

**Sistema de Indicadores de la Librería
de la Comunidad Valenciana**
Año 2009

**Generalitat Valenciana
Conselleria de Cultura i Esport**

Barcelona, diciembre de 2010



**Sistema de Indicadores de la Librería
de la Comunidad Valenciana**
Año 2009

**Generalitat Valenciana
Conselleria de Cultura i Esport**

Barcelona, diciembre de 2010

Dirección

Miquel Flamarich

Coordinación

Bea Ferrer

David Terol

Técnicos

Roser Masjuan

Óscar Jarque

Meritxell Jiménez

Daniel Llera

Elisabeth Pacheco

Lorena Solano

David Vidal

Alberto Villar



Índice

	<i>páginas</i>
1. Introducción	1
1.1. Objetivos del estudio	2
1.2. Objeto y estructura del trabajo	4
2. Resultados de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería . Año 2009	6
2.1. Introducción	7
2.2. Perfil de la librería	8
(Tipología y nivel de agremiación)	
2.3. Dimensión y recursos de la librería	15
(Ventas, superficie, recursos humanos y tiempo de trabajo)	
2.4. Productividad de la librería	27
(Ratios de ventas por superficie y tiempo trabajado y de tiempo trabajado por superficie)	
2.5. El libro y la librería	32
(Superficie detallada, composición de las ventas, lengua de publicación, canal de compra, realización de actividades)	
2.6. Gestión de la librería	55
(Distribución del trabajo por tareas, sistemas de pedido, descuento, composición de existencias, novedades, estoc, devoluciones, grado de informatización y utilización de herramientas telemáticas –incluido el SINLI-, innovaciones realizadas, venta de lectores de libro electrónico y conocimiento y aplicación de normas CSL)	
3. Resultados de la Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería. Año 2008	123
3.1. Introducción	124
3.2. Datos generales de la empresa	126
3.3. Análisis de los ingresos	128
(Promedio de ventas diarias y estimación del coste de las ventas)	
3.4. Análisis de los gastos	131
(Compras, gastos de personal y otros gastos)	
3.5. Análisis de la liquidez	137
(Ratios de liquidez, tesorería, disponibilidad y fondo de maniobra)	

3.6.	Análisis de los activos	142
	(Volumen y rotación de existencias, rotación de activos)	
3.7.	Análisis del endeudamiento	150
	(Ratios de endeudamiento, de calidad de la deuda, de gastos financieros y de autonomía financiera)	
3.8.	Análisis del margen bruto	154
	(Margen bruto y valor añadido sobre ventas)	
3.9.	Análisis de la rentabilidad	156
	(Rentabilidad económica y beneficios sobre ventas)	
Anexo		
a)	Nota metodológica	160
b)	La respuesta de las librerías	162
c)	Cuestionario	165
d)	Niveles de respuesta	170
e)	Descriptivo de la base de datos	180

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 i Esport de la Generalitat Valenciana** decidió 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).

El estudio se genera 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, **el estudio tiene un triple objetivo:**

- **Conocer el posicionamiento de cada una de las librerías en particular respecto de otras librerías de características similares.**

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

- **Hacer un seguimiento de la evolución de las principales magnitudes económicas de las empresas del sector de las librerías en la Comunidad Valenciana.** Con los datos obtenidos se elabora este informe sectorial.
- Profundizar en el conocimiento de la economía de la librería, para **proponer líneas de mejora de su gestión y de sus estrategias empresariales.**

1.2. Objeto y estructura del trabajo

Para hacer posible un análisis comparativo entre librerías similares, se ha mantenido la clasificación de los establecimientos utilizada el año 2006 que, en comparación con la de estudios anteriores, divide el grupo de librerías grandes (es decir que tienen una facturación anual en libros superior a los 600.000 €) en dos categorías. Así, la clasificación de librerías utilizada para la presente edición (2009) del estudio es la siguiente:

- **Librerías muy grandes:** superior a 1.500.000 €.
- **Librerías grandes:** entre 600.000 € y 1.500.000 €.
- **Librerías medianas-grandes:** entre 300.000 € y 600.000 €.
- **Librerías medianas-pequeñas:** entre 150.000 € y 300.000 €.

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

Se ha elaborado la **Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería**, que contiene la información básica de la librería considerándola como establecimiento comercial a partir de la consulta realizada en los meses de mayo y junio de 2010, sobre la actividad en el 2009, permitiendo disponer de los datos anuales con una mayor anticipación en el tiempo.

En cambio, los datos de la **Ficha B de Indicadores de Gestión Económica** -que tiene por objeto la empresa titular de la librería- correspondientes al año 2009 no estarán disponibles en los Registros Mercantiles hasta finales de año, determinándose pues, que los datos correspondientes a la ficha B, fueran los del último ejercicio disponible (en este caso, los del año 2008).

Finalmente, se ha modificado el presente documento de presentación de los resultados, respecto a la estructura de años precedentes:

- **El análisis de los principales resultados** se presenta, en dos apartados principales (el 2 con los resultados de la ficha A y el 3 con los de la ficha B), mediante un breve texto en el que se intenta reflejar los resultados más relevantes, gráficos con los resultados de los últimos 5 años y tablas comparativas con los resultados de todas las ediciones del estudio (información elaborada durante el periodo 2002-2009, excepto para aquellas preguntas incluidas en versiones posteriores del cuestionario, que figuran a partir del año de su incorporación). También se incluye, cuando es necesario, la descripción del contenido y metodología de elaboración de cada uno de los indicadores.
- **El anexo de la metodología del trabajo** contiene una breve descripción de la metodología utilizada, el cuestionario utilizado, la respuesta global de las librerías y el nivel de respuesta conseguido para cada pregunta, y finalmente, el descriptivo de la base de datos.

**2.) Resultados de la Ficha A de
Indicadores de Gestión Económica de la Librería
Año 2009**

2.1. Introducción

El análisis de los resultados de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería se ha estructurado en los siguientes cinco apartados:

- a) **Perfil de la librería:** tipología de establecimientos y grado de pertenencia al gremio/asociaciones.
- b) **Dimensión y recursos de la librería:** ventas, superficie, trabajadores, meses trabajados, horas de apertura semanal, días de apertura semanal.
- c) **Productividad de la librería:** ventas totales/superficie total, ventas en libros/superficie total ocupada por libros, ventas totales/meses trabajados, meses trabajados/superficie total.
- d) **El libro y la librería:** proporción de la superficie ocupada por el producto libro y superficie del establecimiento, composición de las ventas (según el tipo de producto, de libros según la lengua de publicación y el tipo de libros, y según el canal de compra utilizado por los clientes), realización de otras actividades relacionadas con el libro (edición, distribución e imprenta/artes gráficas) y organización de actividades de dinamización de la lectura.
- e) **Gestión de la librería:** distribución del trabajo realizado por tareas y funciones, sistemas de pedido a proveedores, descuento otorgado por los proveedores, composición de las existencias, sistema de recepción de novedades, ejemplares en estoc, devoluciones, grado de informatización y programa utilizado, comunicación electrónica con los proveedores y utilización de bases de datos telemáticas, utilización y valoración del SINLI, introducción de innovaciones radicales o relevantes en la empresa y finalmente, venta de lectores de libro electrónico y conocimiento y aplicación de la normas CSL.

2.2. Perfil de la librería

Las librerías según su tipología

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

Clasificación de las librerías por tipologías

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

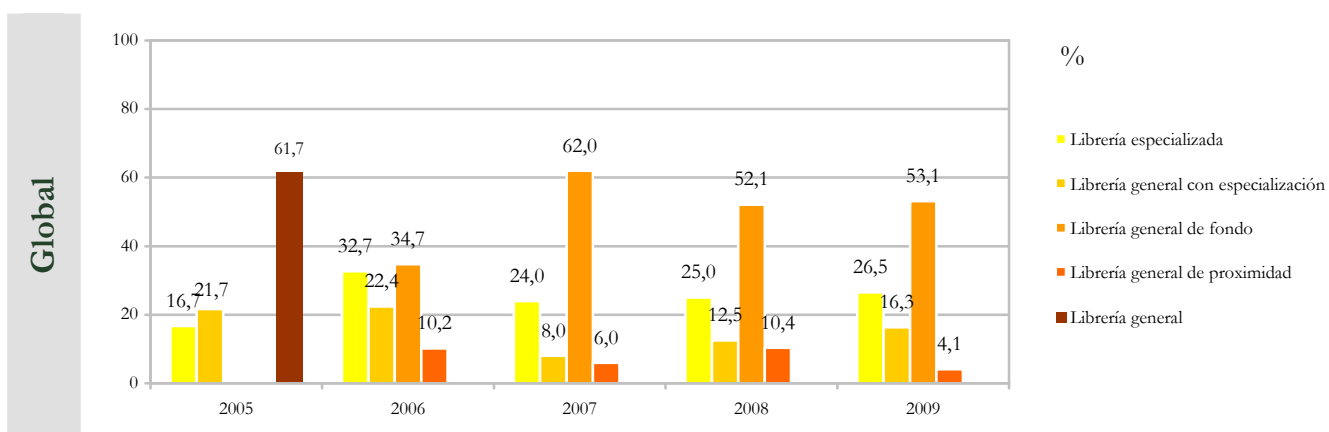
Globalmente consideradas, la tipología de librería que tiene una presencia dominante en la Comunidad Valenciana es la de las librerías generales de fondo (53,1%). A continuación, se posicionan las librerías especializadas (26,5%), las librerías generales con especialización (16,3%) y las librerías generales de proximidad (4,1%). En relación con los establecimientos encuestados, el año 2008, se observa un descenso de un seis por ciento de las librerías generales de proximidad, en beneficio de los otros tipos de librerías que aumentan su participación.

2.2. Perfil de la librería

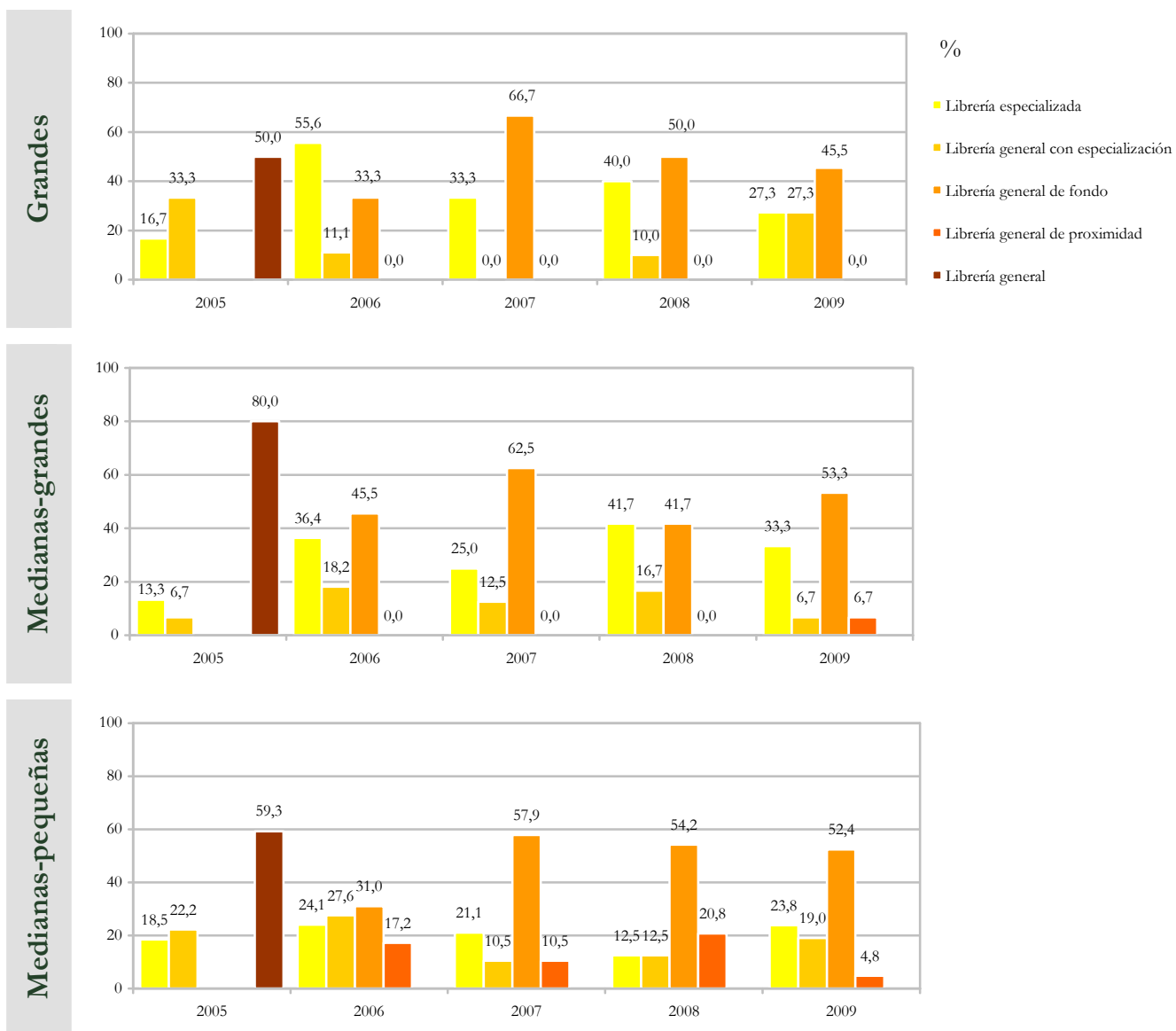
Puede suponerse que la proporción de librerías generales de proximidad sería mucho mayor si se consideraran las librerías pequeñas (con unas ventas en libros inferiores a 150.000 € anuales), no incluidas en el presente estudio.

Si se toma en consideración el tamaño de la librería, pueden realizarse las siguientes observaciones:

- Las librerías generales de fondo son mayoritarias en los tres grupos de librerías. Representando el 45,5% de las grandes, el 53,3% de la medianas-grandes y el 52,4% de las medianas-pequeñas.
- Las librerías especializadas obtienen la mejor representación en el grupo de las medianas-grandes (33,3%), en cambio en el grupo de las grandes se sitúan en el 27,3% y en el de las medianas-pequeñas en el 23,8%.
- Las librerías generales con especialización están representadas en un 27,3% en el grupo de las grandes, en un 19,0% en el grupo de las medianas-pequeñas y en un 6,7% en el grupo de las medianas-grandes.
- Las librerías generales de proximidad sólo están representadas, con un 6,7% en el grupo de las medianas-grandes y con un 4,8% en el grupo de las medianas-pequeñas.



2.2. Perfil de la librería



2.2. Perfil de la librería

	%	Especializadas	Generales con especialización	Generales de fondo	Generales de proximidad	Total
Global	2009	26,5	16,3	53,1	4,1	100,0
	2008	25,0	12,5	52,1	10,4	100,0
	2007	24,0	8,0	62,0	6,0	100,0
	2006	32,7	22,4	34,7	10,2	100,0
	2005	16,7	21,7	61,7		100,0
	2004	23,2	16,1	60,7		100,0
	2003	25,0	16,1	58,9		100,0
	2002	28,1	22,8	49,1		100,0
Grandes	2009	27,3	27,3	45,0	0,0	100,0
	2008	40,0	10,0	50,0	0,0	100,0
	2007	33,3	0,0	66,7	0,0	100,0
	2006	55,6	11,1	33,3	0,0	100,0
	2005	16,7	33,3	50,0		100,0
	2004	17,6	23,5	58,8		100,0
	2003	7,1	21,4	71,4		100,0
	2002	35,7	35,7	28,6		100,0
Medianas-grandes	2009	33,3	6,7	53,3	6,7	100,0
	2008	41,7	16,7	41,7	0,0	100,0
	2007	25,0	12,5	62,5	0,0	100,0
	2006	36,4	18,2	45,5	0,0	100,0
	2005	13,3	6,7	80,0		100,0
	2004	14,3	14,3	71,4		100,0
	2003	23,5	17,6	58,8		100,0
	2002	18,8	25,0	56,3		100,0
Medianas-pequeñas	2009	23,8	19,0	52,4	4,8	100,0
	2008	12,5	12,5	54,2	20,8	100,0
	2007	21,1	10,5	57,9	10,5	100,0
	2006	24,1	27,6	17,2	31,0	100,0
	2005	18,5	22,2	59,3		100,0
	2004	32,0	12,0	56,0		100,0
	2003	36,0	12,0	52,0		100,0
	2002	29,6	14,8	55,6		100,0

2.2. Perfil de la librería

Las librerías según su grado de pertenencia a gremios/asociaciones

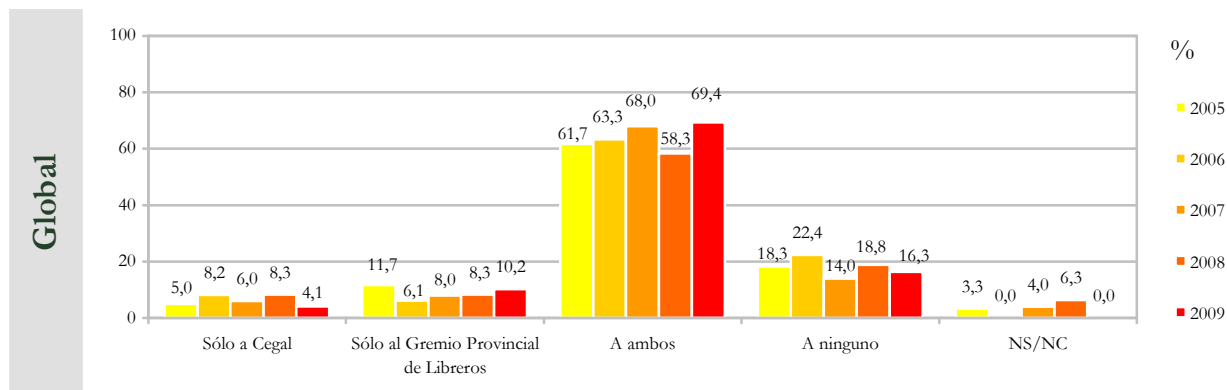
En segundo lugar, se presenta la distribución del conjunto de librerías encuestadas según el grado de pertenencia de estas asociaciones o gremios. Concretamente, se definen cuatro grandes categorías:

- librerías **agremiadas solamente a CEGAL**;
- librerías **agremiadas solamente al Gremio provincial de Libreros**;
- librerías **agremiadas a ambas**;
- librerías **no agremiadas**.

Lo primero a destacar es que el 83,7% de las librerías valencianas encuestadas declaran pertenecer a algún gremio/asociación. Globalmente consideradas, se aprecia un incremento, respecto de los datos de los años anteriores, determinado básicamente por el comportamiento de las librerías medianas-pequeñas.

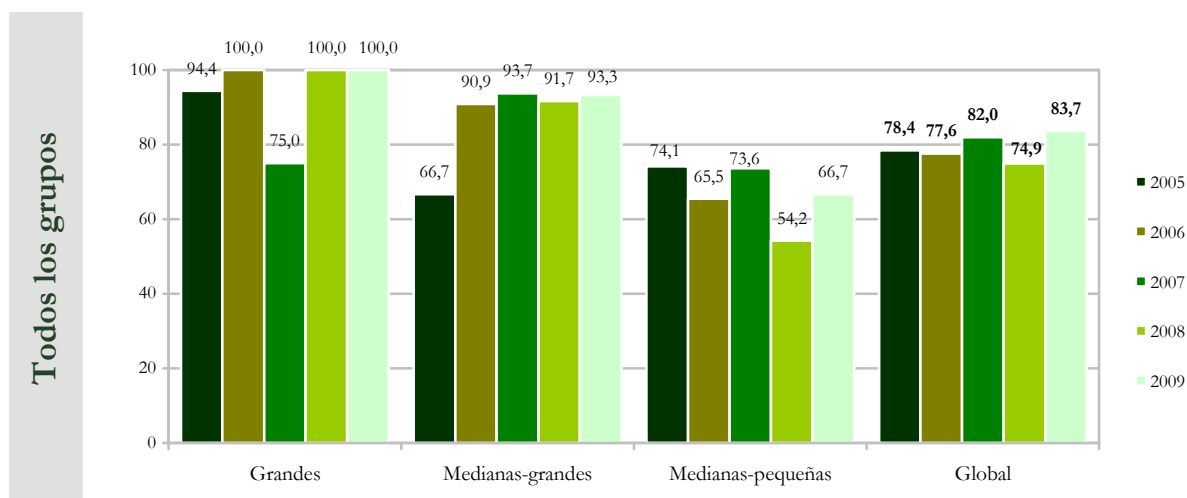
El grado de asociacionismo es superior en las librerías de mayor tamaño: el 100,0% en las librerías grandes, el 93,3% en las medianas-grandes, y el 66,7% en las medianas-pequeñas. Respecto del año anterior, se observa un aumento en el asociacionismo de las librerías medianas-grandes y sobre todo de las medianas-pequeñas.

La mayor parte de las librerías (un 73,5%) declaran ser miembros de la CEGAL (porcentaje superior al del año anterior, que era del 66,6%). En concreto, un 69,4% del total de librerías encuestadas afirma pertenecer simultáneamente al Gremio Provincial de Libreros correspondiente y a la CEGAL, y un 4,1% sólo a la CEGAL. Las librerías que declaran pertenecer sólo al gremio provincial de libreros, representan el 10,2% del total.

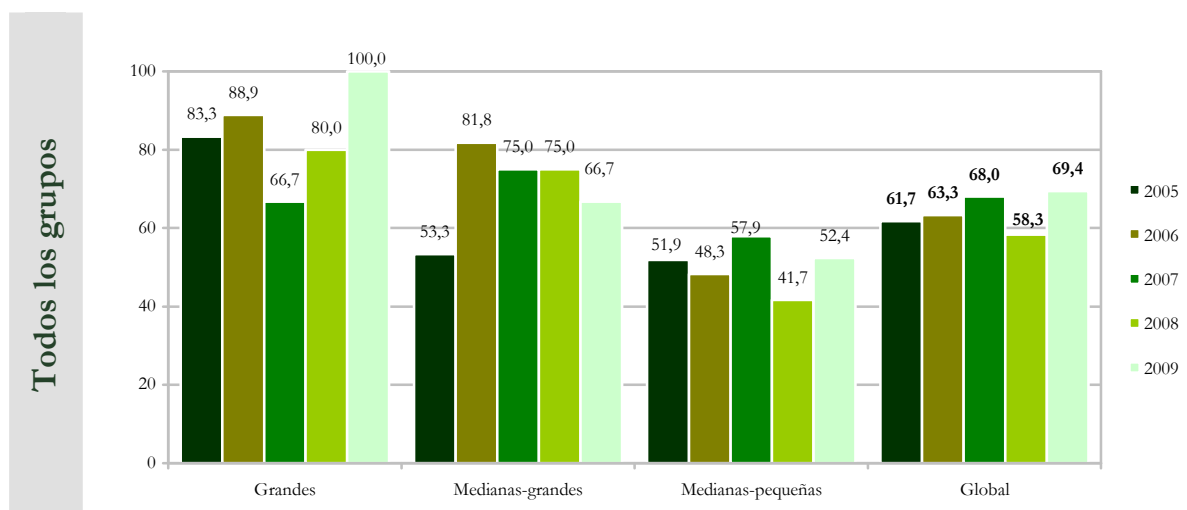


2.2. Perfil de la librería

% de librerías que declaran pertenecer a alguna asociación.



% de librerías que declaran pertenecer al Gremio provincial de Libreros y a CEGAL.



2.2. Perfil de la librería

		Pertenencia a algún gremio o asociación						
		A alguna asociación o gremio de librereros	A CEGAL	Al gremio provincial de librereros	A ambos	A ninguno	Ns/Nc	Total
%								
Global	2009	83,7	4,1	10,2	69,4	16,3	0,0	100,0
	2008	74,9	8,3	8,3	58,3	18,8	6,3	100,0
	2007	82,0	6,0	8,0	68,0	14,0	4,0	100,0
	2006	77,6	8,2	6,1	63,3	22,4	0,0	100,0
	2005	78,4	5,0	11,7	61,7	18,3	3,3	100,0
	2004	85,7	5,4	10,7	69,6	14,3	0,0	100,0
	2003	87,5	8,9	8,9	69,6	10,7	1,8	100,0
	2002	80,7	3,5	5,3	71,9	19,3	0,0	100,0
Grandes	2009	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	20,0	80,0	0,0	0,0	100,0
	2007	75,0	8,3	0,0	66,7	16,7	8,3	100,0
	2006	100,0	11,1	0,0	88,9	0,0	0,0	100,0
	2005	94,4	5,6	5,6	83,3	5,6	0,0	100,0
	2004	94,1	0,0	0,0	94,1	5,9	0,0	100,0
	2003	100,0	7,1	14,3	78,6	0,0	0,0	100,0
	2002	92,9	0,0	7,1	85,7	7,1	0,0	100,0
Medianas-grandes	2009	93,3	13,3	13,3	66,7	6,7	0,0	100,0
	2008	91,7	8,3	8,3	75,0	8,3	0,0	100,0
	2007	93,7	12,5	6,3	75,0	9,3	0,0	100,0
	2006	90,9	0,0	9,1	81,8	9,1	0,0	100,0
	2005	66,7	13,3	0,0	53,3	20,0	13,3	100,0
	2004	78,6	0,0	7,1	71,4	21,4	0,0	100,0
	2003	88,2	0,0	11,8	76,5	11,8	0,0	100,0
	2002	93,7	12,5	0,3	75,0	6,3	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2009	66,7	0,0	14,3	52,4	33,3	0,0	100,0
	2008	54,2	8,3	4,2	41,7	33,3	12,5	100,0
	2007	73,6	0,0	15,8	57,9	21,1	5,3	100,0
	2006	65,5	10,3	6,9	48,3	34,5	0,0	100,0
	2005	74,1	0,0	22,2	51,9	25,9	0,0	100,0
	2004	84,0	12,0	20,0	52,0	16,0	0,0	100,0
	2003	80,0	16,0	4,0	60,0	16,0	4,0	100,0
	2002	66,7	0,0	3,7	63,0	33,3	3,7	100,0

2.3. Dimensión y recursos

A continuación, se presentan los datos relativos a la dimensión y a los recursos de las librerías. Concretamente, las variables o indicadores considerados son:

- Ventas.
- Superficie del establecimiento.
- Trabajadores de la librería.
- Meses trabajados en la librería.
- Horas de apertura semanal.
- Días de apertura semanal.

En este apartado del estudio debe señalarse nuevamente que, respecto al año 2005 y anteriores, el trabajo se ha centrado en el segmento de las librerías “independientes”. Lógicamente, este cambio en la metodología del estudio incide sobretodo en los datos de las librerías grandes.

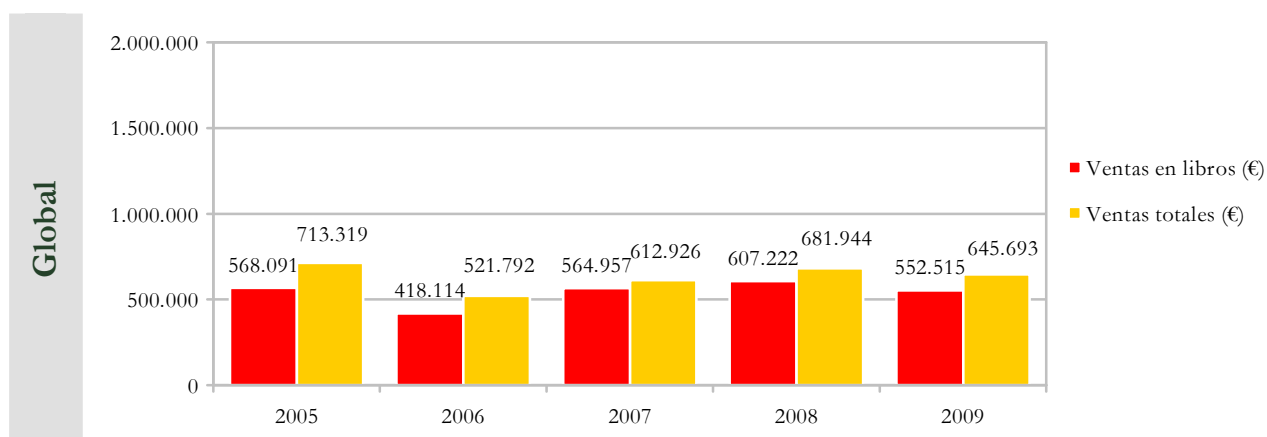
De esta forma, y por un lado, se reducen en parte las notables diferencias que en años anteriores existían respecto de la dimensión y los recursos de las librerías de mayor tamaño. Por otro lado, se evitan los efectos derivados de la respuesta (o no respuesta) a la encuesta de las grandes superficies especializadas en ocio y cultura y de las grandes cadenas de librerías. Ambas cuestiones incidían sobre los promedios obtenidos en las variables relativas a la dimensión del establecimiento.

2.3. Dimensión y recursos

Ventas

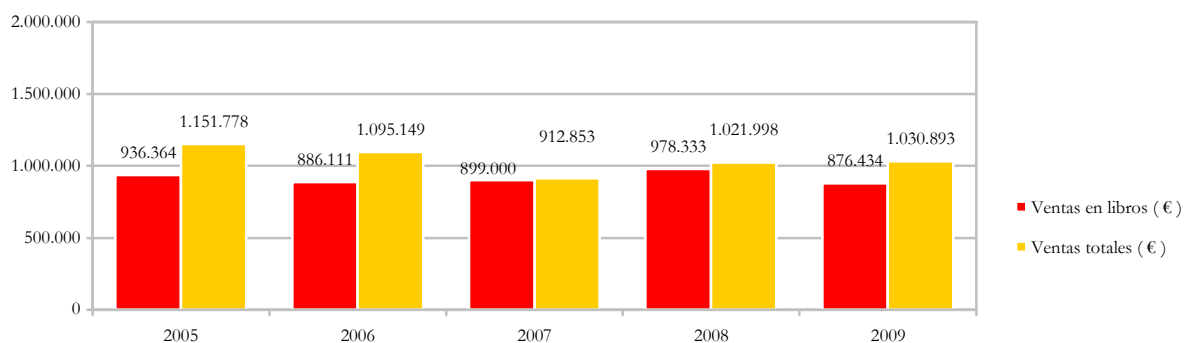
Durante el año 2009 y en referencia al año 2008, se registra un descenso tanto de las ventas generales como de las ventas de libros. Descenso que se produce en los tres grupos de librerías: grandes, medianas-grandes y medianas-pequeñas. Asimismo, a nivel general se observa un ligero aumento del porcentaje de las ventas de libros respecto a las ventas generales, situándose en el 2009, en el 86,0%, este incremento viene determinado por los incrementos en las librerías medianas-grandes y medianas-pequeñas, no por las librerías grandes en las que las ventas de libros pierden peso, respecto a las ventas generales.

- Concretamente, y comparando los datos del 2009 con los del 2008, la cifra media de las ventas en libros de las librerías grandes pasa de 978.333,33€ a 876.434,00€.
- En el grupo de librerías medianas-grandes, el promedio de ventas en libros de 2009 es de 376.111,11€ cuando en el 2008 fue de 392.000,00€.
- En las librerías medianas-pequeñas, también se produce un descenso en las ventas medias de libros pasando de 250.000€ en el 2008 (el más alto registrado desde que se realiza el estudio) a 202.830,18€ en el 2009.

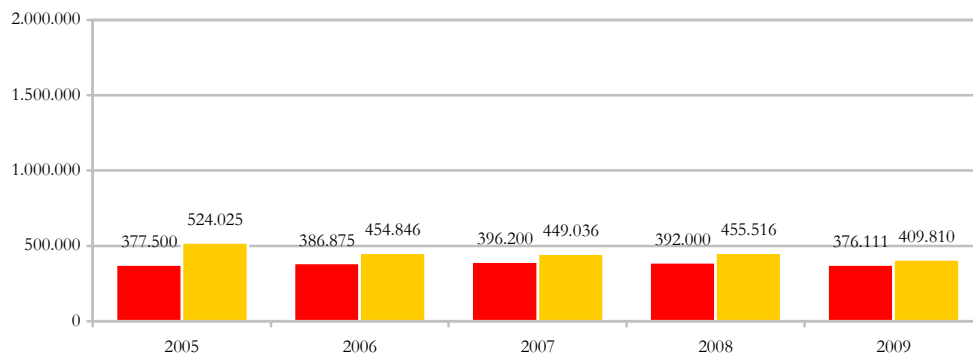


2.3. Dimensión y recursos

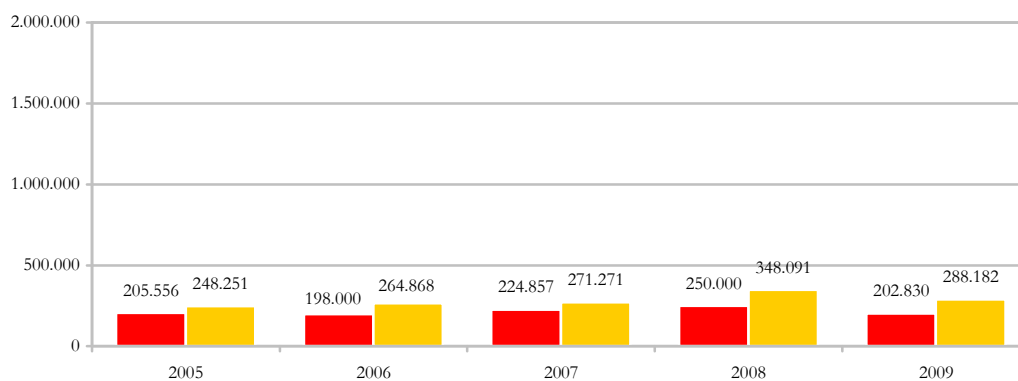
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.3. Dimensión y recursos

	%	Ventas medias		% del libro sobre las ventas totales
		Totales netas (euro.)	En libros netas (euro.)	
Global	2009	645.692,83	552.514,75	86,0
	2008	681.994,22	607.222,22	85,6
	2007	612.926,25	564.957,48	86,3
	2006	521.792,37	418.114,29	79,6
	2005	713.319,21	568.091,00	82,0
	2004	597.228,22	502.534,88	84,2
	2003	929.940,49	790.333,33	88,9
	2002	896.209,13	749.378,66	87,5
Grandes	2009	1.030.893,08	876.434,00	89,0
	2008	1.021.998,05	978.333,33	97,5
	2007	912.852,81	899.000,00	96,6
	2006	1.095.149,02	886.111,11	86,7
	2005	1.151.778,06	936.363,85	88,4
	2004	1.115.991,37	1.072.500,00	94,0
	2003	2.063.211,48	1.810.333,33	89,3
	2002	1.730.422,03	1.468.636,36	87,1
Medianas-grandes	2009	409.809,94	376.111,11	93,2
	2008	455.516,38	392.000,00	92,3
	2007	449.035,68	396.200,00	92,1
	2006	454.846,49	386.875,00	87,7
	2005	524.025,14	377.500,00	84,3
	2004	585.448,80	401.384,62	75,8
	2003	564.759,39	387.750,00	86,3
	2002	502.332,09	412.622,63	91,9
Medianas-pequeñas	2009	288.181,88	202.830,18	78,8
	2008	348.091,34	250.000,00	76,1
	2007	271.270,94	224.856,50	76,3
	2006	264.867,77	198.000,00	74,3
	2005	248.251,16	205.555,56	75,9
	2004	259.893,48	195.611,11	82,6
	2003	202.141,50	194.400,00	90,4
	2002	293.676,57	227.600,00	84,9

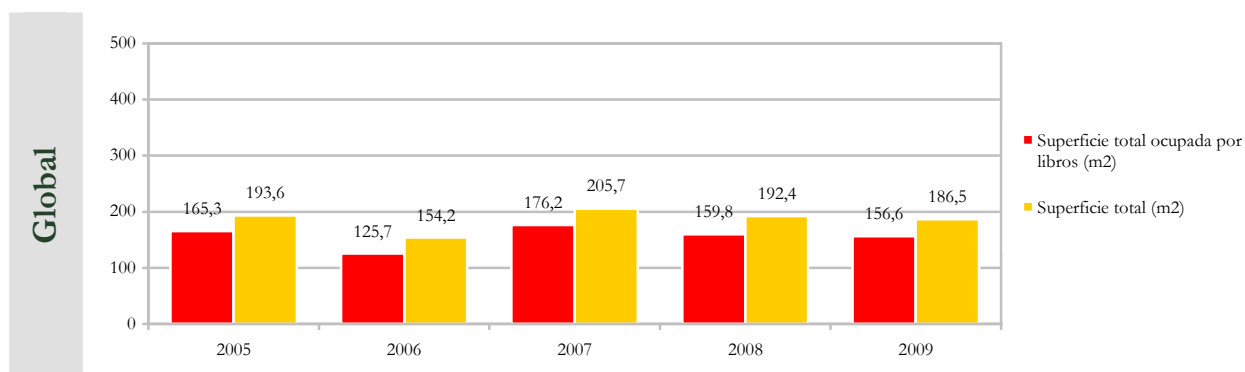
2.3. Dimensión y recursos

Superficie

En general el porcentaje de la superficie ocupada por libros, respecto a la superficie general durante el 2009, aumenta pasando del 81,2% al 85,1%. No obstante, este aumento no se debe a un aumento de la superficie dedicada a libros sino al descenso más notable de la superficie total en relación al descenso de la superficie dedicada a libros que es muy leve. Por segmentos de librerías el comportamiento es diferente, en las librerías grandes la superficie dedicada a libros disminuye pasando de 253,5 m² a 212,8 m², en las librerías medianas-grandes también disminuye pasando de 208,8 m² a 169,9 m² y en las medianas-pequeñas aumenta pasando de 84,9 m² en el 2008 a 94,1 m² en el 2009. Así, en general, la superficie dedicada a los libros mejora su posicionamiento relativo, durante el 2009.

