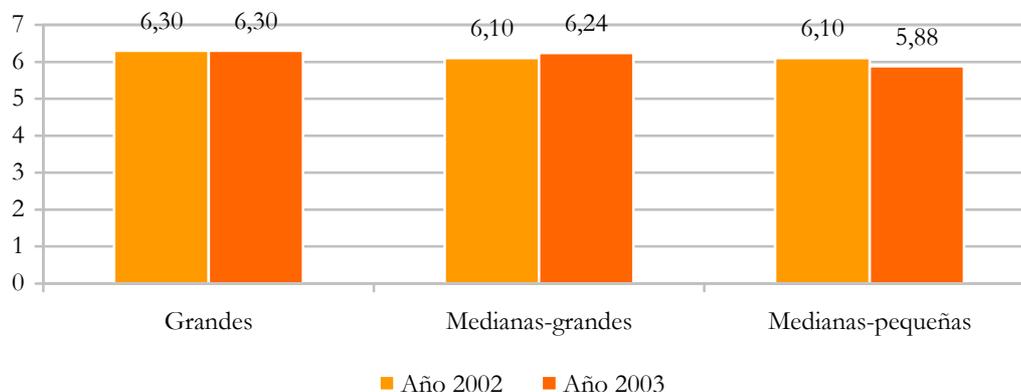
**Gráfico 11.**

**Horas de apertura semanal de la librería. Años 2002-2003. Por tamaño.**



**Gráfico 12.**

**Días de apertura semanal de la librería. Años 2002-2003. Por tamaño.**



#### 2.1.4. Productividad de la librería

- Los ratios referentes a la productividad de la librería obtenidos en el Mapa de Librerías de la Comunidad Valenciana indicaban que los establecimientos de esta comunidad tenían un comportamiento similar o ligeramente más favorable al del conjunto de las librerías españolas.
- En principio, el tamaño de las empresas permite generar ciertas economías de escala, como se manifiesta a nivel de España en relación con los ratios Ventas /superficie y Ventas /meses.

Esta tendencia se observó claramente a nivel de la Comunidad Valenciana el año 2002. Los datos del 2003, sin embargo, plantean las siguientes cuestiones (ver Gráficos 13, 14 y 15):

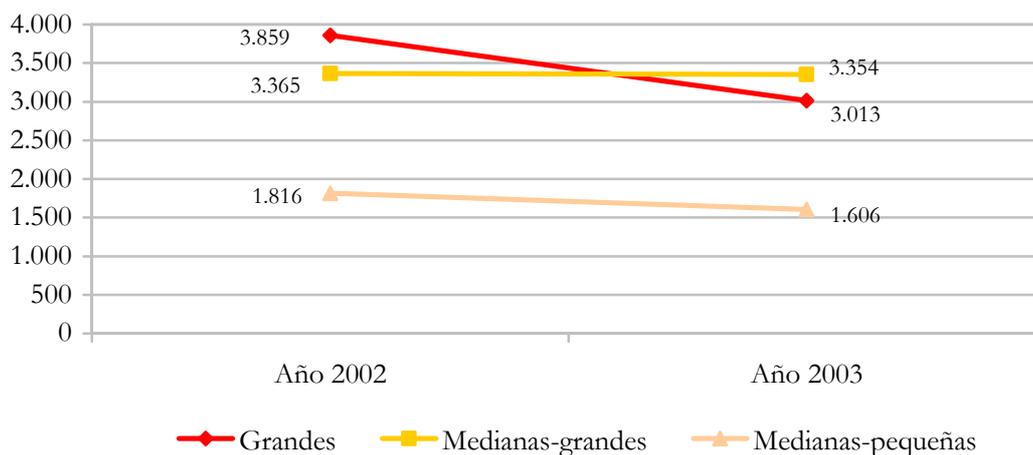
- a) De acuerdo con el principio general indicado, las librerías medianas-pequeñas obtienen unos ratios de productividad claramente inferiores a las demás.
- b) Contrariamente, los valores relativos a las ventas por superficie (Gráficos 13 y 14) de las librerías medianas-grandes son superiores a los de las librerías grandes. Para evaluar estos datos hay que tener en cuenta, sin embargo, que los ratios de las librerías valencianas grandes del 2003 se aproximan a los del conjunto de España (aproximadamente unas ventas totales por superficie de 3.000 €/m<sup>2</sup>). Frente a ello, las librerías valencianas medianas-grandes continúan con unos valores claramente superiores a los del resto de España (3.354 €/m<sup>2</sup> y 2.474 €/m<sup>2</sup> de ventas totales/superficie respectivamente).

- 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 16), 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  $m^2$ .

Este hecho 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.

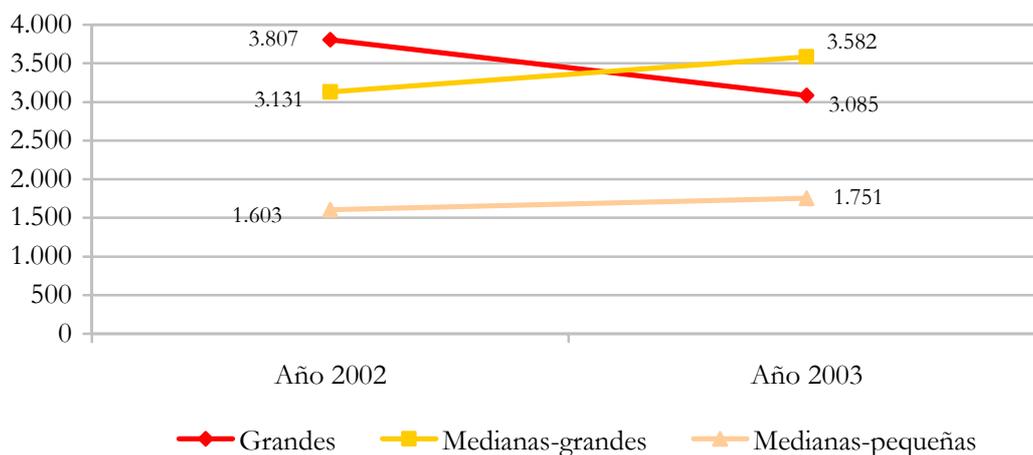
**Gráfico 13.**

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



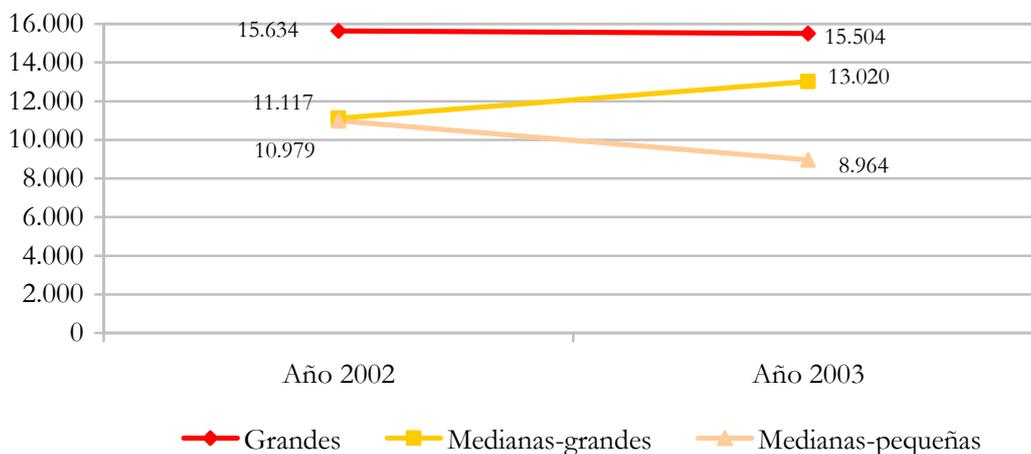
**Gráfico 14.**

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



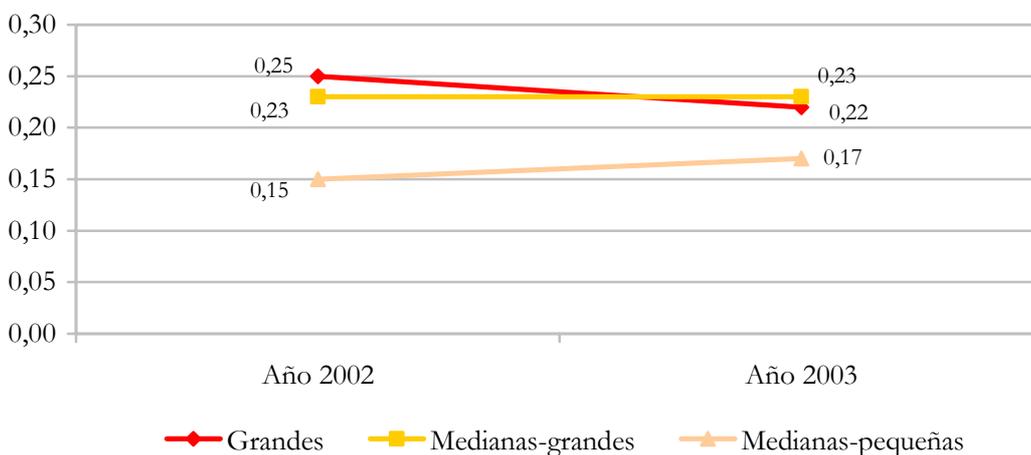
**Gráfico 15.**

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



**Gráfico 16.**

**Ratio de meses totales trabajados y superficie total (meses/m<sup>2</sup>).  
Años 2002-2003. 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 la Comunidad Valenciana se sitúa entre el 80% y el 95%, tanto en términos de superficie (Gráfico 17) como de ventas (Gráfico 18).

Por tanto, todo indica que, para este tipo de establecimientos, la especialización en el producto libro es un elemento fundamental de su estrategia (siendo el resto de bienes o servicios prestados de carácter estrictamente complementario).

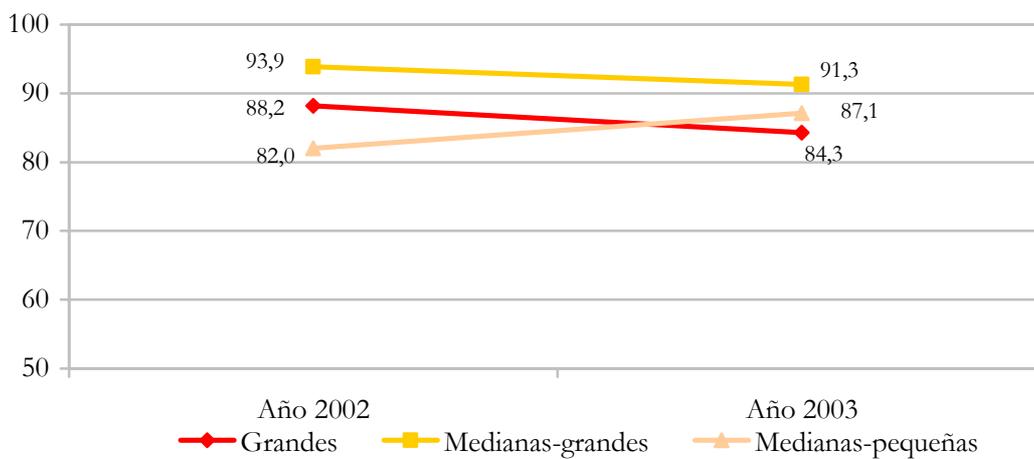
- El año 2003, el porcentaje de ventas de libros en valenciano representan aproximadamente entre el 10% y el 15% de las ventas de las librerías.

En comparación con los datos del 2002, debe señalarse que este porcentaje es sensiblemente más bajo en el caso de las librerías medianas-pequeñas (pasa del 30,9% al 10,0%). Por el contrario, en las librerías grandes experimenta un ligero ascenso (del 6,8% al 13,7%).

Hay que señalar que para el conjunto de España (contemplando sólo las comunidades autónomas con más de una lengua oficial: Illes Balears, Catalunya, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco), este porcentaje se sitúa el año 2003 entre el 20% y el 25%.

- La distribución de las ventas en libros por materias el año 2003 ofrece un elevado parecido con los datos del Mapa de Librerías del año 2002 (ver Gráfico 20). Respecto a este punto cabe destacar:
  - a) Ambos años, las ventas de libro de texto escolar obtienen su porcentaje más elevado (20%) en el grupo de las librerías medianas-grandes.
  - b) Se observa un crecimiento de la importancia relativa de las ventas en libros de texto universitario en las tres categorías de librería.
  - c) Con ligeros descensos, el resto de materias continúan concentrando la mayor parte de las ventas de las librerías.
  
- Las ventas de best-sellers constituyen el segmento del mercado que experimenta un crecimiento interanual en un mayor porcentaje de librerías grandes y medianas-grandes (ver Gráfico 22).

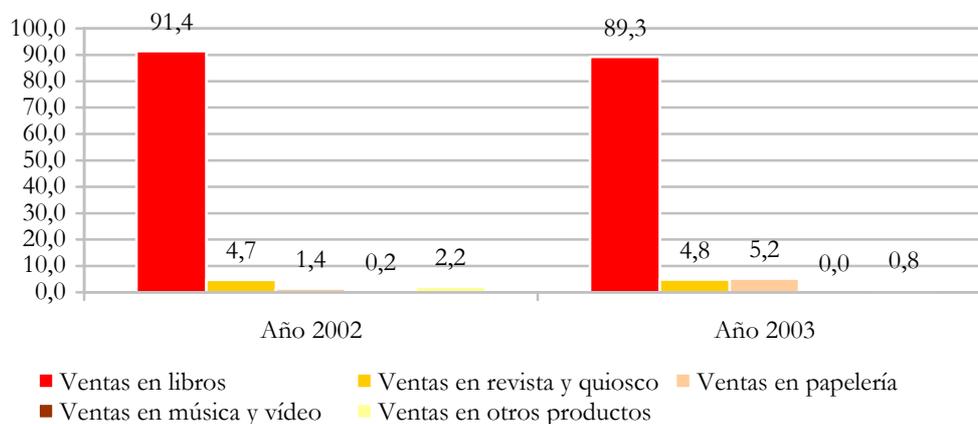
**Gráfico 17.**  
**Porcentaje de la superficie ocupada por libros sobre la superficie total. Años 2002-2003.**  
**Por tamaño.**



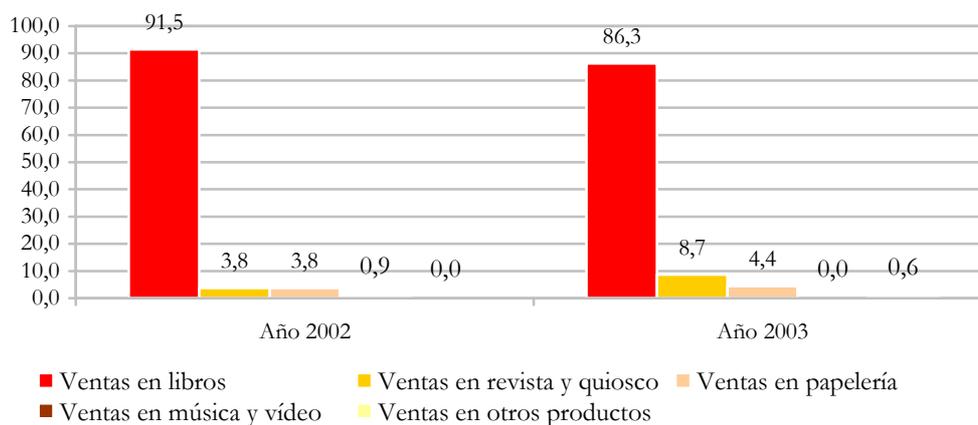
**Gráfico 18.**

**Composición de las ventas de la librería. Años 2002-2003. Por tamaño.**

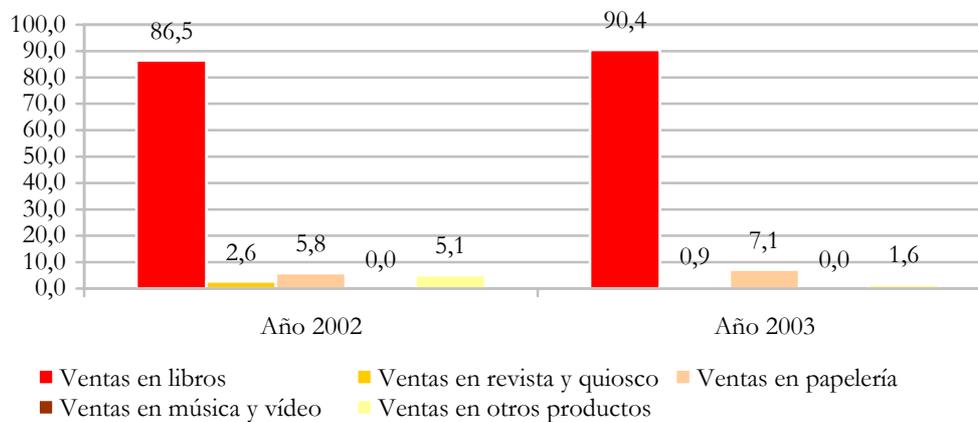
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**