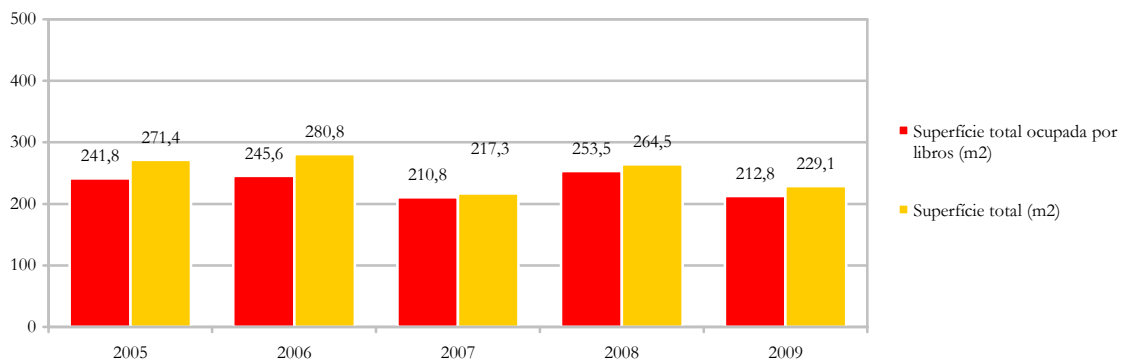
El análisis de la superficie de la librería proporciona un indicador del **tamaño** del establecimiento, y constituye un **factor clave de desarrollo del negocio**. Concretamente, la superficie de la librería limita las posibilidades de exposición y almacenaje de libros, al tiempo que se constata una 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).

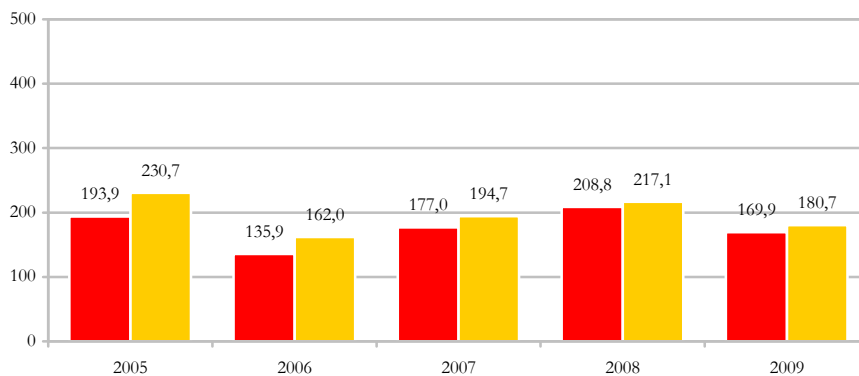


2.3. Dimensión y recursos

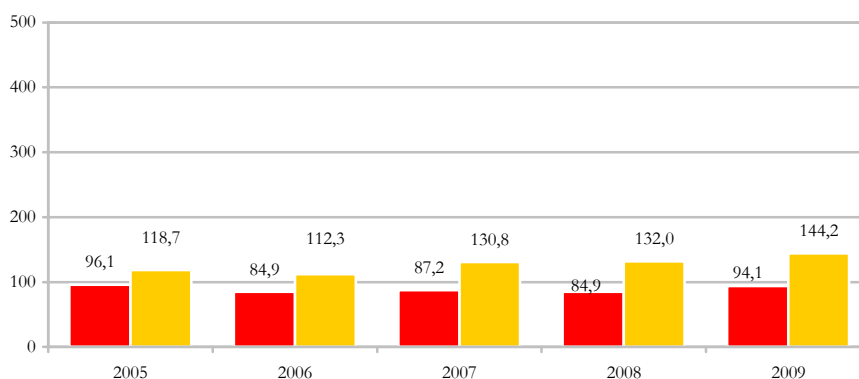
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.3. Dimensión y recursos

	%	Superficie total media (m ²)	Superficie total ocupada por libros media (m ²)	Porcentaje de la superficie total ocupada por libros
Global	2009	186,5	156,6	85,1
	2008	192,4	159,8	81,2
	2007	205,7	176,2	85,9
	2006	154,2	125,7	82,2
	2005	193,6	165,3	86,1
	2004	209,5	167,7	84,8
	2003	212,7	177,2	88,2
2002	241,7	205,2	87,4	
Grandes	2009	229,1	212,8	92,2
	2008	264,5	253,5	95,4
	2007	217,3	210,8	98,2
	2006	280,8	245,6	87,8
	2005	271,4	241,8	91,9
	2004	281,5	256,4	94,6
	2003	349,8	294,4	87,5
2002	420,6	363,2	87,3	
Medianas-grandes	2009	180,7	169,9	94,7
	2008	217,1	208,8	97,8
	2007	194,7	177,0	93,7
	2006	162,0	135,9	89,4
	2005	230,7	193,9	87,6
	2004	183,7	144,7	79,1
	2003	170,1	148,0	90,7
2002	177,3	162,0	93,5	
Medianas-pequeñas	2009	144,2	94,1	74,3
	2008	132,0	84,9	68,6
	2007	130,8	87,2	71,9
	2006	112,3	84,9	77,8
	2005	118,7	96,1	81,3
	2004	169,8	114,2	80,5
	2003	169,4	135,3	86,9
2002	185,4	145,7	83,0	

2.3. Dimensión y recursos

Recursos humanos

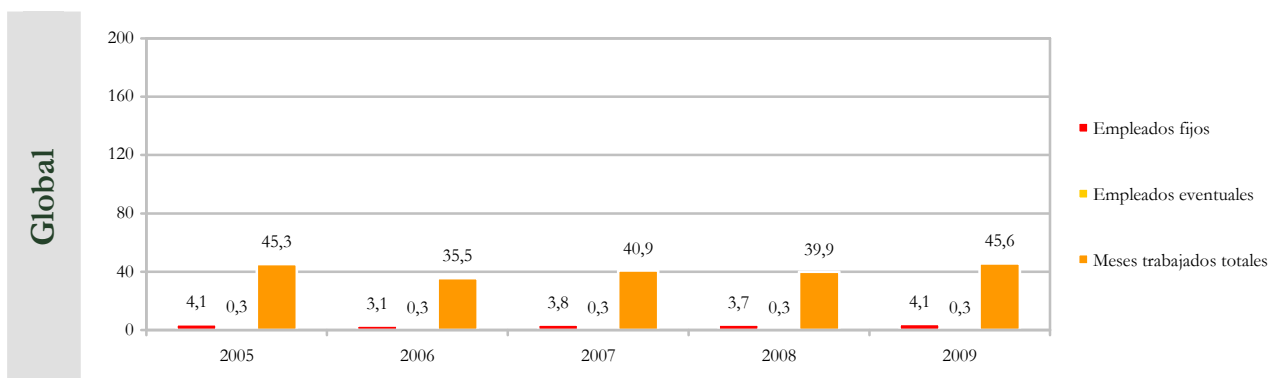
A nivel general, se observa un aumento, respecto la situación del año 2008, en la cantidad de factor trabajo que se utiliza en las librerías (número de empleados y meses trabajados), aumento que viene determinado por el comportamiento de las librerías medianas-pequeñas. Concretamente, los datos obtenidos del año 2009 son los siguientes:

- Librerías grandes: 4,9 empleados fijos, 0,4 eventuales y un total de 53,3 meses trabajados (65,1 el año anterior).
- Librerías medianas-grandes: 3,2 empleados fijos, 0,2 eventuales y un total de 36,5 meses trabajados (36,9 el año anterior).
- Librerías medianas-pequeñas: 3,3 empleados fijos, 0,2 eventuales y un total de 36,6 meses trabajados (27,0 el año anterior).

Mientras la dotación de recursos humanos fijos y meses trabajados disminuyen en los grupos de las librerías grandes y medianas-grandes en el 2009, en el grupo de las librerías medianas-pequeñas aumentan.

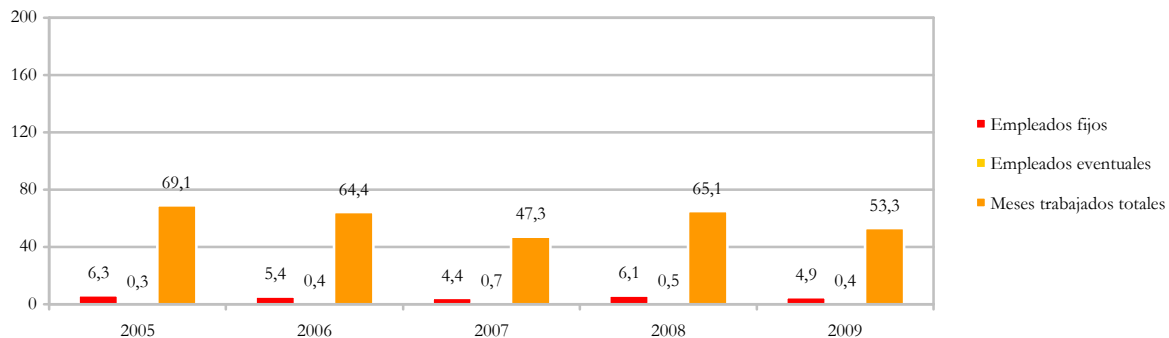
El factor trabajo es decisivo para el funcionamiento óptimo de un establecimiento comercial de las características de una librería.

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**.

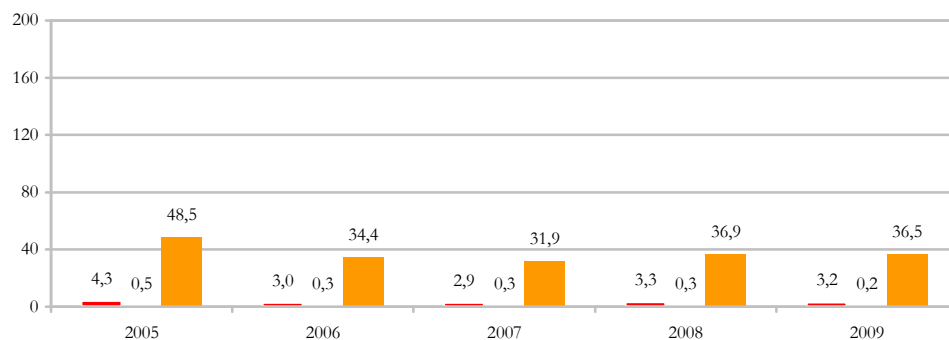


2.3. Dimensión y recursos

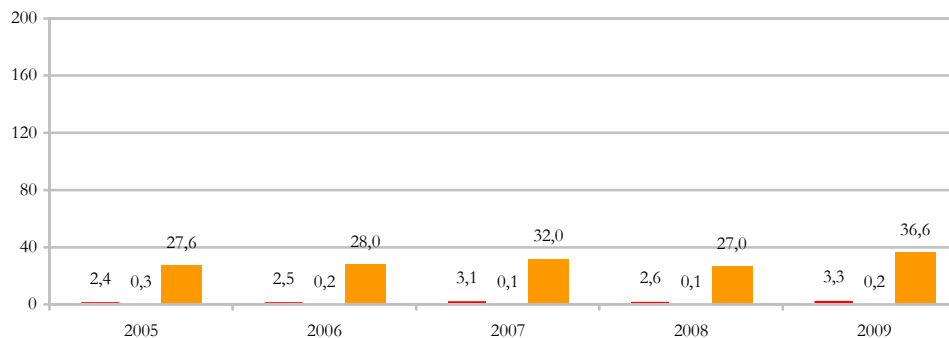
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.3. Dimensión y recursos de la librería

	%	Número medio de empleados		Media de meses trabajados
		Fijos	Eventuales	
Global	2009	4,1	0,3	45,6
	2008	3,7	0,3	39,9
	2007	3,8	0,3	40,9
	2006	3,1	0,3	35,5
	2005	4,0	0,3	45,3
	2004	3,8	0,6	44,3
	2003	4,2	0,7	45,9
	2002	4,8	1,0	54,0
Grandes	2009	4,9	0,4	53,3
	2008	6,1	0,5	65,1
	2007	4,4	0,7	47,3
	2006	5,4	0,4	64,4
	2005	6,3	0,3	69,1
	2004	5,5	1,3	69,1
	2003	8,3	0,9	86,7
	2002	9,1	1,6	103,4
Medianas-grandes	2009	3,2	0,2	36,5
	2008	3,3	0,3	36,9
	2007	2,9	0,3	31,9
	2006	3,0	0,3	34,4
	2005	4,3	0,5	48,5
	2004	3,7	0,4	41,6
	2003	3,4	0,9	39,7
	2002	3,8	1,3	41,5
Medianas-pequeñas	2009	3,3	0,2	36,6
	2008	2,6	0,1	27,0
	2007	3,1	0,1	32,0
	2006	2,5	0,2	28,0
	2005	2,4	0,3	27,6
	2004	2,7	0,1	28,6
	2003	2,4	0,5	28,2
	2002	3,3	0,4	37,2

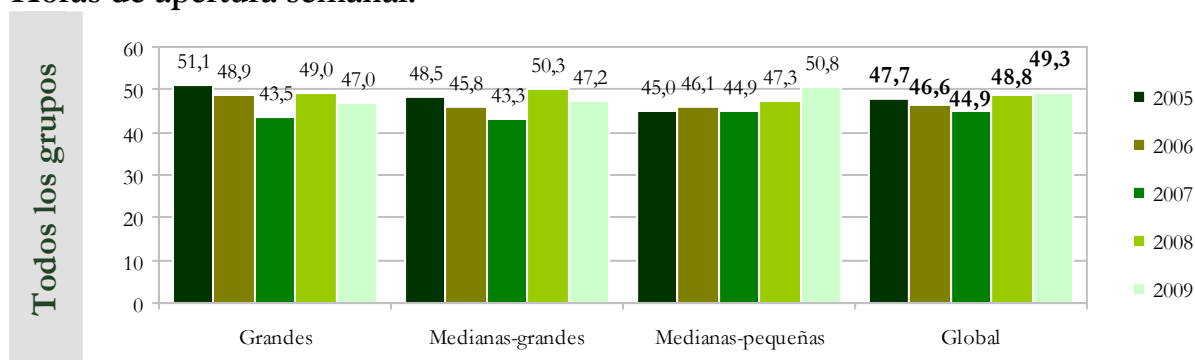
2.3. Dimensión y recursos

Tiempo de apertura semanal

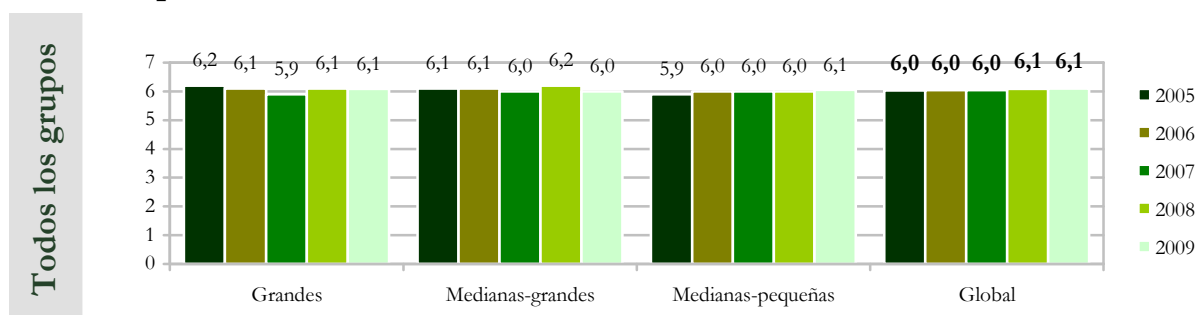
En general, respecto a los indicadores relativos al tiempo de apertura de los establecimientos, se observa un ligero incremento respecto al año anterior. Aumentando las horas de apertura semanal y los días de apertura en las librerías medianas-pequeñas.

- En las librerías grandes, el promedio de tiempo de apertura semanal en el año 2009 ha sido de 47,0 horas semanales –en el 2008 fue de 49,0-, en las librerías medianas-grandes el tiempo de apertura ha sido de 47,2 horas –en el 2008 fue de 50,3- y en las librerías medianas-pequeñas ha sido de 50,8 horas a la semana –en el 2008 fue de 47,3-.
- En todos los grupos de librerías se mantiene un promedio al entorno de los 6 días de apertura a la semana, aunque en los grupos de las librerías grandes se mantienen los 6,1 días, en las medianas-grandes se pasa de 6,2 a 6,0 días y en las medianas-pequeñas se incrementan los días de 6,0 a 6,1.

Horas de apertura semanal.



Días de apertura semanal



2.3. Dimensión y recursos

		Total horas de apertura semanales (media)	Total días de apertura semanal (media)
Global	2009	49,3	6,1
	2008	48,8	6,1
	2007	44,9	6,0
	2006	46,6	6,0
	2005	47,7	6,0
	2004	49,3	6,2
	2003	49,9	6,1
	2002	46,8	6,1
Grandes	2009	47,0	6,1
	2008	49,0	6,1
	2007	43,5	5,9
	2006	48,9	6,1
	2005	51,1	6,2
	2004	52,8	6,2
	2003	60,6	6,3
	2002	56,8	6,3
Medianas-grandes	2009	47,2	6,0
	2008	50,3	6,2
	2007	43,3	6,0
	2006	45,8	6,1
	2005	48,5	6,1
	2004	51,2	6,3
	2003	48,6	6,2
	2002	48,8	6,1
Medianas-pequeñas	2009	50,8	6,1
	2008	47,3	6,0
	2007	44,9	6,0
	2006	46,1	6,0
	2005	45,0	5,9
	2004	45,8	6,1
	2003	44,8	5,9
	2002	46,8	6,1

2.4. Productividad en la librería

Las ratios referentes a la productividad de la librería permiten observar que el tamaño de las empresas genera ciertas economías de escala, como se manifiesta en el análisis de las siguientes ratios:

- **Ventas totales / superficie total:** 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.
- **Meses trabajados / superficie total:** indicador del grado de dotación de recursos humanos respecto al espacio total del establecimiento.

En general, los valores obtenidos en estas ratios por las librerías son mayores a medida que se incrementa el nivel de facturación de las mismas, como pasaba en años precedentes, aunque con ciertas particularidades que se muestran a continuación.

Los descensos, comentados anteriormente, en ventas y en superficie han supuesto que durante el año 2009 se construya un escenario diferente al del 2008. Globalmente, las ventas totales por m² han disminuido, respecto al 2008, fruto de comportamientos distintos, pues mientras las librerías grandes han aumentado la ratio pasando de 3.058,3€/m² a 4.259,9€/m², las librerías medianas han reducido su ratio, más concretamente, las medianas-grandes han pasado 3.543,3€/m² a 3.010,8€/m² y las medianas-pequeñas de 2.699,9€/m² a 2.047,8€/m².

Las ventas de libros por superficie dedicada al libro, también han disminuido, aunque más moderadamente, puesto que el descenso de sus componentes ha sido menor, resultado de que el grupo de las librerías grandes y el de las medianas-grandes aumentan su ratio y el de las medianas-pequeñas lo reducen muy ligeramente, respecto

al año 2008. Así, las librerías grandes pasan de 3.098,4€/m² a 3.910,8€/m², las mediana-grandes pasan de 2.579,6€/m² a 2.953,8€/m² y las librerías medianas-pequeñas pasan de 2.311,3€/m² a 2.268,2€/m².

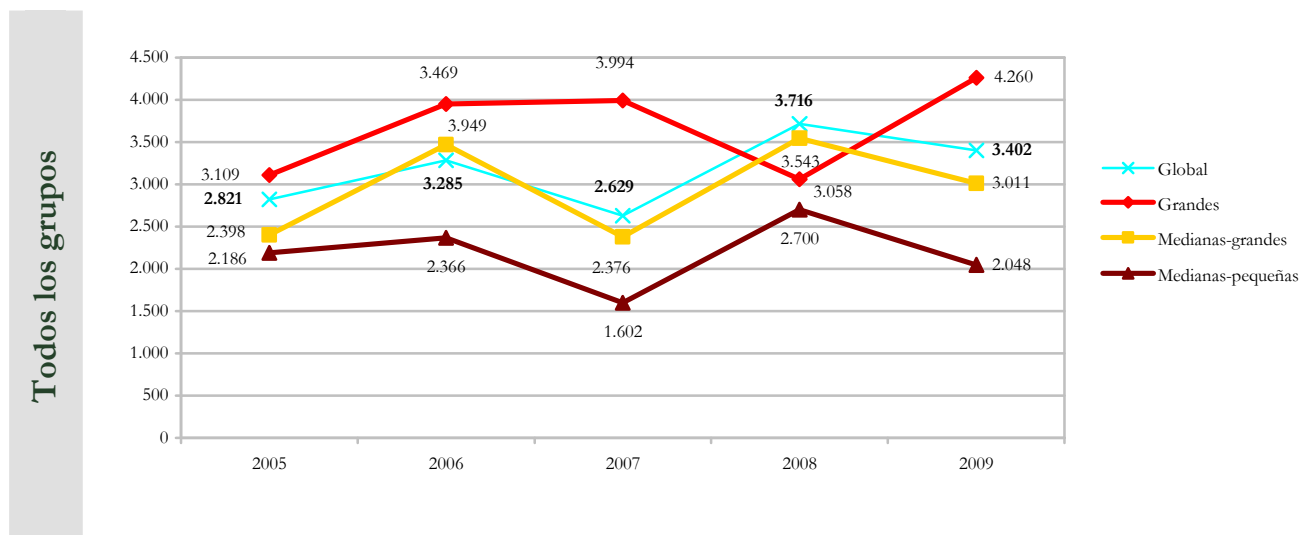
La ratio de ventas totales por meses trabajados, guarda un cierto paralelismo con las anteriores, observándose globalmente un descenso provocado por el descenso de la ratio en el grupo de las librerías medianas-pequeñas (que pasan de 12.427,7€/mes a 6.155,3€/mes) y que el incremento de las librerías grandes (que pasan de 13.403,3€/mes a 18.985,1€/mes) y de las librerías medianas-grandes (que pasan de 12.867,7€/mes a 14.407,4€/mes) no pueden compensar.

Por otro lado, la ratio referente a la relación entre la cantidad de trabajo (meses) y la superficie del establecimiento (m²), requiere un análisis diferenciado, ya que como se ha observado, en el pasado, puede existir una desviación en el sentido de que las librerías de mayor dimensión requieran de una mayor cantidad de trabajo por m². 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.

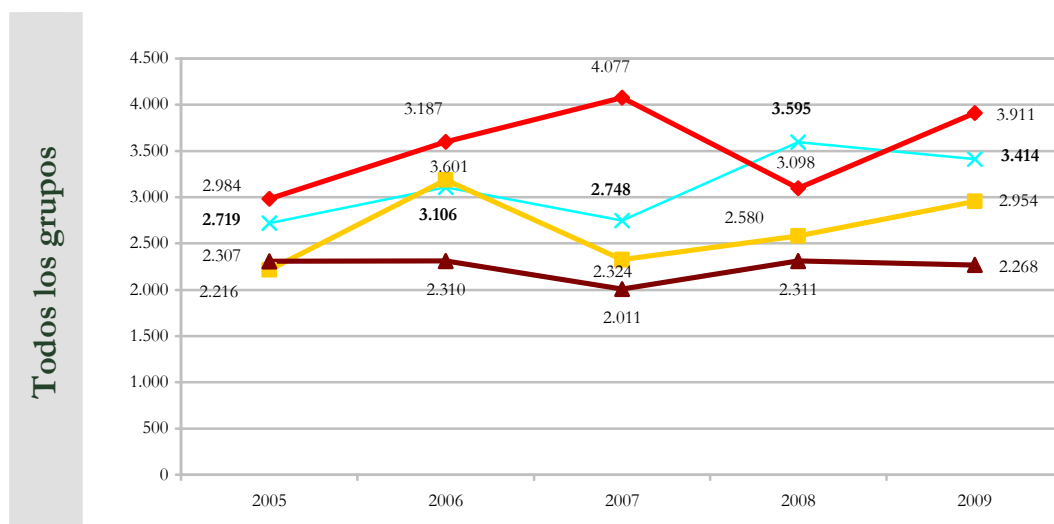
Los últimos años, parecía que las diferencias entre grupos de librerías por este concepto se reducían, en el caso de los establecimientos de la Comunidad Valenciana, obteniéndose valores cercanos a 0,22 meses/m² los años 2005 y 2006 de promedio en todos los casos. No obstante, el año 2007, se constató una notable disminución del valor de esta ratio en el grupo de librerías medianas-grandes, que se situaba en 0,17 meses/m² y que en el 2008 se mantuvo en 0,18 meses/m², al mismo tiempo que las librerías grandes aumentaban la ratio hasta el 0,25 meses/m², manteniéndose las diferencias. Durante el año 2009 se ha dado un proceso de concentración al aumentar la ratio las librerías medianas-grandes de 0,18 a 0,20, también las medianas-pequeñas han aumentado su ratio de 0,20 a 0,25 meses/m² (siendo este año el más alto registrado), en cambio las librerías grandes han reducido su ratio de 0,25 a 0,23 meses/m², situándolas este valor entre las librerías medianas-pequeñas y medianas-grandes.

2.4. Productividad en la librería

Ratio de ventas totales y superficie total (euros/m²).
Años 2005-2009. Por tamaño.

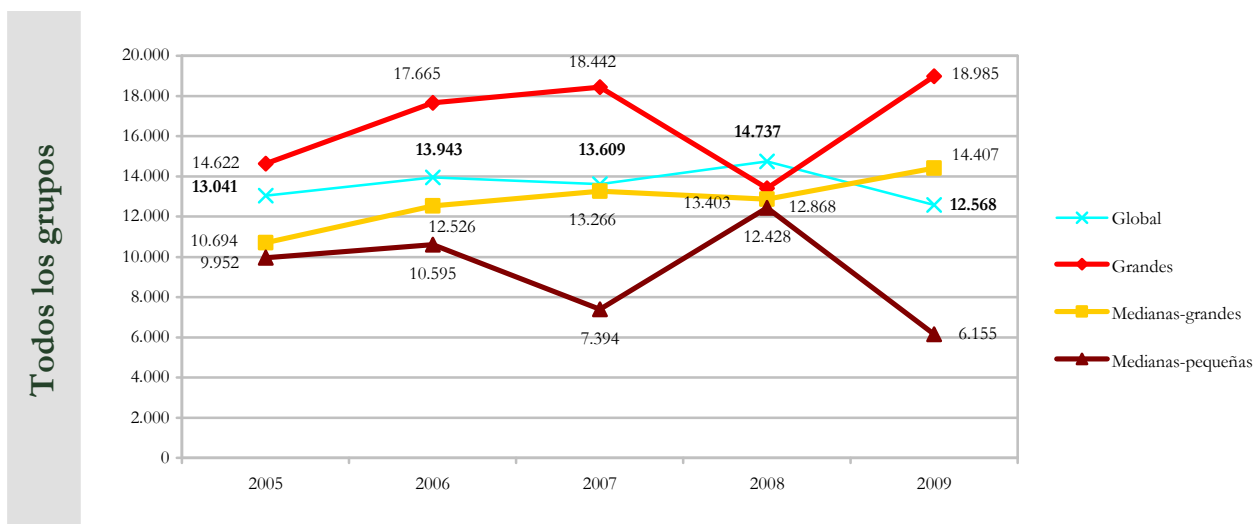


Ratio de ventas en libros y superficie ocupada por libros (euros/m²).
Años 2005-2009. Por tamaño.

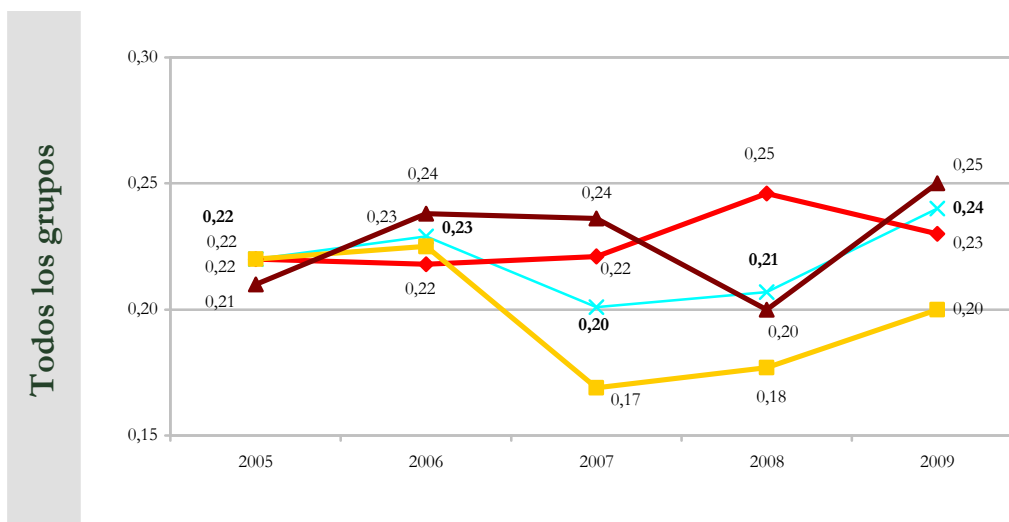


2.4. Productividad en la librería

Ratio de ventas totales y meses trabajados (euros/meses). Años 2005-2009.
Por tamaño.



Ratio de meses totales trabajados y superficie total (meses/m²).
Años 2005-2009. Por tamaño.



2.4. Productividad en la librería

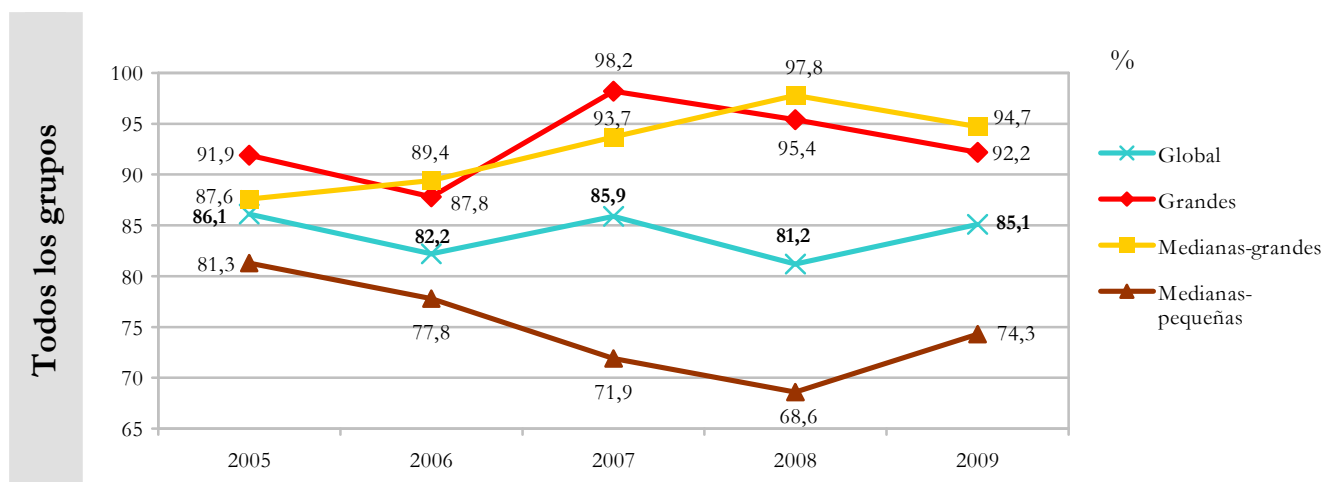
	%	Ventas totales / superficie total (Eur. / m ²)	Ventas en libros / superficie total libro (Eur. / m ²)	Ventas totales / meses trabajados (Eur. / meses)	Meses trabajados / superficie total (meses / m ²)
Global	2009	3.402,3	3.413,5	12.568,2	0,24
	2008	3.716,3	3.595,1	14.737,0	0,21
	2007	2.628,9	2.748,2	13.609,4	0,20
	2006	3.284,7	3.105,9	13.943,3	0,23
	2005	2.820,9	2.718,8	13.040,6	0,22
	2004	2.640,2	3.029,3	13.652,3	0,22
	2003	2.799,4	2.743,0	17.340,1	0,21
	2002	3.356,1	3.268,8	14.455,1	0,23
Grandes	2009	4.259,9	3.910,8	18.985,1	0,23
	2008	3.058,3	3.098,4	13.403,3	0,25
	2007	3.993,7	4.077,1	18.441,5	0,22
	2006	3.948,9	3.600,9	17.665,1	0,22
	2005	3.109,0	2.983,9	14.622,2	0,22
	2004	3.772,4	4.050,0	17.365,0	0,24
	2003	3.012,7	3.085,3	15.503,5	0,22
	2002	3.859,4	3.807,1	15.634,2	0,25
Medianas-grandes	2009	3.010,8	2.953,8	14.407,4	0,20
	2008	3.543,3	2.579,6	12.867,7	0,18
	2007	2.375,9	2.323,8	13.265,5	0,17
	2006	3.468,8	3.187,4	12.525,9	0,23
	2005	2.398,3	2.216,2	10.694,4	0,22
	2004	2.709,5	2.653,3	13.837,9	0,19
	2003	3.354,2	3.582,0	13.020,4	0,23
	2002	3.364,6	3.130,8	11.116,6	0,23
Medianas-pequeñas	2009	2.047,8	2.268,2	6.155,3	0,25
	2008	2.699,9	2.311,3	12.427,7	0,20
	2007	1.601,6	2.010,8	7.394,1	0,24
	2006	2.366,1	2.310,4	10.594,7	0,24
	2005	2.186,2	2.306,6	9.952,2	0,21
	2004	1.352,9	1.670,6	8.101,9	0,20
	2003	1.605,6	1.750,6	8.964,1	0,17
	2002	1.815,6	1.602,9	10.978,6	0,15

2.5. El libro y la librería

Superficie del establecimiento

El peso del libro respecto del conjunto del negocio, en general, en las librerías de la Comunidad Valenciana en el 2009, se mantiene muy alto, tanto en términos de superficie como de ventas, mejorando la presencia relativa, respecto a la superficie total, del 2008 (de 81,2% a 85,1%).

Los comportamientos en cuanto a la superficie ocupada por libros, respecto a la superficie total son diferentes según el grupo de librerías. Así, las librerías medianas-grandes se sitúan en primera posición con un 94,7%, aunque disminuye su presencia, respecto al 2008. Las librerías grandes con un porcentaje también altísimo (92,2%) descienden ligeramente por segundo año consecutivo. En cambio, las librerías medianas-pequeñas aumentan su presencia (de 68,6% en el 2008 a 74,3% en el 2009), aunque aún distan de la ocupación en libros del resto de librerías más grandes.