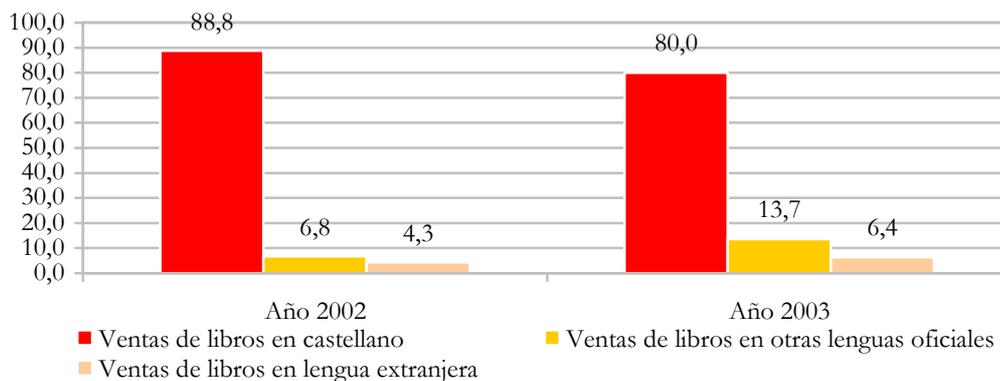
**C) Librerías medianas-pequeñas**



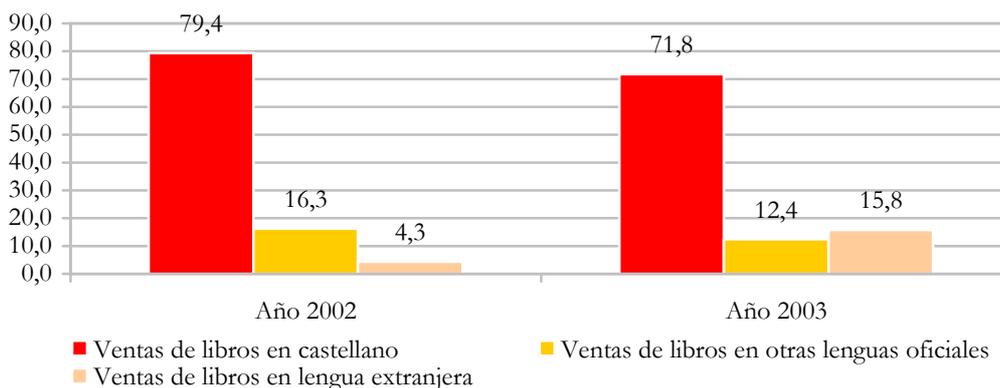
**Gráfico 19.**

**Porcentaje de ventas según la lengua de publicación. Años 2002-2003. Por tamaño.**

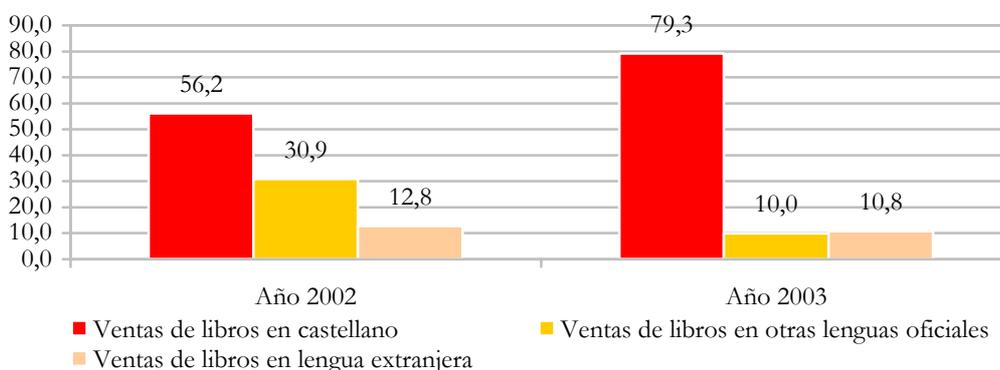
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**



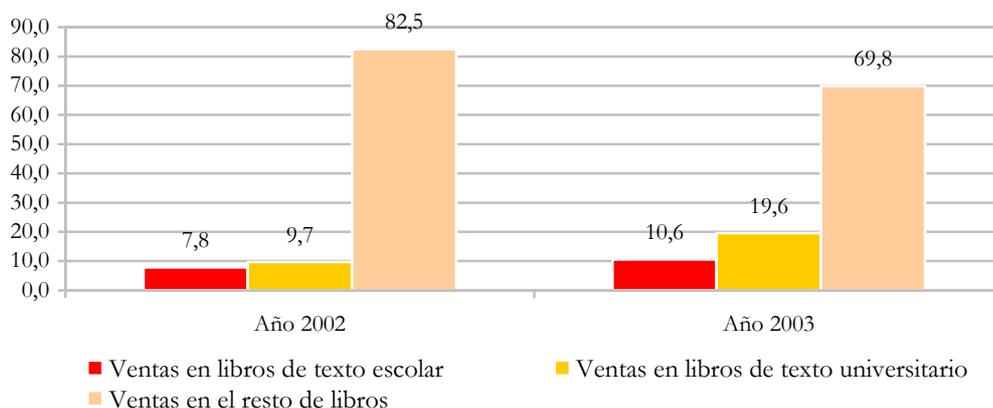
**C) Librerías medianas-pequeñas**



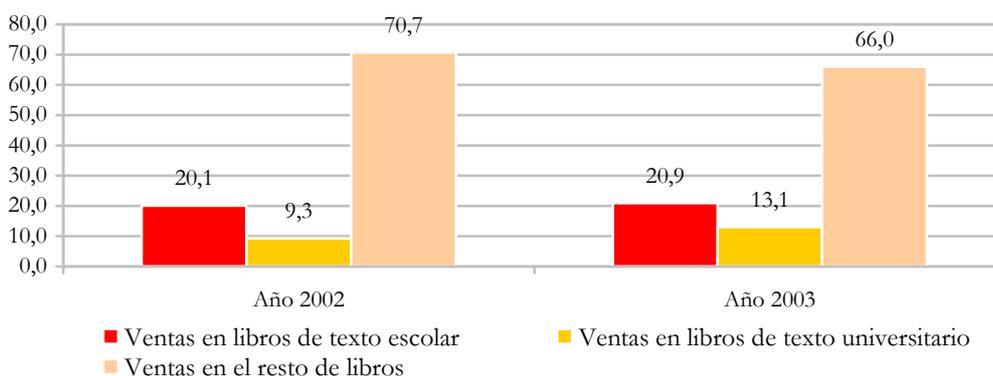
**Gráfico 20.**

**Porcentaje de ventas en libros según su materia. Años 2002-2003. Por tamaño.**

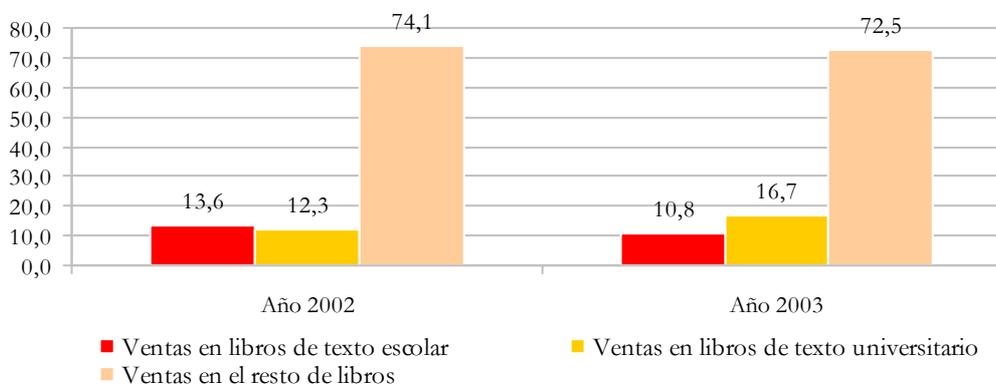
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**



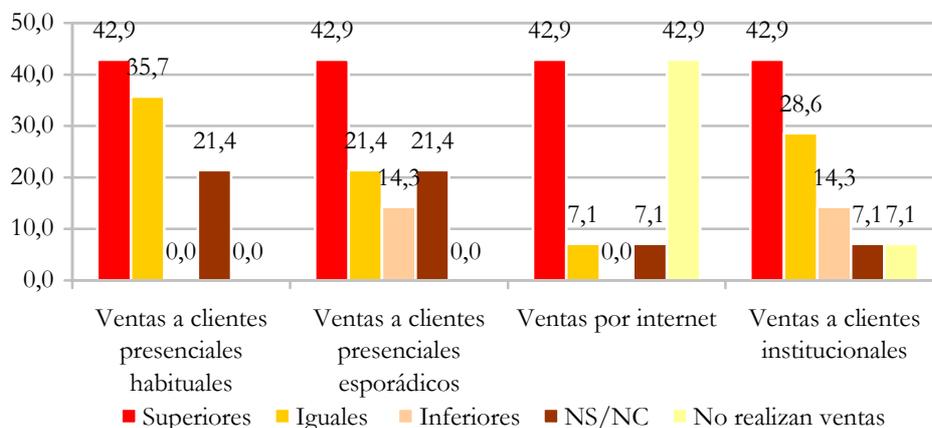
**C) Librerías medianas-pequeñas**



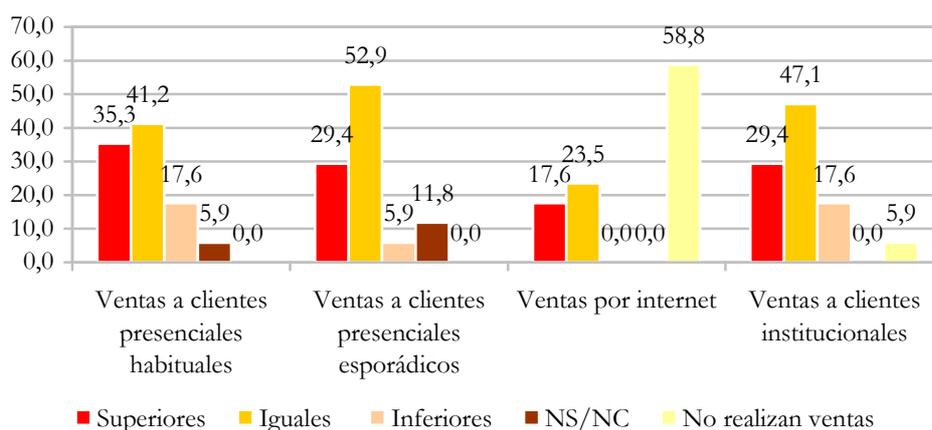
**Gráfico 21.**

**Porcentaje de librerías según la evolución interanual de las ventas en función del tipo de cliente, en 2003 respecto el año anterior. Por tamaño.**

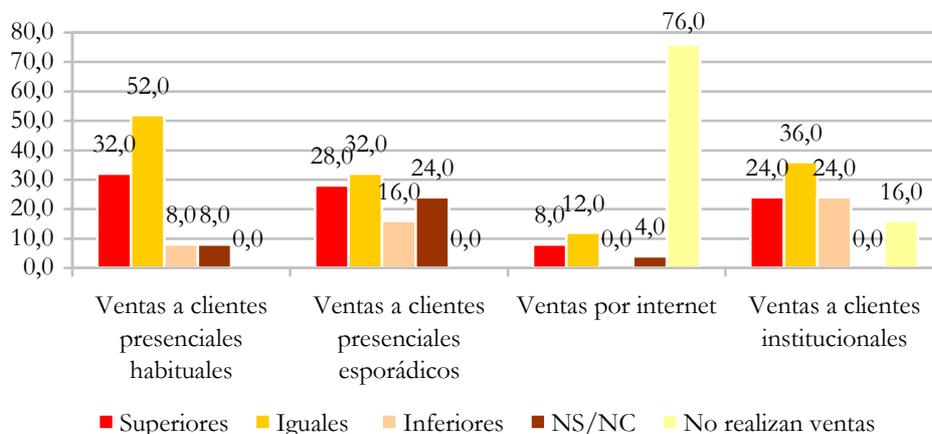
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas -grandes**



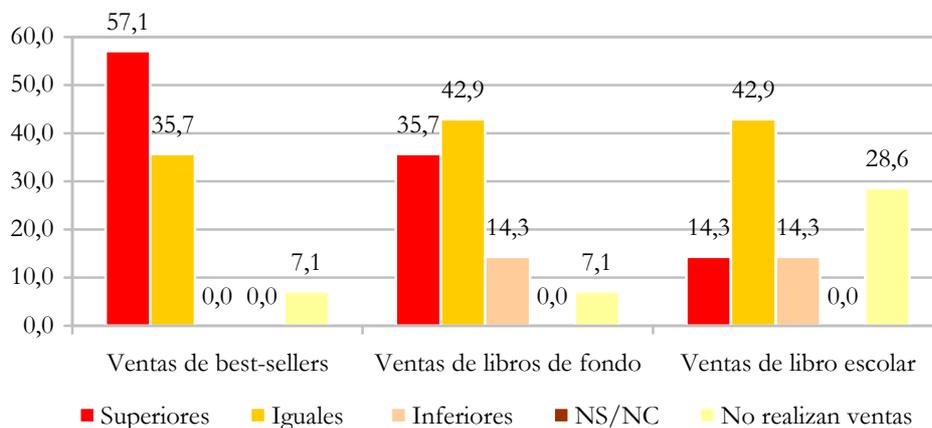
**C) Librerías medianas -pequeñas**



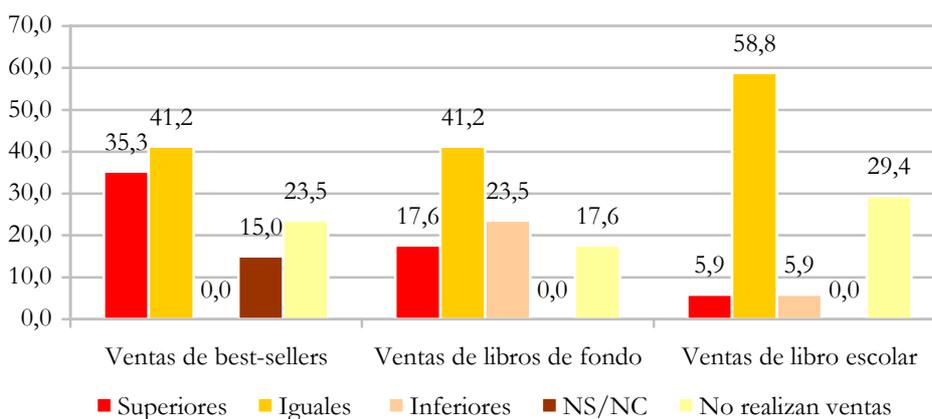
**Grafico 22.**

Porcentaje de librerías según la evolución interanual de las ventas en función del producto, en 2003 respecto el año anterior. Por tamaño.

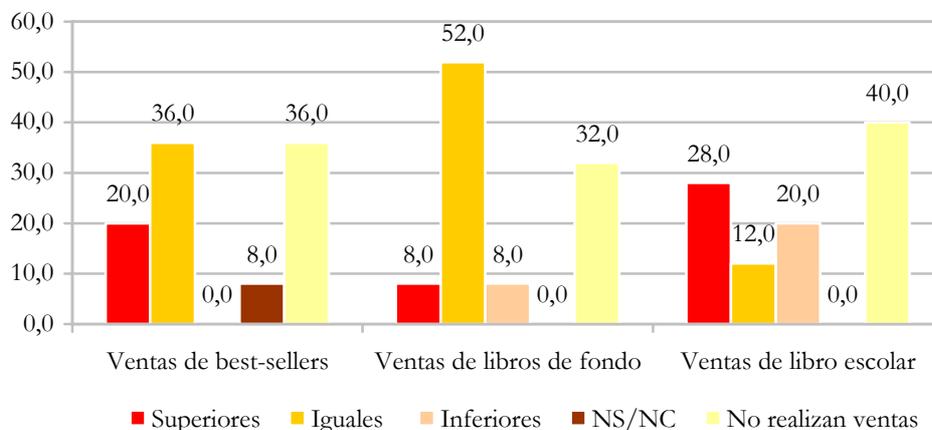
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas -grandes**



**C) Librerías medianas-pequeñas**



### 2.1.6. Gestión de la librería

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

- **Sistemas de pedido** (Gráfico 23): En la Comunidad Valenciana prevalece de forma destacada la realización de pedidos mediante el fax como sistema de comunicación (aproximadamente, entre el 50% y el 60% de las librerías de todos los grupos).

Como ya se señalaba en el Mapa de Librerías de la Comunidad, se continúa observando que el porcentaje de librerías valencianas que utilizan el ordenador-módem para sus pedidos es inferior al del conjunto de España.

- **Número de distribuidores** (Gráfico 24): la cantidad de distribuidores con los que trabaja la librería muestra una fuerte tendencia a la baja en comparación con los datos obtenidos en el Mapa de Librerías: se pasa de un promedio de 158,2 distribuidores en las librerías grandes el año 2002, a 81,2 el 2003; igualmente, en el caso de las librerías medianas-grandes, se evoluciona de 57,8 a 29,1 distribuidores de promedio.

Estos datos pueden reflejar una cierta tendencia a la concentración del sector de la distribución de libros en la Comunidad, cuestión que tendrá que continuarse analizando en el futuro.

- **Frecuencia de acceso a Internet** (Gráfico 26): existe una amplia utilización de Internet como medio para obtener / transmitir información por parte de las librerías grandes y medianas-pequeñas (de las que lo utilizan siempre entre el 70% y el 80%). En el caso de las librerías medianas-grandes, este porcentaje es ligeramente inferior (52,9%).

- **Grado de informatización de las existencias** (Gráficos 27 y 28): casi la totalidad de las librerías grandes y medianas de la Comunidad Valenciana tienen informatizadas las existencias. La propiedad del programa utilizado presenta diferencias según el tamaño de la librería: a mayor tamaño, aumenta el porcentaje de libreros que utilizan un programa propio; a menor tamaño, incrementa la proporción de los que tienen un programa adquirido.
- **Actividades culturales realizadas por las librerías** (Gráfico 32): en comparación con los datos obtenidos en el Mapa de Librerías, hay que destacar en primer lugar la fuerte caída de las presentaciones de libros en todos los grupos de librerías, actividad que parece haberse compensado mediante la organización de conferencias.

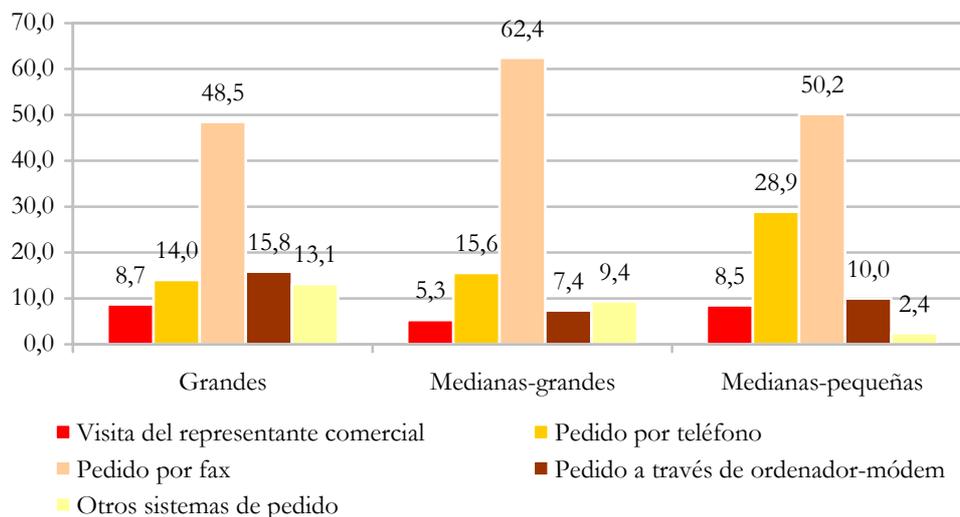
También cabe remarcar la caída de los porcentajes de librerías que realizan actividades de animación de la lectura, y el aumento de las que publican catálogos (en ambos casos, respecto de todas las agrupaciones de librerías).

- **Distribución del trabajo de la librería por tareas funcionales** (Gráfico 33): al igual que en el conjunto de España, las librerías destinan la mayor parte de su trabajo a las ventas, la atención al cliente y el marketing (aproximadamente entre el 55% y el 65% del trabajo total).

Las librerías valencianas grandes, comparativamente con las librerías medianas, asignan una mayor proporción de su trabajo a la gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones (29,3%) y a la dirección general y gestión administrativa de la librería (15,9%). Estos porcentajes también son superiores a los que se obtienen en el conjunto de España para el mismo grupo de librerías grandes (25,8% y 14,0% respectivamente).

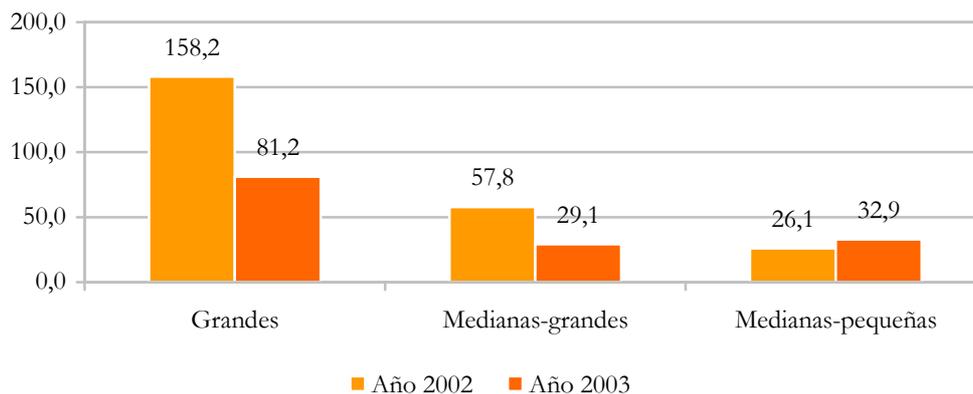
**Gráfico 23.**

**Porcentaje de librerías según el sistema de pedidos a los proveedores. Año 2003. Por tamaño.**



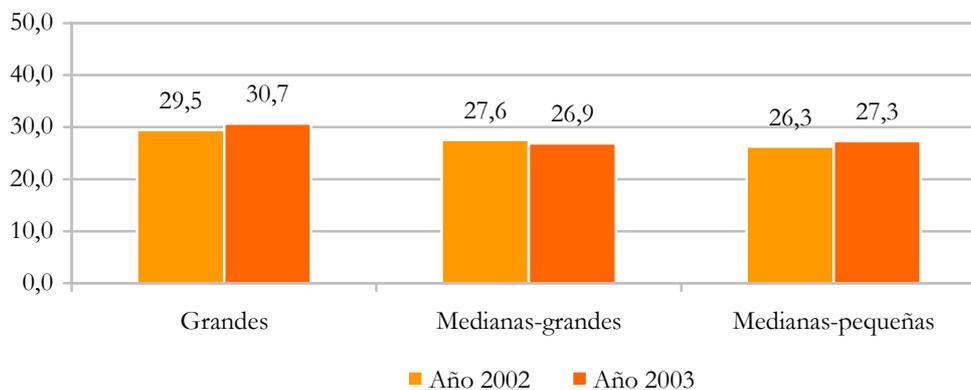
**Gráfico 24.**

**Promedio del número de distribuidores con los que trabaja la librería. Años 2002-2003. Por tamaño.**



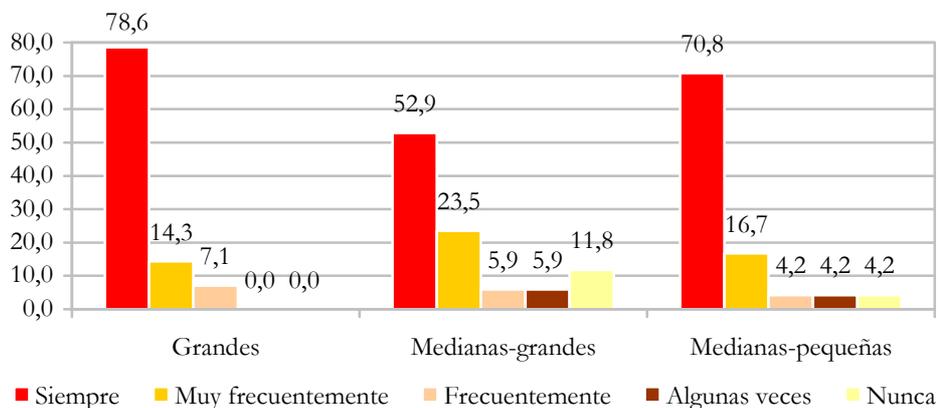
**Gráfico 25.**

**Promedio del porcentaje de descuento otorgado por los proveedores. Años 2002-2003. Por tamaño.**



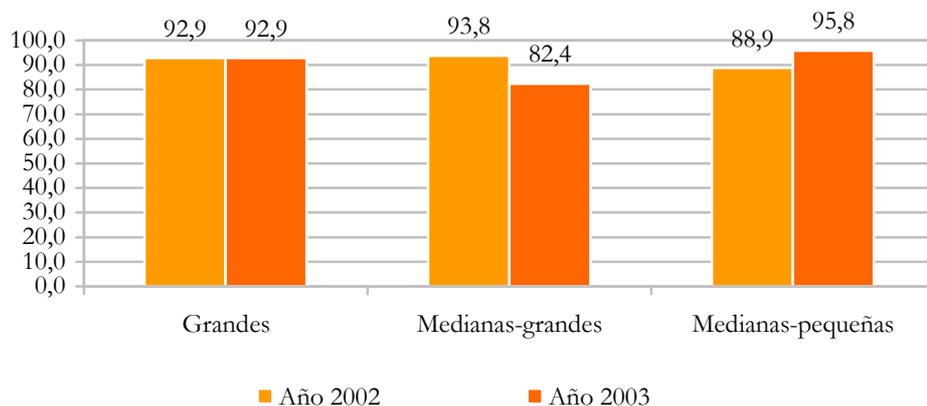
**Gráfico 26.**

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



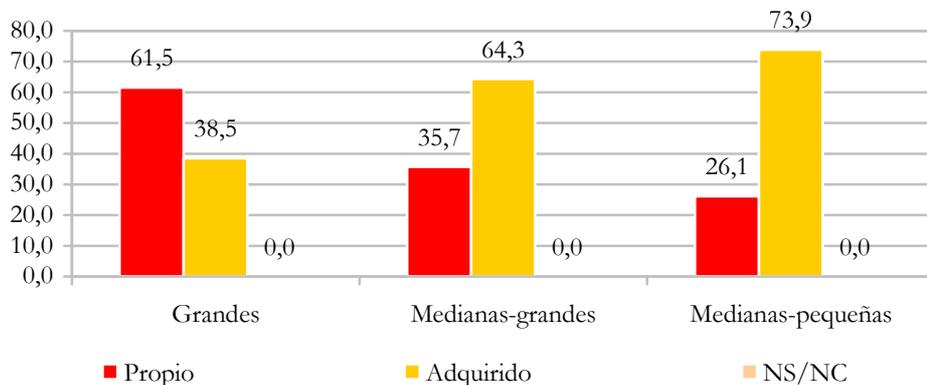
**Gráfico 27.**

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



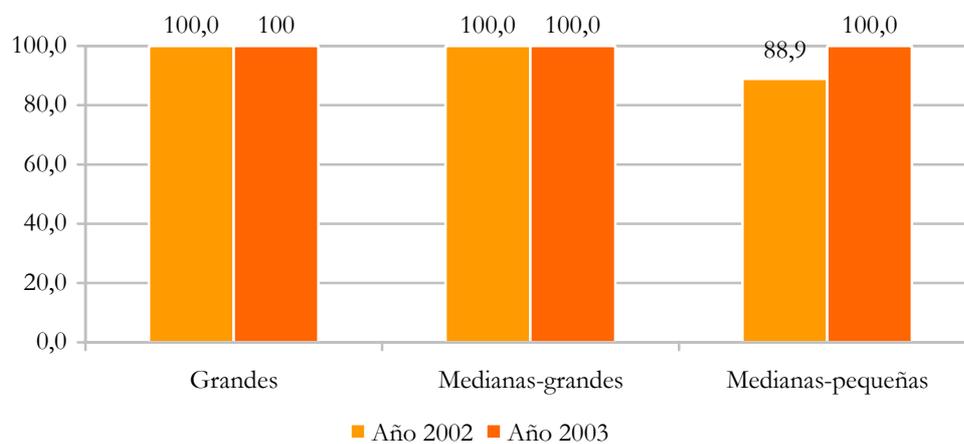
**Gráfico 28.**

**Porcentaje de librerías según el programa utilizado en el caso de tener informatizadas las existencias. Año 2003. Por tamaño.**



**Gráfico 29.**

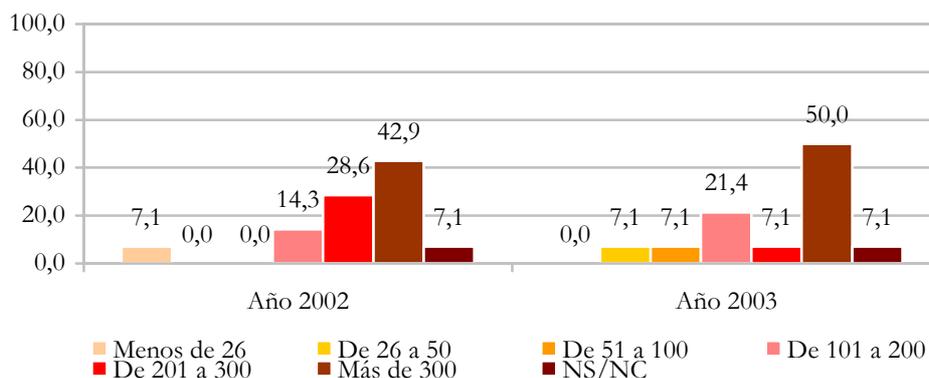
**Porcentaje de librerías según disponibilidad de servicio de pedido a los clientes. Años 2002-2003. Por tamaño.**