2.5. El libro y la librería

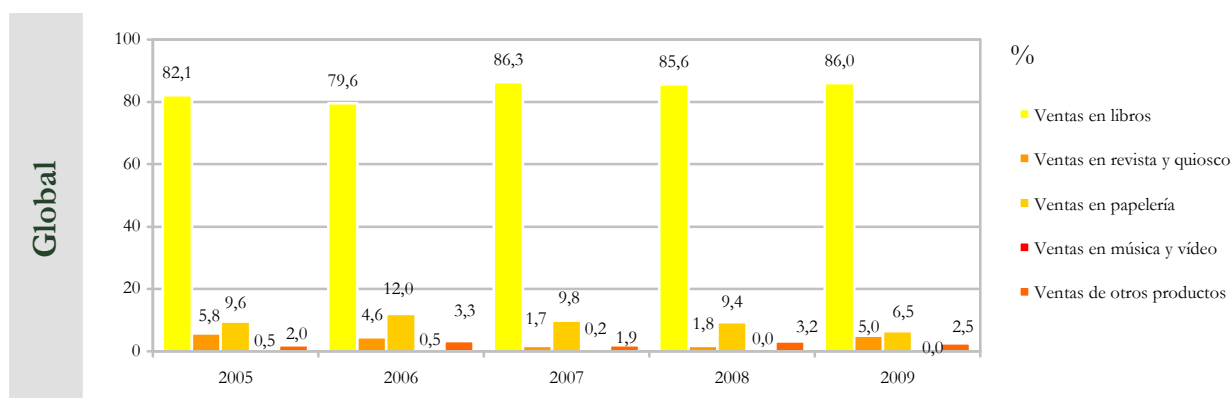
	%	Superficie de acceso al público (m ²)	Superficie de almacén (m ²)	Otras superficies (m ²)	Superficie total (m ²)	Porcentaje superficie de acceso al público ocupada por libros (%)	Porcentaje superficie almacén ocupada por libros (%)	Porcentaje de superficie total ocupada por libros (%)
Global	2009	148,3	31,9	6,3	186,5	85,1	73,8	85,1
	2008	156,2	32,3	3,9	192,4	81,6	64,1	81,2
	2007	156,8	40,1	8,8	205,7	86,7	72,2	85,9
	2006	110,2	29,1	15,0	154,2	82,6	67,8	82,2
	2005	152,7	32,9	7,9	193,6	86,4	74,3	86,1
	2004	140,1	58,9	10,5	209,5	89,0	67,5	84,8
	2003	153,1	35,5	24,3	212,7	90,8	66,6	88,2
	2002	169,7	46,6	25,4	241,7	86,7	77,9	87,4
Grandes	2009	180,9	29,1	19,1	229,1	94,9	91,3	92,2
	2008	224,0	38,5	2,0	264,5	98,3	91,9	95,4
	2007	159,9	46,8	10,6	217,3	98,2	92,3	98,2
	2006	205,6	44,5	30,6	280,8	88,8	80,0	87,8
	2005	220,9	41,3	9,1	271,4	90,4	95,8	91,9
	2004	205,3	52,4	23,8	281,5	97,2	83,4	94,6
	2003	258,2	45,9	45,7	349,8	89,6	67,7	87,5
	2002	283,3	77,5	59,8	420,6	88,4	81,5	87,3
Medianas-grandes	2009	145,9	31,2	3,7	180,7	93,0	91,3	94,7
	2008	169,9	37,8	9,4	217,1	96,7	87,8	97,8
	2007	161,3	29,2	4,1	194,6	93,0	83,7	93,7
	2006	119,5	33,0	9,5	162,0	90,0	77,8	89,4
	2005	190,7	30,0	10,0	230,7	85,9	65,7	87,6
	2004	126,7	48,7	8,3	183,7	86,6	50,8	79,1
	2003	125,4	34,4	10,4	170,1	93,2	74,3	90,7
	2002	136,9	35,6	4,8	177,3	90,5	88,2	93,5
Medianas-pequeñas	2009	108,4	33,8	2,0	144,2	73,1	54,1	74,3
	2008	99,5	29,6	2,9	132,0	67,8	48,2	68,6
	2007	79,2	42,5	9,2	130,8	74,0	54,8	71,9
	2006	77,2	22,9	12,2	112,3	77,8	60,2	77,8
	2005	84,1	28,7	5,9	118,7	83,8	64,0	81,3
	2004	98,9	69,1	1,7	169,8	84,1	64,6	80,5
	2003	116,6	30,9	22,4	169,4	89,8	61,0	86,9
	2002	128,1	36,8	20,5	185,4	83,0	68,5	83,0

2.5. El libro y la librería

Composición de las ventas, según tipo de producto

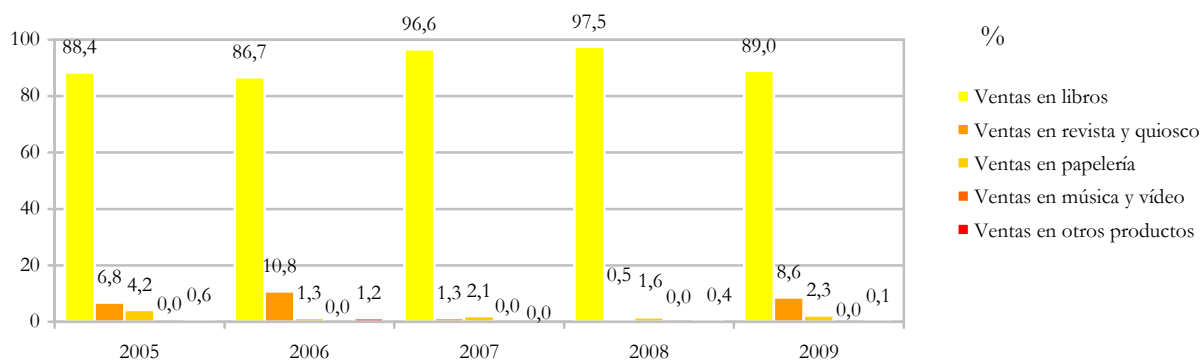
El producto libro aumenta su participación en las ventas, respecto a 2008 en general y sigue siendo la razón de ser y el elemento fundamental de la estrategia de las librerías (siendo el resto de bienes o servicios prestados de carácter estrictamente complementario). Hacer notar que también en este ámbito se produce una diferencia notable en los porcentajes de las ventas del libro, en referencia a los otros productos, sobre todo en las librerías medianas-pequeñas, respecto al resto.

El aumento registrado durante el 2009, viene determinado en primer lugar por las librerías medianas-pequeñas y en segundo lugar por las medianas-grandes, ya que las librerías grandes experimentan un retroceso en las ventas de libros.

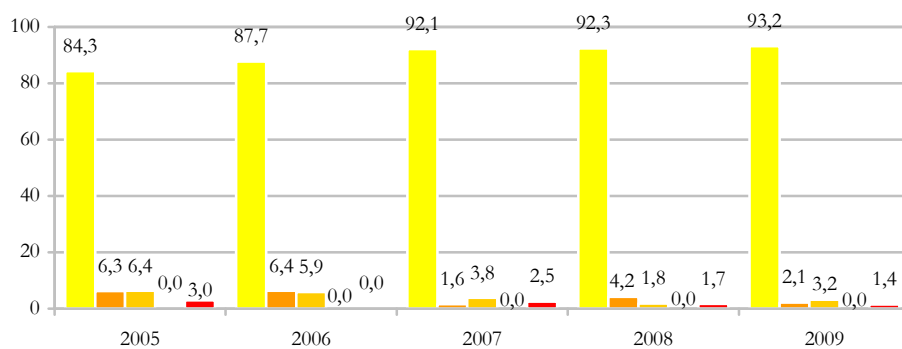


2.5. El libro y la librería

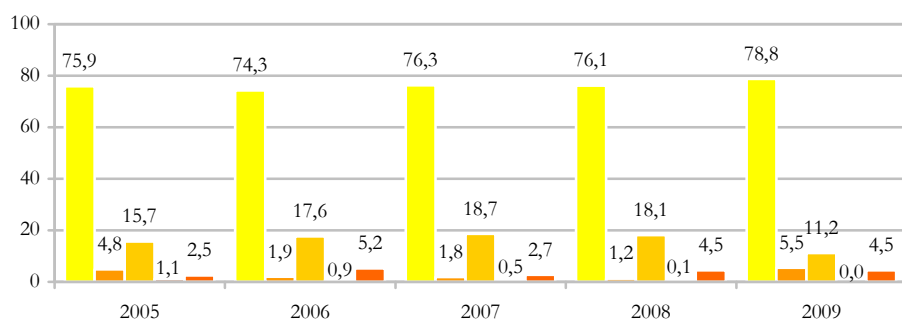
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

	%	Ventas en					Total
		Libros	Revistas y quiosco	Papelería	Música y vídeo	Otros artículos	
Global	2009	86,0	5,0	6,5	0,0	2,5	100,0
	2008	85,6	1,8	9,4	0,0	3,2	100,0
	2007	86,3	1,7	9,8	0,2	1,9	100,0
	2006	79,6	4,6	12,0	0,5	3,3	100,0
	2005	82,1	5,8	9,6	0,5	2,0	100,0
	2004	84,2	4,2	10,6	0,0	1,0	100,0
	2003	88,9	4,2	5,8	0,0	1,1	100,0
	2002	87,5	3,8	6,7	0,5	1,5	100,0
Grandes	2009	89,0	8,6	2,3	0,0	0,1	100,0
	2008	97,5	0,5	1,6	0,0	0,4	100,0
	2007	96,6	1,3	2,1	0,0	0,0	100,0
	2006	86,7	10,8	1,3	0,0	1,2	100,0
	2005	88,4	6,8	4,2	0,0	0,6	100,0
	2004	94,0	4,9	0,9	0,1	0,0	100,0
	2003	89,3	4,8	5,2	0,0	0,8	100,0
	2002	87,1	7,5	2,4	0,3	2,7	100,0
Medianas-grandes	2009	93,2	2,1	3,2	0,0	1,4	100,0
	2008	92,3	4,2	1,8	0,0	1,7	100,0
	2007	92,1	1,6	3,8	0,0	2,5	100,0
	2006	87,7	6,4	5,9	0,0	0,0	100,0
	2005	84,3	6,3	6,4	0,0	3,0	100,0
	2004	75,8	8,3	14,5	0,0	1,4	100,0
	2003	86,3	8,7	4,4	0,0	0,6	100,0
	2002	91,9	3,8	4,1	0,3	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2009	78,8	5,5	11,2	0,0	4,5	100,0
	2008	76,1	1,2	18,1	0,1	4,5	100,0
	2007	76,3	1,8	18,7	0,5	2,7	100,0
	2006	74,3	1,9	17,6	0,9	5,2	100,0
	2005	75,9	4,8	15,7	1,1	2,5	100,0
	2004	82,6	1,4	14,6	0,0	1,4	100,0
	2003	90,4	0,9	7,1	0,0	1,6	100,0
	2002	84,9	1,7	10,8	0,7	1,9	100,0

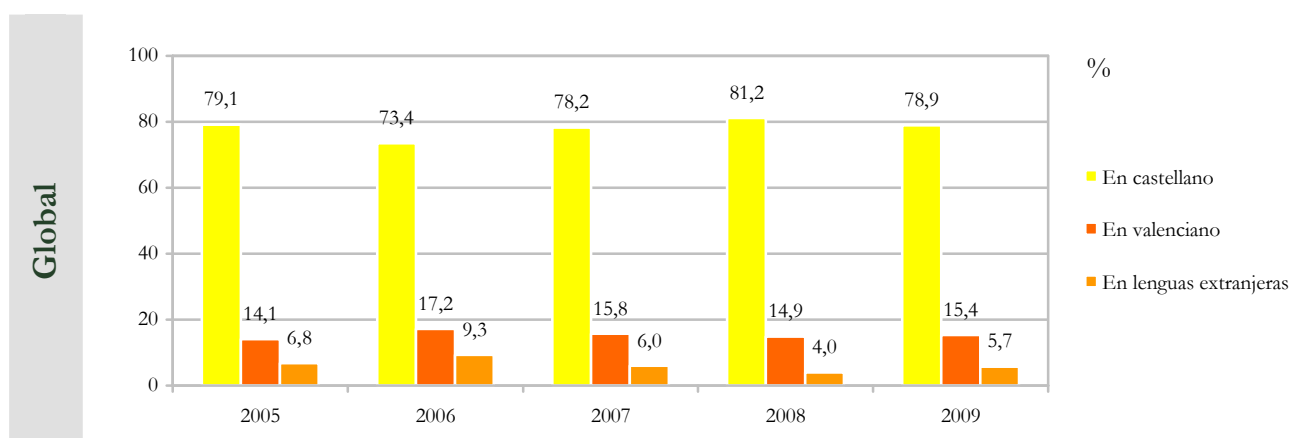
2.5. El libro y la librería

Composición de las ventas en libros según la lengua de publicación

Durante el año 2009, el porcentaje de ventas de libros en valenciano (y en otras lenguas oficiales en España diferentes del castellano) se sitúa entre el 10,9% (en las librerías grandes) y el 17,8% (en las librerías medianas-pequeñas) de las ventas de las librerías, valores más bajos que los del año 2008, en cambio en las librerías medianas-grandes, aún manteniendo una posición intermedia se registra un ascenso que sitúa las ventas en valenciano en el 15,9% e incide en el mejor posicionamiento global del conjunto de las librerías que pasa del 14,9% en el 2008, al 15,4% en el 2009.

Estos porcentajes están por debajo de los registrados en el conjunto de las comunidades autónomas con más de una lengua oficial: Illes Balears, Catalunya, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco, en las que se obtienen unos porcentajes alrededor del veinticinco por ciento.

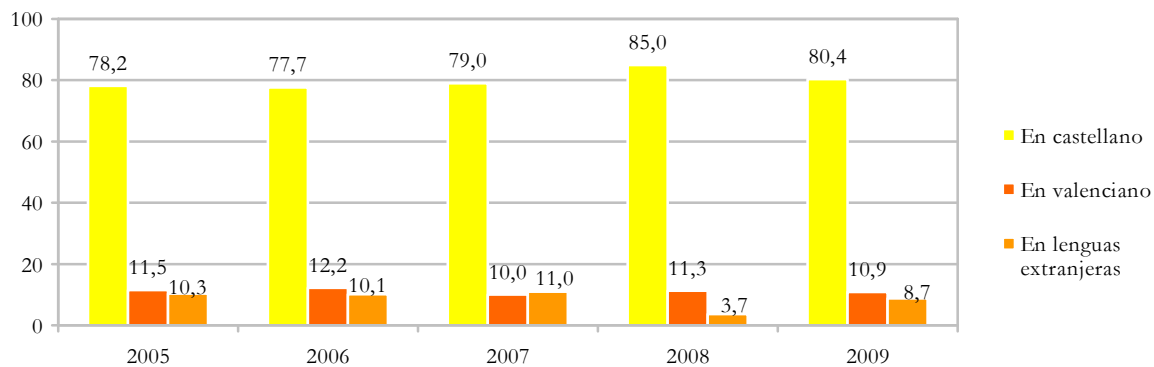
Porcentaje de ventas según la lengua de publicación de las librerías ubicadas en comunidades autónomas con más de una lengua oficial¹. Años 2005-2009.



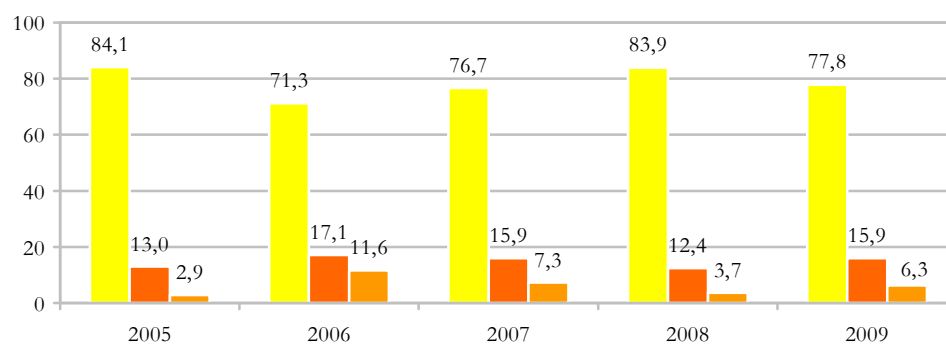
¹ Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco.

2.5. El libro y la librería

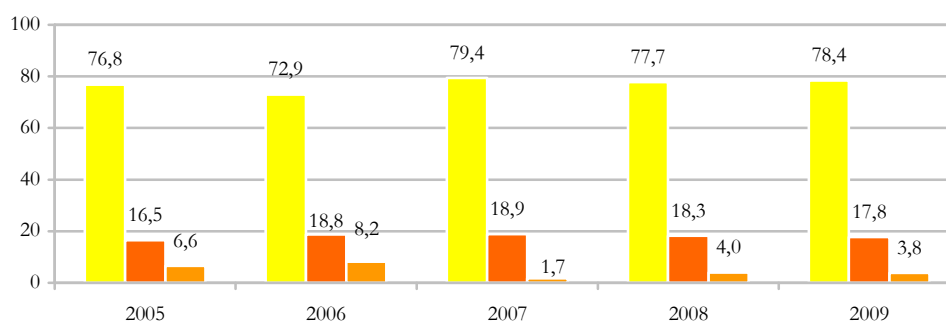
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

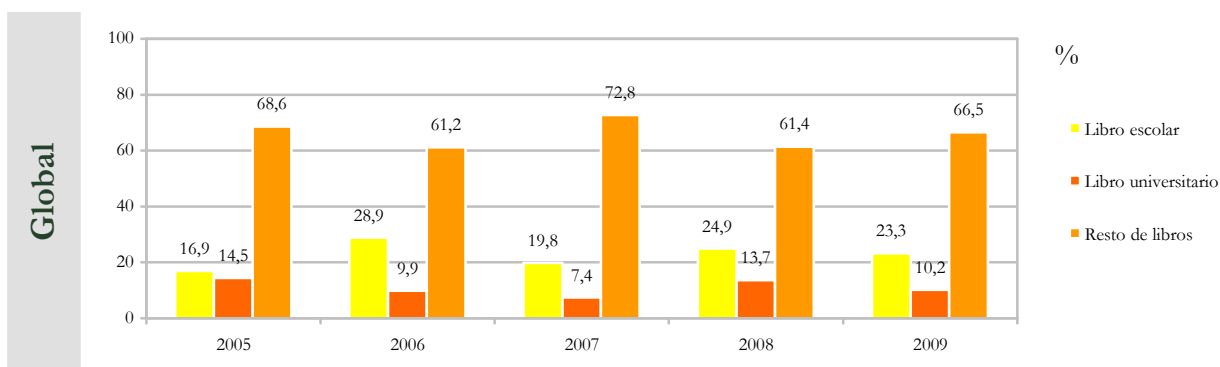
	%	Castellano	Valenciano	Lenguas extranjeras	Total
Global	2009	78,9	15,4	5,7	100,0
	2008	81,2	14,9	4,0	100,0
	2007	78,2	15,8	6,0	100,0
	2006	73,4	17,2	9,3	100,0
	2005	79,1	14,1	6,8	100,0
	2004	74,2	15,2	10,6	100,0
	2003	77,2	11,6	11,2	100,0
	2002	80,5	13,8	5,7	100,0
Grandes	2009	80,4	10,9	8,7	100,0
	2008	85,0	11,3	3,7	100,0
	2007	79,0	10,0	11,0	100,0
	2006	77,7	12,2	10,1	100,0
	2005	78,2	11,5	10,3	100,0
	2004	76,1	14,3	9,6	100,0
	2003	80,0	13,7	6,3	100,0
	2002	86,6	8,0	5,4	100,0
Medianas-grandes	2009	77,8	15,9	6,3	100,0
	2008	83,9	12,4	3,7	100,0
	2007	76,7	15,9	7,3	100,0
	2006	71,3	17,1	11,6	100,0
	2005	84,1	13,0	2,9	100,0
	2004	71,9	15,4	5,5	100,0
	2003	71,8	12,4	15,8	100,0
	2002	84,1	13,2	2,7	100,0
Medianas-pequeñas	2009	78,4	17,8	3,8	100,0
	2008	77,7	18,3	4,0	100,0
	2007	79,4	18,9	1,7	100,0
	2006	72,9	18,8	8,2	100,0
	2005	76,8	16,5	6,6	100,0
	2004	70,1	15,8	14,1	100,0
	2003	79,3	9,9	10,8	100,0
	2002	74,8	17,5	7,7	100,0

2.5. El libro y la librería

Composición de las ventas en libros según el tipo de libro

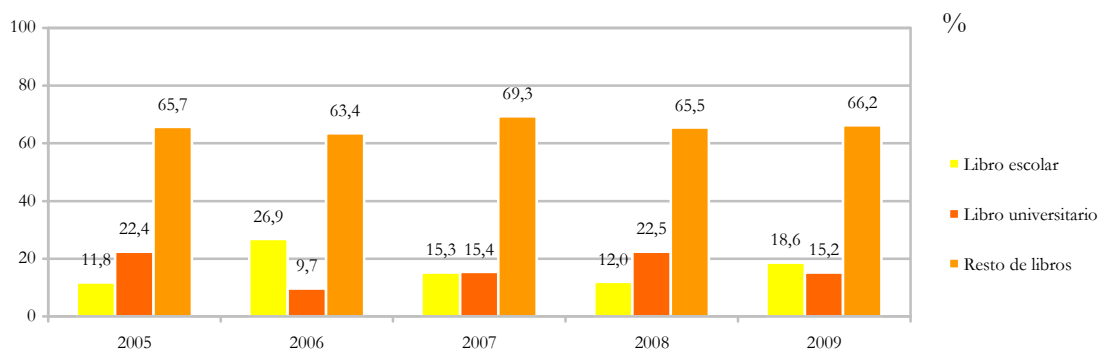
En el año 2009, el análisis de las ventas de libros según el tipo de producto indica que, en general, el peso del libro no vinculado a la “prescripción colectiva” (libro de texto escolar y libro universitario) se recupera ligeramente, respecto al 2008, pasando del 61,4% al 66,5% y por tanto reduciéndose el porcentaje de ventas de libro de texto al 33,5%.

- En las librerías grandes, el libro escolar aumenta del 12,0% en el 2008 al 18,6% en el 2009, pero en cambio el libro universitario disminuye del 22,5% en el 2008 al 15,2%. En estas librerías, el libro no adscrito a la prescripción colectiva obtiene un 66,2% (en el año 2008 fue del 65,5%).
- En las librerías medianas-grandes los porcentajes se distribuyen de forma muy similar a los de las librerías grandes. El libro escolar disminuye del 17,9% en el 2008 al 16,7% en el 2009, el libro universitario disminuye también del 16,8% en el 2008 al 15,7% en el 2009. El porcentaje de libros no adscritos a prescripción colectiva aumenta hasta el 67,7%, siendo en el 2009, el porcentaje más alto de los tres grupos de librerías.
- Las librerías medianas-pequeñas, son las que tienen un comportamiento más diferenciado respecto al resto de librerías y más positivo respecto al libro de prescripción colectiva. El libro escolar representa el 31,1% de las ventas, aunque disminuye ligeramente su presencia respecto el 2008 (que fue del 34,2%). El libro universitario disminuye su presencia pasando del 8,7% al 4,4%, manteniéndose en la banda baja de las ventas en relación con los otros grupos de librerías. El libro no vinculado a prescripción colectiva aumenta sus ventas, pasando del 57,4% en el 2008 al 64,5% en el 2009, aumento que sitúa este porcentaje mucho más cerca de los obtenidos por los otros grupos de librerías.

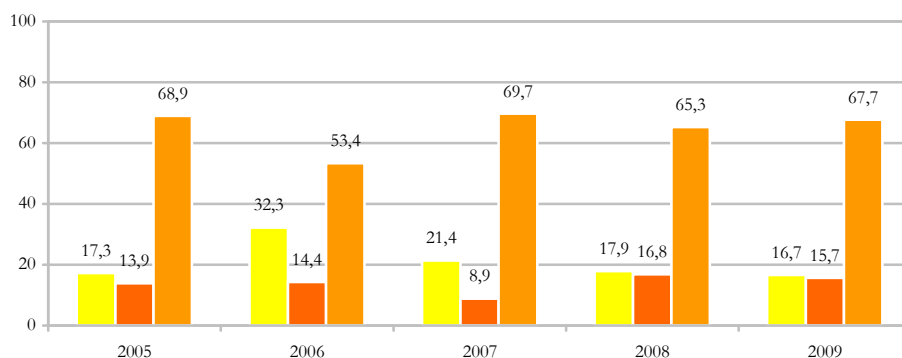


2.5. El libro y la librería

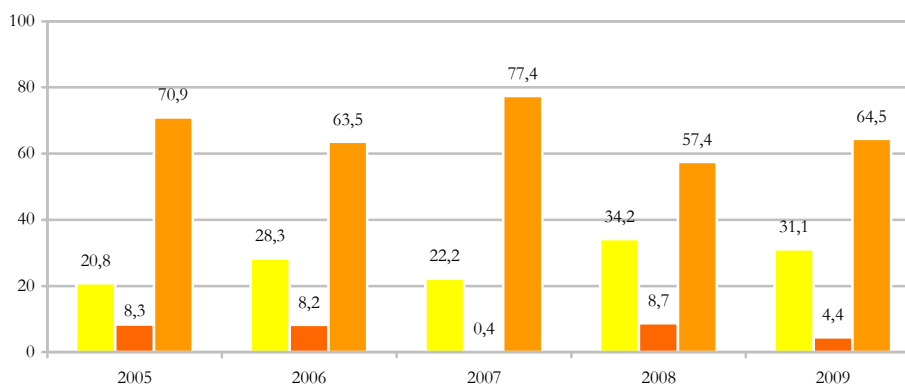
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

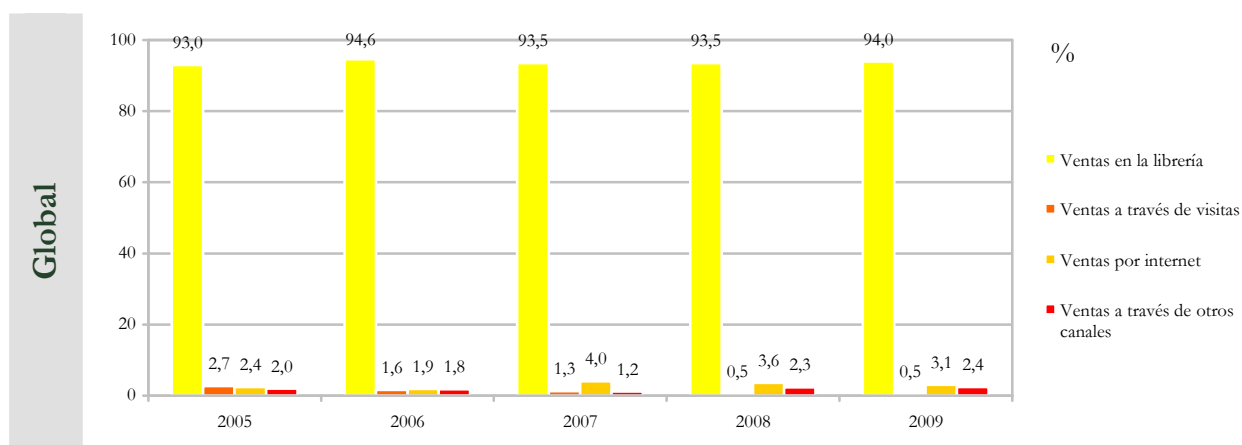
	%	Libro escolar	Libro universitario	Resto de libros	Total
Global	2009	23,3	10,2	66,5	100,0
	2008	24,9	13,7	61,4	100,0
	2007	19,8	7,4	72,8	100,0
	2006	28,9	9,9	61,2	100,0
	2005	16,9	14,5	68,6	100,0
	2004	22,6	9,9	67,5	100,0
	2003	13,7	16,3	70,0	100,0
	2002	16,3	13,8	69,9	100,0
Grandes	2009	18,6	15,2	66,2	100,0
	2008	12,0	22,5	65,5	100,0
	2007	15,3	15,4	69,3	100,0
	2006	26,9	9,7	63,4	100,0
	2005	11,8	22,4	65,7	100,0
	2004	11,3	13,2	75,6	100,0
	2003	10,6	19,6	69,8	100,0
	2002	10,8	15,3	73,9	100,0
Medianas-grandes	2009	16,7	15,7	67,7	100,0
	2008	17,9	16,8	65,3	100,0
	2007	21,4	8,9	69,7	100,0
	2006	32,3	14,4	53,4	100,0
	2005	17,3	13,9	68,9	100,0
	2004	29,7	3,8	66,5	100,0
	2003	20,9	13,1	66,0	100,0
	2002	25,9	6,2	67,9	100,0
Medianas-pequeñas	2009	31,1	4,4	64,5	100,0
	2008	34,2	8,7	57,4	100,0
	2007	22,2	0,4	77,4	100,0
	2006	28,3	8,2	63,5	100,0
	2005	20,8	8,3	70,9	100,0
	2004	26,2	10,9	62,9	100,0
	2003	10,8	16,7	72,5	100,0
	2002	14,0	17,5	68,5	100,0

2.5. El libro y la librería

Composición de las ventas en libros según canal de compra

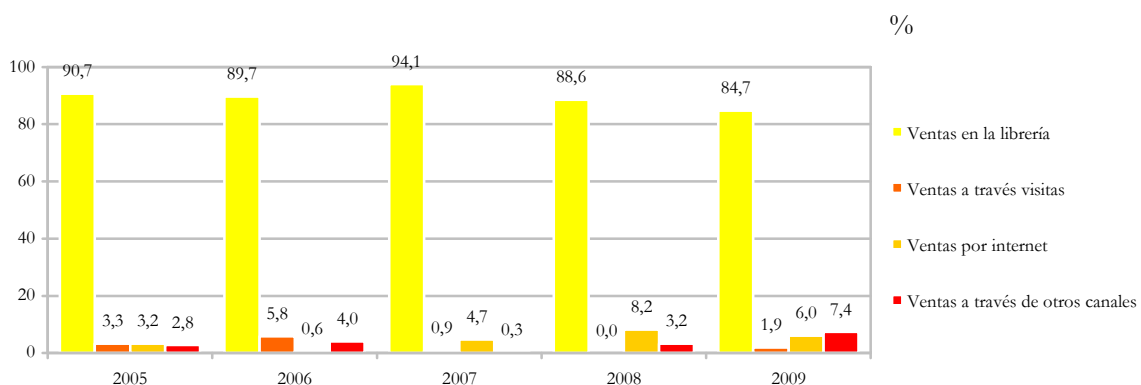
En la línea de los años anteriores, las ventas de libros, el año 2009, en el propio local de la librería representan más del noventa por ciento del total de las ventas en las librerías valencianas (al igual que en las del conjunto de España). Por lo tanto, el resto de canales no tienen una importancia significativa en términos de ventas.

Las ventas en la librería son más altas en las librerías medianas-pequeñas y conforme aumenta el tamaño de la librería, disminuye el porcentaje de ventas en el establecimiento, a favor de las ventas por internet, de las ventas por otros canales, etc... que tienen su máxima expresión en las librerías grandes en las que representan el 15,3%.

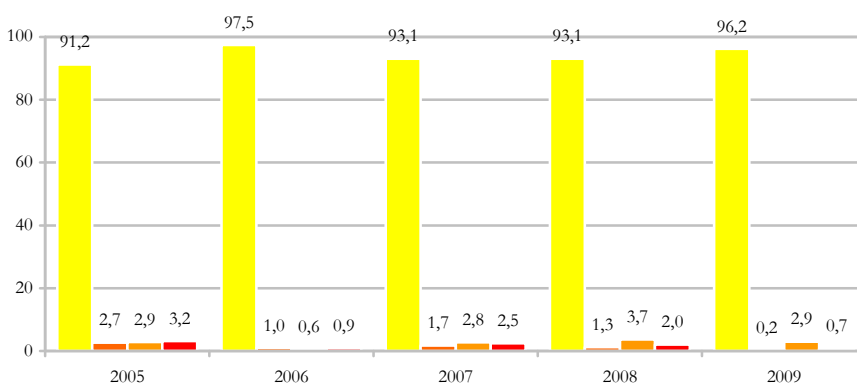


2.5. El libro y la librería

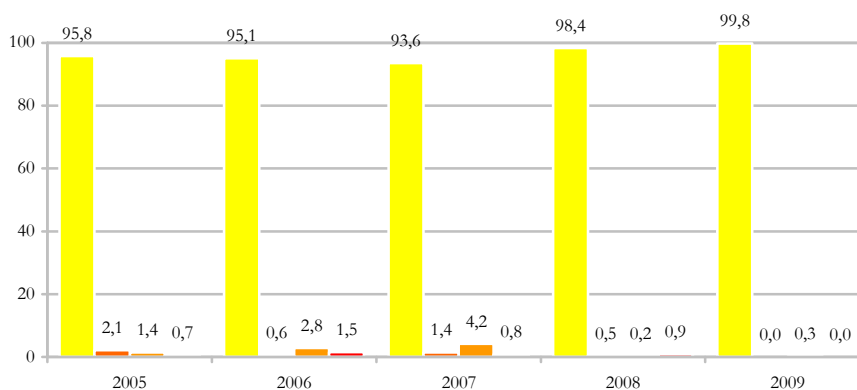
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

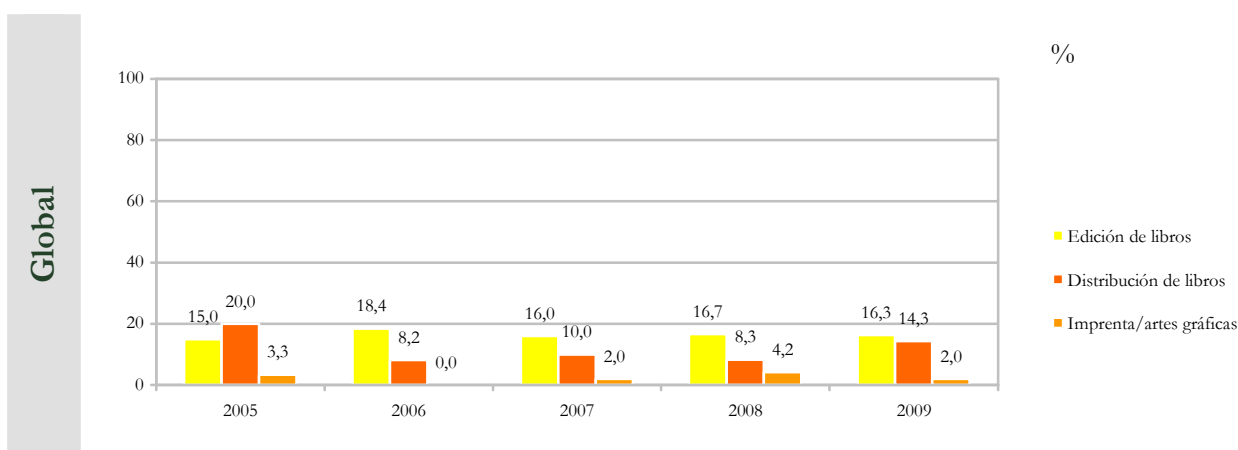
	%	Ventas en				Total
		Local	Domicilio	Internet	Otros canales	
Global	2009	94,0	0,5	3,1	2,4	100,0
	2008	93,5	0,5	3,6	2,3	100,0
	2007	93,5	1,3	4,0	1,2	100,0
	2006	94,6	1,6	1,9	1,8	100,0
	2005	93,0	2,7	2,4	2,0	100,0
	2004	93,4	2,6	2,1	1,9	100,0
Grandes	2009	84,7	1,9	6,0	7,4	100,0
	2008	88,6	0,0	8,2	3,2	100,0
	2007	94,1	0,9	4,7	0,3	100,0
	2006	89,7	5,8	0,6	4,0	100,0
	2005	90,7	3,3	3,2	2,8	100,0
	2004	89,7	3,8	5,4	1,2	100,0
Medianas- grandes	2009	96,2	0,2	2,9	0,7	100,0
	2008	93,1	1,3	3,7	2,0	100,0
	2007	93,1	1,7	2,8	2,5	100,0
	2006	97,5	1,0	0,6	0,9	100,0
	2005	91,1	2,7	2,9	3,2	100,0
	2004	95,2	2,6	1,1	1,1	100,0
Medianas- pequeñas	2009	99,8	0,0	0,3	0,0	100,0
	2008	98,4	0,5	0,2	0,9	100,0
	2007	93,6	1,4	4,2	0,8	100,0
	2006	95,1	0,6	2,8	1,5	100,0
	2005	95,8	2,1	1,4	0,7	100,0
	2004	95,0	1,8	0,4	2,8	100,0

2.5. El libro y la librería

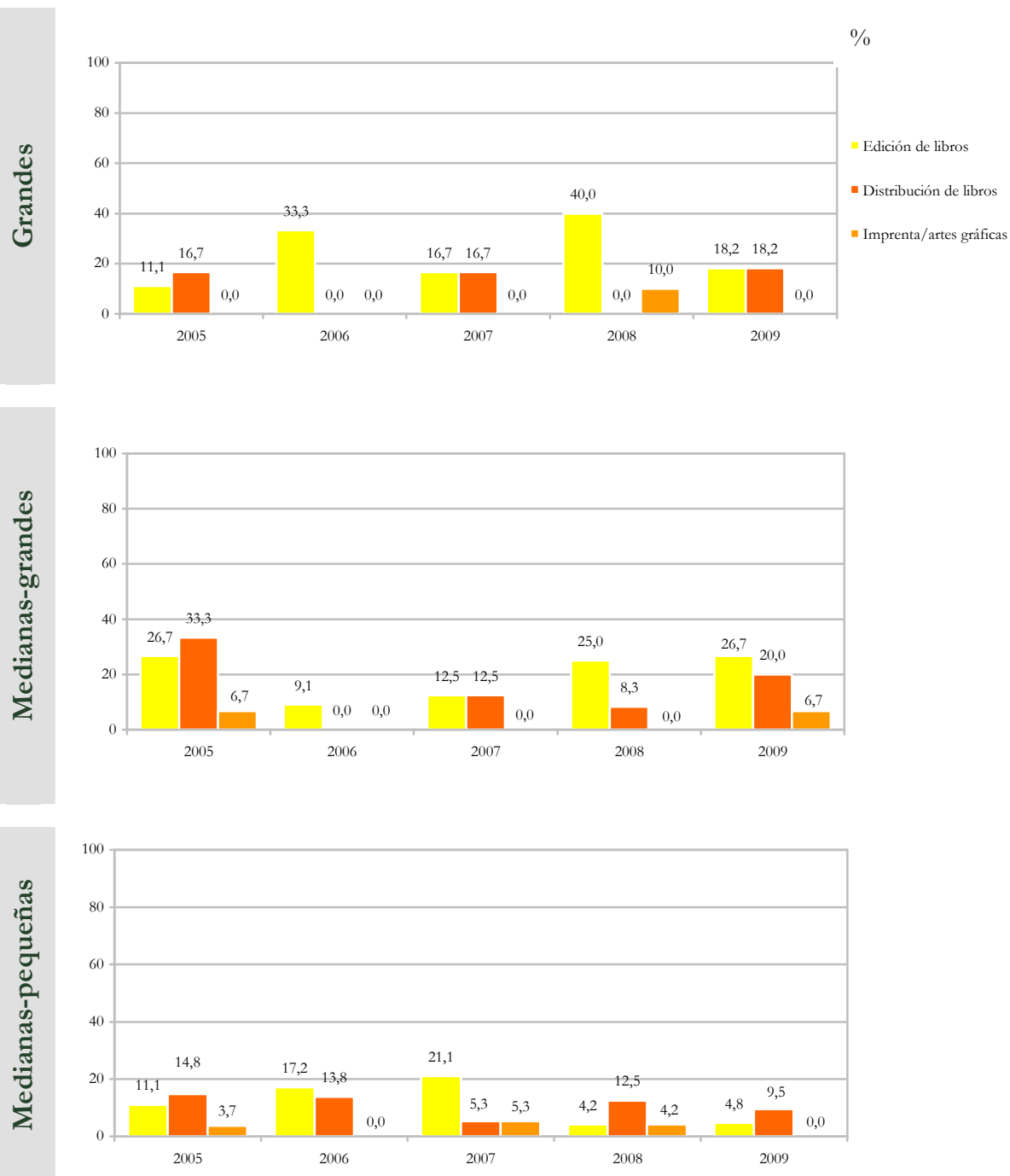
Realización de otras actividades relacionadas con el libro

En la realización por parte de las librerías de otras actividades relacionadas con el sector del libro (edición, distribución e imprenta/artes gráficas), durante el año 2009, se observa a nivel general un incremento, respecto el 2008, incremento determinado por el aumento en la distribución de libros que pasa del 8,3% al 14,3%.