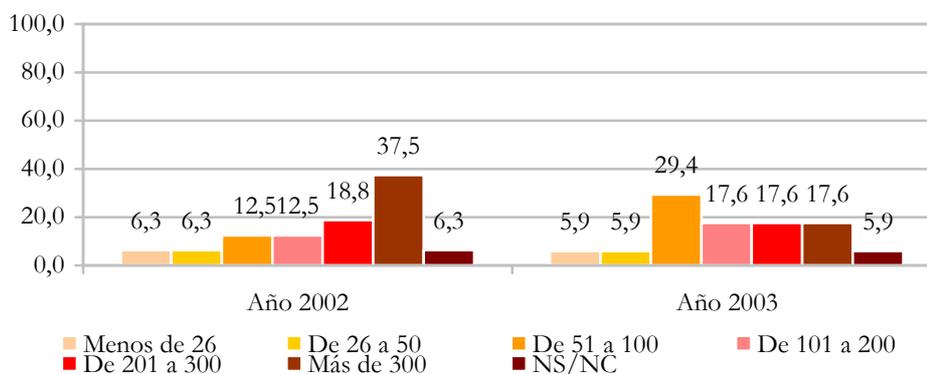
**Gráfico 30.**

**Porcentaje de librerías según la cantidad de pedidos gestionados mensualmente. Años 2002-2003. Por tamaño.**

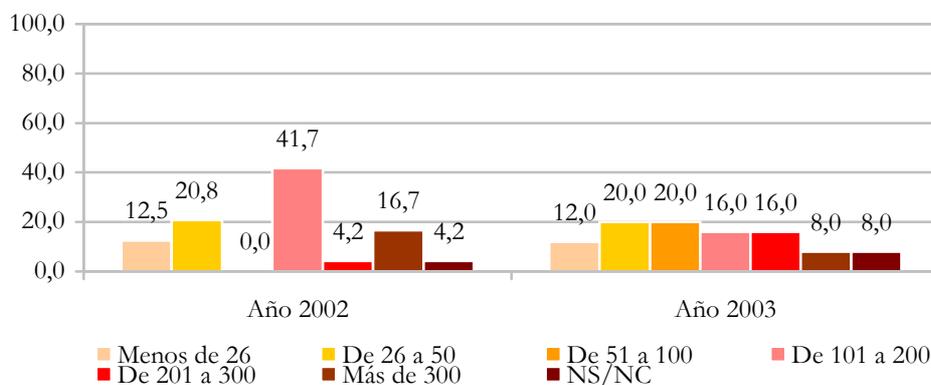
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**

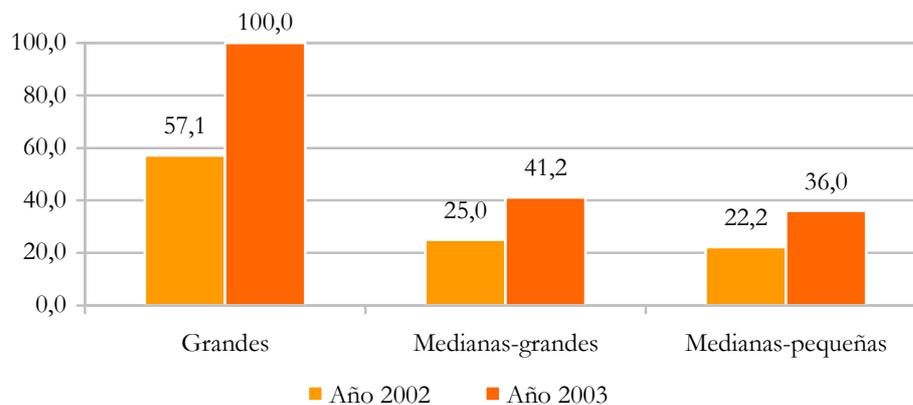


**C) Librerías medianas-pequeñas**



**Gráfico 31.**

**Porcentaje de librerías según la disponibilidad de servicio de telecompra.  
Años 2002-2003. Por tamaño.**

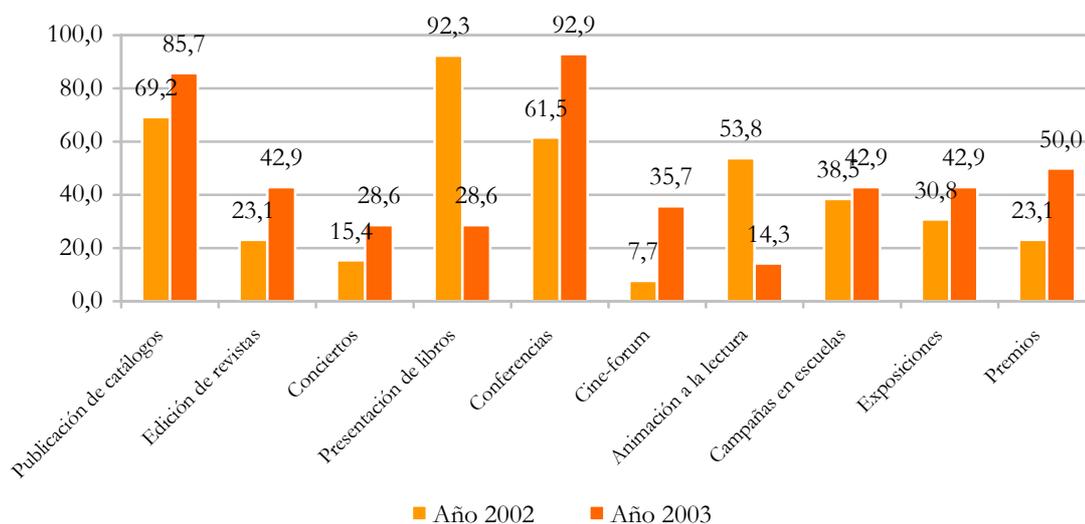


**Gráfico 32.**

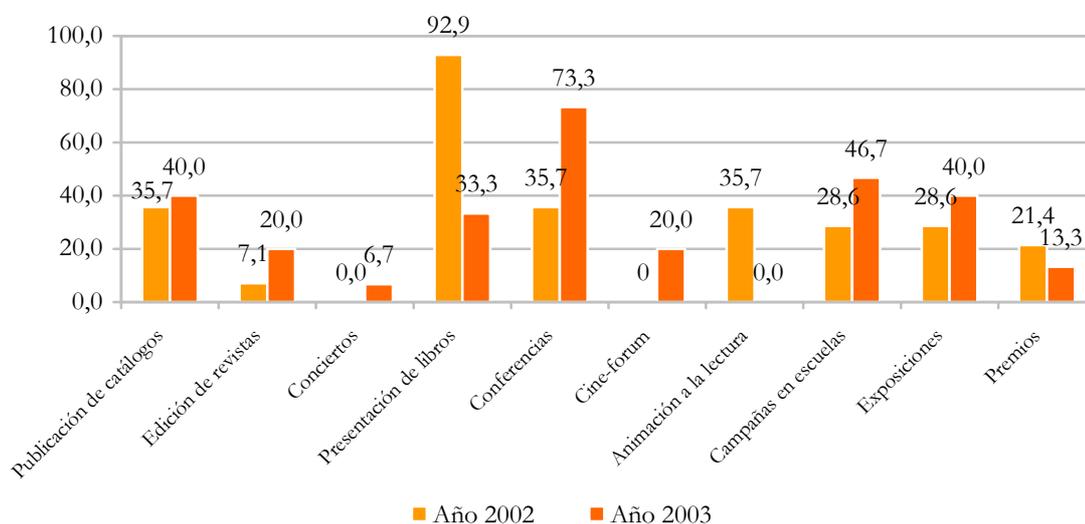
**Porcentaje de librerías que realizan actividades culturales.**

**Años 2002-2003. Por tamaño.**

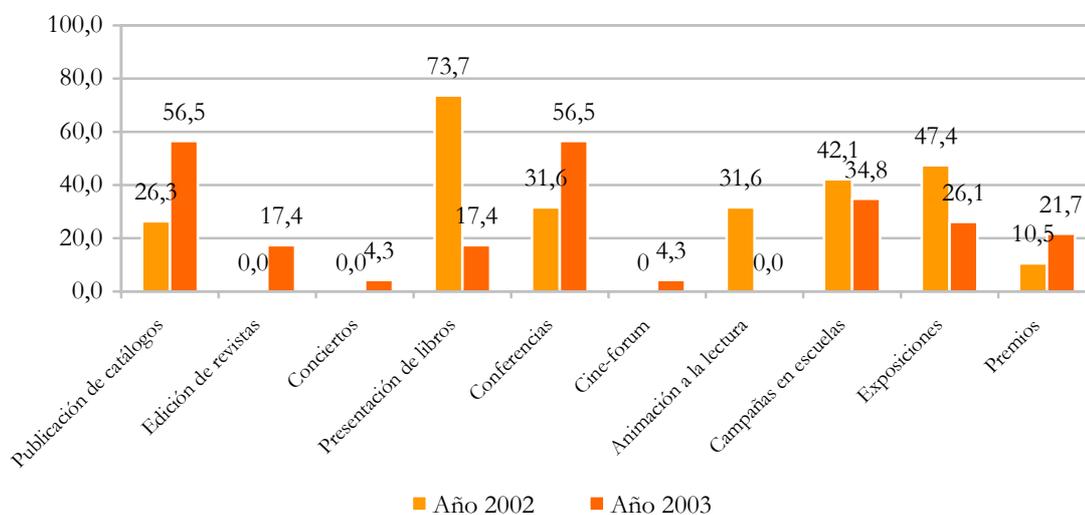
**A) Librerías grandes**



**B) Librerías medianas-grandes**

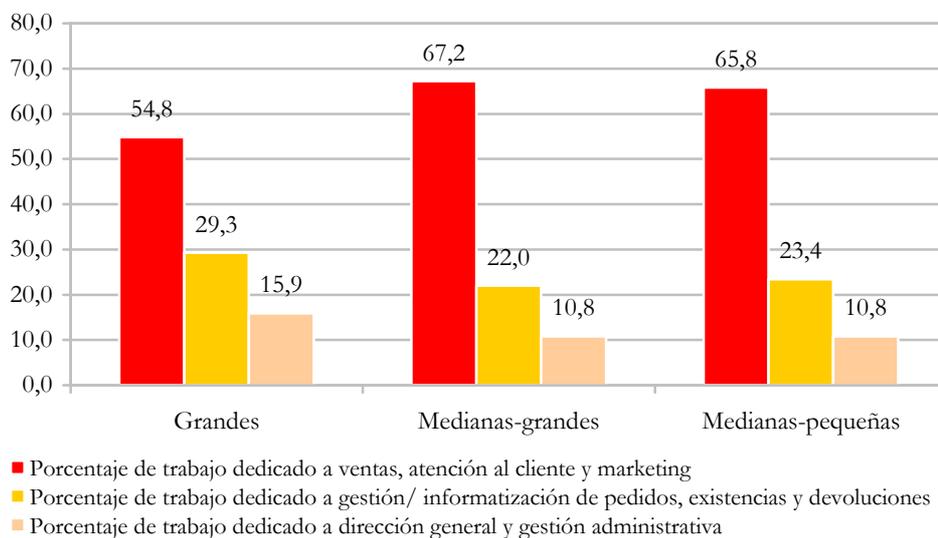


### C) Librerías medianas-pequeñas



**Gráfico 33.**

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



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

### 2.2.1. Introducción

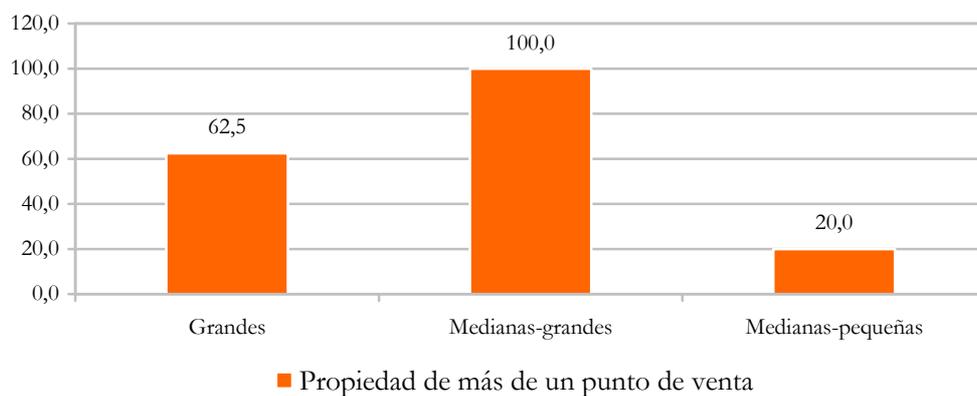
- El análisis de los resultados de la ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería se ha estructurado en los siguientes apartados:
  - a) **Datos generales de la empresa:** propiedad de otros puntos de venta de libros.
  - b) **Análisis de los ingresos:** media de ventas diarias, media del coste diario de las ventas, y estimación del coste de las ventas.
  - c) **Análisis de los gastos:** compras y otros gastos de explotación.
  - d) **Análisis de los activos:** volumen de las existencias, rotación media de las existencias, días para vender las existencias, y rotación de los activos totales.
  - e) **Análisis del endeudamiento:** ratios de endeudamiento, de calidad de la deuda, de gastos financieros, y de autonomía financiera.
  - f) **Análisis del margen bruto y del valor añadido.**
- Debe remarcar que los datos de la Ficha B de las librerías medianas (grandes y pequeñas) para el ámbito de la Comunidad Valenciana deben tratarse con cautela, debido al bajo número de empresas de las cuáles se ha podido obtener información.

### 2.2.2. Datos generales de la empresa

- El cuestionario incluye dos datos generales de la empresa, que hacen referencia a dos temas fundamentales de estudio:
  - a) **El número de puntos de venta de libros de la empresa** (Gráfico 34):  
en relación a esta cuestión puede observarse que son las librerías de superior tamaño las que, con un mayor porcentaje, son propietarias de más de un punto de venta: el 62,5% de las empresas grandes, y el 100% de las medianas-grandes.

**Gráfico 34.**

**Porcentaje de librerías según si tienen en propiedad más de un punto de venta. Año 2003. Por tamaño.**



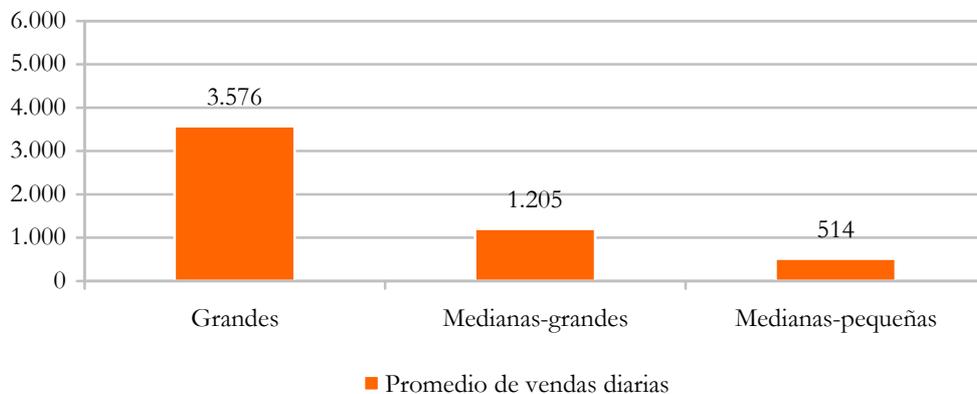
### 2.2.3. Análisis de los ingresos

- Los indicadores elaborados en este apartado reflejan las lógicas diferencias entre los tres grupos de librerías según el tamaño. Concretamente, la información elaborada hace referencia a las siguientes cuestiones:
  - a) Promedio de las ventas diarias (Gráfico 35).
  - b) Coste diario de las ventas (Gráfico 36).
  - c) Estimación del coste de las ventas (Gráfico 37).

Estos datos no ofrecen diferencias destacables respecto a los obtenidos para el conjunto de España.

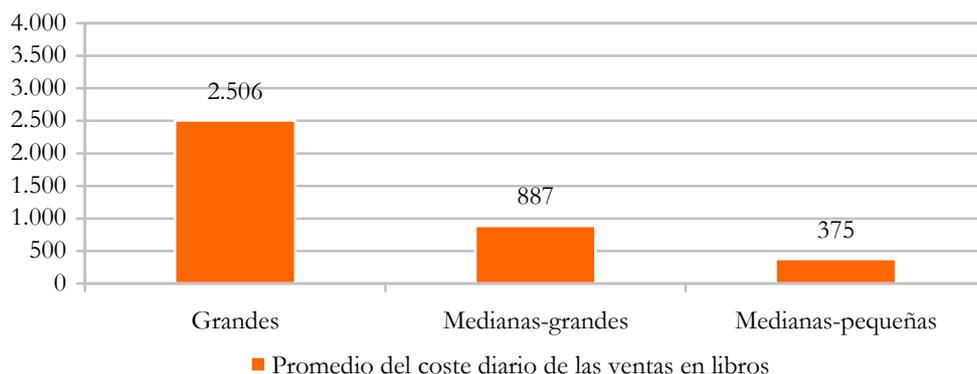
**Gráfico 35.**

**Promedio de ventas diarias en libros (euro/día). Año 2003. Por tamaño.**



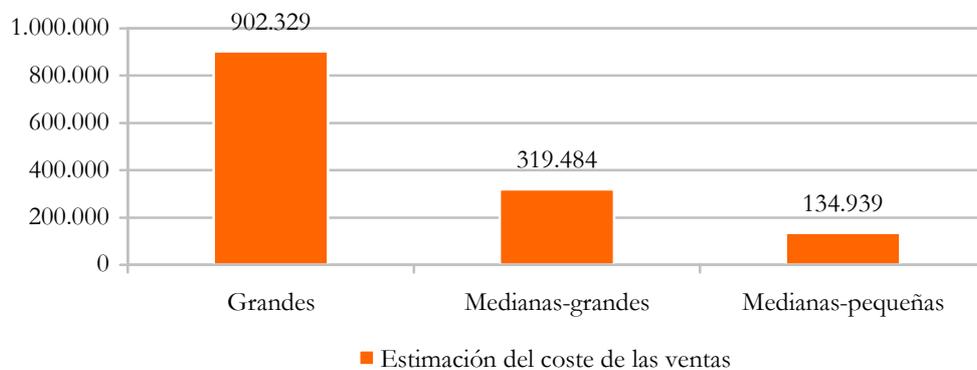
**Gráfico 36.**

**Promedio del coste diario de las ventas en libros (euro/día). Año 2003. Por tamaño.**



**Gráfico 37.**

**Estimación del coste de las ventas en libros (euro). Año 2003. Por tamaño.**



#### 2.2.4. Análisis de los gastos

- El análisis de las compras (Gráfico 38) refleja, al igual que los indicadores relacionados con los ingresos, las diferencias entre los tres grupos de librerías según su tamaño.

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

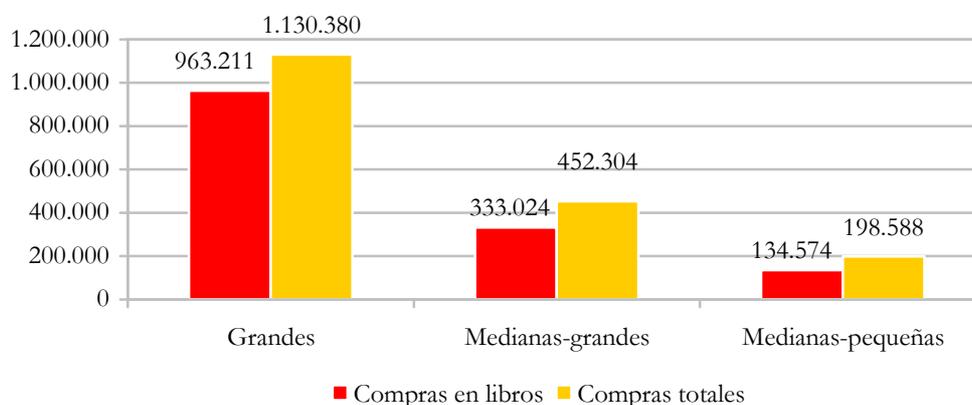
- Paralelamente se observa la gran importancia de los gastos de personal respecto del conjunto de los gastos de explotación corriente del negocio de la librería (Gráfico 39). En concreto, los gastos de personal representan, en todos los grupos, más del 50% del total de los gastos de explotación (sin incluir las compras): en el grupo de librerías grandes representan el 68,2%, en las medianas-grandes el 61,2% y en las medianas-pequeñas el 62,0%.

Consecuentemente, el resultado anual de pérdidas y ganancias de la librería está en gran medida condicionado por la evolución de este concepto de gasto. Esta observación es especialmente relevante en las librerías de mayor dimensión ya que, como se ha destacado anteriormente, al aumentar la superficie de los establecimientos, el incremento del factor trabajo tiende a ser proporcionalmente superior (ver Gráfico 16 en el apartado 2.1.4 anterior).

Por su importancia, se vuelve a tratar esta cuestión en el apartado 2.2.7. Análisis del valor añadido bruto.

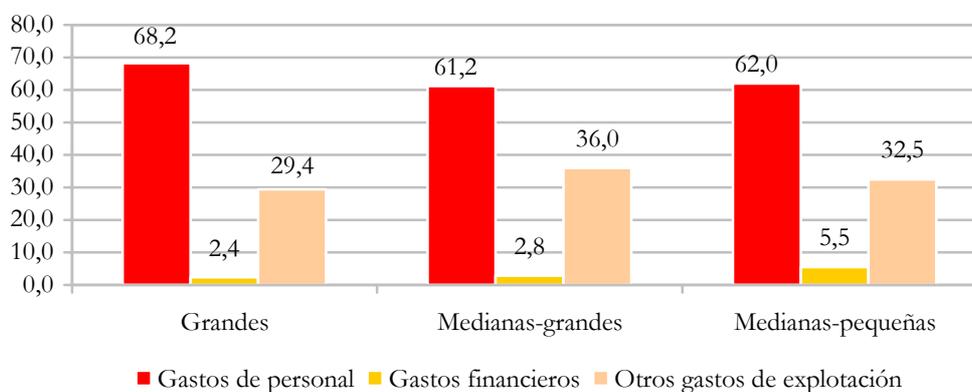
**Gráfico 38.**

**Compras en libros y compras totales (euro). Año 2003. Por tamaño.**



**Gráfico 39.**

**Distribución del gasto en personal, gastos financieros y otros gastos de explotación<sup>2</sup> (en %). Año 2003. Por tamaño.**



<sup>2</sup> Otros gastos de explotación comprende: servicios exteriores, tributos y otros gastos de gestión corriente.

### 2.2.5. Análisis de los activos

- La rotación media de las existencias (Gráfico 41) es uno de los ratios contables más característico del sector librero, ya que tiene unos valores sensiblemente inferiores a los que se registran en otros sectores del comercio minorista de España (en los que este ratio se sitúa por encima de 10).

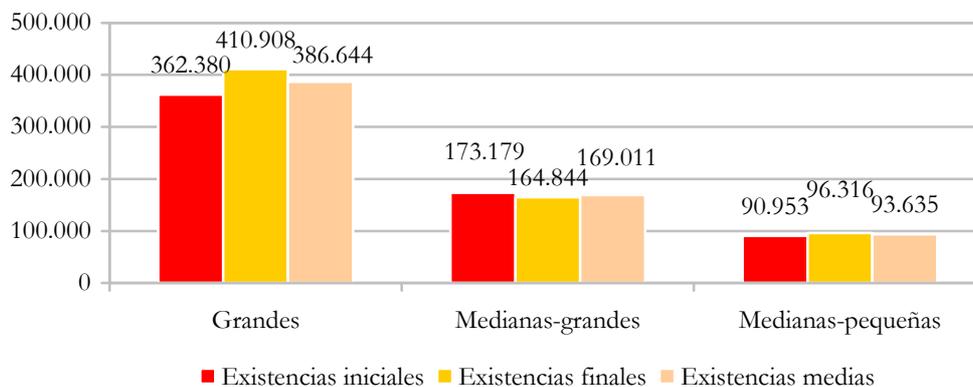
El grupo de las librerías grandes se sitúa en 6,79, mientras que en las medianas-grandes es de 5,08 y en las medianas-pequeñas de 4,20.

Estos valores tienen una gran similitud con los que se obtienen para el conjunto de España: 6,32 en las librerías grandes, 5,45 en las medianas-grandes y 3,68 en las medianas-pequeñas.

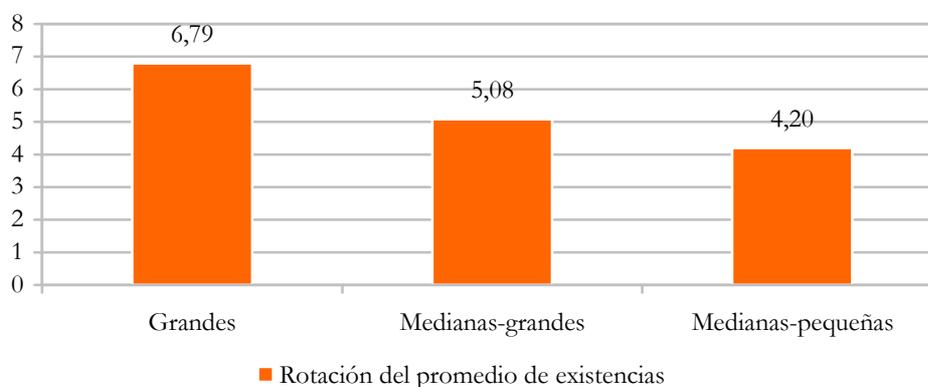
Hay que destacar que estos datos muestran que la rotación de las existencias es una cuestión fundamental para la viabilidad económica de la librería, ya que la gran cantidad de títulos (productos) que pueden o han de ser almacenados en las librerías (sobre todo en las denominadas “de fondo”), limita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

- Los días que se necesitan para vender las existencias (Gráfico 42) también son un reflejo de los problemas de rotación que se dan en el negocio librero.

**Gráfico 40.**  
**Volumen de existencias (euro). Año 2003. Por tamaño.**

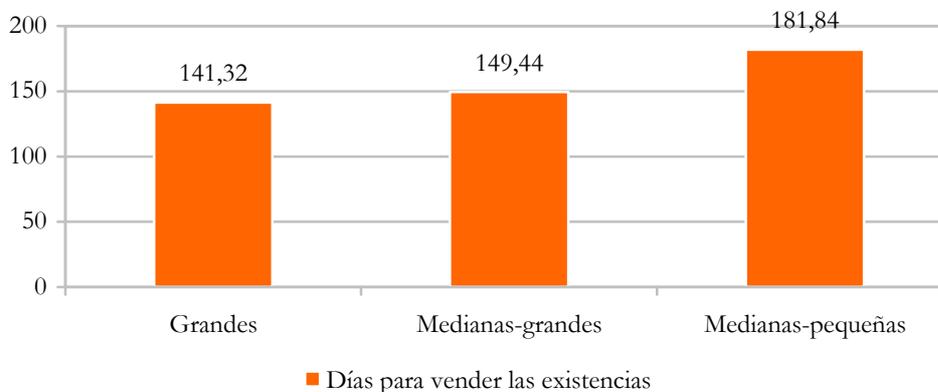


**Gráfico 41.**  
**Rotación promedio de existencias. Año 2003. Por tamaño.**



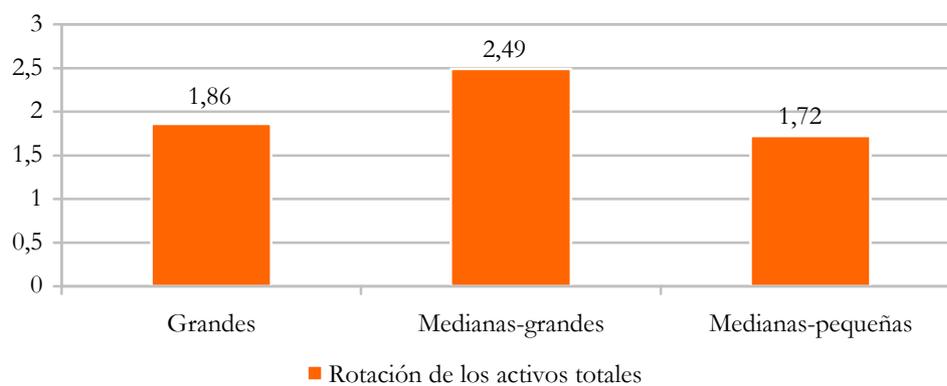
**Gráfico 42.**

**Días para vender las existencias. Año 2003. Por tamaño.**



**Gráfico 43.**

**Rotación de los activos totales. Año 2003. Por tamaño.**

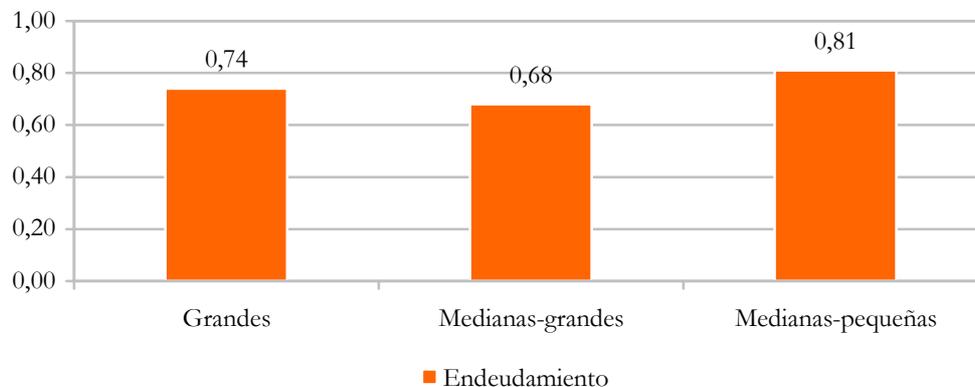


### 2.2.6. Análisis del endeudamiento

- Las principales cuestiones a destacar en relación con este apartado son:
  - a) Ratio de endeudamiento (Gráfico 44): en todos los grupos este ratio se mantiene por encima de 0,6, hecho que podría ser indicativo de la existencia de un endeudamiento elevado de estas empresas.
  - b) Ratio de la calidad de la deuda (Gráfico 45): este valor se sitúa en las librerías grandes y en las medianas-pequeñas alrededor del 0,8. En el caso de las librerías medianas-grandes, el valor obtenido es superior (0,93), lo que indica una mayor importancia relativa de la deuda a corto plazo.
  - c) Ratio de gastos financieros (Gráfico 46): igual que en años anteriores, este ratio se sitúa alrededor de 0,010. Al ser un valor inferior a 0,04, cabe deducir que los gastos financieros de las librerías no son demasiado elevados.
  - d) Ratio de autonomía financiera (Gráfico 47). Los valores obtenidos se encuentran dentro del nivel óptimo (que se sitúa entre 0,4 y 0,5) en las librerías grandes y en las medianas-pequeñas. En el caso de las medianas-grandes, la cifra está por encima (0,72) lo cual podría suponer una cierta infrautilización del capital.