Las librerías medianas-grandes son las que registran más actividad (53,4%), 26,7% en edición de libros, 20,0% en distribución de libros y 6,7% en imprenta y artes gráficas, seguidas por las librerías grandes (36,4%). Las que registran menos actividad son las medianas-pequeñas (14,3%).



2.5. El libro y la librería



2.5. El libro y la librería

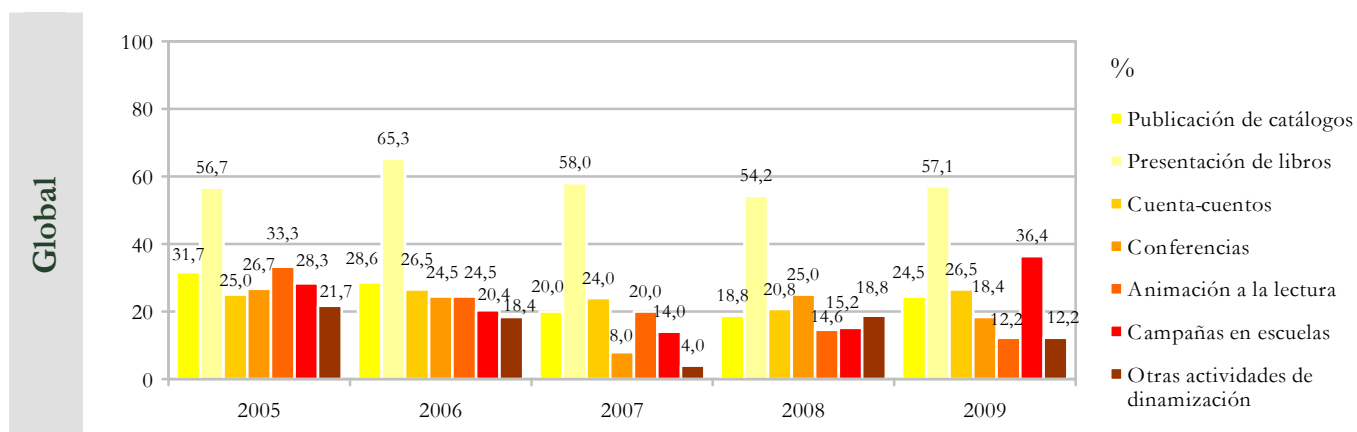
	%	Edición de libros	Distribución de libros	Imprenta de libros
Global	2009	16,3	14,3	2,0
	2008	16,7	8,3	4,2
	2007	16,0	10,0	2,0
	2006	18,4	8,2	0,0
	2005	15,0	20,0	3,3
Grandes	2009	18,2	18,2	0,0
	2008	40,0	0,0	10,0
	2007	16,7	16,7	0,0
	2006	33,3	0,0	0,0
	2005	11,1	16,7	0,0
Medianas- grandes	2009	26,7	20,0	6,7
	2008	25,0	8,3	0,0
	2007	12,5	12,5	0,0
	2006	9,1	0,0	0,0
	2005	26,7	33,3	6,7
Medianas- pequeñas	2009	4,8	9,5	0,0
	2008	4,2	12,5	4,2
	2007	21,1	5,3	5,3
	2006	17,2	13,8	0,0
	2003	11,1	14,8	3,7

2.5. El libro y la librería

Realización de otras actividades relacionadas con la lectura

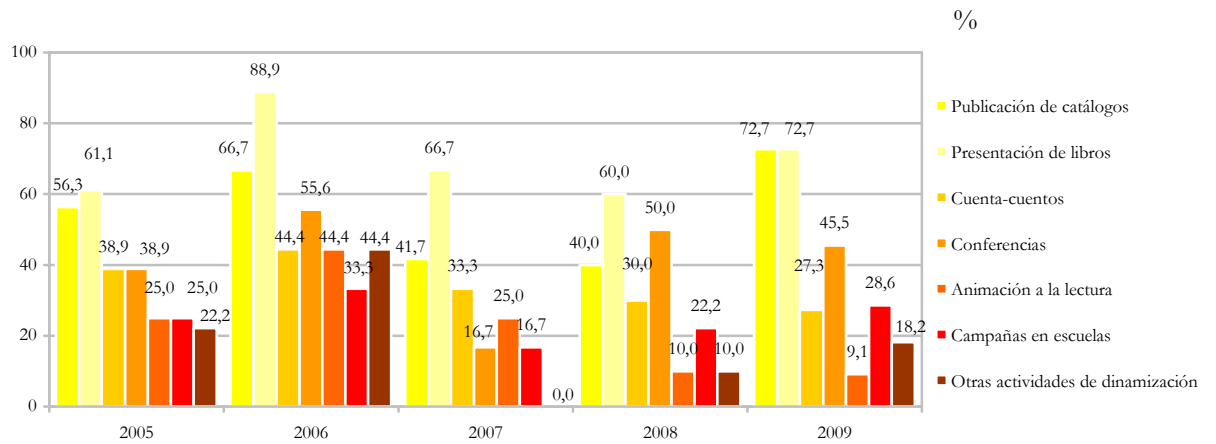
Respecto a las actividades de dinamización de la lectura realizadas por las librerías, el análisis de los datos obtenidos el año 2009, permite constatar que -en general- hay un aumento de los porcentajes de librerías de la Comunidad Valenciana que desarrollan actividades relacionadas con la lectura. Más concretamente, cabe destacar las siguientes cuestiones:

- La presentación de libros se mantiene como la actividad de dinamización de la lectura realizada por una mayor proporción de establecimientos: el 72,7% de las librerías grandes (60,0% el año 2008), el 60,0% de las medianas-grandes (66,7% el 2008) y el 47,6% de las medianas-pequeñas (41,7% el 2008).
- En años anteriores, aparecía en segundo lugar la publicación de catálogos, que ha seguido una evolución negativa durante el 2007 y el 2008 y que este año 2009 aunque se recupera (gracias a las librerías grandes), se sitúa en cuarta posición.
- El segundo lugar, en el 2009 lo ocupa las campañas en las escuelas que obtiene su máxima expresión en las librerías medianas-grandes (45,5%), seguidas a cierta distancia por las librerías grandes (28,6%) y por las medianas-pequeñas (23,1%).
- Durante el 2009, las conferencias han sido una actividad relevante, promovida por el 45,5% de las librerías grandes, el 13,3% de las medianas-grandes y el 9,5% de las medianas-pequeñas.
- El resto de actividades de dinamización de la lectura (cuenta-cuentos, animación a la lectura, y otras actividades) son promovidas por una proporción menor de establecimientos.

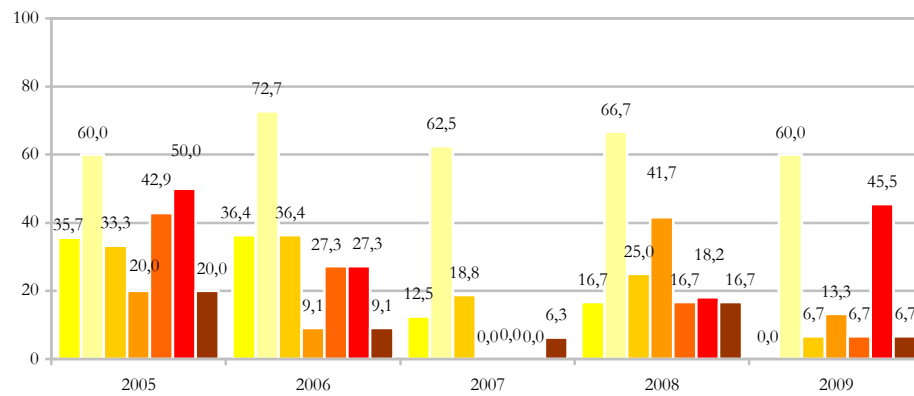


2.5. El libro y la librería

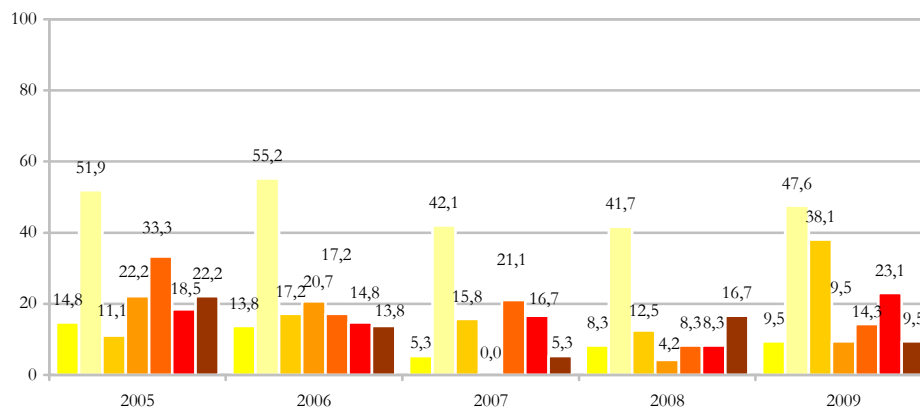
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

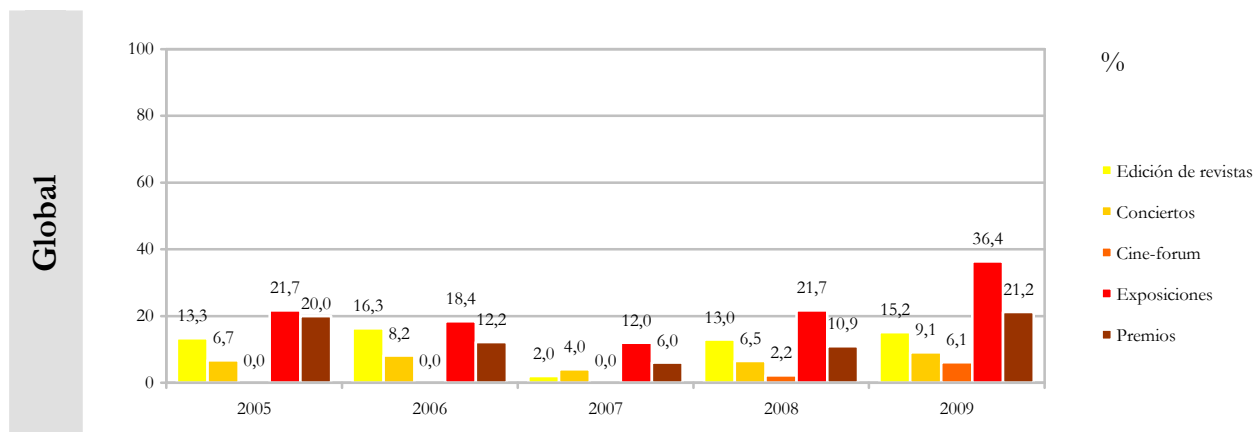
	%	Publicación de catálogos	Presentación de libros	Cuentacuentos	Conferencias	Animación lectura en escuelas	Campañas en escuelas	Otras actividades
Global	2009	24,5	57,1	26,5	18,4	12,2	36,4	12,2
	2008	18,8	54,2	20,8	25,0	14,6	15,2	18,8
	2007	20,0	58,0	24,0	8,0	20,0	14,0	4,0
	2006	28,6	65,3	26,5	24,5	24,5	20,4	18,4
	2005	31,7	56,7	25,0	26,7	33,3	28,3	21,7
Grandes	2009	72,7	72,7	27,3	45,5	9,1	28,6	18,2
	2008	40,0	60,0	30,0	50,0	10,0	22,2	10,0
	2007	41,7	66,7	33,3	16,7	25,0	16,7	0,0
	2006	66,7	88,9	44,4	55,6	44,4	33,3	44,4
	2005	56,3	61,1	38,9	38,9	25,0	25,0	22,2
Medianas-grandes	2009	0,0	60,0	6,7	13,3	6,7	45,5	6,7
	2008	16,7	66,7	25,0	41,7	16,7	18,2	16,7
	2007	12,5	62,5	18,8	0,0	0,0	0,0	6,3
	2006	36,4	72,7	36,4	9,1	27,3	27,3	9,1
	2005	35,7	60,0	33,3	20,0	42,9	50,0	20,0
Medianas-pequeñas	2009	9,5	47,6	38,1	9,5	14,3	23,1	9,5
	2008	8,3	41,7	12,5	4,2	8,3	8,3	16,7
	2007	5,3	42,1	15,8	0,0	21,1	16,7	5,3
	2006	13,8	55,2	17,2	20,7	17,2	14,8	13,8
	2005	14,8	51,9	11,1	22,2	33,3	18,5	22,2

2.5. El libro y la librería

Otras actividades culturales

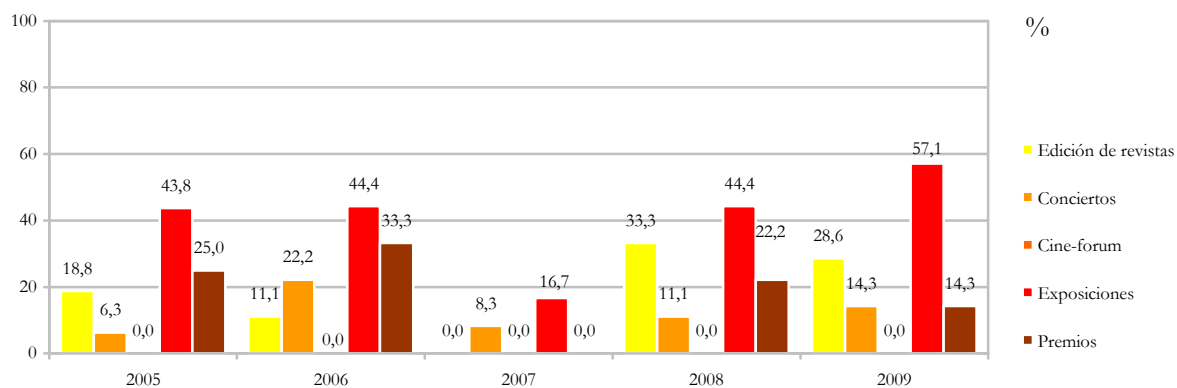
En las otras actividades culturales realizadas por las librerías, destacan las exposiciones, los premios y la edición de revistas, siendo estas las tres actividades más recurrentes en los últimos años. Indicar que la frecuencia de las actividades es mayor, cuanto mayor es el tamaño de la librería, sirva como muestra que entre las librerías grandes un 57,1% organiza exposiciones, porcentaje que se reduce al 36,4% entre las medianas-grandes y al 23,1% entre las medianas-pequeñas.

Durante el 2008, la información registrada inducía a pensar en una leve recuperación de las actividades tanto de animación de la lectura, como de las actividades culturales. Durante el 2009 se consolida esta recuperación con el incremento de actividades y por tanto explicita el esfuerzo de las librerías, en un entorno económico adverso.

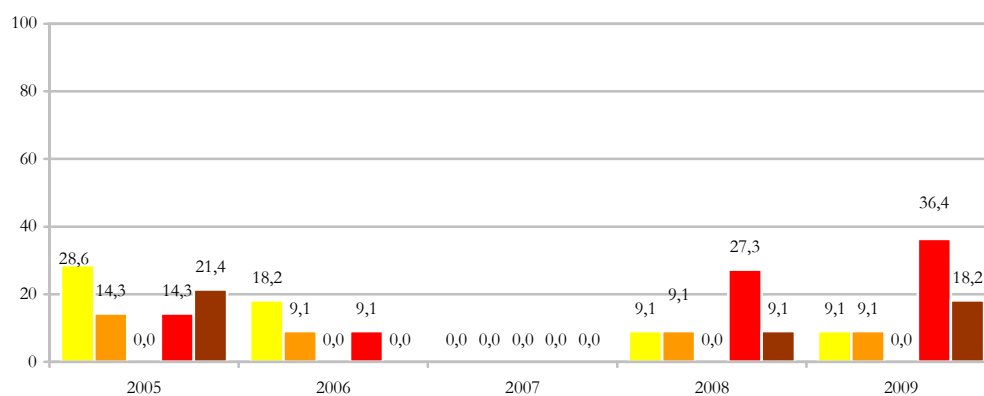


2.5. El libro y la librería

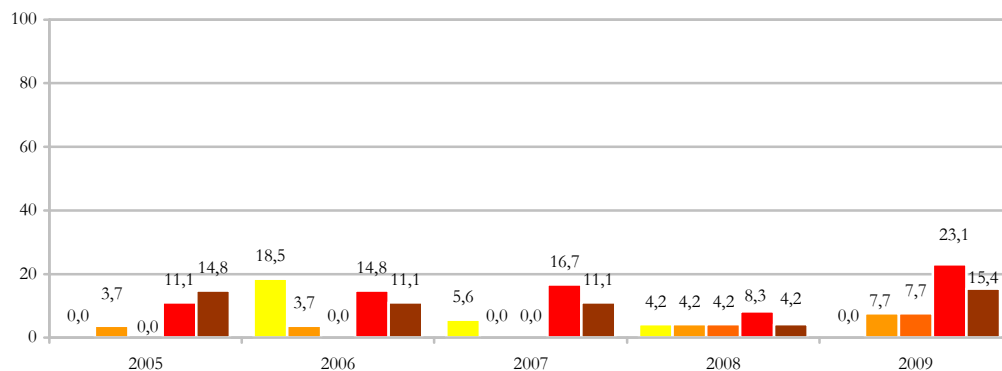
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

	%	Edición de revistas	Conciertos	Cine-forum	Exposiciones	Premios
Global	2009	15,2	9,1	6,1	36,4	21,2
	2008	13,0	6,5	2,2	21,7	10,9
	2007	2,0	4,0	0,0	12,0	6,0
	2006	16,3	8,2	0,0	18,4	12,2
	2005	13,3	6,7	0,0	21,7	20,0
	2004	8,9	1,8	0,0	14,3	17,9
	2003	23,2	10,7	3,6	25,0	23,2
	2002	9,8	4,9	2,4	39,5	18,6
Grandes	2009	28,6	14,3	0,0	57,1	14,3
	2008	33,3	11,1	0,0	44,4	22,2
	2007	0,0	8,3	0,0	16,7	0,0
	2006	11,1	22,2	0,0	44,4	33,3
	2005	18,8	6,3	0,0	43,8	25,0
	2004	14,3	7,1	0,0	28,6	28,6
	2003	42,9	28,6	35,7	42,9	50,0
	2002	23,1	15,4	7,7	30,8	23,1
Medianas-grandes	2009	9,1	9,1	0,0	36,4	18,2
	2008	9,1	9,1	0,0	27,3	9,1
	2007	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	2006	18,2	9,1	0,0	9,1	0,0
	2005	28,6	14,3	0,0	14,3	21,4
	2004	9,1	0,0	0,0	36,4	18,2
	2003	20,0	6,7	20,0	40,0	13,3
	2002	7,7	0,0	0,0	28,6	21,4
Medianas-pequeñas	2009	0,0	7,7	7,7	23,1	15,4
	2008	4,2	4,2	4,2	8,3	4,2
	2007	5,6	0,0	0,0	16,7	11,1
	2006	18,5	3,7	0,0	14,8	11,1
	2005	0,0	3,7	0,0	11,1	14,8
	2004	14,3	0,0	0,0	0,0	28,6
	2003	17,4	4,3	4,3	26,1	21,7
	2002	0,0	0,0	0,0	47,4	10,5

2.6. Gestión de la librería

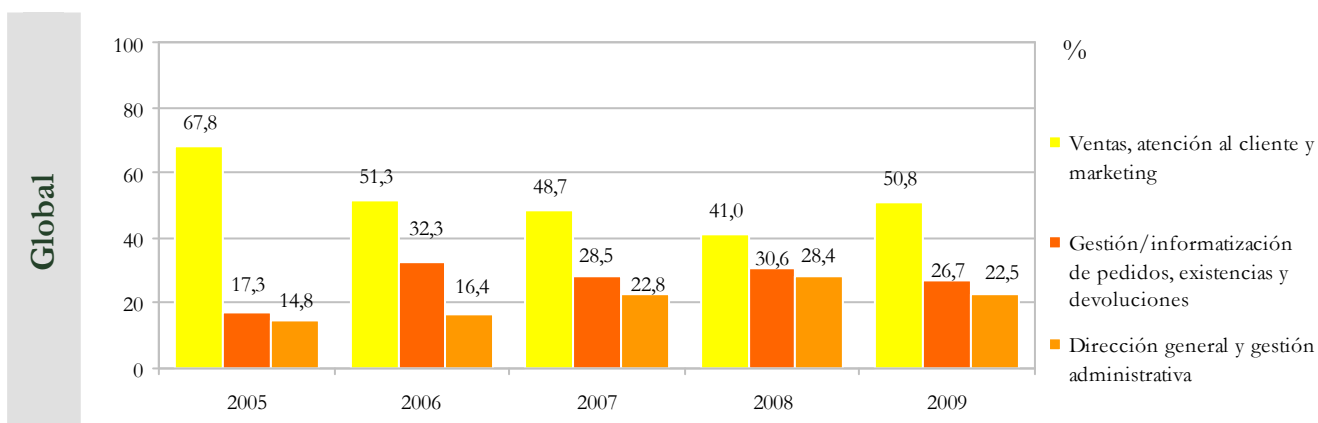
En el presente apartado se plantean veintidós cuestiones de distinta naturaleza referentes a la gestión de la librería.

Distribución del trabajo por tareas y funciones

En general la respuesta obtenida el año 2009 sobre la distribución, por tareas o funciones, del trabajo realizado en la librería presenta ciertos cambios a destacar, respecto de la situación del año 2008.

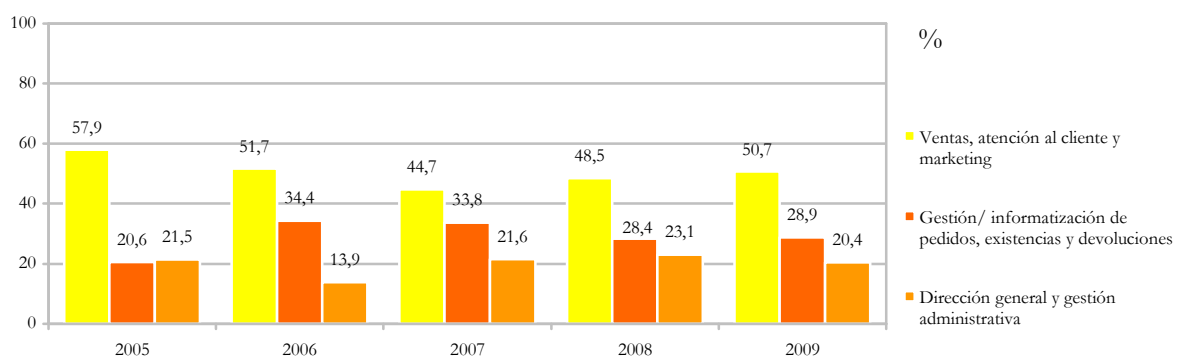
En primer lugar, indicar un cambio trascendente, respecto a los dos últimos años, mediante el que se produce una concentración del esfuerzo en el ámbito de las ventas, atención al cliente y marketing que alcanza a nivel global el 50,8% de los recursos (cuando en el 2008 era el 41,0%). Este cambio se produce en los tres segmentos de librerías, suponiendo los recursos dedicados a las ventas, la atención al cliente y el marketing el 50,7% en las librerías grandes, el 49,0% en las medianas-grandes y el 51,9% en las medianas-pequeñas.

En segundo lugar, y como consecuencia del aumento comentado en ventas, atención al cliente y marketing, se produce un descenso en los recursos dedicados a la gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones (26,7%) y a la dirección general y gestión administrativa (22,5%), este descenso se reproduce en los tres grupos de librerías con la excepción de que en las librerías grandes se ciñe a la dirección general y gestión administrativa, puesto que los recursos destinados a gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones se mantienen.

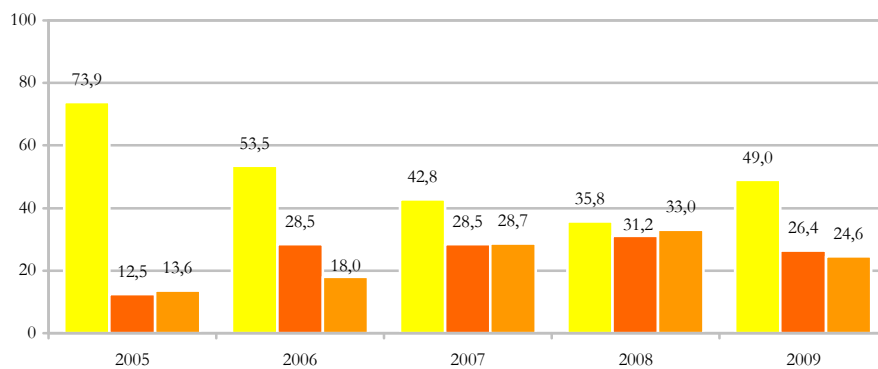


2.6. Gestión de la librería

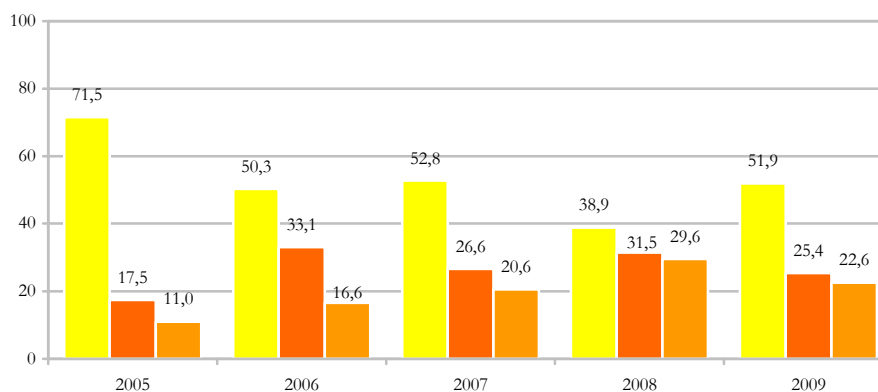
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

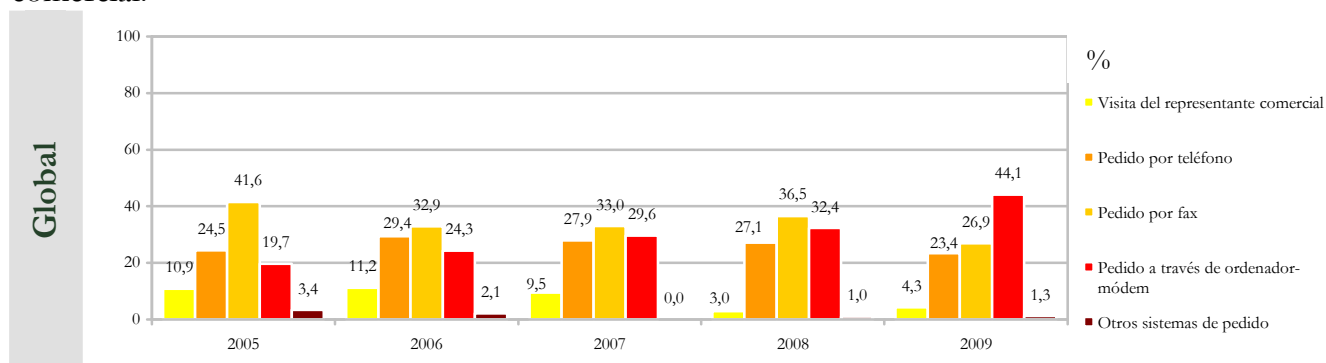
	%	Trabajo dedicado a:			Total
		Ventas, atención al cliente y marketing	Gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones	Dirección general y gestión administrativa	
Global	2009	50,8	26,7	22,5	100,0
	2008	41,0	30,6	28,4	100,0
	2007	48,7	28,5	22,8	100,0
	2006	51,3	32,3	16,4	100,0
	2005	67,8	17,3	14,8	100,0
	2004	49,7	36,8	13,5	100,0
	2003	61,5	25,6	12,0	100,0
Grandes	2009	50,7	28,9	20,4	100,0
	2008	48,5	28,4	23,1	100,0
	2007	44,7	33,8	21,6	100,0
	2006	51,7	34,4	13,9	100,0
	2005	57,9	20,6	21,5	100,0
	2004	46,3	39,8	13,9	100,0
	2003	65,8	23,4	10,8	100,0
Medianas-grandes	2009	49,0	26,4	24,6	100,0
	2008	35,8	31,2	33,0	100,0
	2007	42,8	28,5	28,7	100,0
	2006	53,5	28,5	18,0	100,0
	2005	73,9	12,5	13,6	100,0
	2004	44,5	44,3	11,2	100,0
	2003	67,2	22,0	10,8	100,0
Medianas-pequeñas	2009	51,9	25,4	22,6	100,0
	2008	38,9	31,5	29,6	100,0
	2007	52,8	26,6	20,6	100,0
	2006	50,3	33,1	16,6	100,0
	2005	71,5	17,5	11,0	100,0
	2004	55,1	30,4	14,5	100,0
	2003	54,8	29,3	15,9	100,0

2.6. Gestión de la librería

Sistemas de pedido

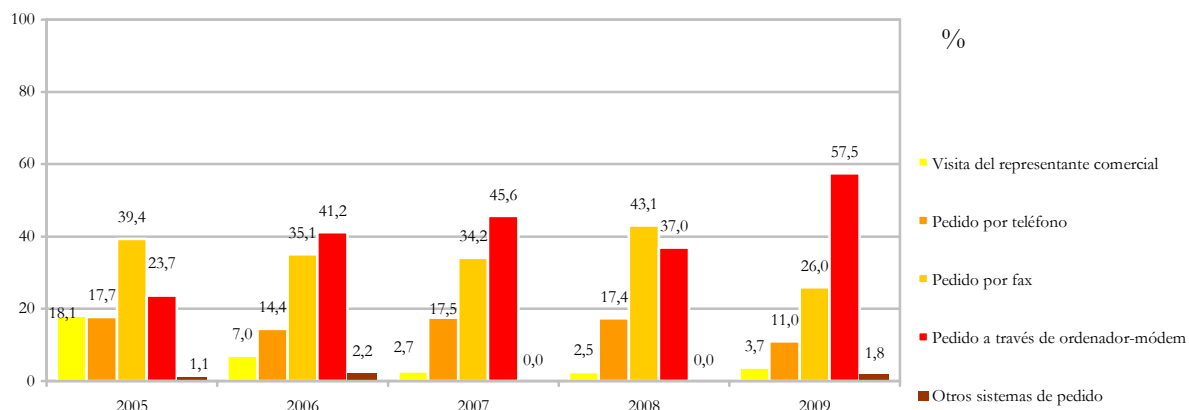
Del año 2003 al 2007, se observó una clara tendencia en las librerías grandes y medianas-pequeñas de la Comunidad Valenciana de progresiva reducción de los pedidos realizados mediante el fax (cuyo porcentaje decreció en ambos grupos, situándose entre el veinte por ciento y el treinta y cinco por ciento del total de los establecimientos el año 2007). Paralelamente, se produjo un incremento de los pedidos realizados a través de internet (que aumentaron en los últimos tres años), sobretodo en el caso de las librerías grandes situándose en el 45,6% en el 2007. Durante el año 2008, en estos dos grupos se produce una inflexión en la tendencia, así, en las librerías grandes se produce un incremento del uso del fax (43,1%) en detrimento del uso del pedido mediante internet (37,0%) y en las medianas-pequeñas se observa el mismo comportamiento, aumentando el uso del fax (36,4%) y disminuyendo el uso de internet (21,0%), aunque en este caso también aumenta el uso del teléfono (38,3%) que sigue siendo el canal más recurrente en este grupo de librerías para la realización de pedidos a los proveedores. Durante el año 2009, se recupera la progresión explicitada anterior al 2008 y se produce un aumento general del uso de internet que alcanza el 44,1% (en el 2008 fue del 32,4%), aumento que tiene su correspondencia en las librerías grandes cuyo uso ha ascendido al 57,5% y en las librerías medianas-pequeñas cuyo uso ha alcanzado el 43,3% (doblando el uso del 2008).

En las librerías medianas-grandes en los últimos años se ha observado un comportamiento distinto que también se ha plasmado en el 2009. En estas librerías, durante el 2008, se observó un incremento notable del uso de internet para la realización de pedidos alcanzando el 43,6% (en el 2007 era del 20,8%), incremento que se manifestó en base a la disminución relativa del uso del fax que pasó del 45,5% (en el 2007) al 35,7% y del uso del teléfono que pasó del 30,6% (en el 2007) al 15,3%. En el 2009, el uso de internet retrocede hasta el 33,0% aumentando los usos de otros canales: fax (que se convierte en el canal más recurrente), teléfono y visita del representante comercial.