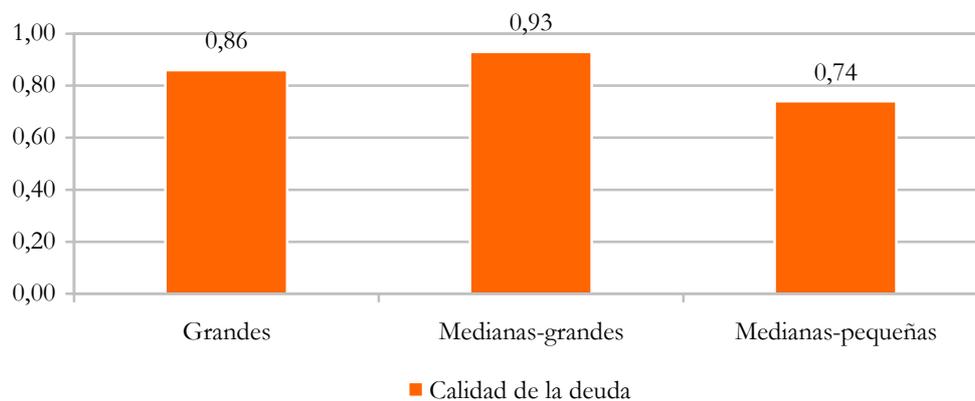
**Gráfico 44.**

**Ratio de endeudamiento. Año 2003. Por tamaño.**



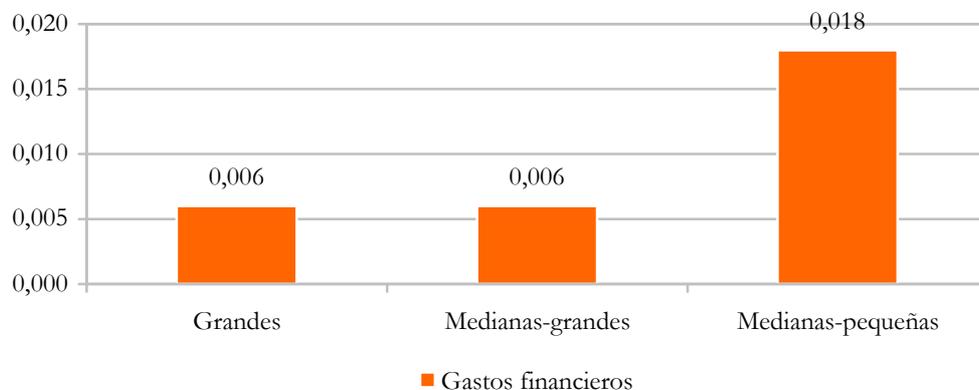
**Gráfico 45.**

**Ratio de calidad de la deuda. Año 2003. Por tamaño.**



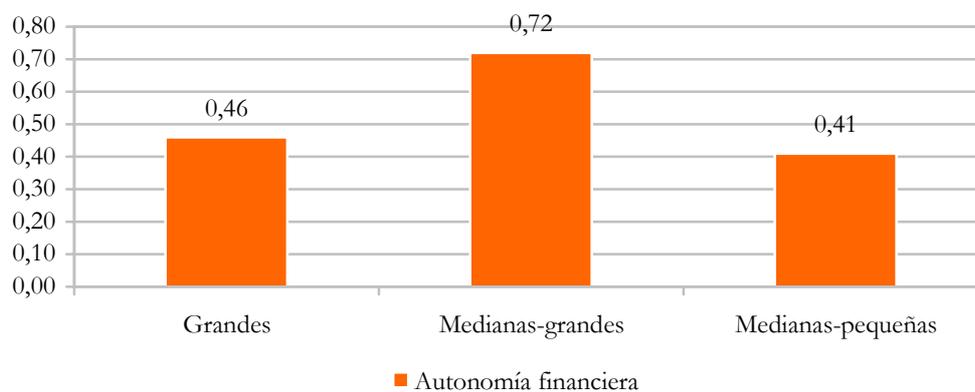
**Gráfico 46.**

**Ratio de gastos financieros. Año 2003. Por tamaño.**



**Gráfico 47.**

**Ratio de autonomía financiera. Año 2003. Por tamaño.**



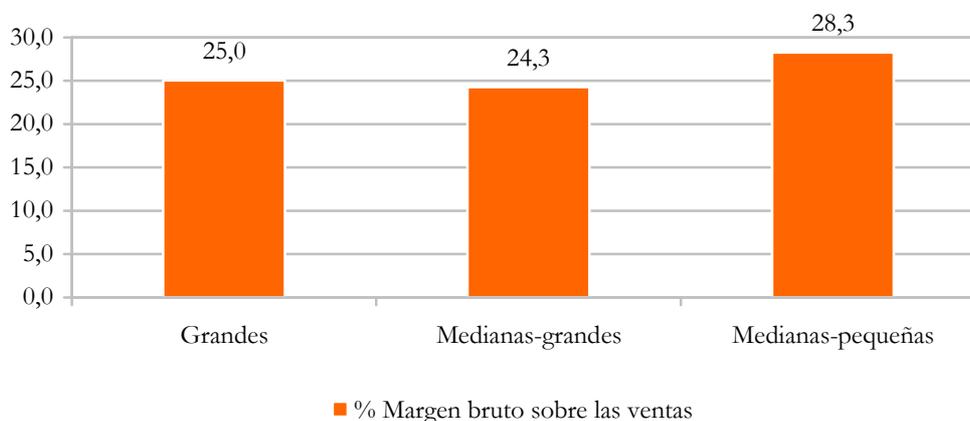
### 2.2.7. Análisis del valor añadido bruto

- Por un lado, el margen bruto de las librerías representa –aproximadamente- entre el 25% y el 30% del total de ventas y por otro lado, el porcentaje del valor añadido respecto del total de las ventas se sitúa entre el 15% y el 20%.
- En general, el porcentaje del margen bruto sobre los ingresos totales de las librerías tiene unos valores superiores a los del conjunto de actividades comerciales, excepto en relación con el sector de las farmacias, que obtienen unos porcentajes bastante más elevados que el resto (ver Cuadro 2).
- Sin embargo, esta diferencia favorable a las librerías tiende a quedar contrarestanda por el elevado gasto en personal que tienen estos establecimientos.

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

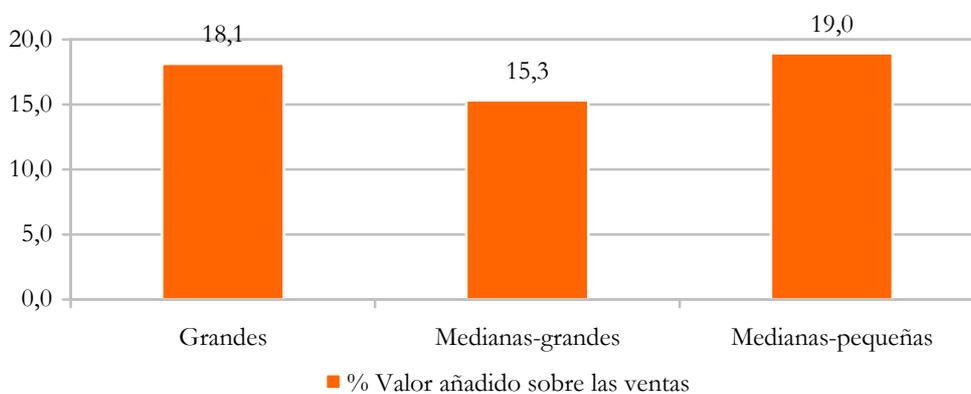
**Gráfico 48.**

**Porcentaje del margen bruto sobre las ventas totales. Año 2003. Por tamaño.**



**Gráfico 49.**

**Porcentaje del valor añadido sobre las ventas totales. Año 2003. Por tamaño.**



**Cuadro 2**

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

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

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

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

**a) Librerías de la C. Valenciana**

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

**b) Librerías de España**

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

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

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

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

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

**a) Librerías de la C. Valenciana**

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

**b) Librerías de España**

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

**Cuadro 2 (continuación)**

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

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

Notas:

- (1) empresa grande o mediana (de facturación anual superior a 790 M PTA) y empresa pequeña (de facturación anual igual o inferior a 790 M PTA).
- (2) Librería grande (de facturación anual en libros superior a 100 M PTA); Librería mediana-grande (de facturación anual en libros entre 50 y 100 M PTA); y Librería mediana-pequeña (de facturación anual en libros entre 25 y 50 M PTA)

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

## **Anexo 1.) Datos estadísticos 2002-2003**

## **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 2002-2003..
  - b) Por otro lado, la descripción del contenido y la metodología de elaboración de cada uno de los indicadores (que coincide con el Manual de interpretación de los resultados que se envía a las librerías junto con las fichas correspondientes).
- La estructura de presentación de los datos se corresponde con la de cada una de las Fichas A y B entregadas a las librerías.

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

### A.1.1. Datos básicos de la librería

- La primera parte de la *Ficha A de Indicadores de Gestión Económica* comprende 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 considera la distribución del conjunto de librerías encuestadas según la tipología de establecimientos elaborada sobre la base de la **orientación temática de la oferta de libros por establecimiento**.

Concretamente, se definen tres grandes categorías de librería:

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

**Cuadro 3.**  
**Tipologías de librería (en %).**  
**Según el tamaño de la librería. 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas- pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Generales	28,6	71,4	56,3	58,8	55,6	52,0
Especializadas	35,7	7,1	18,8	23,5	29,6	36,0
Generales con especialización	35,7	21,4	25,0	17,6	14,8	12,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

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

**Cuadro 4.**

**Nivel de agremiación de las librerías (en %).  
Según el tamaño de la librería. 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Al Gremio Provincial de Libreros	7,1	14,3	6,2	11,8	3,7	4,0
A CEGAL	0,0	7,1	12,5	0,0	0,0	16,0
A ambos	85,8	78,6	75,0	76,5	63,0	60,0
A ninguno	7,1	0,0	6,3	11,8	33,3	16,0
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### A.1.1.3. La superficie

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

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

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

**Cuadro 5.**  
**Superficie de la librería.**  
**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Superficie de acceso al público (m <sup>2</sup> )	276,9	265,8	136,9	127,8	113,3	116,6
Superficie de almacén (m <sup>2</sup> )	86,9	44,6	35,6	33,2	34,8	29,7
Otras superficies (m <sup>2</sup> )	55,9	43,6	4,8	12,8	17,4	19,8
Superficie total (m <sup>2</sup> )	419,8	354,0	177,3	173,8	164,5	163,9
Porcentaje superficie de acceso al público ocupada por libros (%)	89,3	89,6	91,1	91,5	80,3	90,5
Porcentaje superficie almacén ocupado por libros (%)	82,9	67,7	88,9	77,5	71,3	60,5
Porcentaje de superficie total ocupada por libros (%)	88,2	84,3	93,9	91,3	82,0	87,1

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

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

**Cuadro 6.**

**Recursos humanos de la librería y meses trabajados.**

**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Empleados fijos (personas)	9,1	8,3	3,7	3,4	3,3	2,4
Empleados eventuales (personas)	1,6	0,9	1,3	0,9	0,4	0,5
Meses trabajados (meses)	103,4	86,7	41,5	39,7	37,2	28,2
Total horas de apertura semanales (horas)	57,8	60,6	48,8	48,6	46,8	44,8
Total días de apertura semanal (días)	6,3	6,3	6,1	6,2	6,1	5,9

### 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 han sido superiores, iguales o inferiores a las del año 2002;
- **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).

- **composición de las ventas en libros según la materia:** libros de texto escolar, de texto universitario, y resto de materias.
- **distribución de las librerías según la dimensión del fondo de libros.**

**Cuadro 7.**

**Ventas totales netas de la librería y ventas en libros.**

**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Ventas totales netas (Eur.)	1.730.422,0	2.063.211,4	502.332,1	564.759,4	293.676,6	202.141,5
Ventas en libros netas (Eur.)	1.468.636,4	1.810.333,3	412.622,6	387.750,0	227.600,0	194.400,0
Porcentaje del libro sobre las ventas totales (%)	91,4	89,3	91,5	86,3	86,4	90,4

**Cuadro 8.**

Evolución de las ventas de la librería respecto al año anterior (en %).

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Superiores	64,3	64,3	50,0	52,9	48,1	52,0
Iguales	21,4	28,6	43,8	47,1	18,5	20,0
Inferiores	14,3	7,1	6,3	0,0	14,8	24,0
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0	18,5	4,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 8a.**

Evolución de las ventas de la librería a clientes presenciales habituales respecto a las del año anterior (en %).

Según el tamaño de la librería. Año 2003.

C. Valenciana	Grandes	Medianas- grandes	Medianas-pequeñas
Superiores	42,9	35,3	32,0
Iguales	35,7	41,2	52,0
Inferiores	0,0	17,6	8,0
Ns/Nc	21,4	5,9	8,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 8b.**

Evolución de las ventas de la librería a clientes presenciales esporádicos respecto a las del año anterior (en %).

Según el tamaño de la librería. Año 2003.

C. Valenciana	Grandes	Medianas- grandes	Medianas-pequeñas
Superiores	42,9	29,4	28,0
Iguales	21,4	52,9	32,0
Inferiores	14,3	5,9	16,0
Ns/Nc	21,4	11,8	24,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 8c.**

Evolución de las ventas de la librería por internet respecto a las del año anterior (en %).

Según el tamaño de la librería. Año 2003.

C. Valenciana	Grandes	Medianas- grandes	Medianas-pequeñas
Superiores	42,9	17,6	8,0
Iguales	7,1	23,5	12,0
Inferiores	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	7,1	0,0	4,0
No realizan	42,9	58,8	76,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 8d.**

Evolución de las ventas de la librería a clientes institucionales respecto a las del año anterior (en %).

Según el tamaño de la librería. 2003

C. Valenciana	Grandes	Medianas- grandes	Medianas-pequeñas
Superiores	42,9	29,4	24,0
Iguales	28,6	47,1	36,0
Inferiores	14,3	17,6	24,0
Ns/Nc	7,1	0,0	0,0
No realizan	7,1	5,9	16,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 8e.**

**Evolución de las ventas de la librería de best-sellers respecto a las del año anterior (en %).**

**Según el tamaño de la librería. 2003**

<b>C. Valenciana</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas- grandes</b>	<b>Medianas-pequeñas</b>
Superiores	57,1	35,3	20,0
Iguales	35,7	41,2	36,0
Inferiores	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	0,0	0,0	8,0
No realizan	7,1	23,5	36,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 8f.**

**Evolución de las ventas de la librería de libros de fondo respecto a las del año anterior (en %).**

**Según el tamaño de la librería. 2003**

<b>C. Valenciana</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas- grandes</b>	<b>Medianas-pequeñas</b>
Superiores	35,7	17,6	8,0
Iguales	42,9	41,2	52,0
Inferiores	14,3	23,5	8,0
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0
No realizan	7,1	17,6	32,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 8g.**

Evolución de las ventas de la librería de libro escolar respecto a las del año anterior (en %).

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.

<b>C. Valenciana</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas- grandes</b>	<b>Medianas- pequeñas</b>
Superiores	14,3	5,9	28,0
Iguales	42,9	58,8	12,0
Inferiores	14,3	5,9	20,0
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0
No realizan	28,6	29,4	40,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 9.**

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

**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Ventas en libros	91,4	89,3	91,5	86,3	86,5	90,4
Ventas en revistas y quiosco	4,7	4,8	3,8	8,7	2,6	0,9
Ventas en papelería	1,4	5,2	3,8	4,4	5,8	7,1
Ventas en música y vídeo	0,2	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0
Ventas en otros artículos	2,2	0,8	0,0	0,6	5,1	1,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 10.**

**Porcentaje de ventas de la librería por lengua de publicación (en %).**

**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Libros en castellano	88,8	80,0	79,4	71,8	56,2	79,3
Libros en valenciano	6,4	12,7	16,3	12,4	30,9	9,9
Libros en otras lenguas oficiales de España	0,4	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Libros en lengua extranjera	4,3	6,3	4,3	15,8	12,8	10,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 11.**

**Composición de las ventas en libros según la materia (en %).**

**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Ventas en libros de texto escolar	7,8	10,6	20,1	20,9	13,6	10,8
Ventas en libros de texto universitario	9,7	19,6	9,3	13,1	12,3	16,7
Ventas en el resto de libros	82,5	69,8	70,7	66,0	74,1	72,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 12.**

**Porcentaje de librerías según la dimensión del fondo de libros (en %).**

**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Menos de 3.000 ejemplares	0,0	0,0	0,0	0,0	8,3	0,0
De 3.000 a 5.000 ejemplares	0,0	0,0	0,0	7,7	12,5	43,5
De 5.001 a 10.000 ejemplares	14,3	0,0	20,0	23,1	37,5	26,1
De 10.001 a 25.000 ejemplares	21,4	41,7	40,0	61,5	33,3	30,4
Más de 25.000 ejemplares	64,3	58,3	40,0	7,7	8,3	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### 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 13.**

**Ratios de actividades básicas de la librería.**

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Meses trabajados / superficie total (meses / m <sup>2</sup> )	0,25	0,22	0,23	0,23	0,15	0,17
Ventas totales / superficie total (Eur. / m <sup>2</sup> )	3.859,4	3.012,7	3.364,6	3.354,2	1.815,6	1.605,6
Ventas en libros / superficie total libro (Eur. / m <sup>2</sup> )	3.807,1	3.085,3	3.130,8	3.582,0	1.602,9	1.750,6
Ventas totales / meses trabajados (Eur. / meses)	15.634,2	15.503,5	11.116,6	13.020,4	10.978,6	8.964,1

#### A.1.4. Datos de gestión de la librería

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

Más concretamente, las cuestiones contempladas son:

- **el grado de informatización de la librería:** las nuevas tecnologías de la información tienen una progresiva presencia en las librerías. Estos equipamientos permiten una mejora de la **gestión del establecimiento**, muy especialmente en el ámbito económico y logístico. En la presente ficha, se hace referencia concreta a los siguientes aspectos:
  - informatización en la gestión de las existencias,
  - propiedad del software utilizado.
- **la frecuencia de acceso a Internet** para obtener información sobre Catálogos de Libros y bases de datos sobre productos (ISBN, ...)
- **los sistemas de pedido** utilizados por la librería (pedidos por teléfono, fax, ordenador-módem-fax, a través de representante comercial y otros sistemas).
- **el promedio del descuento** concedido por los proveedores.
- el **número de distribuidores de libros** con los que trabaja.
- la **disponibilidad de servicio de pedido** a los clientes.