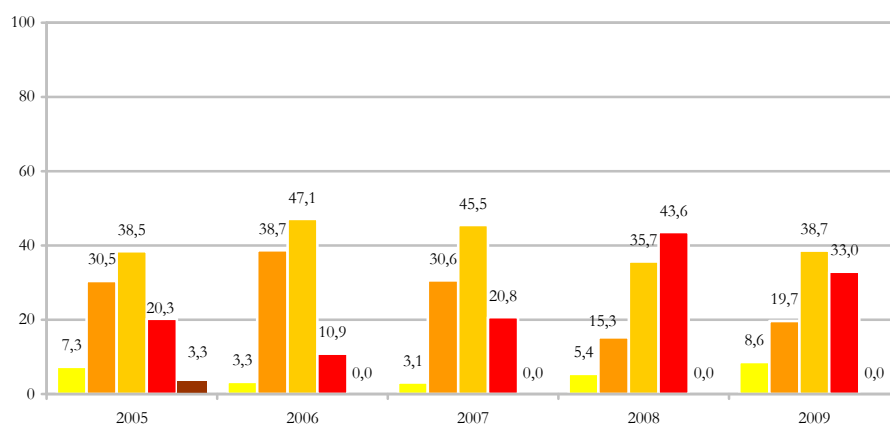


2.6. Gestión de la librería

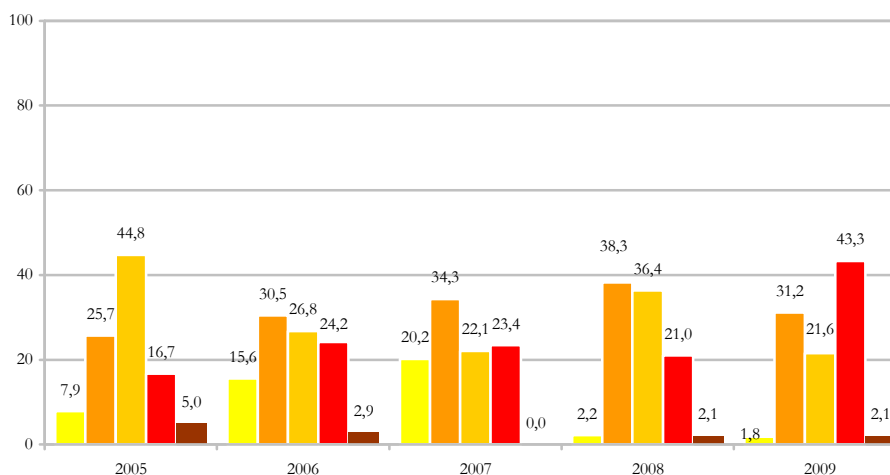
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



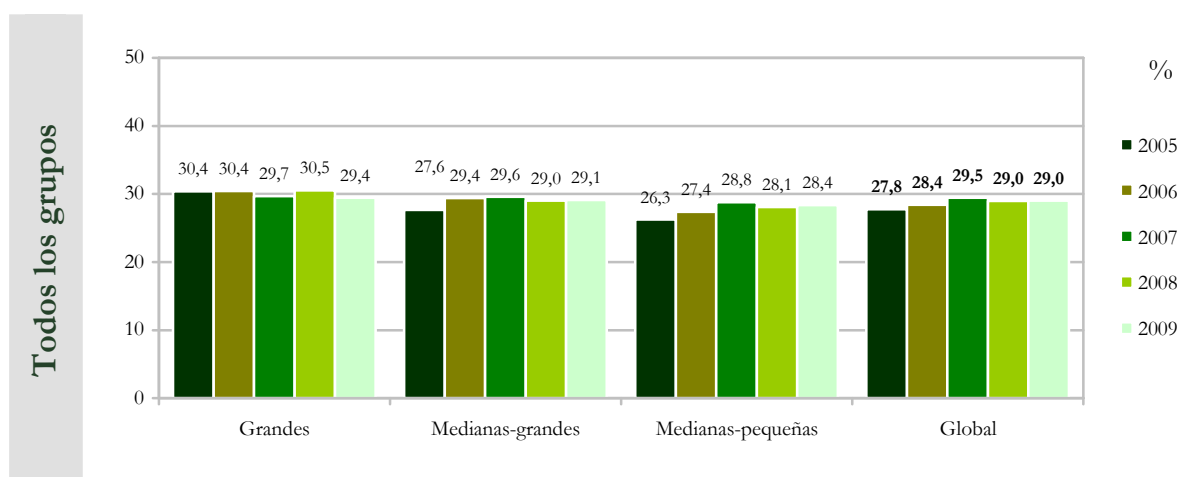
2.6. Gestión de la librería

	%	Pedido a través de / por					Total
		Visita comercial	Teléfono	Fax	Ordenador-módem	Otros sistemas	
Global	2009	4,3	23,4	26,9	44,1	1,3	100,0
	2008	3,0	27,1	36,5	32,4	1,0	100,0
	2007	9,5	27,9	33,0	29,6	0,0	100,0
	2006	11,2	29,4	32,9	24,3	2,1	100,0
	2005	10,9	24,5	41,6	19,7	3,4	100,0
	2004	8,7	28,0	50,2	12,5	0,6	100,0
	2003	7,5	21,3	53,6	10,5	7,1	100,0
	2002	12,1	18,8	58,3	9,2	1,6	100,0
Grandes	2009	3,7	11,0	26,0	57,5	1,8	100,0
	2008	2,5	17,4	43,1	37,0	0,0	100,0
	2007	2,7	17,5	34,2	45,6	0,0	100,0
	2006	7,0	14,4	35,1	41,2	2,2	100,0
	2005	18,1	17,7	39,4	23,7	1,1	100,0
	2004	10,3	23,5	47,9	18,3	0,0	100,0
	2003	8,7	14,0	48,5	15,8	13,1	100,0
	2002	16,5	11,9	56,2	15,4	0,0	100,0
Medianas-grandes	2009	8,6	19,7	38,7	33,0	0,0	100,0
	2008	5,4	15,3	35,7	43,6	0,0	100,0
	2007	3,1	30,6	45,5	20,8	0,0	100,0
	2006	3,3	38,7	47,1	10,9	0,0	100,0
	2005	7,3	30,5	38,5	20,3	3,3	100,0
	2004	14,4	24,4	54,8	6,4	0,0	100,0
	2003	5,3	15,6	62,4	7,3	9,4	100,0
	2002	8,9	19,8	60,7	10,0	0,7	100,0
Medianas-pequeñas	2009	1,8	31,2	21,6	43,3	2,1	100,0
	2008	2,2	38,3	36,4	21,0	2,1	100,0
	2007	20,2	34,3	22,1	23,4	0,0	100,0
	2006	15,6	30,5	26,8	24,2	2,9	100,0
	2005	7,9	25,6	44,8	16,7	5,0	100,0
	2004	4,4	33,2	49,2	12,0	1,3	100,0
	2003	8,5	28,9	50,2	10,0	2,4	100,0
	2002	11,8	21,5	58,0	5,7	3,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

Descuento

Igual que en los años anteriores, se observa que el porcentaje de descuento decrece al disminuir el tamaño de la librería, aunque disminuyen las diferencias existentes, en este sentido. En el 2009, las librerías grandes han contado con un descuento medio del 29,4%, las medianas-grandes del 29,1% y las medianas-pequeñas del 28,4%.



2.6. Gestión de la librería

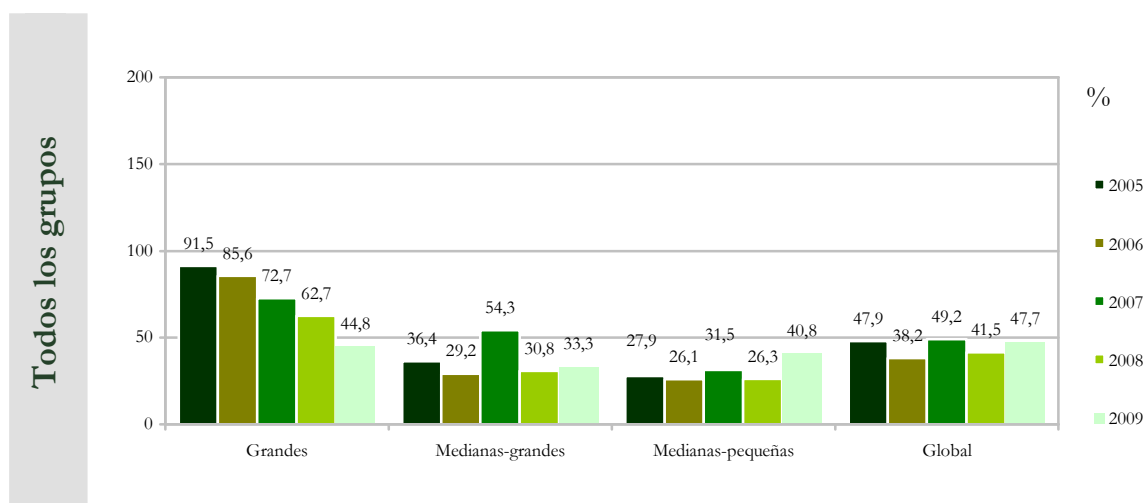
Media del porcentaje de descuento		
Global	2009	29,0
	2008	29,0
	2007	29,5
	2006	28,4
	2005	27,8
	2004	27,7
	2003	28,0
	2002	27,4
Grandes	2009	29,4
	2008	30,5
	2007	29,7
	2006	30,4
	2005	30,4
	2004	29,9
	2003	30,7
	2002	29,5
Medianas-grandes	2009	29,1
	2008	29,0
	2007	29,6
	2006	29,4
	2005	27,6
	2004	27,1
	2003	26,9
	2002	27,6
Medianas-pequeñas	2009	28,4
	2008	28,1
	2007	28,8
	2006	27,4
	2005	26,3
	2004	26,5
	2003	27,3
	2002	26,3

2.6. Gestión de la librería

Número de distribuidores

Globalmente, durante el año 2009, el número de distribuidores con el que trabajan las librerías se incrementa pasando de 41,5 a 47,7, incremento que es fruto de tres comportamientos distintos:

- En las librerías grandes se constata una tendencia de decrecimiento de la cantidad de empresas distribuidoras con las que trabajan las librerías, que el año 2009 es de 44,8 de promedio (en el 2008 fueron 62,7), llegando al mínimo histórico.
- En las librerías medianas-grandes el incremento de proveedores es muy leve –se pasa de 30,8 en el 2008 a 33,3 en el 2009- por tanto se podría considerar estabilizado.
- En las librerías medianas-pequeñas se produce un incremento notable, pasando de 26,3, en el 2008 a 40,8 en el 2009, siendo directamente responsables del incremento general.



2.6. Gestión de la librería

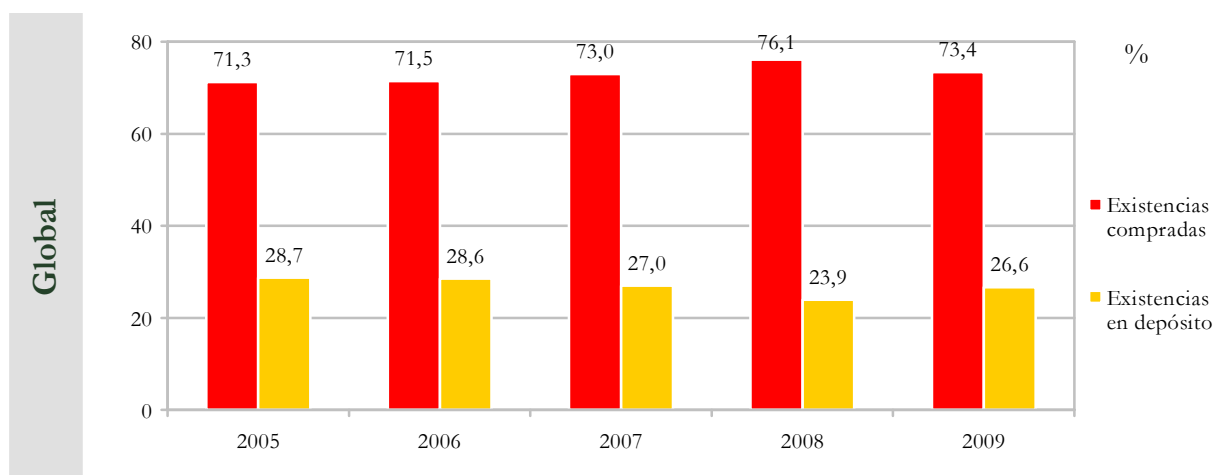
		Número de distribuidores
Global	2009	47,7
	2008	41,5
	2007	49,2
	2006	38,2
	2005	47,9
	2004	68,3
	2003	44,1
	2002	65,0
Grandes	2009	44,8
	2008	62,7
	2007	72,7
	2006	85,6
	2005	91,5
	2004	161,3
	2003	81,2
	2002	158,2
Medianas-grandes	2009	33,3
	2008	30,8
	2007	54,3
	2006	29,2
	2005	36,4
	2004	29,9
	2003	29,1
	2002	57,8
Medianas-pequeñas	2009	40,8
	2008	26,3
	2007	31,5
	2006	26,1
	2005	27,9
	2004	23,3
	2003	32,9
	2002	26,1

2.6. Gestión de la librería

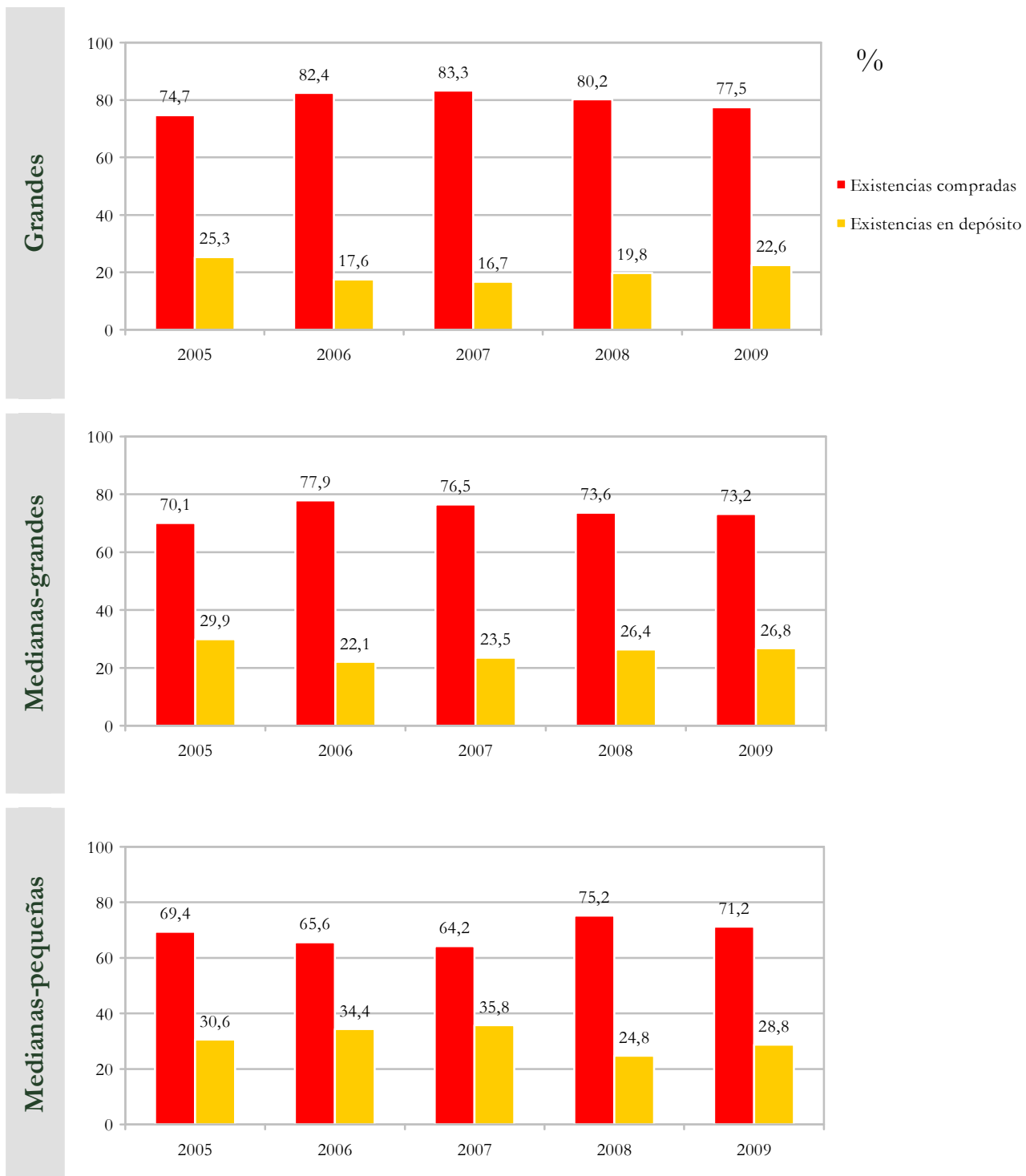
Composición de las existencias

Durante el año 2009, se produce una leve reducción del porcentaje de las existencias compradas, que pasan del 76,1% en el 2008, al 73,4%. Esta reducción se da, básicamente, por la reducción de las existencias compradas de las librerías grandes (que pasan del 80,2% al 77,5%) y de las medianas-pequeñas (que pasan del 75,2% al 71,2%), ya que las medianas-grandes alteran muy poco su porcentaje respecto a las existencias compradas (de 73,6% a 73,2%).

Asimismo, durante el 2009 se recupera la tendencia por la que cuanto mayor es la librería, mayor es el porcentaje de existencias compradas y menor el de existencias en depósito.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

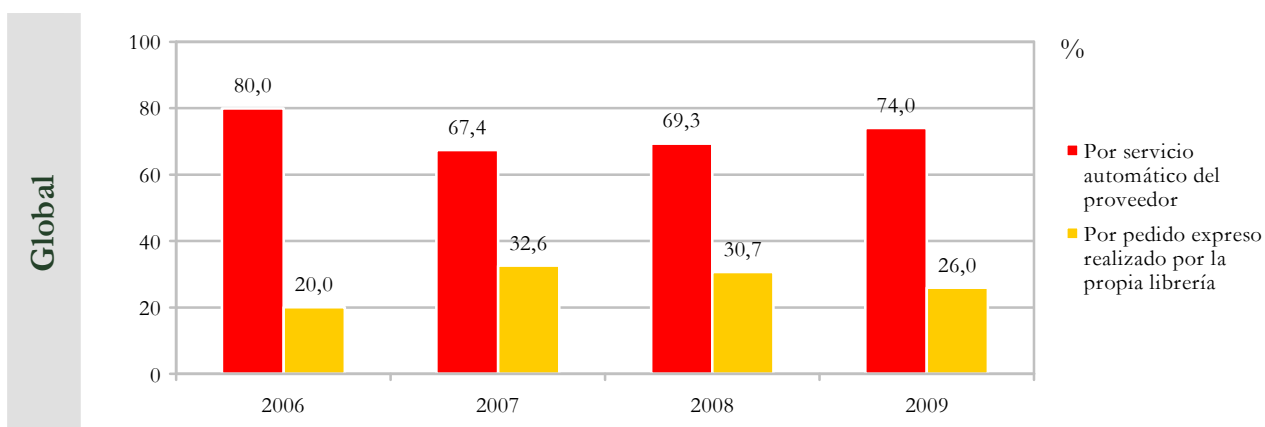
	%	Existencias compradas	Existencias en depósito	Total
Global	2009	73,4	26,6	100,0
	2008	76,1	23,9	100,0
	2007	73,0	27,0	100,0
	2006	71,5	28,5	100,0
	2005	71,3	28,7	100,0
	2004	76,5	23,5	100,0
Grandes	2009	77,5	22,5	100,0
	2008	80,2	19,8	100,0
	2007	83,3	16,7	100,0
	2006	82,4	17,6	100,0
	2005	74,7	25,3	100,0
	2004	70,6	29,4	100,0
Medianas- grandes	2009	73,2	26,8	100,0
	2008	73,6	26,4	100,0
	2007	76,5	23,5	100,0
	2006	77,9	22,1	100,0
	2005	70,1	29,9	100,0
	2004	76,2	23,8	100,0
Medianas- pequeñas	2009	71,2	28,8	100,0
	2008	75,2	24,8	100,0
	2007	64,2	35,8	100,0
	2006	65,6	34,4	100,0
	2005	69,4	30,6	100,0
	2004	80,8	19,2	100,0

2.6. Gestión de la librería

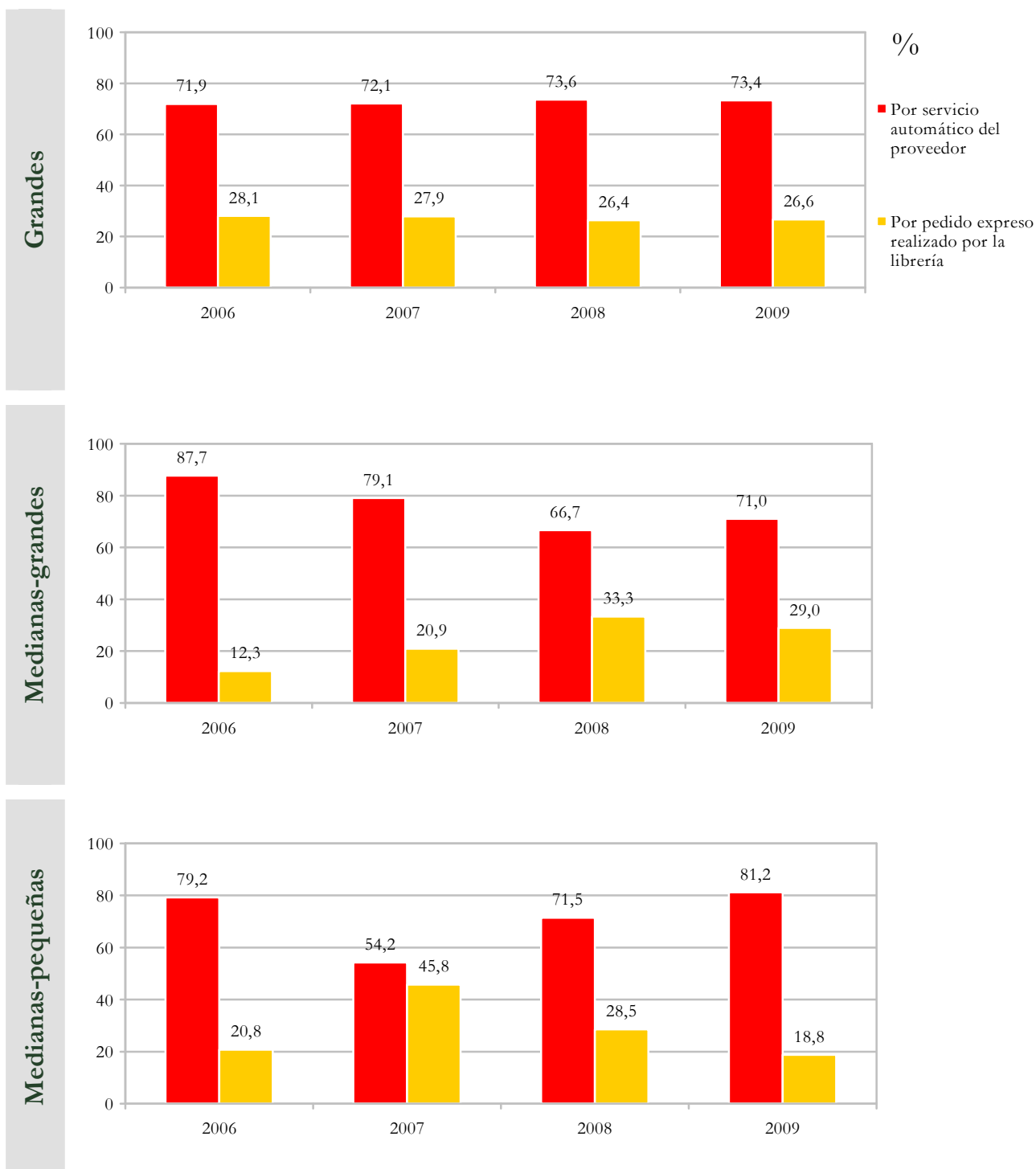
Sistema de recepción de novedades

Igual que en años anteriores, la mayoría de las novedades recibidas el 2009 por parte de las librerías, en general, son suministradas mediante los servicios automáticos de novedades ofrecidos por los proveedores (74,0%). No obstante, debe observarse que mientras las librerías grandes mantienen una cierta estabilidad recibiendo en un 73,4% las novedades por servicios automáticos de los proveedores y en un 26,6% por pedido específico de la librería, en las librerías medianas-grandes, durante el 2009, se produce un aumento de los pedidos automáticos que se sitúan en el 71,0% (en el 2008 fueron del 66,7%) y en las librerías medianas-pequeñas el aumento aún es más notable pasando del 71,5% en el 2008 al 81,2%, reduciéndose por tanto los pedidos específicos al 18,8%.

Debe señalarse que estos porcentajes de novedades recibidas a través de servicios automáticos, en el caso de la Comunidad Valenciana, son sensiblemente superiores a los que se dan para al conjunto de España (y que se sitúa, con ciertas diferencias según el grupo de librerías, entre 43,4% y el 52,9%).



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

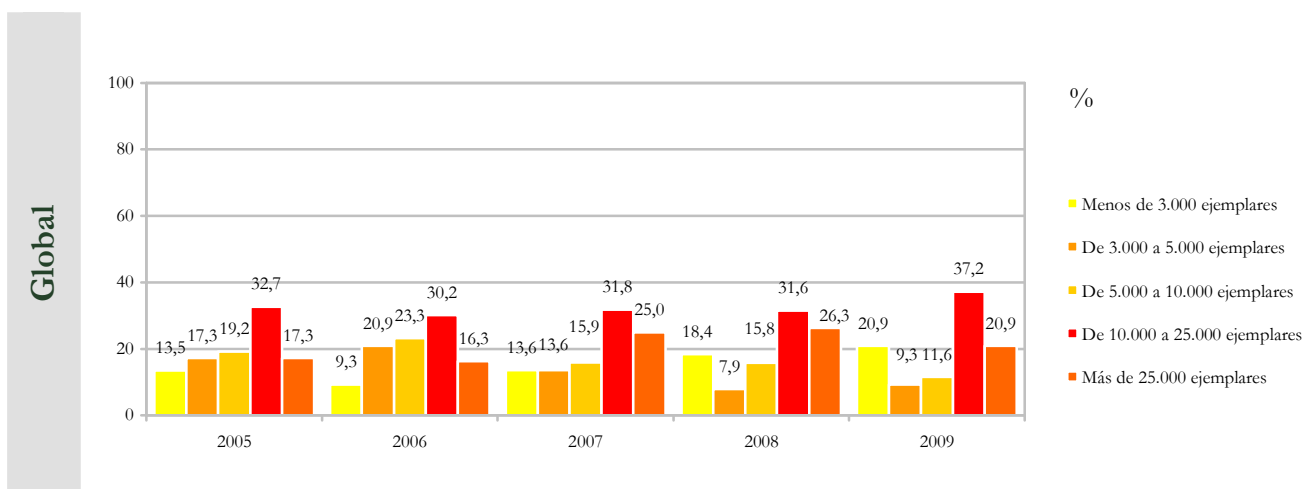
		Sistema de recepción de novedades:		
		%	Por servicio automático del proveedor	Por pedido expreso realizado por la propia librería
Global	2009	74,0	26,0	100,0
	2008	69,3	30,7	100,0
	2007	67,4	32,6	100,0
	2006	80,0	20,0	100,0
Grandes	2009	73,4	26,6	100,0
	2008	73,6	26,4	100,0
	2007	72,1	27,9	100,0
	2006	71,9	28,1	100,0
Medianas- grandes	2009	71,0	29,0	100,0
	2008	66,7	33,3	100,0
	2007	79,1	20,9	100,0
	2006	87,7	12,3	100,0
Medianas- pequeñas	2009	81,2	18,8	100,0
	2008	71,5	28,5	100,0
	2007	54,2	45,8	100,0
	2006	79,2	20,8	100,0

2.6. Gestión de la librería

Ejemplares en estoc

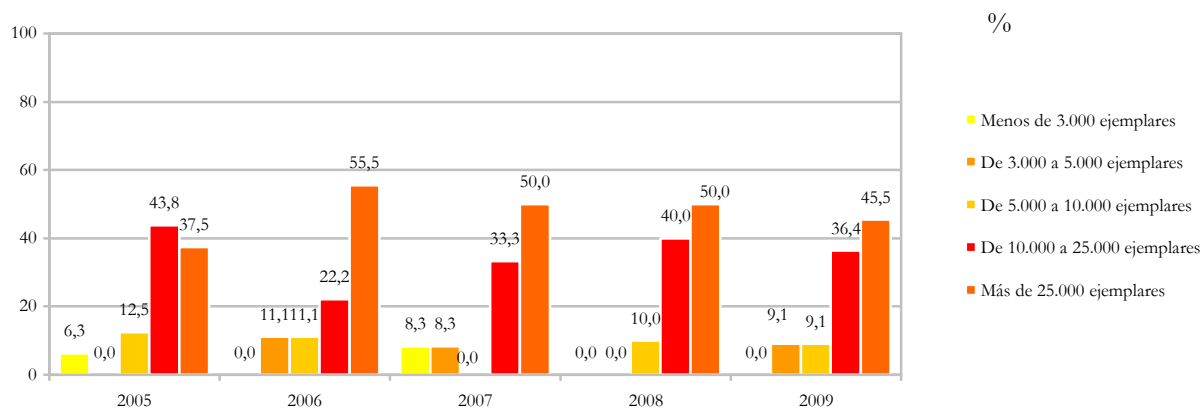
Los datos obtenidos de la dimensión del fondo de libros de las librerías indican que el intervalo más recurrente –como en años anteriores- en las librerías de la Comunidad Valenciana es el de 10.000 a 25.000 ejemplares (37,2%), resultado de la aportación de los tres segmentos de librerías: el 50,0% de las medianas-grandes, el 36,4% de las grandes y el 31,3% de las medianas-pequeñas. En general en España, la recurrencia sobre el intervalo de 10.000 a 25.000 ejemplares en estoc es menor (25,6%), distribuyéndose las librerías en los intervalos inmediatamente inferiores y superiores.

Cuanto mayor es el volumen de ventas de la librería, mayor es el número de ejemplares que esta dispone en estoc. El 81,9% de las librerías grandes tienen más de 10.000 ejemplares en estoc y el 45,5% de estas más de 25.000 ejemplares. El 64,3% de las librerías medianas-grandes tiene más de 10.000 ejemplares en estoc y el 50,0% de estas tienen entre 10.000 y 25.000 ejemplares. El 43,8% de las librerías medianas-pequeñas disponen de menos de 3.000 ejemplares en estoc, aunque otro contingente notable, el 37,6% de estas librerías dispone de más de 10.000 ejemplares en estoc, de las cuales un 31,3% tienen entre 10.000 y 25.000 ejemplares.

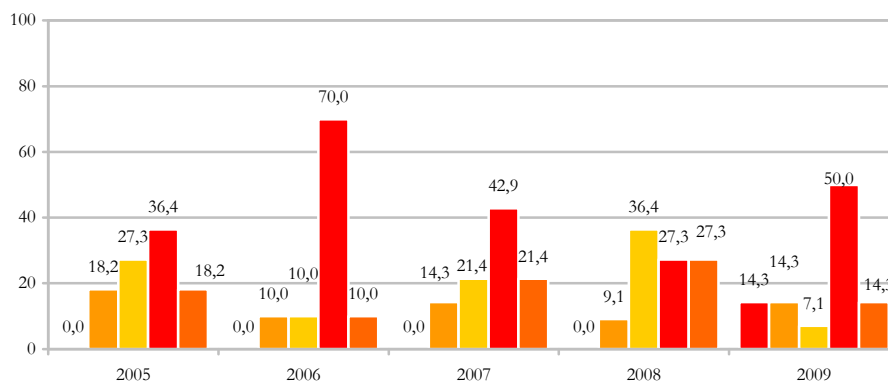


2.6. Gestión de la librería

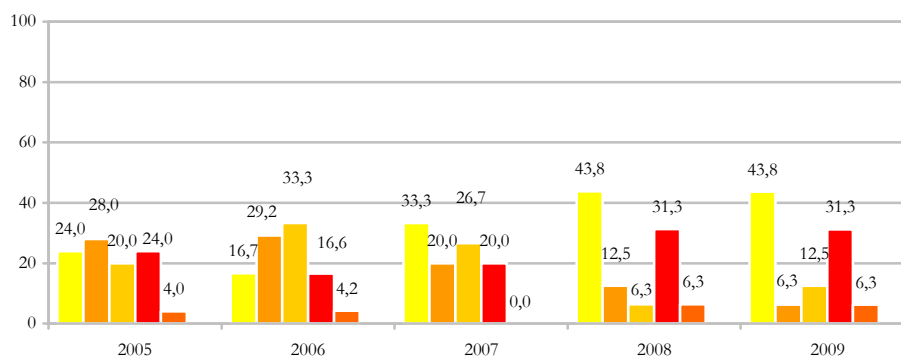
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

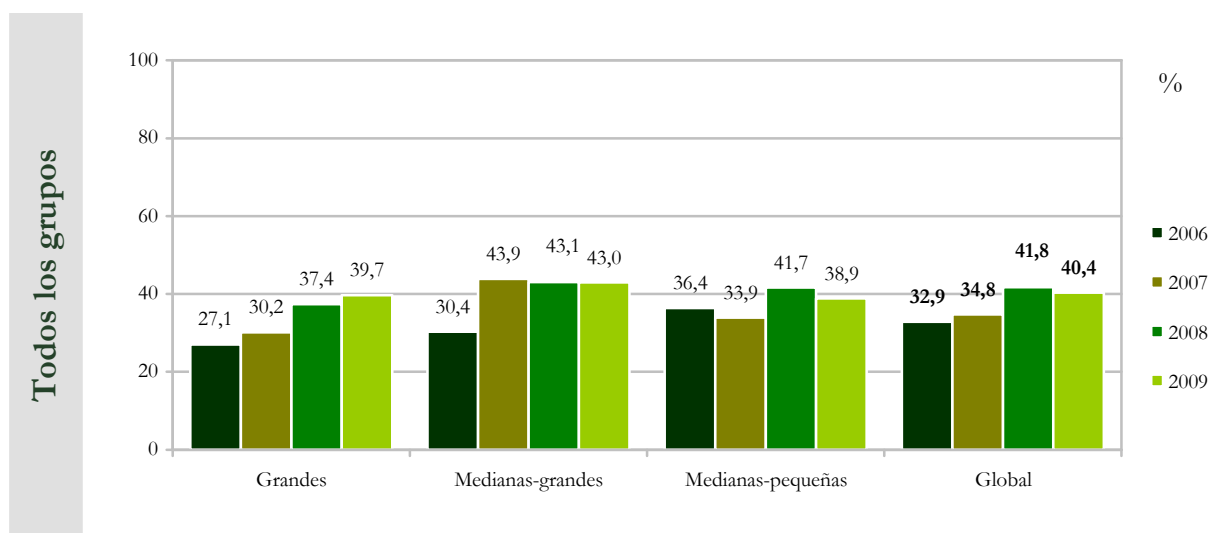
	%	Número de ejemplares en estoc					Total
		Menos de 3.000	De 3.000 a 5.000	De 5.001 a 10.000	De 10.001 a 25.000	Más de 25.000	
Global	2009	20,9	9,3	11,6	37,2	20,9	100,0
	2008	18,4	7,9	15,8	31,6	26,3	100,0
	2007	13,6	13,6	15,9	31,8	25,0	100,0
	2006	9,3	20,9	23,3	30,2	16,3	100,0
	2005	13,5	17,3	19,2	32,7	17,3	100,0
	2004	2,3	9,3	37,2	20,9	30,2	100,0
	2003	0,0	22,9	18,8	41,7	16,7	100,0
	2002	3,8	5,7	26,4	32,1	32,1	100,0
Grandes	2009	0,0	9,1	9,1	36,4	45,5	100,0
	2008	0,0	0,0	10,0	40,0	50,0	100,0
	2007	8,3	8,3	0,0	33,3	50,0	100,0
	2006	0,0	11,1	11,1	22,2	55,5	100,0
	2005	6,3	0,0	12,5	43,8	37,5	100,0
	2004	0,0	0,0	23,1	30,8	46,2	100,0
	2003	0,0	0,0	0,0	41,7	58,3	100,0
	2002	0,0	0,0	14,3	21,4	64,3	100,0
Medianas-grandes	2009	14,3	14,3	7,1	50,0	14,3	100,0
	2008	0,0	9,1	36,4	27,3	27,3	100,0
	2007	0,0	14,3	21,4	42,9	21,4	100,0
	2006	0,0	10,0	10,0	70,0	10,0	100,0
	2005	0,0	18,2	27,3	36,4	18,2	100,0
	2004	0,0	0,0	45,5	9,1	45,5	100,0
	2003	0,0	7,7	23,1	61,5	7,7	100,0
	2002	0,0	0,0	20,0	40,0	40,0	100,0
Medianas-pequeñas	2009	43,8	6,3	12,5	31,3	6,3	100,0
	2008	43,8	12,5	6,3	31,3	6,3	100,0
	2007	33,3	20,0	26,7	20,0	0,0	100,0
	2006	16,7	29,2	33,3	16,6	4,2	100,0
	2005	24,0	28,0	20,0	24,0	4,0	100,0
	2004	5,3	21,1	42,1	21,1	10,5	100,0
	2003	0,0	43,5	26,1	30,4	0,0	100,0
	2002	8,3	12,5	37,5	33,3	8,3	100,0

2.6. Gestión de la librería

Devoluciones

En general, el porcentaje de devoluciones realizadas durante el 2009, disminuye ligeramente en relación al 2008. Disminución provocada por el segmento de las librerías medianas-pequeñas que pasan del 41,7% (en el 2008) al 38,9%, puesto que las medianas-grandes, prácticamente se mantienen (43,1% en el 2008 y 43,0% en el 2009) y las librerías grandes aumentan ligeramente el porcentaje de devoluciones hasta el 39,7% (en el 2008 fue de 37,4%).

Históricamente, las librerías grandes eran las que tenían el menor porcentaje de devoluciones, circunstancia que a nivel de estado sigue produciéndose, en cambio en la Comunidad Valenciana el aumento progresivo de las devoluciones de estas librerías, en los últimos años ha supuesto que en el 2009, el porcentaje de sus devoluciones haya superado al de las librerías medianas-pequeñas, limando las asimetrías existentes entre los diferentes segmentos de librerías.