- La **cantidad de pedidos** gestionados mensualmente.
- La disponibilidad de **servicio de telecompra**.
- La realización de **actividades culturales** por parte de la librería.
- **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.

**Cuadro 14.**

**Distribución aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas funcionales (en %).**

**Según el tamaño de la librería. 2003**

	Grandes	Medianas- grandes	Medianas-pequeñas
Ventas, atención al cliente y marketing	54,8	67,2	65,8
Gestión /informatización de pedidos, existencias y devoluciones	29,3	22,0	23,4
Dirección general y gestión administrativa	15,9	10,8	10,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 15.**

**Informatización de la librería (en %).**

**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Informatización de las existencias de la librería						
Sí	92,9	92,9	93,8	82,4	88,9	95,8
No	7,1	7,1	6,3	17,6	11,1	4,2
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

**Cuadro 16.**

**Tipo de programa utilizado por la librería (en %).**

**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Programa propio	69,2	61,5	40,0	35,7	33,3	26,1
Programa adquirido	30,8	38,5	53,3	64,3	62,5	73,9
Ns/Nc	0,0	0,0	6,7	0,0	4,2	0,0

**Cuadro 17.**

Frecuencia de acceso a Internet (en %).

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Siempre	71,4	78,6	43,8	52,9	48,1	70,8
Muy frecuentemente	14,3	14,3	18,8	23,5	7,4	16,7
Frecuentemente	14,3	7,1	12,5	5,9	18,5	4,2
Algunas veces	0,0	0,0	6,3	5,9	14,8	4,2
Nunca	0,0	0,0	12,5	11,8	11,1	4,2
NS/NC	0,0	0,0	6,3	0,0	0,0	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 18.**

**Sistemas de pedido de la librería (en %).  
Por tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Pedido a través de visita comercial	16,5	8,7	8,9	5,3	11,8	8,5
Pedido por teléfono	11,9	14,0	19,8	15,6	21,5	28,9
Pedido por fax	56,1	48,5	60,7	62,4	58,0	50,2
Pedido por ordenador-módem	15,4	15,8	10,0	7,4	5,7	10,0
Otros sistemas de pedido	0,0	13,1	0,7	9,4	3,0	2,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 19.**

**Análisis del descuento medio otorgado por los proveedores (en %).  
Según el tamaño de la empresa. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Descuento medio	29,5	30,7	27,6	26,9	26,3	27,3

**Cuadro 20.**

**Número de distribuidores de libros con los que trabaja.**

**Según el tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Número de distribuidores	158,2	81,2	57,8	29,1	26,1	32,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 21.**

**Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes (en %).**

**Por tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Sí	100,0	100,0	100,0	100,0	88,9	100,0
No	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 22.**  
**Cantidad de pedidos gestionados mensualmente (en %).**  
**Por tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Menos de 26 pedidos	7,1	0,0	6,3	5,9	12,5	12,0
De 26 a 50 pedidos	0,0	7,1	6,3	5,9	20,8	20,0
De 51 a 100 pedidos	0,0	7,1	12,5	29,4	0,0	20,0
De 101 a 200 pedidos	14,3	21,4	12,5	17,6	41,7	16,0
De 201 a 300 pedidos	28,6	7,1	18,8	17,6	4,2	16,0
Más de 300 pedidos	42,9	50,0	37,5	17,6	16,7	8,0
Ns/Nc	7,1	7,1	6,3	5,9	4,2	8,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 23.**

**Disponibilidad de servicio de telecompra (en %).**

**Por tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Sí	57,1	100,0	25,0	41,2	22,2	36,0
No	42,9	0,0	56,3	58,8	70,4	64,0
Ns/Nc	0,0	0,0	18,8	0,0	7,4	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cuadro 24.**  
**Realización de actividades culturales (en %).**  
**Por tamaño de la librería. Años 2002-2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas- grandes		Medianas-pequeñas	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Publicación de catálogos	69,2	85,7	35,7	40,0	26,3	56,5
Edición de revistas	23,1	42,9	7,1	20,0	0,0	17,4
Conciertos	15,4	28,6	0,0	6,7	0,0	4,3
Premios	23,1	50,0	21,4	13,3	10,5	21,7
Presentación de libros	92,3	28,6	92,9	33,3	73,7	17,4
Conferencias	61,5	92,9	35,7	73,3	31,6	56,5
Cine-forum	7,7	35,7	0,0	20,0	0,0	4,3
Animación a la lectura	53,8	14,3	35,7	0,0	31,6	0,0
Campañas en escuelas	38,5	42,9	28,6	46,7	42,1	34,8
Exposiciones	30,8	42,9	28,6	40,0	47,4	26,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**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 que tiene una misma empresa.**

#### Cuadro 25.

**Análisis del número de puntos de venta de las empresas (en %).  
Según el tamaño de la empresa. Año 2003.**

	Dispone de más de un punto de venta	Sólo dispone de un punto de venta
<b>Grandes</b>		
2003	62,5	37,5
<b>Medianas-Grandes</b>		
2003	100,0	0,0
<b>Medianas-pequeñas</b>		
2003	20,0	80,0

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

- El resultado de cualquier actividad empresarial se obtiene de la diferencia entre **ingresos** percibidos y **gastos** realizados. La evolución de estas dos variables determina el sentido positivo o negativo del resultado de la gestión económica de la librería. En consecuencia, un análisis detallado de dichas variables aporta información de gran importancia para el negocio.
  
- Este apartado de la *Ficha B de Indicadores de Gestión de la Librería* tiene por objeto el estudio de las cinco cuestiones siguientes:
  - **análisis de los ingresos;**
  - **análisis de los gastos;**
  - **análisis de los activos: rotación y productividad;**
  - **análisis del endeudamiento;**
  - **análisis del margen bruto y del valor añadido.**
  
- Esta información tiene, como interés prioritario, el análisis comparativo de las magnitudes promedio del sector con los datos particularizados de cada librería. Este análisis se ha proporcionado de forma confidencial e individualizada a cada empresa (ver Modelos de Fichas en el Anexo 2).
  
- Sin embargo, **el estudio agregado a ámbito sectorial de este apartado del trabajo permite identificar ciertas cuestiones clave relativas a las características económicas del negocio librero, y compararlas con el conjunto del comercio minorista en España.**

### A.2.2.1. Análisis de los ingresos

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

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

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

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

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

- **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.

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

**Cuadro 26**

**Análisis de los ingresos de la librería.**

**Según el tamaño de la empresa. Año 2003.**

<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas-grandes</b>	<b>Medianas-pequeñas</b>
Promedio de ventas diarias (Euro/día)	3.575,8	1.205,1	513,8
Promedio del coste diario de las ventas en libros (Euro/ día)	2.506,5	887,5	374,8
Estimación del coste de los libros vendidos (Euro)	902.328,8	319.483,5	134.939,1

#### 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 27**

**Compras de la librería.**

**Según el tamaño de la empresa. Año 2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes	Medianas-grandes	Medianas-pequeñas
Compras totales (Euro)	1.130.380,3	452.303,7	198.587,6
Compras en libros (Euro)	963.211,0	333.023,8	134.573,9
Importancia de las compras en libros (%)	85,2	73,6	67,8

**Cuadro 28.**  
**Otros gastos de la librería.**  
**Según el tamaño de la empresa. Año 2003**

Comunidad Valenciana	Grandes	Medianas-grandes	Medianas-pequeñas
Gastos de personal (Euro)	228.735,2	75.237,8	45.684,0
Gastos financieros (Euro)	7.924,9	3.487,5	4.074,4
Otros gastos de explotación	98.525,4	44.277,0	23.927,0
% Gastos de personal sobre ingresos totales	15,13	12,78	16,54

**Cuadro 29**  
**Porcentaje de gasto en personal sobre el total de ingresos en los sectores del comercio minorista en España.**  
**Por tamaño de empresa. 1999**

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

Nota: empresa grande o mediana (de facturación anual superior a 790 M PTA) y empresa pequeña (de facturación anual igual o inferior a 790 M PTA).  
Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Cuadro 30.**  
**Existencias de la librería, rotación y días para venderlas.**  
**Según el tamaño de la empresa. Año 2003**

<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas-grandes</b>	<b>Medianas-pequeñas</b>
Existencias iniciales (Euro)	362.380,1	173.179,3	90.953,5
Existencias finales (Euro)	410.907,6	164.843,6	96.316,1
Existencias medias (Euro)	386.643,9	169.011,4	93.634,8
Rotación del promedio de existencias	6,79	5,08	4,20
Días para vender las existencias (días)	141,32	149,44	181,84

**Cuadro 31**

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

**Por tamaño de empresa. 1999**

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

Notas:

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

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

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

**Cuadro 32**

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

**Por tamaño de empresa. 1999**

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

Notas:

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

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

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

**Cuadro 33**

**Productividad y rotación de los activos de la librería.**

**Según el tamaño de la empresa. Año 2003.**

<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas-grandes</b>	<b>Medianas-pequeñas</b>
Productividad de los activos totales	0,68	0,58	0,64
Rotación de los activos totales	1,86	2,49	1,72

**Cuadro 34**

**Rotación de los activos totales (Ventas / Total activo) en los sectores del comercio minorista de España.**

**Por tamaño de empresa. 1999**

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

Notas:

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

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

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

#### A.2.2.4. Análisis del endeudamiento

- En el desarrollo de su actividad, la librería puede haber contraído la obligación de satisfacer o reintegrar dinero a un tercero (una entidad financiera), en virtud de un préstamo otorgado previamente. Las causas del endeudamiento pueden ser muy variadas: desde la necesidad de resolver un problema de tesorería a corto plazo, hasta el reto que supone afrontar una inversión para la remodelación del negocio con una perspectiva a largo plazo.
- Para el análisis del endeudamiento de las librerías, se han planteado los indicadores siguientes:
  - **Ratio de endeudamiento.** Indica la relación de la deuda con el pasivo. En general, hay que considerar que el valor óptimo de esta *ratio* se sitúa entre 0,5 y 0,6. Una cifra superior a 0,6 indicaría que el volumen de deudas es excesivo, y que la empresa está en proceso de perder autonomía financiera ante terceros (en otras palabras, se está descapitalizando). De forma contraria, si la cifra es inferior a 0,5, habría que considerar si la empresa tiene un exceso de capital propio.

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

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

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

- **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 35**

**Endeudamiento de la librería.**

**Según el tamaño de la librería. Año 2003.**

<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas-grandes</b>	<b>Medianas-pequeñas</b>
<i>Ratio de endeudamiento</i>	0,74	0,68	0,81
<i>Ratio de calidad de la deuda</i>	0,86	0,93	0,74
<i>Ratio de gastos financieros</i>	0,006	0,006	0,018
<i>Ratio de autonomía financiera</i>	0,46	0,72	0,41

**Cuadro 36**

**Ratio de endeudamiento (Deudas / Pasivo) en los sectores del comercio minorista de España.**

**Por tamaño de empresa. 1999**

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

Notas:

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

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

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

**Cuadro 37**

**Calidad de la deuda (Deuda A.C.P. / Deudas) en los sectores del comercio minorista de España.**

**Por tamaño de empresa. 1999**

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

Notas:

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

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

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

#### A.2.2.5. Análisis del valor añadido bruto

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

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

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

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

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

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

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

- **Porcentaje del valor añadido.**

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

**Cuadro 38**

**Margen bruto y Valor añadido bruto.  
Según el tamaño de la librería. Año 2003.**

Comunidad Valenciana	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Margen bruto	380.403,8	129.641,3	77.179,7
<i>Ratio</i> del margen bruto	25,02	24,27	28,27
Valor añadido	281.878,4	85.364,2	53.252,7
<i>Ratio</i> del valor añadido	18,13	15,31	18,95

**Cuadro 39**

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

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

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

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

**Cuadro 40**

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

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

Notas:

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

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

Fuente: KPMG, "Ratios sectoriales", Edición 2002

## **Anexo 2.) Metodología del trabajo**

## **Presentación**

- Este anexo de metodología del trabajo del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión Económica de la Librería contiene:
  - a) En primer lugar, la información sobre el nivel de respuesta conseguido en cada pregunta;
  - b) En segundo lugar, los modelos de las fichas enviadas a las librerías (donde aparecen los promedios obtenidos por cada valor o indicador).