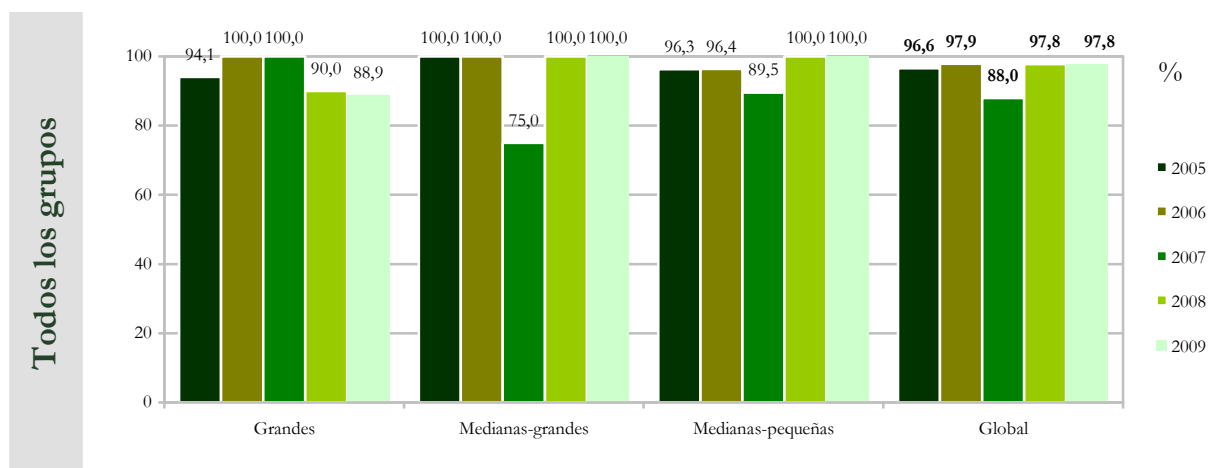
2.6. Gestión de la librería

		Media del porcentaje de devoluciones
Global	2009	40,4
	2008	41,8
	2007	34,8
	2006	32,9
Grandes	2009	39,7
	2008	37,4
	2007	30,2
	2006	27,1
Medianas- grandes	2009	43,0
	2008	43,1
	2007	43,9
	2006	30,4
Medianas- pequeñas	2009	38,9
	2008	41,7
	2007	33,9
	2006	36,4

2.6. Gestión de la librería

Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes

Casi la totalidad de las librerías encuestadas (97,8%) ofrecen servicio de pedidos a los clientes. Sólo se ha registrado un 11,1% de librerías grandes que no ofrecen este servicio, mientras que por segundo año consecutivo la totalidad de las librerías medianas-grandes y medianas-pequeñas si lo ofrecen.



2.6. Gestión de la librería

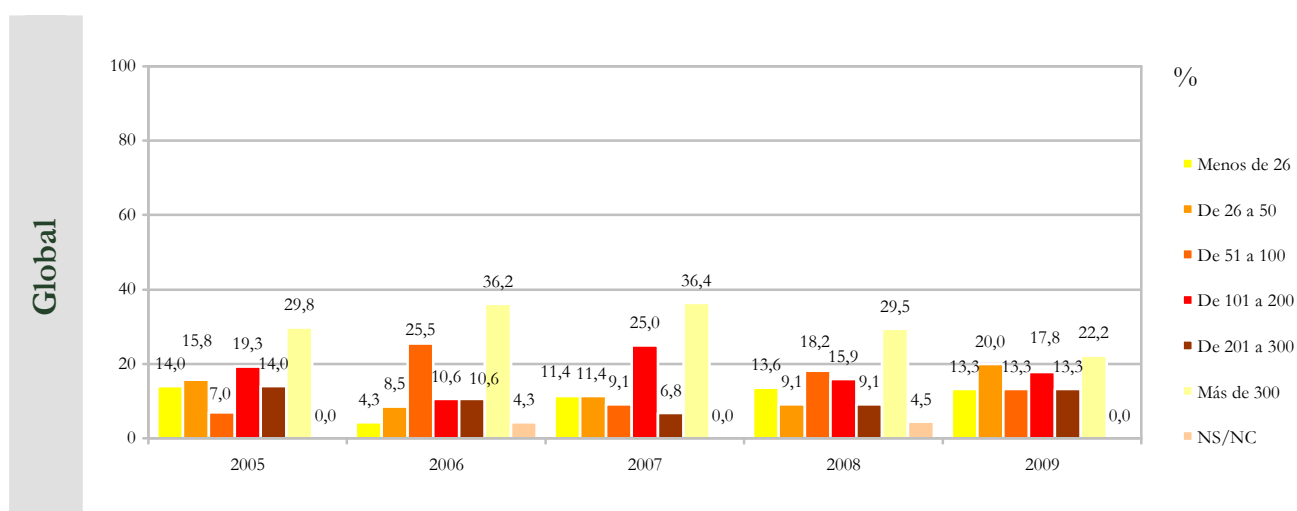
	%	Sí	No	Total
Global	2009	97,8	2,2	100,0
	2008	97,8	2,2	100,0
	2007	88,0	12,0	100,0
	2006	97,9	2,1	100,0
	2005	96,6	3,4	100,0
	2004	96,0	4,0	100,0
	2003	100,0	0,0	100,0
	2002	94,7	5,3	100,0
Grandes	2009	88,9	11,1	100,0
	2008	90,0	10,0	100,0
	2007	100,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
	2005	94,1	5,9	100,0
	2004	100,0	0,0	100,0
	2003	100,0	0,0	100,0
	2002	100,0	0,0	100,0
Medianas-grandes	2009	100,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	100,0
	2007	75,0	25,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
	2005	100,0	0,0	100,0
	2004	92,9	7,1	100,0
	2003	100,0	0,0	100,0
	2002	100,0	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2009	100,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	100,0
	2007	89,5	10,5	100,0
	2006	96,4	3,6	100,0
	2005	96,3	3,7	100,0
	2004	95,5	4,5	100,0
	2003	100,0	0,0	100,0
	2002	88,9	11,1	100,0

2.6. Gestión de la librería

Porcentaje de librerías según la cantidad de pedidos gestionados mensualmente

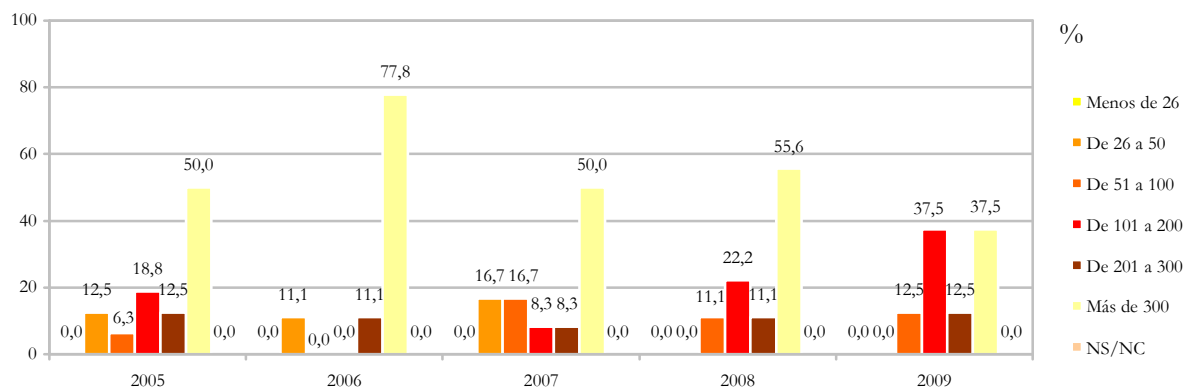
Con el paso de los años se observa una mayor diversidad en la cantidad de pedidos gestionados mensualmente por las librerías. Así aunque el porcentaje más recurrente sea el de más de 300 pedidos, sólo alcanza el 22,2% y a continuación se sitúa casi en el otro extremo el de 26 a 50 pedidos, con un 20,0%.

En relación al año 2008, se observa un desplazamiento del número de pedidos gestionados mensualmente a porcentajes inferiores, es decir se observa un menor número de pedidos gestionados mensualmente. Sirva como referencia que las librerías grandes en el 2008 gestionaban en un 55,6% más de 300 pedidos y en el 2009 este porcentaje ha descendido al 37,5%, las librerías medianas-grandes gestionaban en un 44,4% más de 300 pedidos y en el 2009 han descendido al 26,7%, en cambio las librerías medianas-pequeñas han aumentado ligeramente el porcentaje en la gestión de más de 300 pedidos mensuales pasando del 8,3% en el 2008 al 10,0% en el 2009, aumento que no compensa la tendencia expresada.

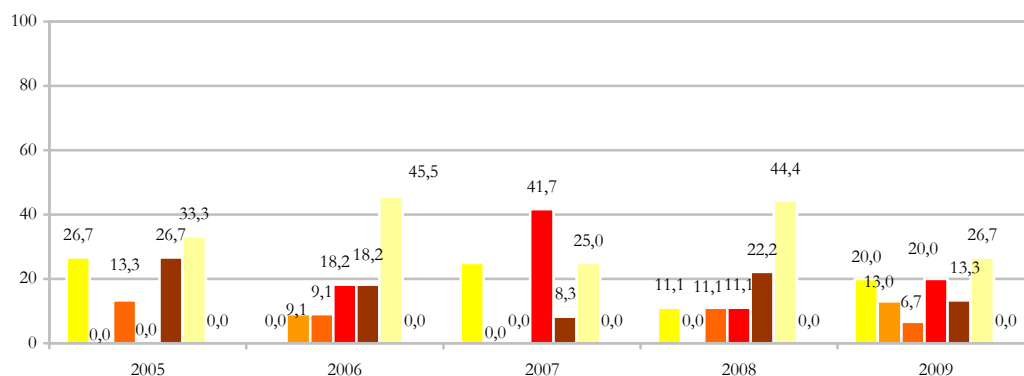


2.6. Gestión de la librería

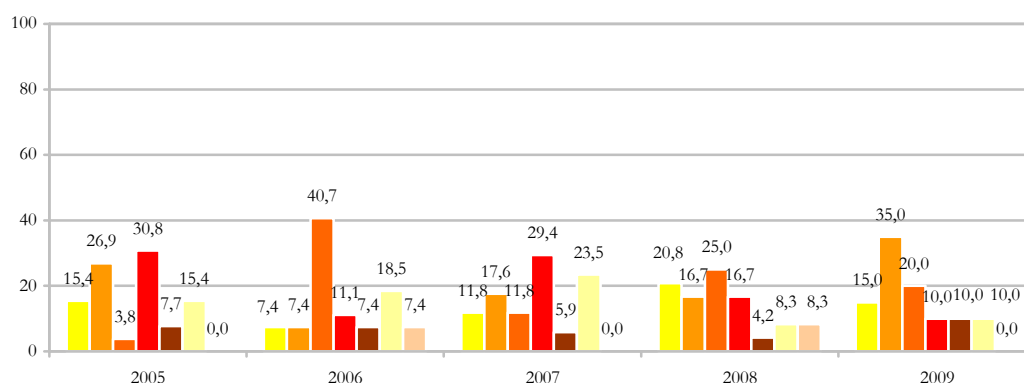
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

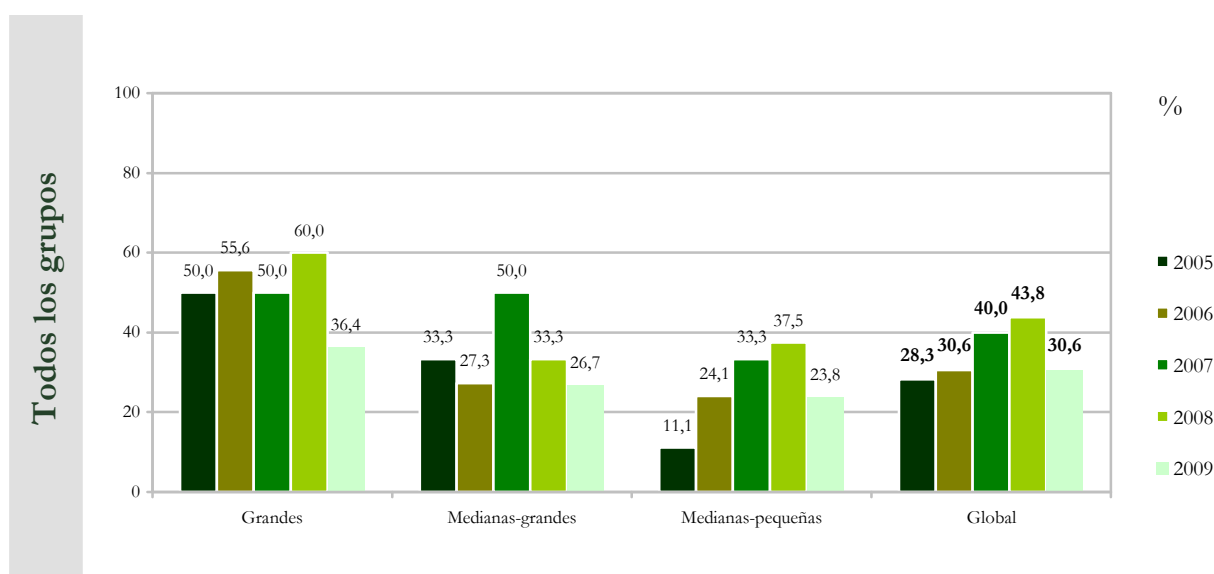
		Pedidos gestionados mensualmente								
%		Menos de 26	De 26 a 50	De 51 a 100	De 101 a 200	De 201 a 300	Más de 300	Ns/Nc	Total	
Global	2009	13,3	20,0	13,3	17,8	13,3	22,2	0,0	100,0	
	2008	13,6	9,1	18,2	15,9	9,1	29,5	4,5	100,0	
	2007	11,4	11,4	9,1	25,0	6,8	36,4	0,0	100,0	
	2006	4,3	8,5	25,5	10,6	10,6	36,2	4,3	100,0	
	2005	14,0	15,8	7,0	19,3	14,0	29,8	0,0	100,0	
	2004	4,2	6,3	10,4	20,8	10,4	39,6	8,3	100,0	
	2003	7,1	12,5	19,6	17,9	14,3	21,4	7,1	100,0	
	2002	3,5	7,0	12,3	24,6	14,0	28,1	10,5	100,0	
Grandes	2009	0,0	0,0	12,5	37,5	12,5	37,5	0,0	100,0	
	2008	0,0	0,0	11,1	22,2	11,1	55,6	0,0	100,0	
	2007	0,0	16,7	16,7	8,3	8,3	50,0	0,0	100,0	
	2006	0,0	11,1	0,0	0,0	11,1	77,8	0,0	100,0	
	2005	0,0	12,5	6,3	18,8	12,5	50,0	0,0	100,0	
	2004	5,9	0,0	5,9	23,5	5,9	47,1	11,8	100,0	
	2003	0,0	7,1	7,1	21,4	7,1	50,0	7,1	100,0	
	2002	7,1	0,0	0,0	14,3	28,6	42,9	7,1	100,0	
Medianas-grandes	2009	20,0	13,3	6,7	20,0	13,3	26,7	0,0	100,0	
	2008	11,1	0,0	11,1	11,1	22,2	44,4	0,0	100,0	
	2007	25,0	0,0	0,0	41,7	8,3	25,0	0,0	100,0	
	2006	0,0	9,1	9,1	18,2	18,2	45,5	0,0	100,0	
	2005	26,7	0,0	13,3	0,0	26,7	33,3	0,0	100,0	
	2004	0,0	0,0	7,1	28,6	7,1	42,9	14,3	100,0	
	2003	5,9	5,9	29,4	17,6	17,6	17,6	5,9	100,0	
	2002	6,3	6,3	12,5	12,5	18,8	37,5	6,3	100,0	
Medianas-pequeñas	2009	15,0	35,0	20,0	10,0	10,0	10,0	0,0	100,0	
	2008	20,8	16,7	25,0	16,7	4,2	8,3	8,3	100,0	
	2007	11,8	17,6	11,8	29,4	5,9	23,5	0,0	100,0	
	2006	7,4	7,4	40,7	11,1	7,4	18,5	7,4	100,0	
	2005	15,4	26,9	3,8	30,8	7,7	15,4	0,0	100,0	
	2004	4,0	12,0	12,0	20,0	12,0	20,0	20,0	100,0	
	2003	12,0	20,0	20,0	16,0	16,0	8,0	8,0	100,0	
	2002	0,0	11,1	18,5	37,0	3,7	14,8	14,8	100,0	

2.6. Gestión de la librería

Disponibilidad de servicio de telecompra

El 30,6% de las librerías grandes de la Comunidad Valenciana ofrecen servicio de telecompra, porcentaje que es del 36,4% en las librerías grandes, del 26,7% en las medianas-grandes y del 23,8% en las medianas-pequeñas.

Respecto al año 2008, se registra, a nivel general, un descenso notable en la disponibilidad del servicio de telecompra, resultado del descenso acaecido en los tres grupos de librerías, como refleja el siguiente gráfico.



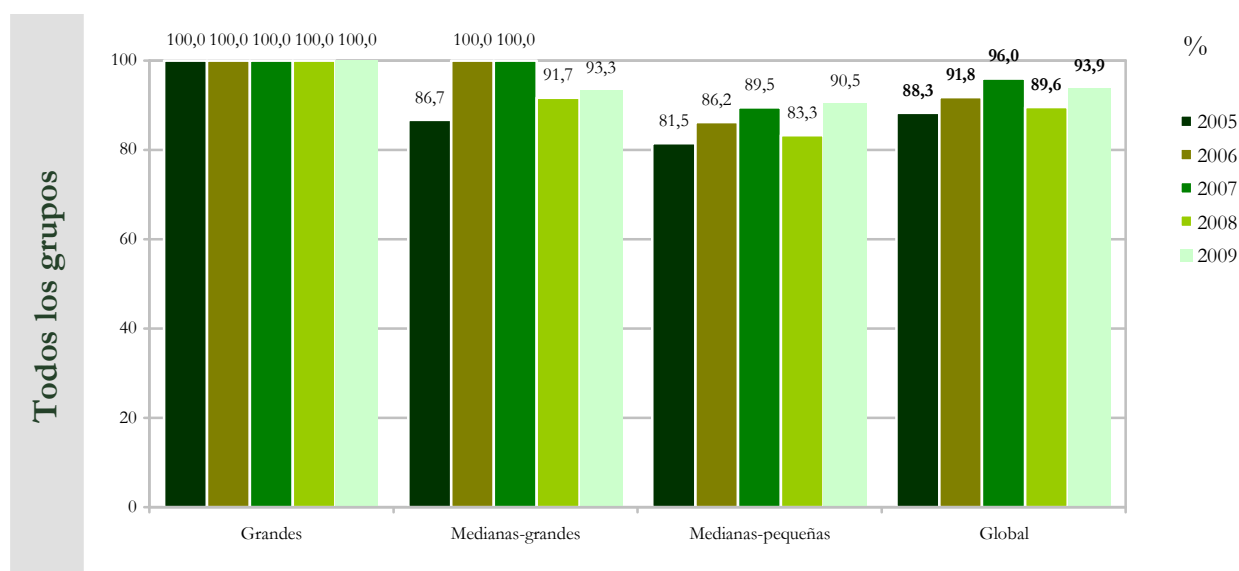
2.6. Gestión de la librería

	%	Sí	No	Ns/Nc	Total
Global	2009	30,6	61,2	8,2	100,0
	2008	43,8	50,0	6,3	100,0
	2007	40,0	60,0	10,0	100,0
	2006	30,6	67,3	2,0	100,0
	2005	28,3	65,0	6,7	100,0
	2004	17,9	51,8	30,4	100,0
	2003	44,6	55,4	0,0	100,0
	2002	31,6	59,6	8,8	100,0
Grandes	2009	36,4	45,5	18,2	100,0
	2008	60,0	40,0	0,0	100,0
	2007	50,0	50,0	0,0	100,0
	2006	55,6	44,4	0,0	100,0
	2005	50,0	38,9	11,1	100,0
	2004	35,7	64,3	0,0	100,0
	2003	100,0	0,0	0,0	100,0
	2002	57,1	42,9	0,0	100,0
Medianas-grandes	2009	26,7	66,7	6,7	100,0
	2008	33,3	41,7	25,0	100,0
	2007	50,0	50,0	0,0	100,0
	2006	27,3	72,7	0,0	100,0
	2005	33,3	66,7	0,0	100,0
	2004	20,0	80,0	0,0	100,0
	2003	41,2	58,8	0,0	100,0
	2002	25,0	56,3	18,8	100,0
Medianas-pequeñas	2009	23,8	71,4	4,8	100,0
	2008	37,5	62,5	0,0	100,0
	2007	33,3	66,7	0,0	100,0
	2006	24,1	72,4	3,4	100,0
	2005	11,1	81,5	7,4	100,0
	2004	20,0	80,0	0,0	100,0
	2003	36,0	64,0	0,0	100,0
	2002	22,2	70,4	7,4	100,0

2.6. Gestión de la librería

Grado de informatización

La totalidad de las librerías grandes de la Comunidad Valenciana tienen informatizadas las existencias, así como el 93,3% de las medianas-grandes y el 90,5% de las medianas-pequeñas. Al mejorar estos dos grupos el grado de informatización, respecto al 2008, conlleva que el grado de informatización global ascienda del 89,6% al 93,9%, porcentaje ligeramente más alto que el del conjunto del estado.



2.6. Gestión de la librería

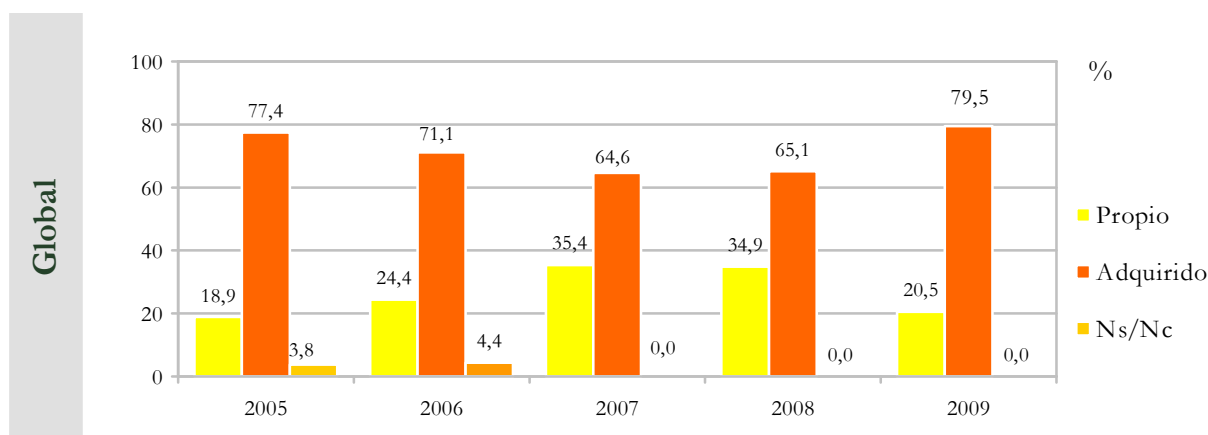
	%	Sí	No	Ns/Nc	Total
Global	2009	93,9	6,1	0,0	100,0
	2008	89,6	10,4	0,0	100,0
	2007	96,0	4,0	0,0	100,0
	2006	91,8	8,2	0,0	100,0
	2005	88,3	11,7	0,0	100,0
	2004	89,3	10,7	0,0	100,0
	2003	89,3	8,9	1,8	100,0
	2002	91,2	8,8	0,0	100,0
Grandes	2009	100,0	0,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	0,0	100,0
	2007	100,0	0,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	0,0	100,0
	2005	100,0	0,0	0,0	100,0
	2004	94,1	5,9	0,0	100,0
	2003	92,9	7,1	0,0	100,0
	2002	92,9	7,1	0,0	100,0
Medianas-grandes	2009	93,3	6,7	0,0	100,0
	2008	91,7	8,3	0,0	100,0
	2007	100,0	0,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	0,0	100,0
	2005	86,7	13,3	0,0	100,0
	2004	85,7	14,3	0,0	100,0
	2003	82,4	17,6	0,0	100,0
	2002	93,8	6,3	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2009	90,5	9,5	0,0	100,0
	2008	83,3	16,7	0,0	100,0
	2007	89,5	10,5	0,0	100,0
	2006	86,2	13,8	0,0	100,0
	2005	81,5	18,5	0,0	100,0
	2004	88,0	12,0	0,0	100,0
	2003	92,0	4,0	4,0	100,0
	2002	88,9	11,1	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

Tipo de programa informático

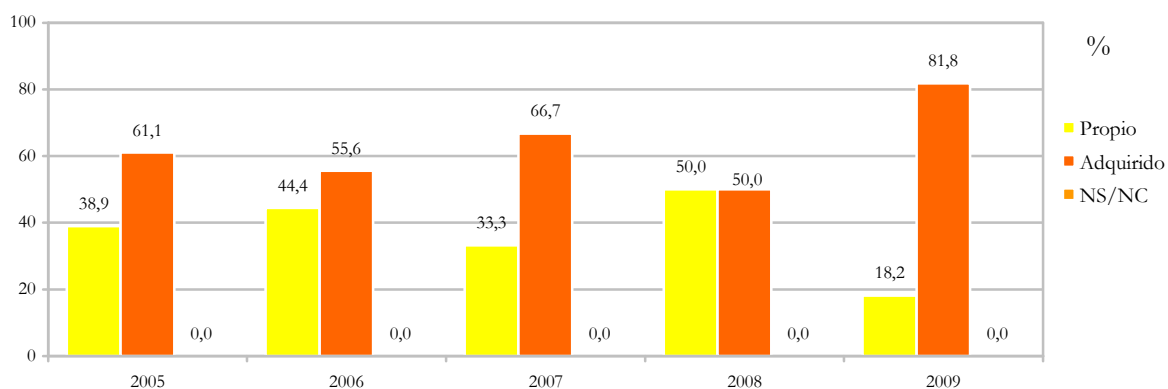
El 79,5% de las librerías de la Comunidad Valenciana utilizan un programa adquirido para la gestión de las existencias, porcentaje que aumenta al 81,8% en las librerías grandes y desciende en las librerías medianas-grandes (78,6%) y medianas-pequeñas (78,9%).

Respecto al 2008, se observa tanto a nivel global, como en cada uno de los tres grupos de librerías un aumento de la utilización de programas adquiridos, en detrimento de la utilización de los programas propios.

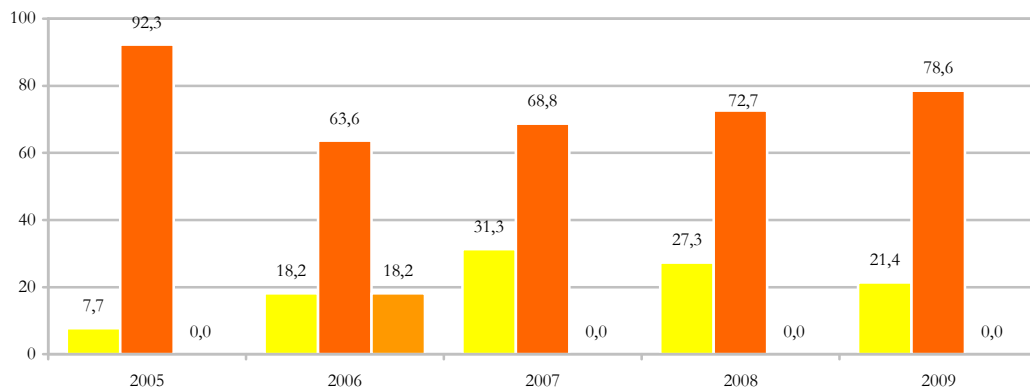


2.6. Gestión de la librería

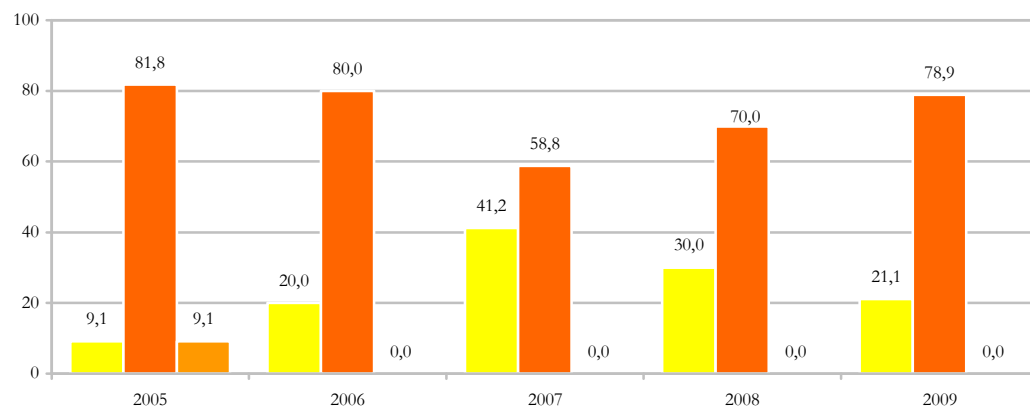
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

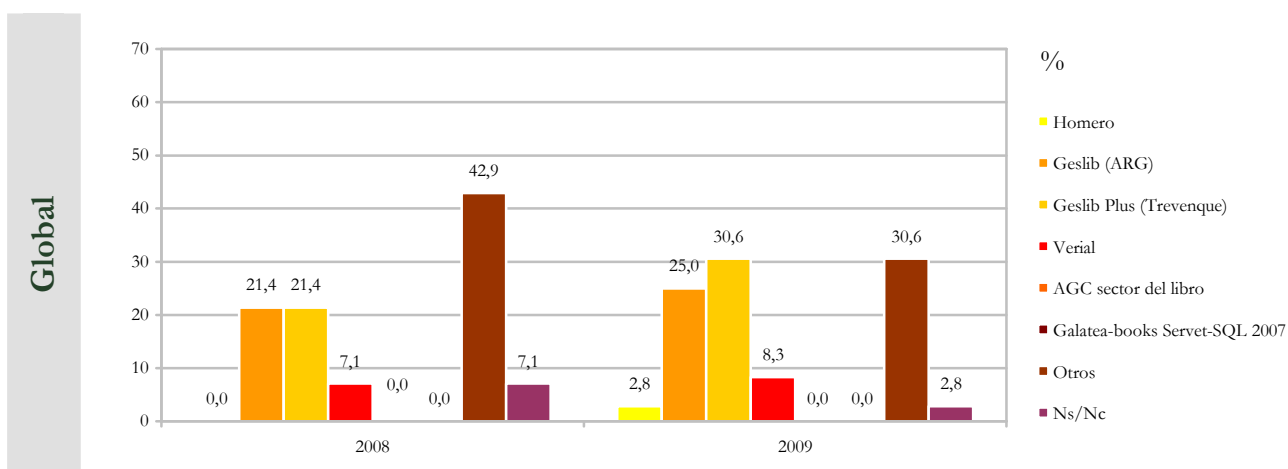
		Propio	Adquirido	Ns/Nc	Total
Global	2009	20,5	79,5	0,0	100,0
	2008	34,9	65,1	0,0	100,0
	2007	35,4	64,6	0,0	100,0
	2006	24,4	71,1	4,4	100,0
	2005	18,9	77,4	3,8	100,0
	2004	38,0	60,0	2,0	100,0
	2003	38,0	62,0	0,0	100,0
	2002	44,2	51,9	3,8	100,0
Grandes	2009	18,2	81,8	0,0	100,0
	2008	50,0	50,0	0,0	100,0
	2007	33,3	66,7	0,0	100,0
	2006	44,4	55,6	0,0	100,0
	2005	38,9	61,1	0,0	100,0
	2004	37,5	62,5	0,0	100,0
	2003	61,5	38,5	0,0	100,0
	2002	69,2	30,8	0,0	100,0
Medianas-grandes	2009	21,4	78,6	0,0	100,0
	2008	27,3	72,7	0,0	100,0
	2007	31,3	68,8	0,0	100,0
	2006	18,2	63,6	18,2	100,0
	2005	7,7	92,3	0,0	100,0
	2004	50,0	50,0	0,0	100,0
	2003	35,7	64,3	0,0	100,0
	2002	40,0	53,3	6,7	100,0
Medianas-pequeñas	2009	21,1	78,9	0,0	100,0
	2008	30,0	70,0	0,0	100,0
	2007	41,2	58,8	0,0	100,0
	2006	20,0	80,0	0,0	100,0
	2005	9,1	81,8	9,1	100,0
	2004	31,8	63,6	4,5	100,0
	2003	26,1	73,9	0,0	100,0
	2002	33,3	62,5	4,2	100,0

2.6. Gestión de la librería

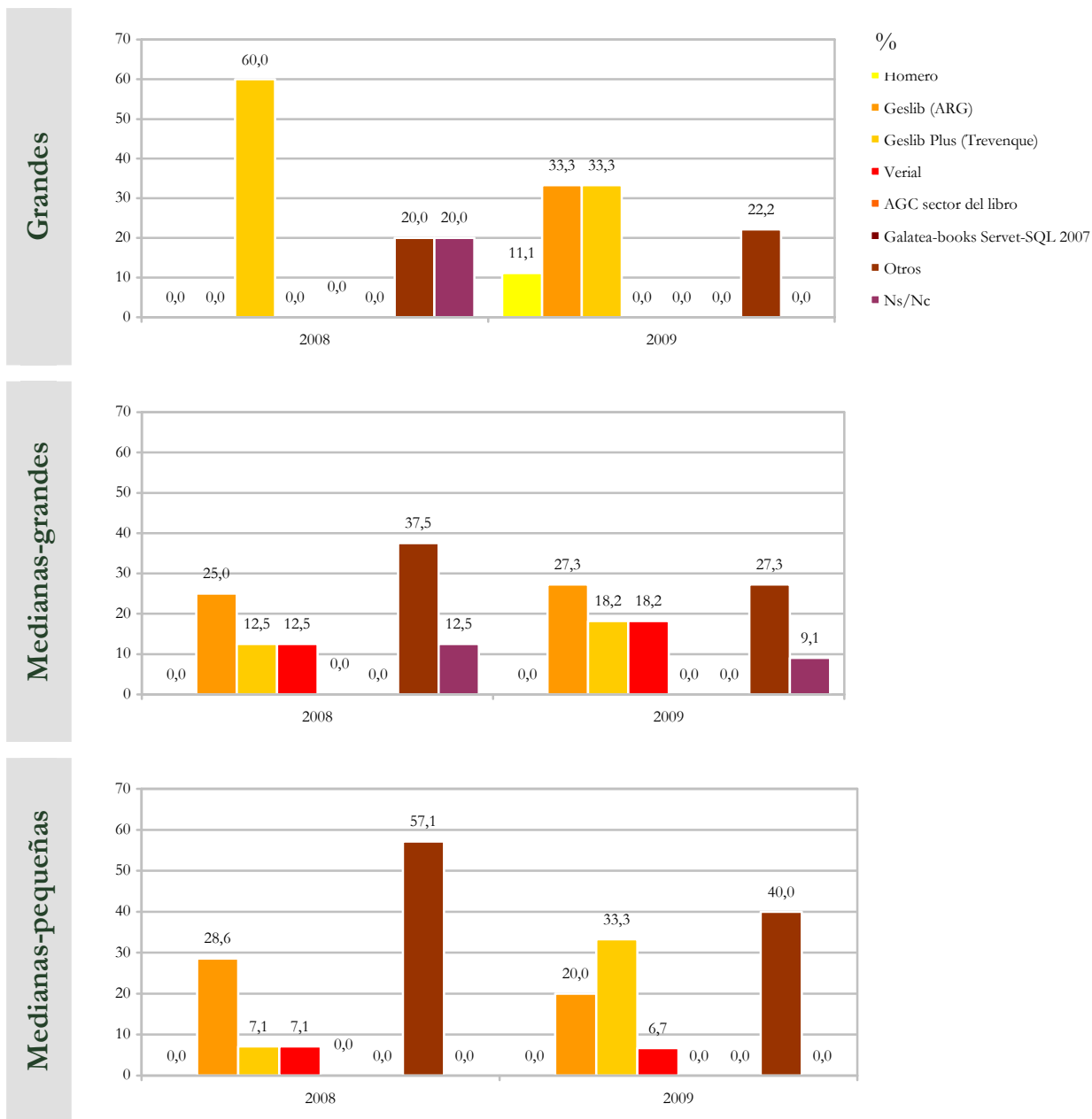
Uso de programas adquiridos

Globalmente, durante el 2009, se observa un aumento en el uso de los programas Geslib Plus (Trevenque) –que asciende al 30,6%- y Geslib (ARG) que asciende al 25,0%.

Por grupos de librerías, el comportamiento en el uso de los programas es diferenciado, aunque la tendencia se inscribe en la expresada a nivel global, así en las grandes el uso de Geslib (ARG) i Geslib Plus (Trevenque) está igualado en un 33,3%, en las medianas-grandes el uso de Geslib (ARG) -27,3%- es superior al de Geslib Plus (Trevenque) -18,2%- , mientras que en las librerías medianas-pequeñas usan más este último programa en un 33,3%, en detrimento de Geslib (ARG) -20,0%-.



2.6. Gestión de la librería



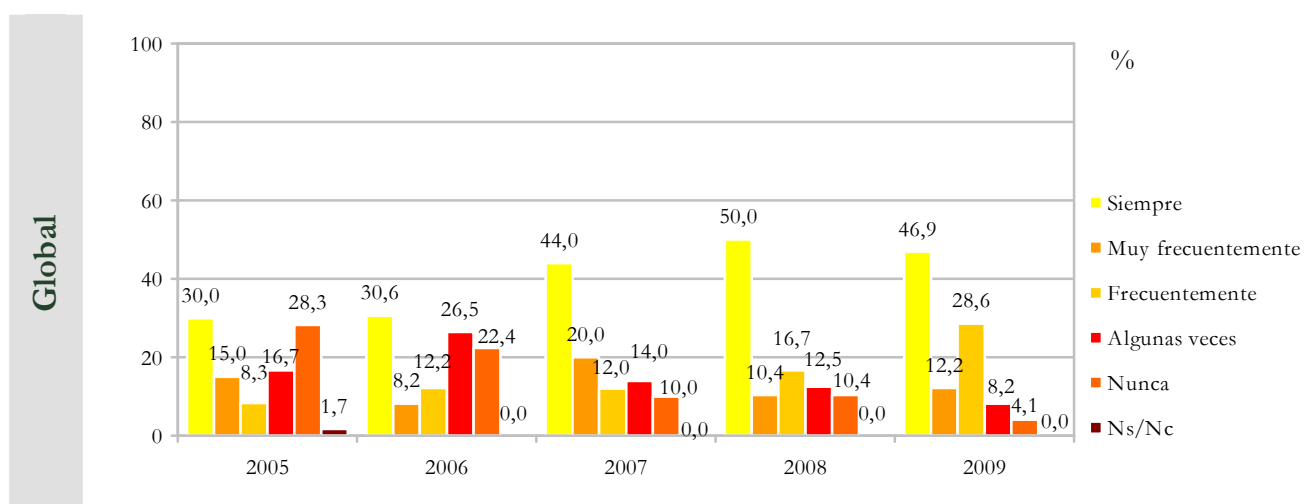
2.6. Gestión de la librería

	%	Homero	Geslib (ARG)	Geslib Plus (Trevenque)	Verial	AGC Sector del libro	Galatea-books Servet-SQL 2007	Otros	Ns/Nc	Total
Global	2009	2,8	25,0	30,6	8,3	0,0	0,0	30,6	2,8	100,0
	2008	0,0	21,4	21,4	7,1	0,0	0,0	42,9	7,1	100,0
Grandes	2009	11,1	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	22,2	0,0	100,0
	2008	0,0	0,0	60,0	0,0	0,0	0,0	20,0	20,0	100,0
Medianas-grandes	2009	0,0	27,3	18,2	18,2	0,0	0,0	27,3	9,1	100,0
	2008	0,0	25,0	12,5	12,5	0,0	0,0	37,5	12,5	100,0
Medianas-pequeñas	2009	0,0	20,0	33,3	6,7	0,0	0,0	40,0	0,0	100,0
	2008	0,0	28,6	7,1	7,1	0,0	0,0	57,1	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

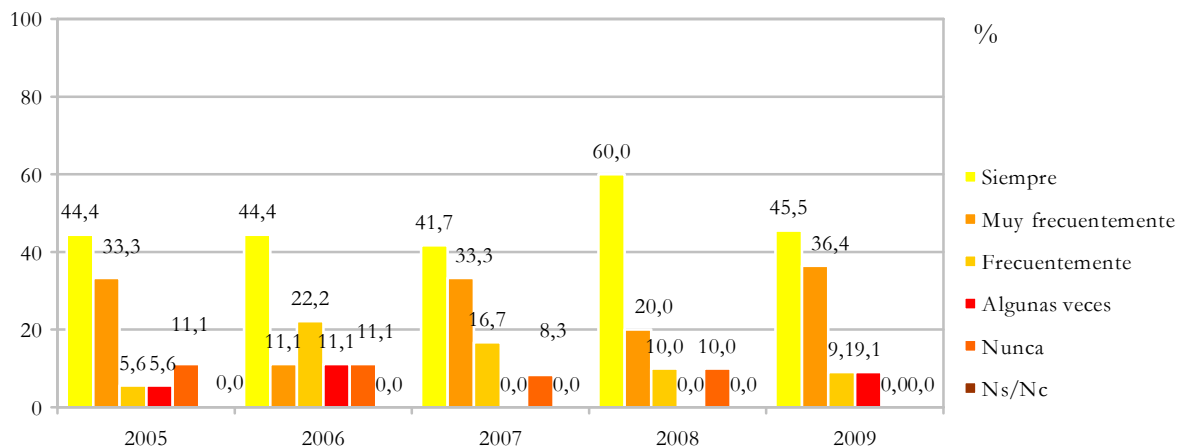
Comunicación electrónica con los proveedores

A nivel global, la comunicación electrónica con los proveedores se mantiene como práctica generalizada, pero se detecta una relajación en su frecuencia de uso. Relajación que viene determinada por las librerías grandes que afirman que usan siempre la comunicación electrónica en un 45,5% (en el 2008, era el 60,0%) y por las librerías medianas-grandes que la usan en un 46,7% (en el 2008, era del 75,0%), mientras que en las medianas-pequeñas el uso total de la comunicación electrónica aumenta hasta el 47,6% (en el 2008, era del 29,2%).

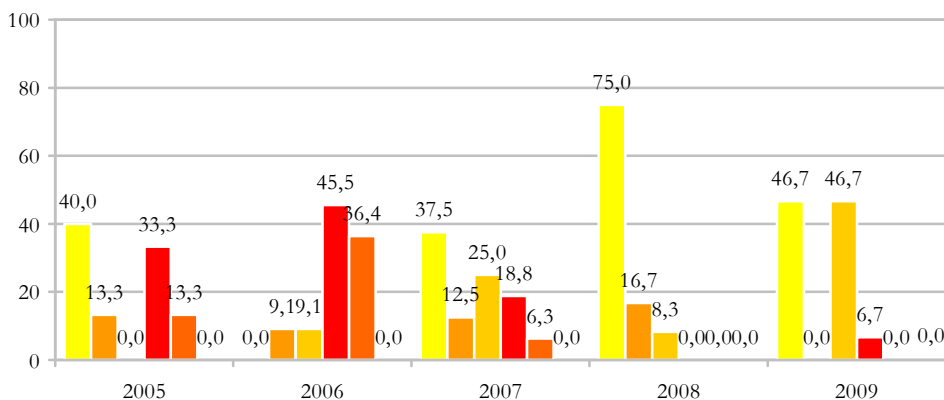


2.6. Gestión de la librería

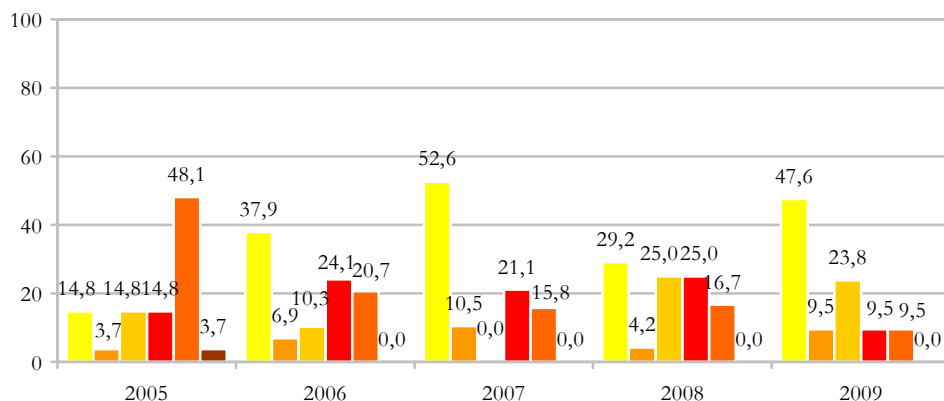
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



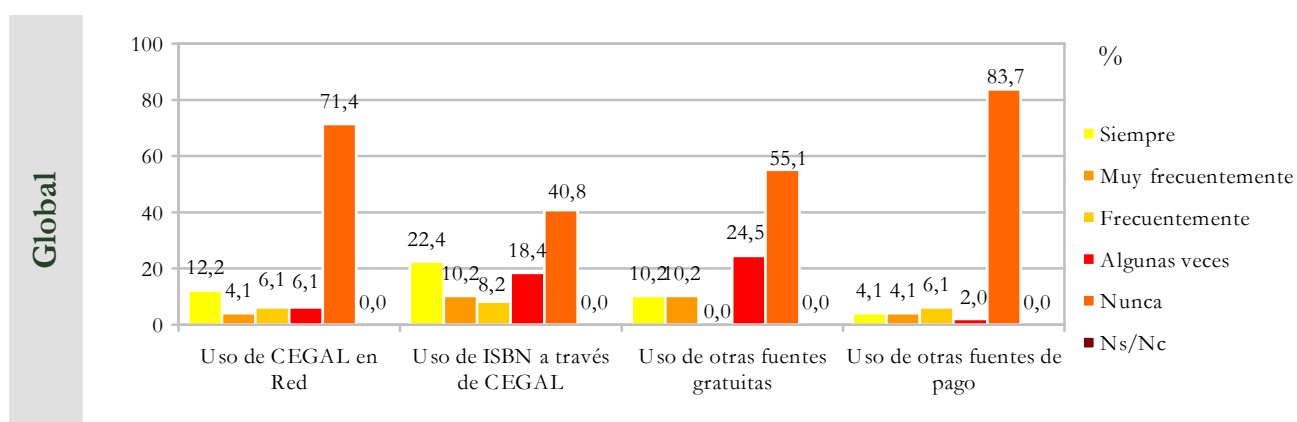
2.6. Gestión de la librería

	%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
Global	2009	46,9	12,2	28,6	8,2	4,1	0,0	100,0
	2008	50,0	10,4	16,7	12,5	10,4	0,0	100,0
	2007	44,0	20,0	12,0	14,0	10,0	0,0	100,0
	2006	30,6	8,2	12,2	26,5	22,4	0,0	100,0
	2005	30,0	15,0	8,3	16,7	28,3	1,7	100,0
	2004	20,4	13,0	22,2	16,7	27,8	0,0	100,0
Grandes	2009	45,5	36,4	9,1	9,1	0,0	0,0	100,0
	2008	60,0	20,0	10,0	0,0	10,0	0,0	100,0
	2007	41,7	33,3	16,7	0,0	8,3	0,0	100,0
	2006	44,4	11,1	22,2	11,1	11,1	0,0	100,0
	2005	44,4	33,3	5,6	5,6	11,1	0,0	100,0
	2004	42,9	14,3	28,6	7,1	7,1	0,0	100,0
Medianas-grandes	2009	46,7	0,0	46,7	6,7	0,0	0,0	100,0
	2008	75,0	16,7	8,3	0,0	0,0	0,0	100,0
	2007	37,5	12,5	25,0	18,8	6,3	0,0	100,0
	2006	0,0	9,1	9,1	45,5	36,4	0,0	100,0
	2005	40,0	13,3	0,0	33,3	13,3	0,0	100,0
	2004	7,6	0,0	30,8	23,1	38,5	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2009	47,6	9,5	23,8	9,5	9,5	0,0	100,0
	2008	29,2	4,2	25,0	25,0	16,7	0,0	100,0
	2007	52,6	10,5	0,0	21,1	15,8	0,0	100,0
	2006	37,9	6,9	10,3	24,1	20,7	0,0	100,0
	2005	14,8	3,7	14,8	14,8	48,1	3,7	100,0
	2004	8,7	17,4	17,4	21,7	34,8	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

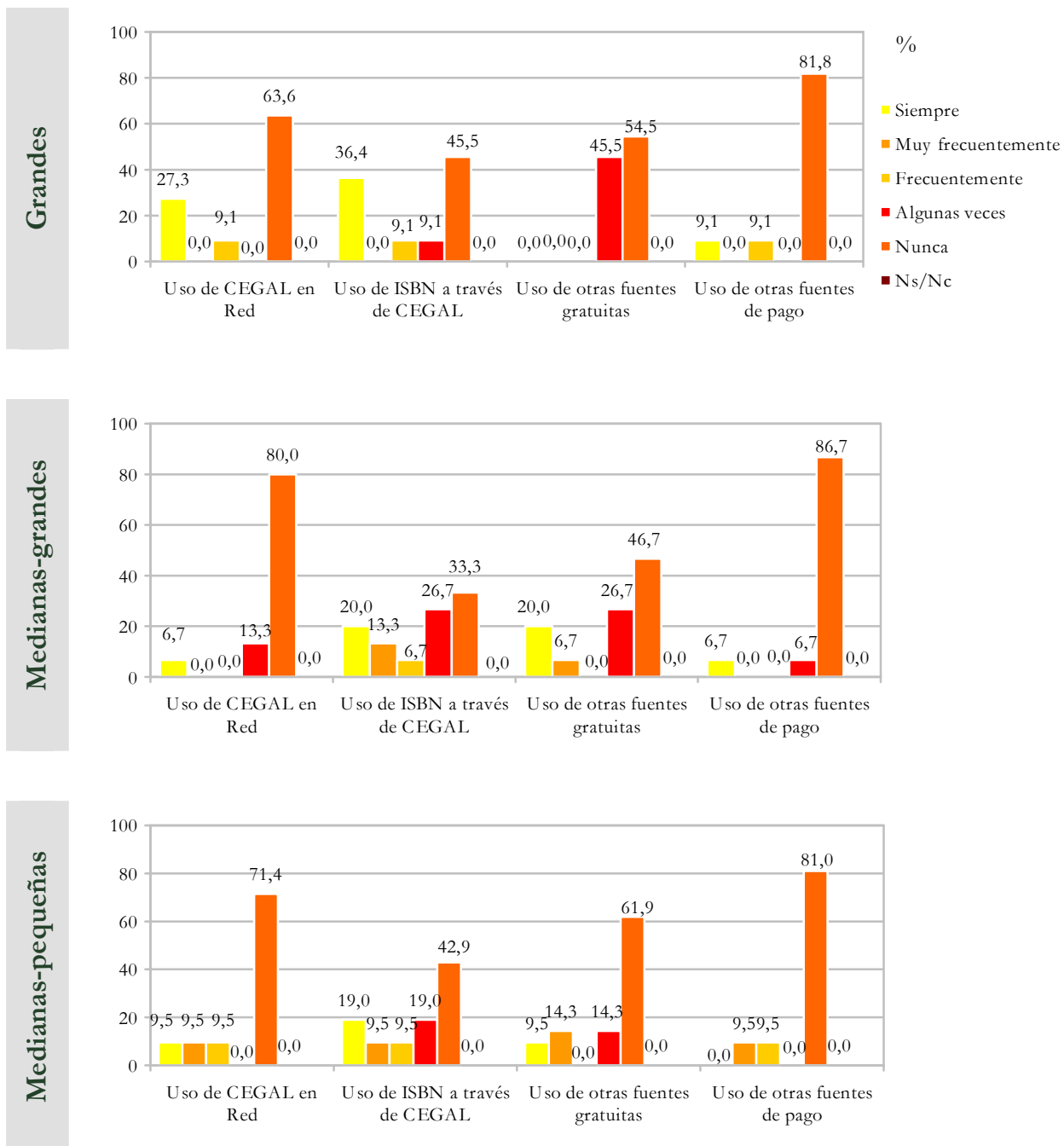
Utilización de bases de datos de descarga telemática

El uso del ISBN a través de CEGAL, en general, sigue siendo la fuente de información utilizada por una mayor parte de librerías para la descarga telemática de referencias de libros, incrementándose su uso, respecto al 2008, observándose también un incremento en las consultas a CEGAL en Red y en las consultas de otras bases de datos de pago.



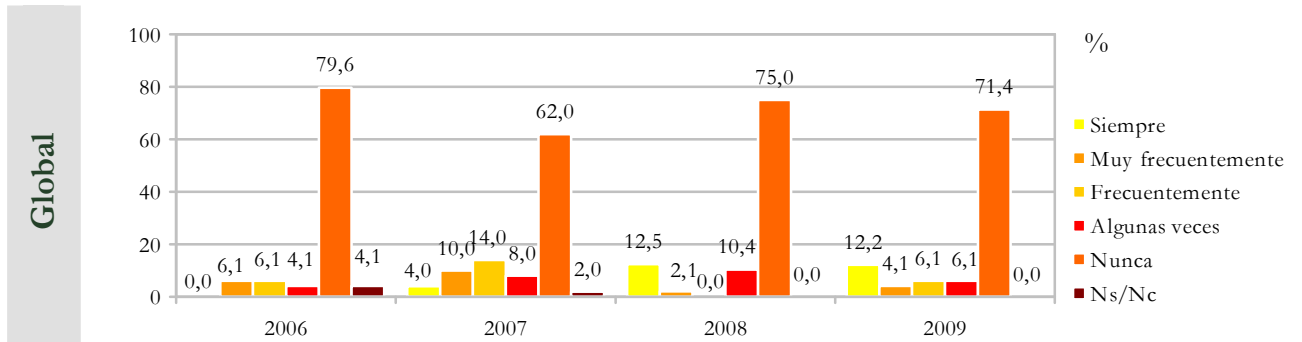
2.6. Gestión de la librería

Utilización de bases de datos de descarga telemática

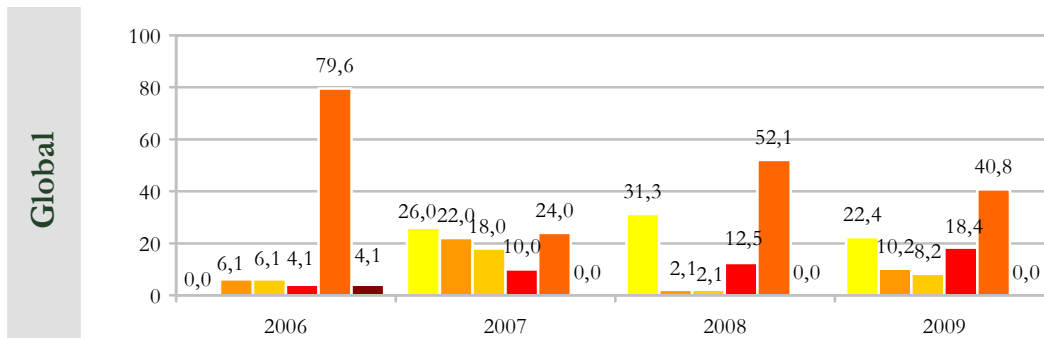


2.6. Gestión de la librería

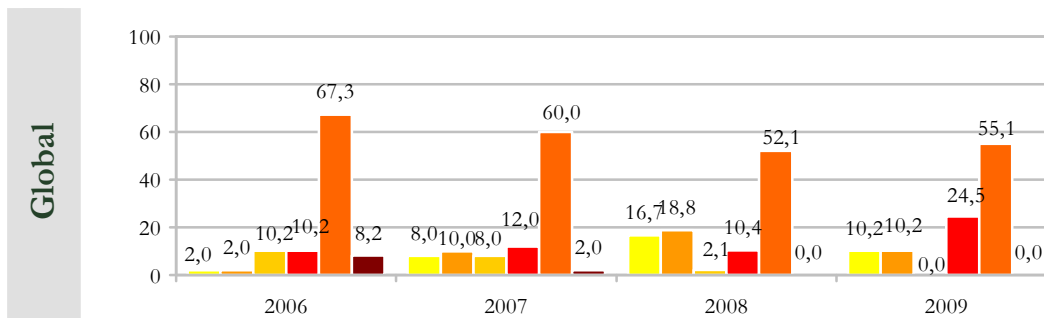
Uso de CEGAL EN RED



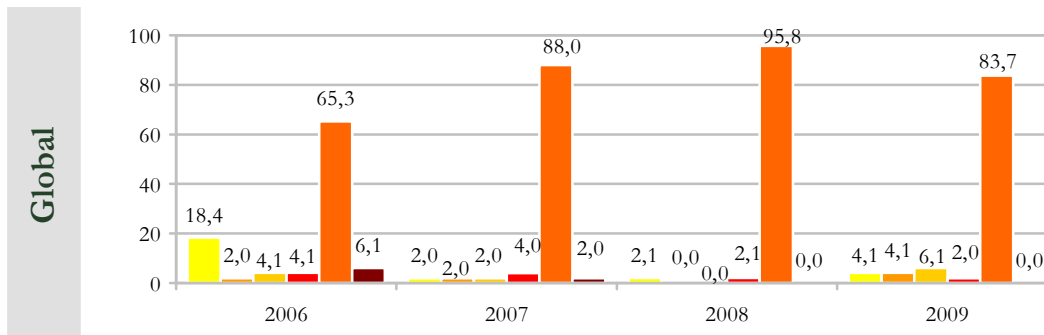
Uso de ISBN a través de CEGAL



Uso de otras fuentes gratuitas



Uso de otras fuentes de pago



2.6. Gestión de la librería

Uso de CEGAL EN RED

	%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
Global	2009	12,2	4,1	6,1	6,1	71,4	0,0	100,0
	2008	12,5	2,1	0,0	10,4	75,0	0,0	100,0
	2007	4,0	10,0	14,0	8,0	62,0	2,0	100,0
	2006	0,0	6,1	6,1	4,1	79,6	4,1	100,0
Grandes	2009	27,3	0,0	9,1	0,0	63,6	0,0	100,0
	2008	20,0	0,0	0,0	10,0	70,0	0,0	100,0
	2007	0,0	25,0	8,3	0,0	66,7	0,0	100,0
	2006	33,3	0,0	22,2	11,1	33,3	0,0	100,0
Medianas- grandes	2009	6,7	0,0	0,0	13,3	80,0	0,0	100,0
	2008	16,7	0,0	0,0	8,3	75,0	0,0	100,0
	2007	0,0	12,5	12,5	6,3	62,5	6,3	100,0
	2006	18,2	9,1	0,0	0,0	63,6	9,1	100,0
Medianas- pequeñas	2009	9,5	9,5	9,5	0,0	71,4	0,0	100,0
	2008	8,3	4,2	0,0	4,2	83,3	0,0	100,0
	2007	10,5	0,0	15,8	5,3	68,4	0,0	100,0
	2006	13,8	0,0	0,0	3,4	75,9	6,9	100,0

2.6. Gestión de la librería

Uso de ISBN a través de CEGAL

		%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
Global	2009	22,4	10,2	8,2	18,4	40,8	0,0	100,0	
	2008	31,3	2,1	2,1	12,5	52,1	0,0	100,0	
	2007	26,0	22,0	18,0	10,0	24,0	0,0	100,0	
	2006	8,2	10,2	6,1	12,2	57,1	6,1	100,0	
Grandes	2009	36,4	0,0	9,1	9,1	45,5	0,0	100,0	
	2008	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	100,0	
	2007	33,3	16,7	8,3	8,3	33,3	0,0	100,0	
	2006	33,3	0,0	22,2	11,1	33,3	0,0	100,0	
Medianas- grandes	2009	20,0	13,3	6,7	26,7	33,3	0,0	100,0	
	2008	33,3	0,0	0,0	8,3	58,3	0,0	100,0	
	2007	37,5	18,8	12,5	6,3	25,0	0,0	100,0	
	2006	18,2	9,1	0,0	0,0	63,6	9,1	100,0	
Medianas- pequeñas	2009	19,0	9,5	9,5	19,0	42,9	0,0	100,0	
	2008	20,8	4,2	0,0	20,8	54,2	0,0	100,0	
	2007	15,8	21,1	31,6	10,5	21,1	0,0	100,0	
	2006	13,8	0,0	0,0	3,4	75,9	6,9	100,0	

2.6. Gestión de la librería

Uso de otras fuentes gratuitas (DILVE, etc.)

	%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
Global	2009	10,2	10,2	0,0	24,5	55,1	0,0	100,0
	2008	16,7	18,8	2,1	10,4	52,1	0,0	100,0
	2007	8,1	10,0	8,0	12,0	60,0	2,0	100,0
	2006	2,0	2,0	10,2	10,2	67,3	8,2	100,0
Grandes	2009	0,0	0,0	0,0	45,5	54,5	0,0	100,0
	2008	30,0	0,0	0,0	20,0	50,0	0,0	100,0
	2007	8,3	8,3	8,3	8,3	66,7	0,0	100,0
	2006	33,3	0,0	22,2	11,1	33,3	0,0	100,0
Medianas- grandes	2009	20,0	6,7	0,0	26,7	46,7	0,0	100,0
	2008	25,0	16,7	0,0	8,3	50,0	0,0	100,0
	2007	12,5	25,0	6,3	6,3	43,8	6,3	100,0
	2006	18,2	9,1	0,0	0,0	63,6	9,1	100,0
Medianas- pequeñas	2009	9,5	14,3	0,0	14,3	61,9	0,0	100,0
	2008	4,2	25,0	4,2	8,3	58,3	0,0	100,0
	2007	5,3	0,0	10,5	21,1	63,2	0,0	100,0
	2006	13,8	0,0	0,0	3,4	75,9	6,9	100,0

2.6. Gestión de la librería

Uso de otras fuentes de pago

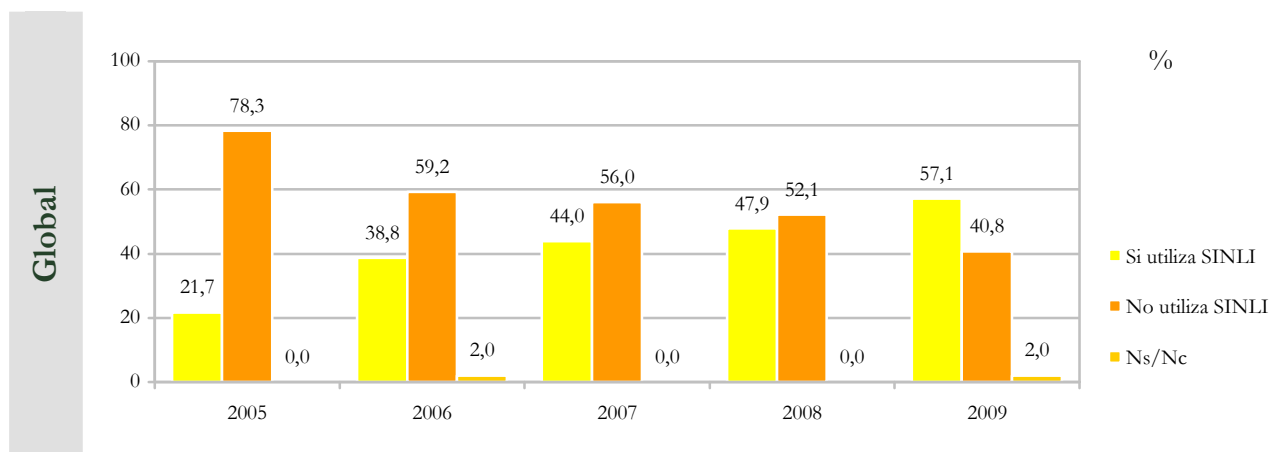
	%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
Global	2009	4,1	4,1	6,1	2,0	83,7	0,0	100,0
	2008	2,1	0,0	0,0	2,1	95,8	0,0	100,0
	2007	2,0	2,0	2,0	4,0	88,0	2,0	100,0
	2006	18,4	2,0	4,1	4,1	65,3	6,1	100,0
Grandes	2009	9,1	0,0	9,1	0,0	81,8	0,0	100,0
	2008	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
	2007	0,0	0,0	8,3	8,3	83,3	0,0	100,0
	2006	33,3	0,0	22,2	11,1	33,3	0,0	100,0
Medianas- grandes	2009	6,7	0,0	0,0	6,7	86,7	0,0	100,0
	2008	8,3	0,0	0,0	8,3	83,3	0,0	100,0
	2007	0,0	6,3	0,0	6,3	81,3	6,3	100,0
	2006	18,2	9,1	0,0	0,0	63,6	9,1	100,0
Medianas- pequeñas	2009	0,0	9,5	9,5	0,0	81,0	0,0	100,0
	2008	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
	2007	5,3	0,0	0,0	0,0	94,7	0,0	100,0
	2006	13,8	0,0	0,0	3,4	75,9	6,9	100,0

2.6. Gestión de la librería

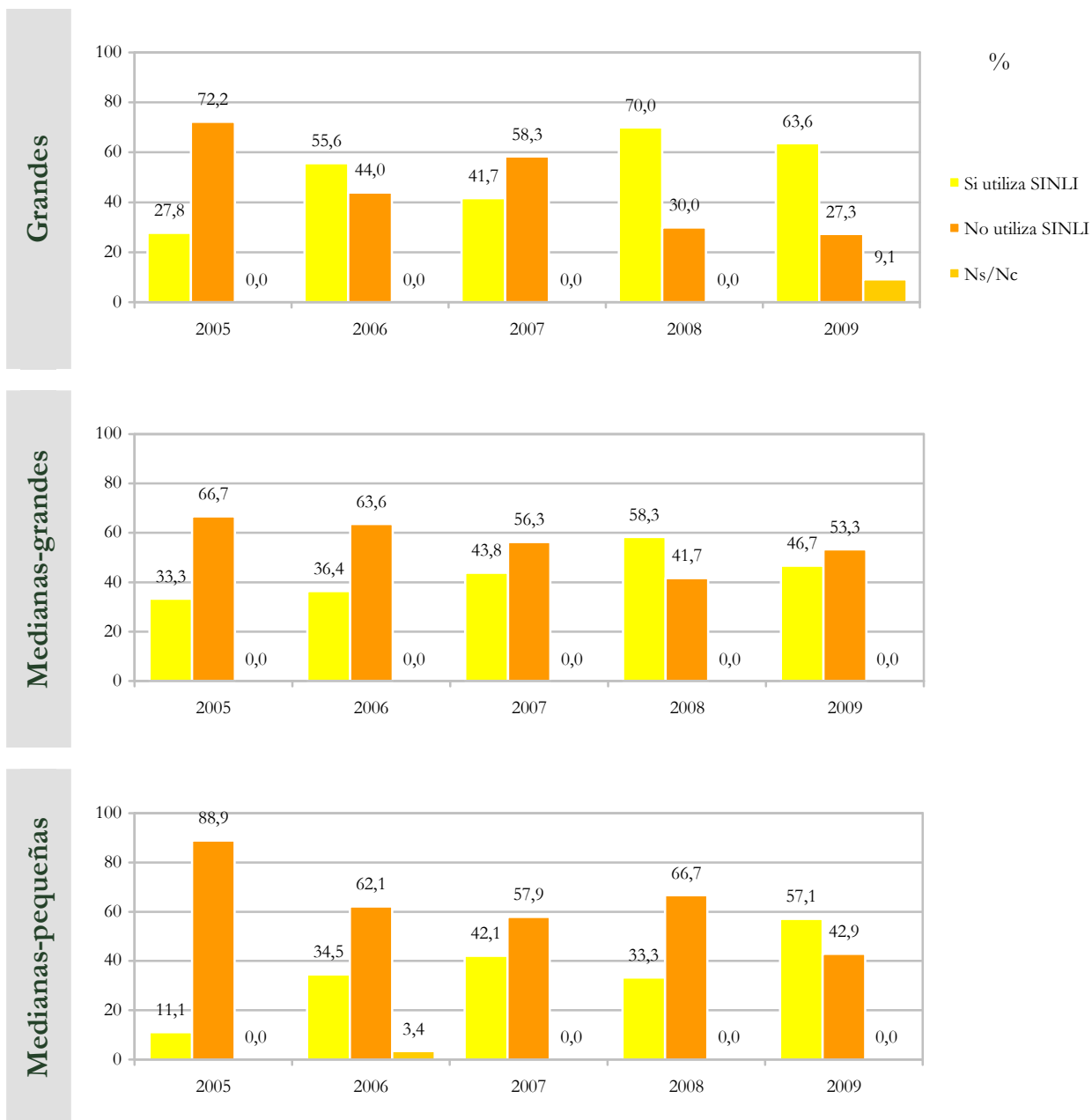
Utilización del SINLI

Del año 2004 al 2009 prosigue el incremento del porcentaje de librerías que utilizan el SINLI en la Comunidad Valenciana, situándose en el 57,1% (en el 2004 era del 7,1%).

En las librerías grandes el porcentaje de uso del SINLI se sitúa en el 63,6%, en las medianas-pequeñas en el 57,1% y en las medianas-grandes en el 46,7% (que durante el 2009 registran un descenso de más del diez por ciento).



2.6. Gestión de la librería



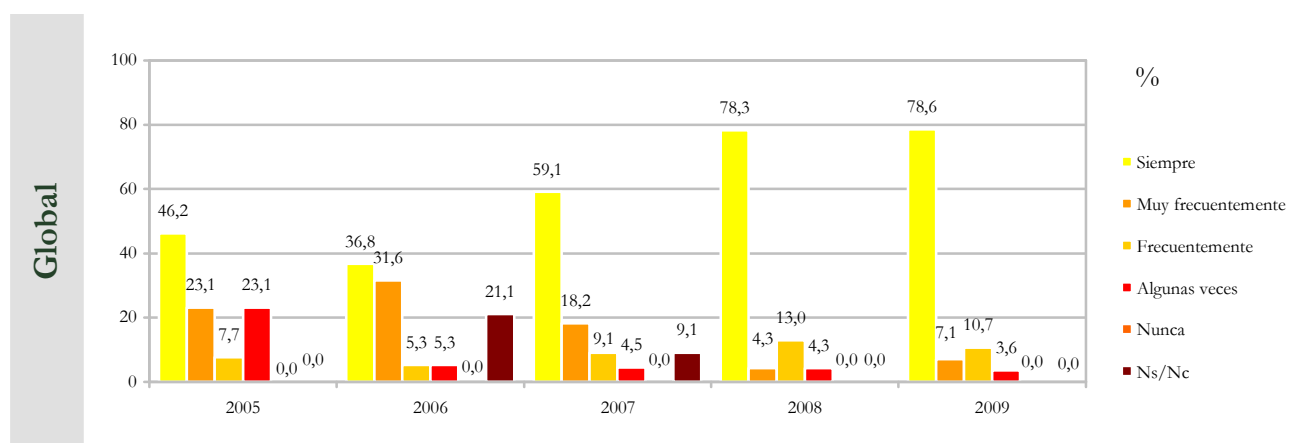
2.6. Gestión de la librería

		Sí	No	Ns/Nc	Total
Global	2009	57,1	40,8	2,0	100,0
	2008	47,9	52,1	0,0	100,0
	2007	44,0	56,0	0,0	100,0
	2006	38,0	59,2	2,0	100,0
	2005	21,7	78,3	0,0	100,0
	2004	7,1	91,1	1,8	100,0
Grandes	2009	63,6	27,3	9,1	100,0
	2008	70,0	30,0	0,0	100,0
	2007	41,7	58,3	0,0	100,0
	2006	55,6	44,4	0,0	100,0
	2005	27,8	72,2	0,0	100,0
	2004	11,8	88,2	0,0	100,0
Medianas-grandes	2009	46,7	53,3	0,0	100,0
	2008	58,3	41,7	0,0	100,0
	2007	43,8	56,3	0,0	100,0
	2006	36,4	63,6	0,0	100,0
	2005	33,3	66,7	0,0	100,0
	2004	7,1	92,9	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2009	57,1	42,9	0,0	100,0
	2008	33,3	66,7	0,0	100,0
	2007	42,1	57,9	0,0	100,0
	2006	34,5	62,1	3,4	100,0
	2005	11,1	88,9	0,0	100,0
	2004	4,0	92,0	4,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

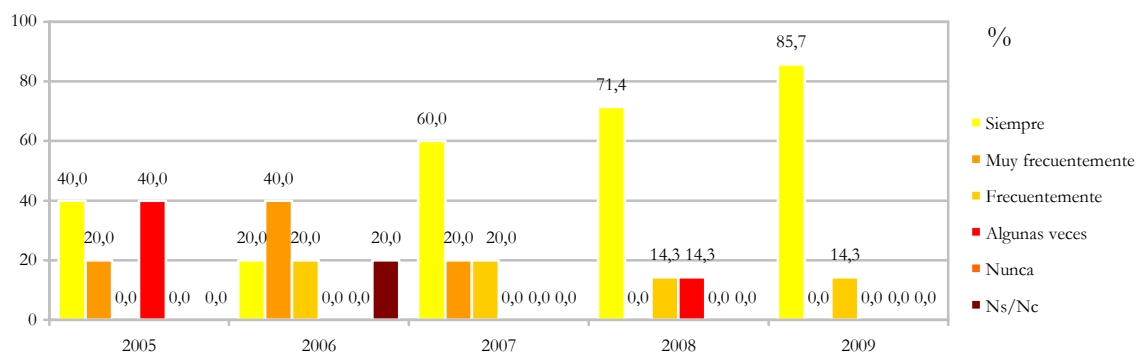
Frecuencia de uso de SINLI

La mayoría de librerías que utilizan el SINLI, afirman utilizarlo siempre: en un 78,6%, porcentaje que asciende hasta el 91,7% entre las librerías medianas-pequeñas (que lo utilizan en un 57,1%), al 85,7% en las librerías grandes (que lo utilizan en un 63,6%), y desciende hasta el 57,1% entre las librerías medianas-grandes (que utilizan el SINLI en un 46,7%).