**a.) Niveles de respuesta**

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).**  
**Por indicadores de la Ficha. Año 2003**

Descripción	Grandes	Medianas-grandes	Medianas-pequeñas
Tipología de la librería	100,0	100,0	100,0
Asociación a la que pertenece la librería	100,0	100,0	96,0
Superficie de acceso al público	85,7	94,1	96,0
Superficie de almacén	85,7	94,1	96,0
Otras superficies	85,7	94,1	96,0
Superficie total	85,7	94,1	100,0
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de acceso	78,6	100,0	96,0
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de almacén	78,6	94,1	88,0
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie total	85,7	94,1	88,0
Número de trabajadores fijos	100,0	100,0	100,0
Número de trabajadores eventuales	100,0	100,0	96,0
Número de meses trabajados por el total de los trabajadores	92,9	100,0	96,0
Número de días semanales de apertura de la librería	100,0	100,0	100,0
Número de horas semanales de apertura de la librería	100,0	100,0	100,0
Ventas totales (euro)	64,3	47,1	40,0
Ventas de libros (euro)	64,3	47,1	40,0
Distribución de ventas por productos	92,9	100,0	100,0
Distribución del tiempo de trabajo según funciones	71,4	70,6	68,0
Porcentaje de descuento otorgado por los proveedores	92,9	94,1	92,0

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).**  
**Por indicadores de la Ficha. Año 2003 (Continuación)**

Descripción	Grandes	Medianas-grandes	Medianas-pequeñas
Distribución de las ventas según la lengua de publicación	92,9	94,1	92,0
Evolución de las ventas del último año	100,0	100,0	100,0
Evolución de las ventas del último año por topología de clientes	100,0	100,0	100,0
Evolución de las ventas del último año por topología de productos	100,0	100,0	100,0
Meses trabajados / superficie total (meses/ m <sup>2</sup> )	85,7	94,1	96,0
Ventas totales / superficie total (euro/ m <sup>2</sup> )	57,1	47,1	40,0
Ventas en libros / superficie total (euro/ m <sup>2</sup> )	57,1	47,1	40,0
Ventas totales/ meses trabajados (euro / meses)	64,3	47,1	40,0
Distribución según el sistema de pedido	92,9	100,0	100,0
Informatización de las existencias	100,0	100,0	96,0
Tipología de programa	100,0	100,0	100,0
Frecuencia de acceso a Internet	100,0	100,0	96,0
Composición de las ventas totales en libros	85,7	88,2	100,0
Número de distribuidores	92,9	88,2	92,0
Dimensión del fondo de libros	85,7	76,5	92,0
Realización de actividades	100,0	88,2	92,0
Servicio de pedido a clientes	100,0	100,0	100,0
Cantidad de pedidos a clientes gestionada	100,0	100,0	100,0
Servicio de telecompra a clientes	100,0	100,0	100,0

**Ficha B. Nivel de respuesta de las librerías. Año 2003**  
**Por indicadores de la ficha**

Descripción	Grandes	Medianas grandes	Medianas pequeñas
Propiedad de más de una librería	100,0	100,0	62,5
Descuento medio otorgado por los proveedores	92,9	94,1	92,0
Media de ventas diarias	100,0	100,0	100,0
Media del coste diario de las ventas	100,0	100,0	100,0
Estimación del coste de las ventas	100,0	100,0	100,0
Compras totales	100,0	100,0	100,0
Compras en libros	100,0	100,0	100,0
Importancia de las compras en libros	100,0	100,0	100,0
Gastos de personal	100,0	100,0	100,0
Gastos financieros	100,0	100,0	100,0
Otros gastos de explotación	100,0	100,0	100,0
Existencias iniciales	100,0	100,0	100,0
Existencias finales	100,0	100,0	100,0
Existencias medias	100,0	100,0	100,0
Rotación de las existencias	100,0	100,0	100,0
Días para vender las existencias	100,0	100,0	100,0
Productividad de los activos totales	100,0	100,0	100,0
Rotación de los activos totales	100,0	100,0	100,0
Ratio de endeudamiento	100,0	100,0	100,0
Ratio de la calidad de la deuda	100,0	100,0	100,0
Ratio de gastos financieros	100,0	100,0	100,0
Ratio de autonomía financiera	100,0	100,0	100,0

**Ficha B. Nivel de respuesta de las librerías. Año 2003**  
**Por indicadores de la ficha (Continuación)**

Descripción	Grandes	Medianas grandes	Medianas pequeñas
Margen bruto	100,0	100,0	100,0
Porcentaje margen bruto sobre ventas	100,0	100,0	100,0
Valor añadido bruto (VAB)	100,0	100,0	100,0
VAB sobre las ventas	100,0	100,0	100,0

**b.) Fichas enviadas a las librerías**

### **Anexo 3.) Estructura y descriptivo de la base de datos**

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Datos de contacto*.**

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
Referencia	Numérico	Referencia del cuestionario
Nomlib	Texto	Nombre completo de la librería
Vía	Texto	Vía donde se encuentra la librería
Númvia	Texto	Número de vía donde se encuentra la librería
CP	Texto	Código postal de la librería
Municipio	Texto	Municipio de la librería
CCAA	Texto	Comunidad Autónoma de la librería
Teléfono	Texto	Número de teléfono de la librería
Fax	Texto	Número de fax de la librería
Mail	Texto	Correo electrónico de la librería
Web	Texto	Página web de la librería
Persona	Texto	Persona de contacto
Nomresp	Texto	Persona responsable de la librería
Nomempr	Texto	Nombre de la empresa a la que pertenece la librería
Munsede	Texto	Municipio de la sede principal de la l'empresa
Maslib	Numérico	La empresa cuenta con más librerías: 1 =Sí 2 =No 9 =NS/NC
nomlib1	Texto	Nombre de la librería A
nomlib2	Texto	Nombre de la librería B
nomlib3	Texto	Nombre de la librería C
nomlib4	Texto	Nombre de la librería D
nomlib5	Texto	Nombre de la librería E
nomlib6	Texto	Nombre de la librería F
munlib1	Texto	Municipio de la librería A
munlib2	Texto	Municipio de la librería B
munlib3	Texto	Municipio de la librería C
munlib4	Texto	Municipio de la librería D
munlib5	Texto	Municipio de la librería E
munlib6	Texto	Municipio de la librería F

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento*.**

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
Código <sup>3</sup>	Numérico	Código de referencia de la librería
Tipo	Numérico	Tipo de librería: 1 = librería general 2 = librería especializada 3 = librería general con especialización 9 = NS/NC
Tamaño	Numérico	Tamaño de la librería por tramos de facturación en ¤ 1 = menos de 150.000 ¤ 2 = de 150.000 a 300.000 ¤ 3 = de 300.000 a 600.000 ¤ 4 = de 600.000 a 3.000.000 ¤ 5 = más de 3.000.000 ¤ 9 = NS/NC
Asociación	Numérico	Pertenencia a alguna asociación: 1= sólo a CEGAL 2= sólo al gremio provincial de librereros 3= a ambas 4= a ninguna 9= NS/NC
Supacc	Numérico	Superficie en m <sup>2</sup> del área de acceso al público
nnsupac	Numérico	Indica si el campo Supacc ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Supalm	Numérico	Superficie en m <sup>2</sup> del almacén
nssupalm	Numérico	Indica si el campo Supalm ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Ressup	Numérico	Superficie en m <sup>2</sup> de la resta de la librería
nsressup	Numérico	Indica si el campo Ressup ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Suptot	Numérico	Superficie en m <sup>2</sup> del total de la librería

<sup>3</sup> El código es una referencia numérica asignada a cada una de las librerías que han contestado el cuestionario, creado a efectos de garantizar la absoluta confidencialidad de los datos proporcionados.

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento* (continuación).**

Campo	Tipo	Descripción del campo
nsuptot	Numérico	Indica si el campo Suptot ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Supacc2	Numérico	% aproximado de la superficie del área de acceso al público
nsacc	Numérico	Indica si el campo Supacc2 ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Supalm2	Numérico	% aproximado de la superficie del almacén
nsalm	Numérico	Indica si el campo Supalm2 ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Suptot2	Numérico	% aproximado de la superficie total destinada a libros
nstot	Numérico	Indica si el campo Suptot2 ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Trabfij	Numérico	Número de empleados fijos
nstfij	Numérico	Indica si el campo Trabfij ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Trabev	Numérico	Número de empleados eventuales
nstev	Numérico	Indica si el campo Trabev ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Trabtot	Numérico	Número total de empleados
nsttot	Numérico	Indica si el campo Trabtot ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento* (continuación).**

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
Mesfij	Numérico	Número de meses trabajados por empleados fijos
nsmfij	Numérico	Indica si el campo Mesfij ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Mesev	Numérico	Número de meses trabajados por empleados eventuales
nsmev	Numérico	Indica si el campo Mesev ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Mestot	Numérico	Número total de meses trabajados
nsmetot	Numérico	Indica si el campo Mestot ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
distrvent	Numérico	Tiempo en meses destinado a las tareas de ventas, atención al cliente y marketing. Puede contestarse este campo o el siguiente.
distrventporc	Numérico	Porcentaje sobre el total de tiempo trabajado, destinado a las tareas de ventas, atención al cliente y marketing
nsdistrvent	Numérico	Indica si el campo Distrvent o Distrventporc ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
distrgest	Numérico	Tiempo en meses destinado a las tareas de gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones. Puede contestarse este campo o el siguiente.
distrgestporc	Numérico	Porcentaje sobre el total de tiempo trabajado, destinado a las tareas de gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento* (continuación).**

Campo	Tipo	Descripción del campo
nsdistrgest	Numérico	Indica si el campo Distrgest o Distrgestporc ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
distrdirecc	Numérico	Tiempo en meses destinado a las tareas de dirección general y gestión administrativa. Puede contestarse este campo o el siguiente.
distrdireccporc	Numérico	Porcentaje sobre el total de tiempo trabajado, destinado a las tareas de dirección general y gestión administrativa
nsdistrdirecc	Numérico	Indica si el campo Distrdirecc o Distrdireccporc ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
distrtot	Numérico	Tiempo total en meses trabajado por el conjunto de trabajadores de la librería
distrtotperc	Numérico	El porcentaje total de tiempo trabajado, en caso de haber contestado porcentualmente debe ser la suma de los tres anteriores y por tanto 100%.
nsdistrtot	Numérico	Indica si el campo Distrtot o Distrtotperc ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Días	Numérico	Número de días semanales de apertura de la librería
nsdia	Numérico	Indica si el campo Días ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Horas	Numérico	Número d'horas semanales de apertura de la librería
nshora	Numérico	Indica si el campo Horas ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento* (continuación).**

Campo	Tipo	Descripción del campo
Ventlib	Numérico	% de ventas en libros
Ventrev	Numérico	% de ventas en revista i quiosco
Ventpap	Numérico	% de ventas en papelería
Ventmus	Numérico	% de ventas en música i vídeo
Venot	Numérico	% de ventas en otros productos
Prodesp	Texto	Especificación de otros productos
nsprod	Numérico	Indica si los campos Ventlib, Ventrev, Ventpap, Ventmus y Venot ha sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrán indicada una respuesta)
complibesc	Numérico	% de ventas en libros escolares
complibuni	Numérico	% de ventas en libros universitarios
complibresto	Numérico	% de ventas en otras materias de libros
complibttotal	Numérico	Suma de los % de ventas de libros escolares, universitarios y resto de materias. Debe sumar 100%.
nscomplib	Numérico	Indica si los campos complibesc, complibuni, complibresto y complibttotal ha sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrán indicada una respuesta)
Ventas	Numérico	Ventas totales netas en libros al año en miles de euros
nsventa	Numérico	Indica si el campo Ventas ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Descuento	Numérico	Promedio, en porcentaje, del descuento otorgado por proveedores
nsdesc	Numérico	Indica si el campo Descuento ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento* (continuación).**

Campo	Tipo	Descripción del campo
Evolventas	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas totales 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventpresclihab	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas a clientes presenciales habituales 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventprescliesp	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas a clientes presenciales esporádicos 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventporint	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas por internet 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventcliinst	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas a clientes institucionales 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventbest	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas de best-sellers 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento* (continuación).**

Campo	Tipo	Descripción del campo
Ventlibfon	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas de libro de fondo 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventlibesc	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas de libro escolar 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventotras	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: primera opción para otras ventas 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventotrastxt	Texto	Especificación de las otras ventas
Ventotras2	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: segunda opción para otras ventas 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventotrastxt2	Texto	Especificación de las segundas otras ventas
Ventcas	Numérico	Porcentaje de libros vendidos en castellano
Ventval	Numérico	Porcentaje de libros vendidos en valenciano
Ventatot	Numérico	Porcentaje de libros vendidos en otras lenguas oficiales del Estado
Ventex	Numérico	Porcentaje de libros vendidos en lengua extranjera
nslengua	Numérico	Indica si los campos Ventcas, Ventval, Ventatot y Ventex ha sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrán indicada una respuesta)

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento* (continuación).**

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
Numaprox	Numérico	Número de distribuidores con los que trabaja la librería
nsnumaprox	Numérico	Indica si el campo Distrib ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Pedvis	Numérico	% de pedidos mediante la visita del representante
Pedtel	Numérico	% de pedidos por teléfono
Pedfax	Numérico	% de pedidos por fax
Pedord	Numérico	% de pedidos por ordenador-modem
Pedot	Numérico	% de pedidos mediante otros sistemas
Pedesp	Texto	Especificación de otros sistemas de pedido
nspedido	Numérico	Indica si los campos Pedvis, Pedtel, Pedfax, Pedord y Pedot ha sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrán indicada una respuesta)
Dimfonlib	Numérico	Dimensión del fondo de libros: 1= Menos de 3.000 ejemplares 2= De 3.000 a 5.000 ejemplares 3= De 5.001 a 10.000 ejemplares 4= De 10.001 a 25.000 ejemplares 5= Más de 25.000 ejemplares 9= NS/NC
Activpublica	Numérico	Realiza publicación de catálogos: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
Activedicion	Numérico	Realiza edición de revistas: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivConc	Numérico	Realiza conciertos: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivPresen	Numérico	Realiza presentaciones de libros: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento* (continuación).**

Campo	Tipo	Descripción del campo
ActivConfer	Numérico	Organiza conferencias: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivCine	Numérico	Organiza cine-forum: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivAnim	Numérico	Realiza actividades de animación a la lectura: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivCampa	Numérico	Realiza campañas en escuelas: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivExpo	Numérico	Organiza exposiciones: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
nsActiv	Numérico	Indica si han sido contestados los campos anteriores referentes a las actividades de la librería: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrá indicada una respuesta)
Activpremios	Numérico	Organiza premios: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
Activpremiostxt	Texto	Detalle de la convocatoria de los premios
Servpedido	Numérico	Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes: 1 = sí 2 = no 9 = NS/NC
Servpedidonum	Numérico	Número de pedidos gestionados mensualmente: 1= Menos de 26 pedidos 2= De 26 a 50 pedidos 3= De 51 a 100 pedidos 4= De 101 a 200 pedidos 5= De 201 a 300 pedidos 6= Más de 300 pedidos 9= NS/NC

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Encuesta establecimiento* (continuación).**

Campo	Tipo	Descripción del campo
Servtelecomp	Numérico	Disponibilidad de servicio de telecompra: 1 = sí 2 = no 9 = NS/NC
Informat	Numérico	Gestión informatizada de las existencias: 1 = sí 2 = no 9 = NS/NC
Programa	Numérico	Utilización de tipo de programa: 1 = propio 2 = adquirido 9 = NS/NC
Accesbd	Numérico	Frecuencia de consultas a Internet: 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC

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

Año 2003

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

*Barcelona, 9 de Marzo de 2005*



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

Año 2003

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

*Barcelona, 9 de Marzo de 2005*

**Dirección**

Xavier Cubeles

**Técnicos**

Bea Ferrer (coordinación)

Meritxell Magrans



*Índice*

*páginas*

1. Introducción .....	1
1.1. Objetivos del estudio .....	2
1.2. Objeto y estructura del trabajo .....	3
1.3. Notas sobre la metodología del trabajo .....	7
1.4. La respuesta de las librerías .....	10
2. Principales resultados. Año 2003 .....	11
2.1. Resultados de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería .....	12
2.1.1. Introducción .....	13
2.1.2. Perfil de la librería .....	14
2.1.3. Dimensión y recursos .....	19
2.1.4. Productividad de la librería .....	27
2.1.5. El libro y la librería .....	31
2.1.6. Gestión de la librería .....	39
2.2. Resultados de la Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería .....	49
2.2.1. Introducción .....	50
2.2.2. Datos generales de la empresa .....	51
2.2.3. Análisis de los ingresos .....	53
2.2.4. Análisis de los gastos .....	55
2.2.5. Análisis de los activos .....	57
2.2.6. Análisis del endeudamiento .....	60
2.2.7. Análisis del valor añadido bruto .....	63

<b>Anexo 1.)</b>	Datos estadísticos 2002-2003 .....	67
	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 establecimientos .....	71
	A.1.1.2. El grado de pertenencia a gremios y asociaciones de librerías .....	73
	A.1.1.3. La superficie .....	75
	A.1.1.4. Los recursos humanos y de los horarios de apertura al público .....	77
	A.1.2. Ventas de la librería .....	79
	A.1.3. Ratios básicos de funcionamiento de la librería .....	91
	A.1.4. Datos de gestión de la librería .....	93
	A.2.1. Datos generales .....	103
	A.2.2. Datos económicos y ratios de funcionamiento de la librería .....	104
	A.2.2.1. Análisis de los ingresos .....	105
	A.2.2.2. Análisis de los gastos .....	106
	A.2.2.3. Análisis de los activos: rotación y productividad .....	109
	A.2.2.4. Análisis del endeudamiento .....	112
	A.2.2.5. Análisis del margen bruto y del valor añadido .....	119
		123
<b>Anexo 2.)</b>	Metodología de trabajo .....	128
	a. Niveles de respuesta .....	130
	b. Fichas enviadas a las librerías .....	133
<b>Anexo 3.)</b>	Estructura y descriptivo de la base de datos de trabajo .....	172