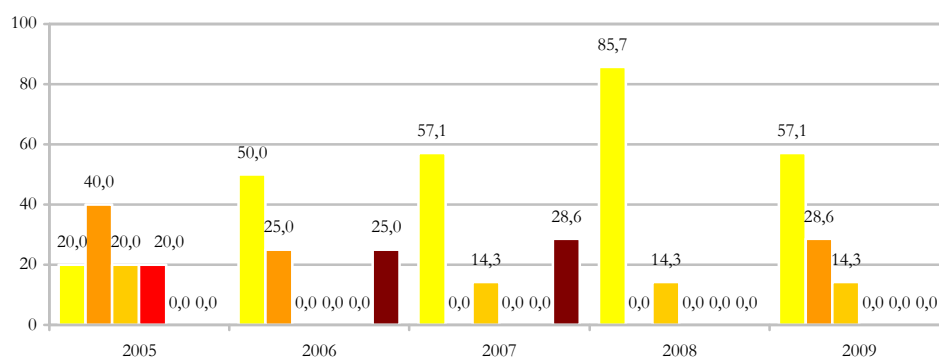


2.6. Gestión de la librería

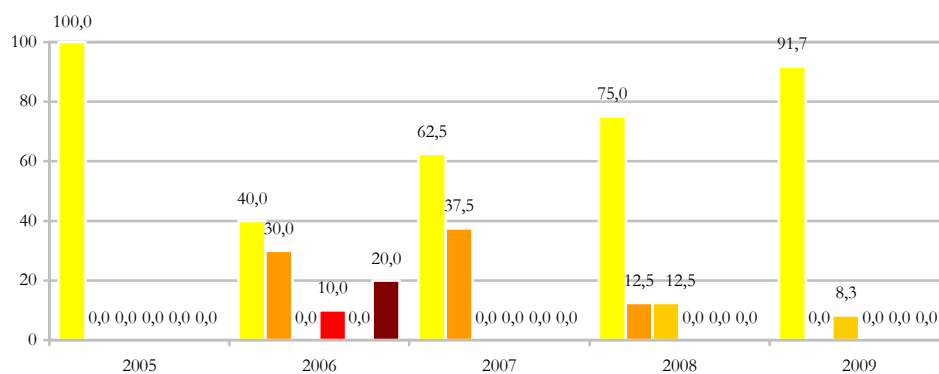
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

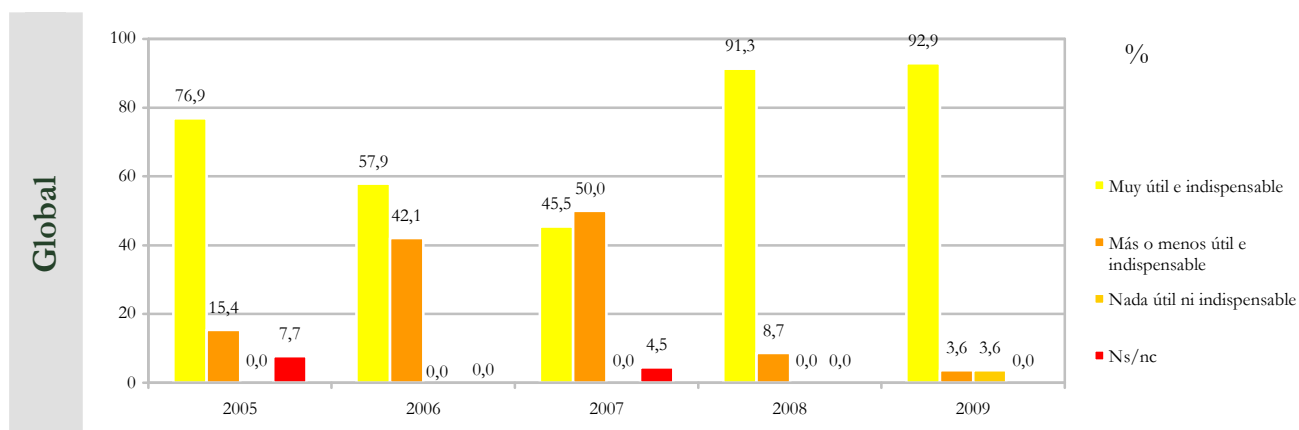
		%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
Global	2009	78,6	7,1	10,7	3,6	0,0	0,0	100,0	
	2008	78,3	4,3	13,0	4,3	0,0	0,0	100,0	
	2007	59,1	18,2	9,1	4,5	0,0	9,1	100,0	
	2006	36,8	31,6	5,3	5,3	0,0	21,1	100,0	
	2005	46,2	23,1	7,7	23,1	0,0	0,0	100,0	
Grandes	2009	85,7	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	100,0	
	2008	71,4	0,0	14,3	14,3	0,0	0,0	100,0	
	2007	60,0	20,0	20,0	0,0	0,0	0,0	100,0	
	2006	20,0	40,0	20,0	0,0	0,0	20,0	100,0	
	2005	40,0	20,0	0,0	40,0	0,0	0,0	100,0	
Medianas- grandes	2009	57,1	28,6	14,3	0,0	0,0	0,0	100,0	
	2008	85,7	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	100,0	
	2007	57,1	0,0	14,3	0,0	0,0	28,6	100,0	
	2006	50,0	25,0	0,0	0,0	0,0	25,0	100,0	
	2005	20,0	40,0	20,0	20,0	0,0	0,0	100,0	
Medianas- pequeñas	2009	91,7	0,0	8,3	0,0	0,0	0,0	100,0	
	2008	75,0	12,5	12,5	0,0	0,0	0,0	100,0	
	2007	62,5	37,5	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	
	2006	40,0	30,0	0,0	10,0	0,0	20,0	100,0	
	2005	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	

2.6. Gestión de la librería

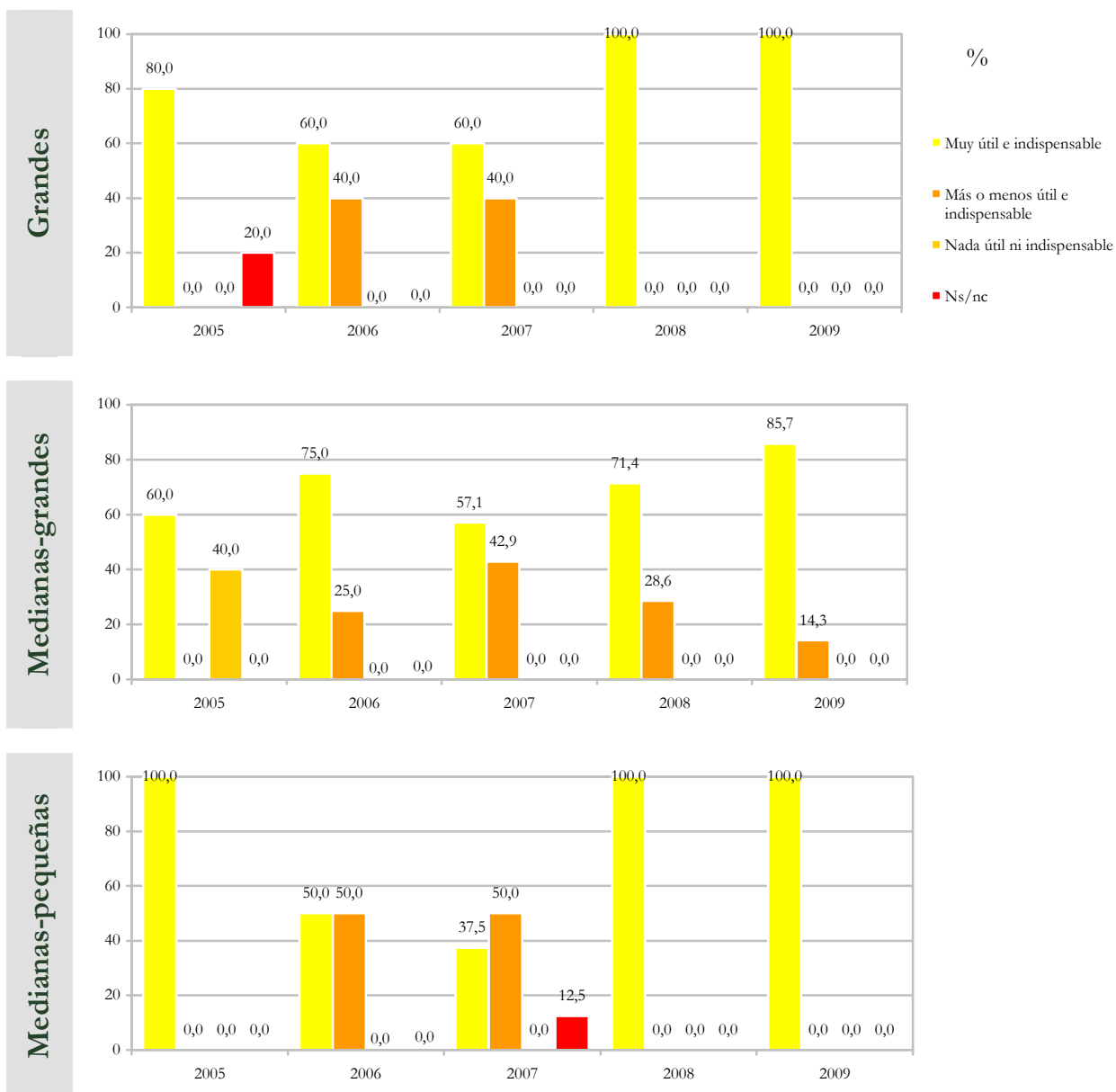
Opinión sobre SINLI

El SINLI ha sido considerado muy útil e imprescindible por el 92,9% de las librerías que lo utilizan, porcentaje que se traduce en el 100,0% entre las librerías grandes y medianas-pequeñas y en el 85,7% entre las librerías medianas- grandes.

Respecto al año 2008, aún se mejora ligeramente la notable progresión experimentada en la valoración del SINLI, respecto a años precedentes.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

	%	Muy útil e indispensable	Más o menos útil e indispensable	Nada útil e indispensable	Ns/Nc	Total
Global	2009	92,9	3,6	3,6	0,0	100,0
	2008	91,3	8,7	0,0	0,0	100,0
	2007	45,5	50,0	0,0	4,5	100,0
	2006	57,9	42,1	0,0	0,0	100,0
	2005	76,9	15,4	0,0	7,7	100,0
Grandes	2009	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2007	60,0	40,0	0,0	0,0	100,0
	2006	60,0	40,0	0,0	0,0	100,0
	2005	80,0	0,0	0,0	20,0	100,0
Medianas- grandes	2009	85,7	14,3	0,0	0,0	100,0
	2008	71,4	28,6	0,0	0,0	100,0
	2007	57,1	42,9	0,0	0,0	100,0
	2006	75,0	25,0	0,0	0,0	100,0
	2005	60,0	0,0	40,0	0,0	100,0
Medianas- pequeñas	2009	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2007	37,5	50,0	0,0	12,5	100,0
	2006	50,0	50,0	0,0	0,0	100,0
	2005	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0

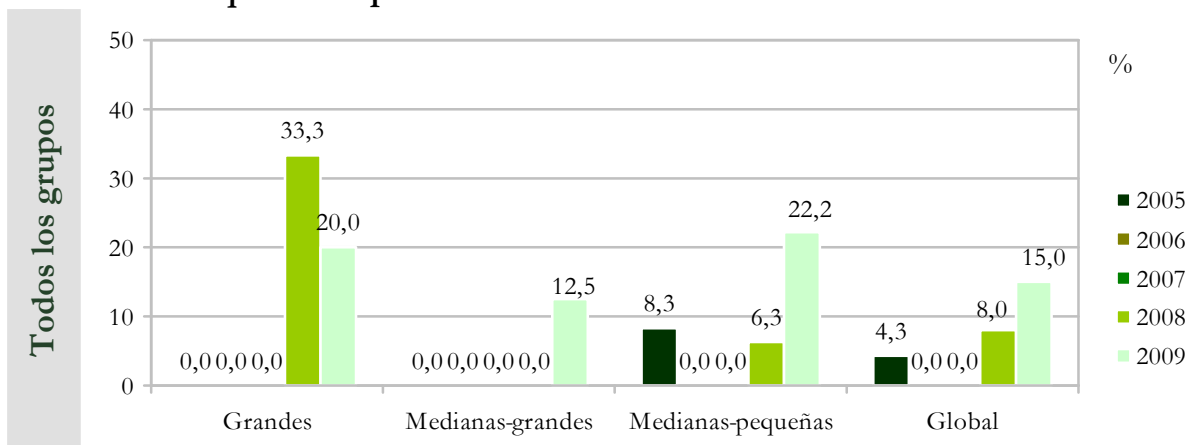
2.6. Gestión de la librería

Motivos de no utilización del SINLI

Conforme el SINLI incrementa su utilización, los motivos de no utilización habrán de circunscribirse a las librerías² que no lo utilizan y que cada año son menos. Este colectivo aduce como motivos para la no utilización del SINLI:

- El desconocimiento del SINLI, en un 41,2%, representando el 57,1% de las librerías medianas-grandes, el 33,3% de las librerías grandes y el 28,6% de las librerías medianas-pequeñas.
- El conocimiento del SINLI pero el desinterés por éste, en un 35,3%, representando el 42,9% de las librerías medianas-pequeñas, el 33,3% de las librerías grandes y el 28,6% de las librerías medianas-grandes.
- El conocimiento del SINLI y la previsión de instalarlo próximamente, en un 17,6%, representando el 33,3% de las librerías grandes y el 14,3% de las librerías medianas-grandes y medianas-pequeñas, respectivamente.

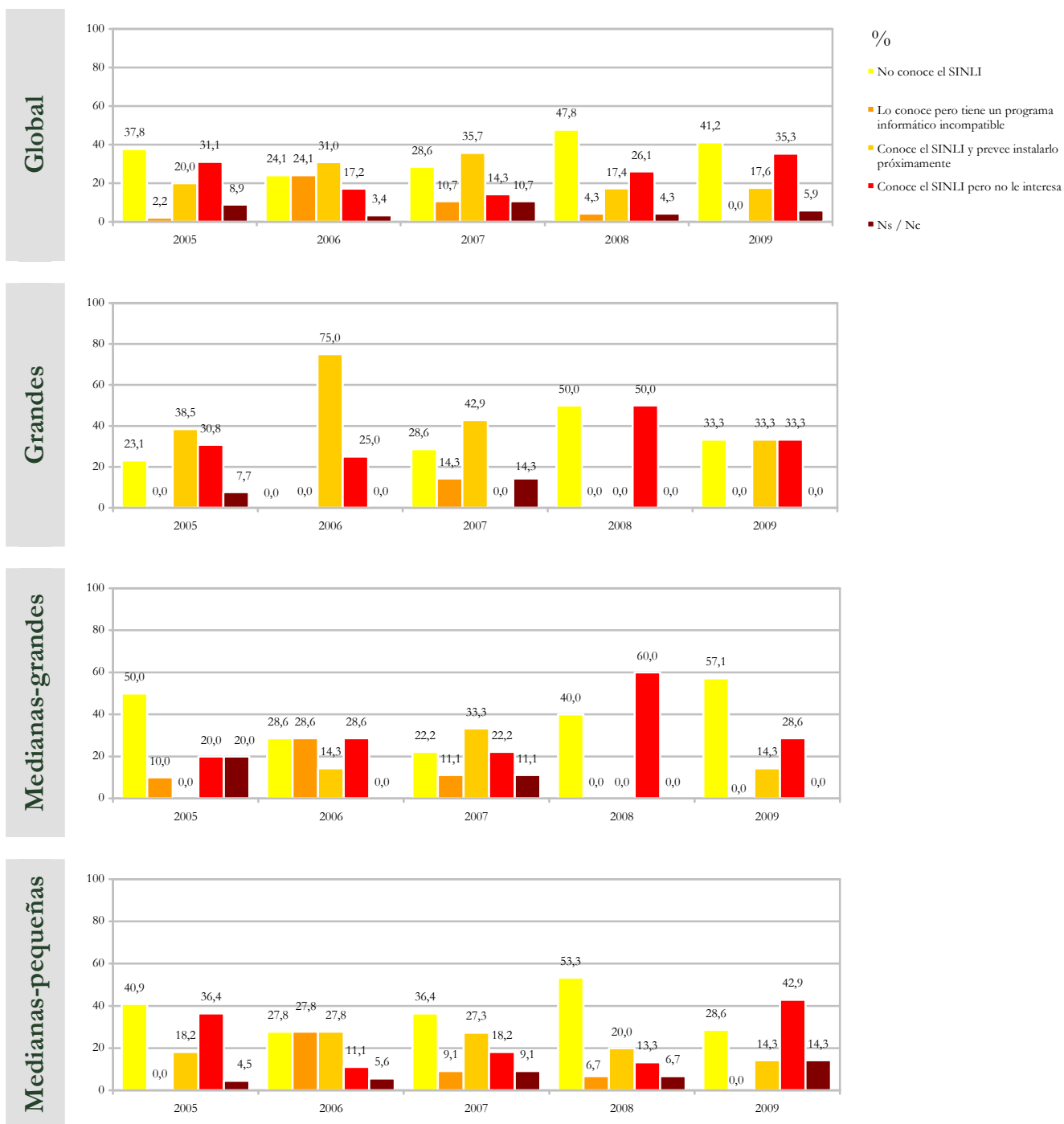
% de librerías que no disponen de ordenador



² Evidentemente, los siguientes porcentajes se circunscriben a las librerías que disponen de ordenador.

2.6. Gestión de la librería

Motivos para no utilizar el SINLI (librerías que disponen de ordenador)



2.6. Gestión de la librería

		%	Dispone de ordenador	No dispone de ordenador	Total
Global	2009		85,0	15,0	100,0
	2008		92,0	8,0	100,0
	2007		100,0	0,0	100,0
	2006		100,0	0,0	100,0
	2005		95,7	4,3	100,0
	2004		98,0	2,0	100,0
Grandes	2009		100,0	0,0	100,0
	2008		66,7	33,3	100,0
	2007		100,0	0,0	100,0
	2006		100,0	0,0	100,0
	2005		100,0	0,0	100,0
	2004		100,0	0,0	100,0
Medianas- grandes	2009		87,5	12,5	100,0
	2008		100,0	0,0	100,0
	2007		100,0	0,0	100,0
	2006		100,0	0,0	100,0
	2005		100,0	0,0	100,0
	2004		92,3	7,7	100,0
Medianas- pequeñas	2009		77,8	22,2	100,0
	2008		93,8	6,3	100,0
	2007		100,0	0,0	100,0
	2006		100,0	0,0	100,0
	2005		91,7	8,3	100,0
	2004		100,0	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

		Conoce el SINLI						
%		No	Pero tiene un programa informático incompatible ³	Prevé instalarlo próximamente ⁴	Pero no le interesa	Otros motivos ⁵	Ns/Nc	Total
Global	2009	41,2	0,0	17,6	35,3	-	5,9	100,0
	2008	47,8	4,3	17,4	26,1	-	4,3	100,0
	2007	28,6	10,7	35,7	14,3	-	10,7	100,0
	2006	24,1	24,1	31,0	17,2	-	3,4	100,0
	2005	37,8	2,2	20,0	31,1	-	8,9	100,0
	2004	52,0	0,0	0,0	22,0	18,0	8,0	100,0
Grandes	2009	33,3	0,0	33,3	33,3	-	0,0	100,0
	2008	50,0	0,0	0,0	50,0	-	0,0	100,0
	2007	28,6	14,3	42,9	0,0	-	14,3	100,0
	2006	0,0	0,0	75,0	25,0	-	0,0	100,0
	2005	23,1	0,0	38,5	30,8	-	7,7	100,0
	2004	33,3	n.d.	n.d.	26,7	20,0	20,0	100,0
Medianas-grandes	2009	57,1	0,0	14,3	28,6	-	0,0	100,0
	2008	40,0	0,0	0,0	60,0	-	0,0	100,0
	2007	22,2	11,1	33,3	22,2	-	11,1	100,0
	2006	28,6	28,6	14,3	28,6	-	0,0	100,0
	2005	50,0	10,0	0,0	20,0	-	20,0	100,0
	2004	50,0	n.d.	n.d.	41,7	8,3	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2009	28,6	0,0	14,3	42,9	-	14,3	100,0
	2008	53,3	6,7	20,0	13,3	-	6,7	100,0
	2007	36,4	9,1	27,3	18,2	-	9,1	100,0
	2006	27,8	27,8	27,8	11,1	-	5,6	100,0
	2005	40,9	0,0	18,2	36,4	-	4,5	100,0
	2004	65,2	n.d.	n.d.	8,7	21,7	4,3	100,0

³ Opciones de respuesta no formuladas el año 2004.

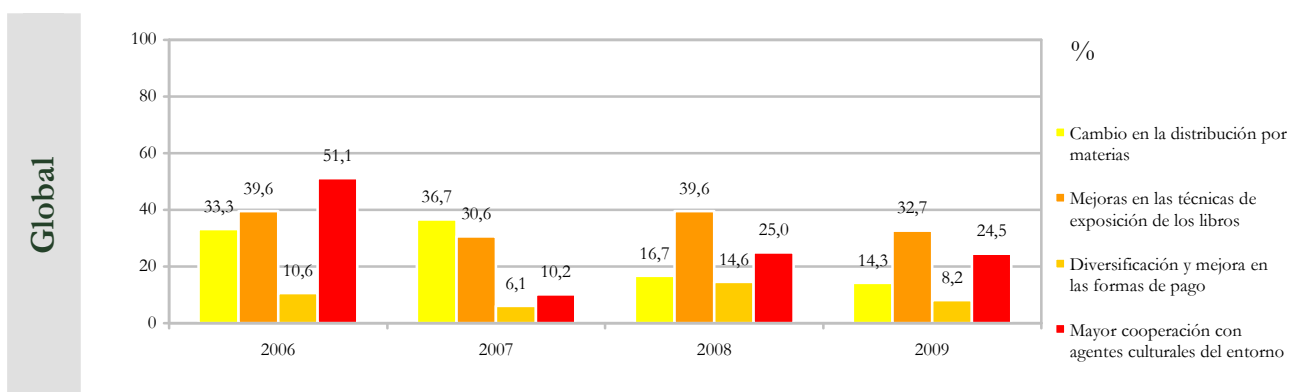
⁴ Opciones de respuesta no formuladas el año 2004.

⁵ Opción de respuesta únicamente formulada el 2004.

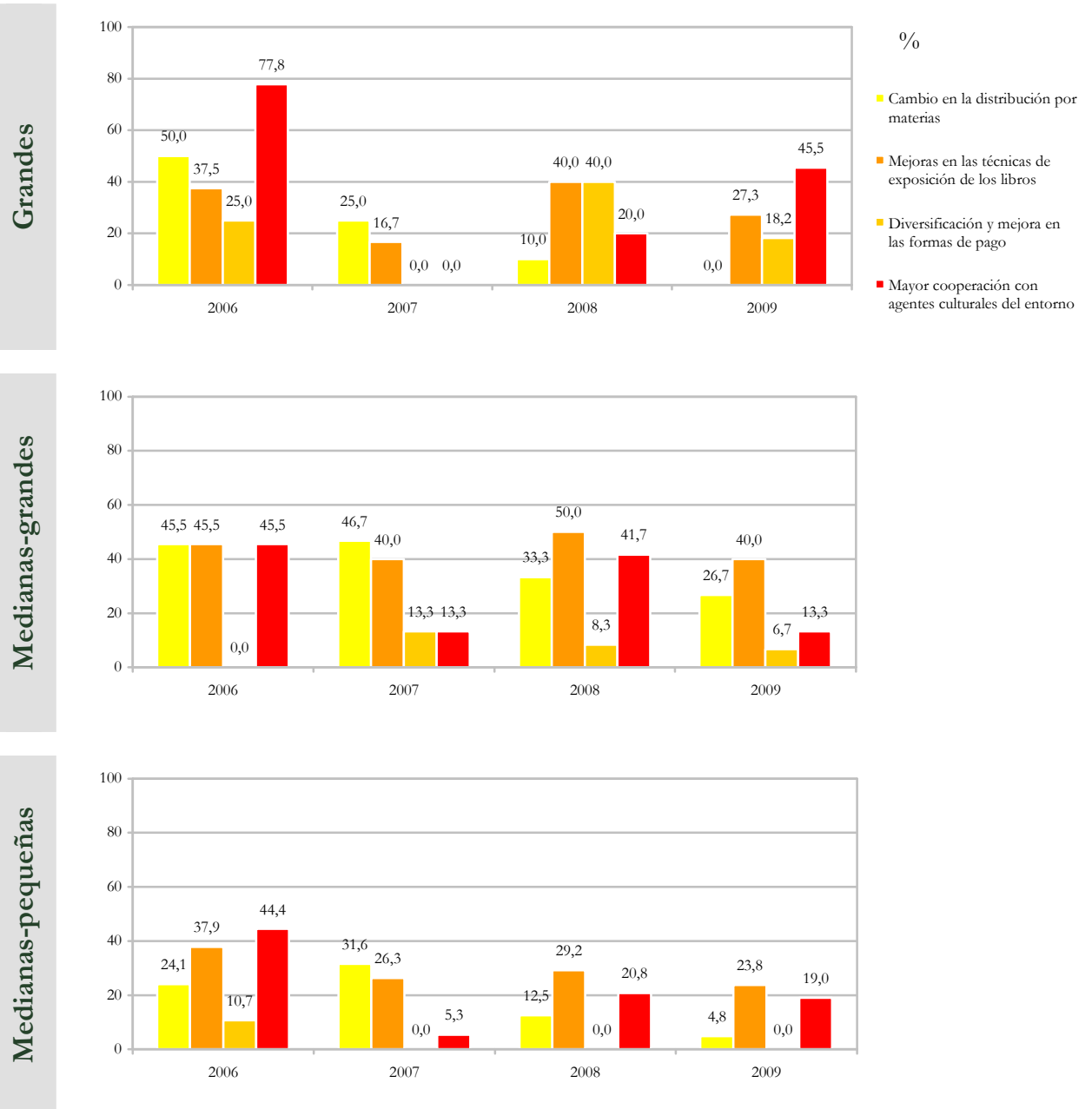
2.6. Gestión de la librería

Innovaciones radicales o relevantes en la empresa

- La introducción de mejoras en las técnicas de exposición de los libros ha sido, durante el año 2009, la innovación más aducida (32,7%), en general, por las librerías, así lo han manifestado el 27,3% de las librerías grandes, el 40,0% de las librerías medianas-grandes y el 23,8% de las librerías medianas-pequeñas.
- En segundo lugar, la innovación más aducida ha sido la mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (24,5%), traduciéndose en un 45,5% entre las librerías grandes, en un 13,3% entre las medianas-grandes y en un 19,0% entre las medianas-pequeñas.
- El cambio en la distribución de materias, como innovación lo han realizado el 14,3% de las librerías, innovación protagonizada mayoritariamente por las librerías medianas-grandes (26,7%) y en menor medida por las medianas-pequeñas (4,8%), puesto que no se ha registrado ningún caso entre las librerías grandes.
- La diversificación y mejora en las formas de pago es el ámbito de innovación que ha sido objeto de atención por parte de una menor proporción de librerías (8,2%): siendo las librerías grandes las que más han impulsado esta innovación en un 18,2%, seguidas de las medianas-grandes con un 6,7%. No se ha registrado ningún caso entre las medianas-pequeñas.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

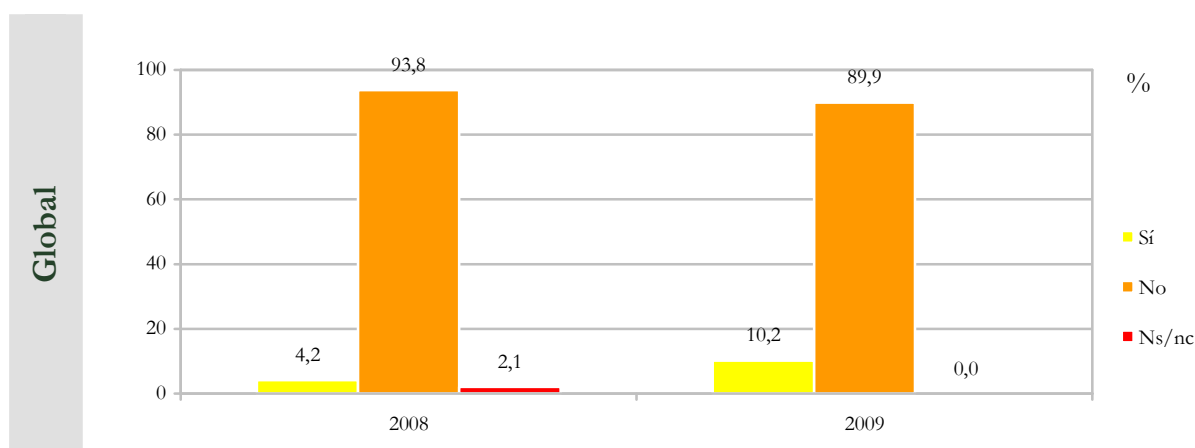
		<i>% afirmativo</i>	Un cambio en la distribución por materias / secciones de la librería	Una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.)	Una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de clientes	Una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.)
Global	2009	14,3	32,7	8,2	24,5	
	2008	16,7	39,6	14,6	25,0	
	2007	36,7	30,6	6,1	10,2	
	2006	33,3	39,6	10,6	51,1	
Grandes	2009	0,0	27,3	18,2	45,5	
	2008	10,0	40,0	40,0	20,0	
	2007	25,0	16,7	0,0	0,0	
	2006	50,0	37,5	25,0	77,8	
Medianas- grandes	2009	26,7	40,0	6,7	13,3	
	2008	33,3	50,0	8,3	41,7	
	2007	46,7	40,0	13,3	13,3	
	2006	45,5	45,5	0,0	45,5	
Medianas- pequeñas	2009	4,8	23,8	0,0	19,0	
	2008	12,5	29,2	0,0	20,8	
	2007	31,6	26,3	0,0	5,3	
	2006	24,1	37,9	10,7	44,4	

2.6. Gestión de la librería

Venta de lectores de libro electrónico

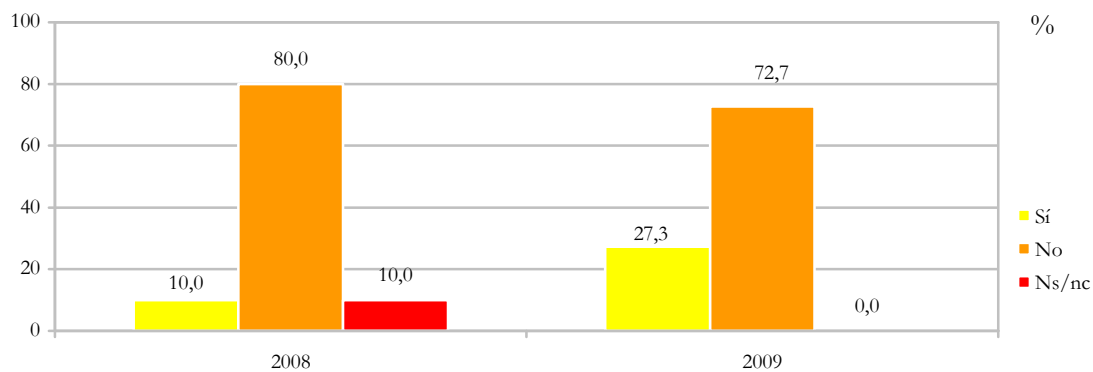
En el 2008 se introdujo este indicador para tomar el pulso a la venta de lectores de libro electrónico en las librerías. Durante el 2009, las librerías que venden este soporte, siguen siendo minoritarias (10,2%), aunque se detecta un incremento, respecto al 2008.

Son las librerías grandes (27,3%) en las que se realiza más este tipo de venta, seguidas por las medianas-grandes (6,7%). Entre las librerías medianas-pequeñas no se ha registrado ninguna librería en la que se vendan lectores de libro electrónico.

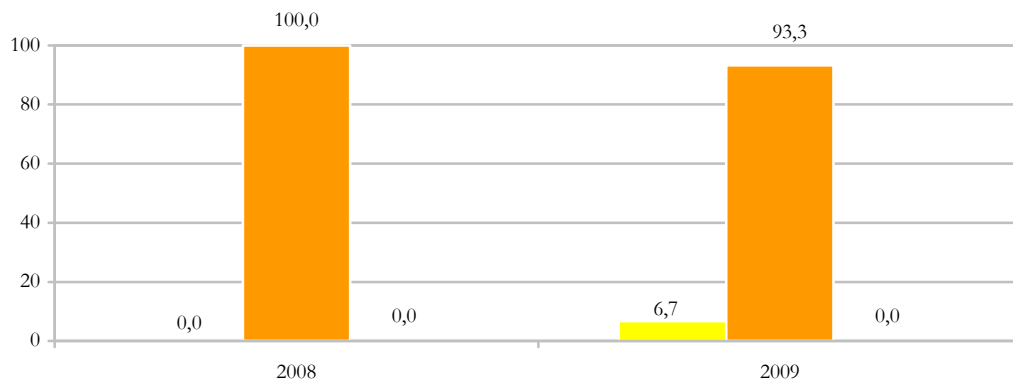


2.6. Gestión de la librería

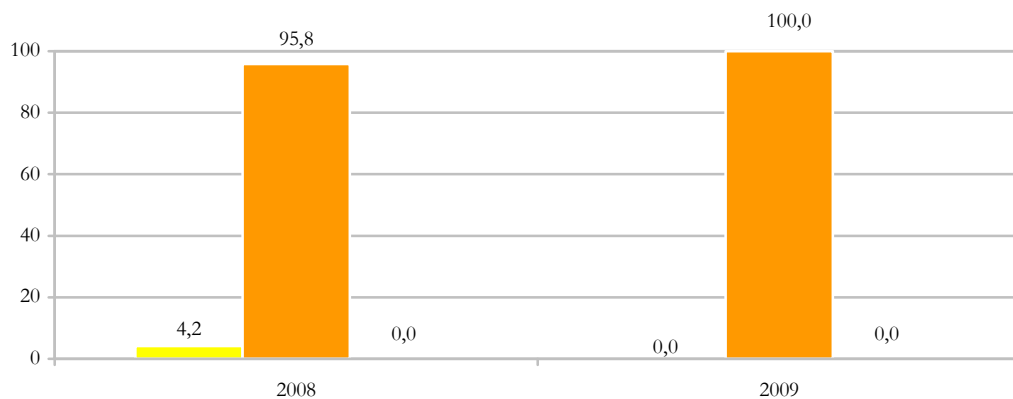
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

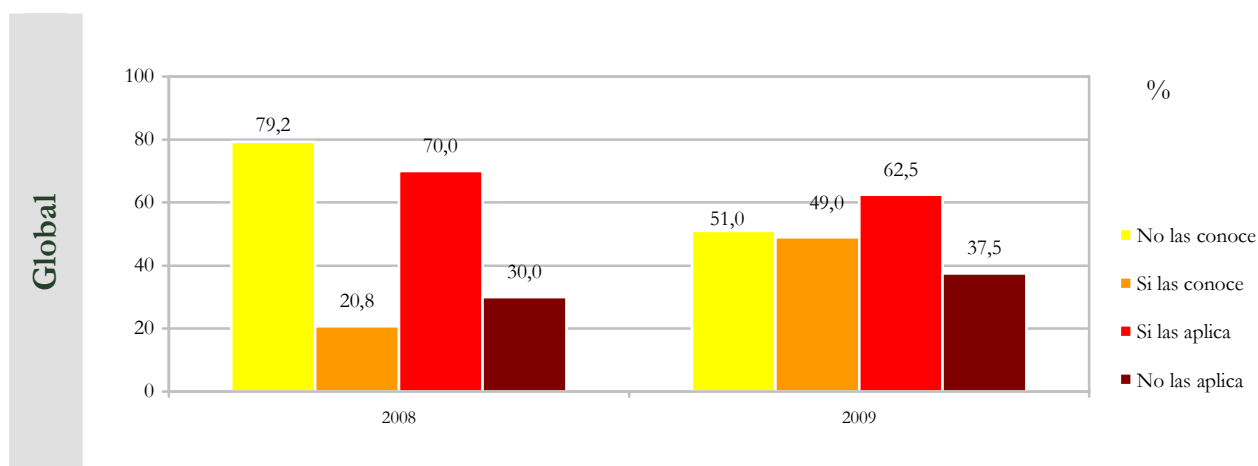
	%	Sí	No	Ns/Nc	Total
Global	2009	10,2	89,8	0,0	100,0
	2008	4,2	93,8	2,1	100,0
Grandes	2009	27,3	72,7	0,0	100,0
	2008	10,0	80,0	10,0	100,0
Medianas- grandes	2009	6,7	93,3	0,0	100,0
	2008	0,0	100,0	0,0	100,0
Medianas- pequeñas	2009	0,0	100,0	0,0	100,0
	2008	4,2	95,8	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

Conocimiento y aplicación de las normas CSL⁶

En el año 2008, se introdujo este doble indicador que expone el conocimiento y la aplicación de las normas CSL. A nivel global, durante el 2009, se experimenta un aumento notable del conocimiento de las normas CSL que pasa del 20,8% al 49,0% de las librerías de la Comunidad Valenciana, aumento que también se traduce en el aumento de su aplicación puesto que el 62,5% del 49,0% de librerías es mayor que el 70,0% del 20,8% de las librerías, registrado en el 2008.

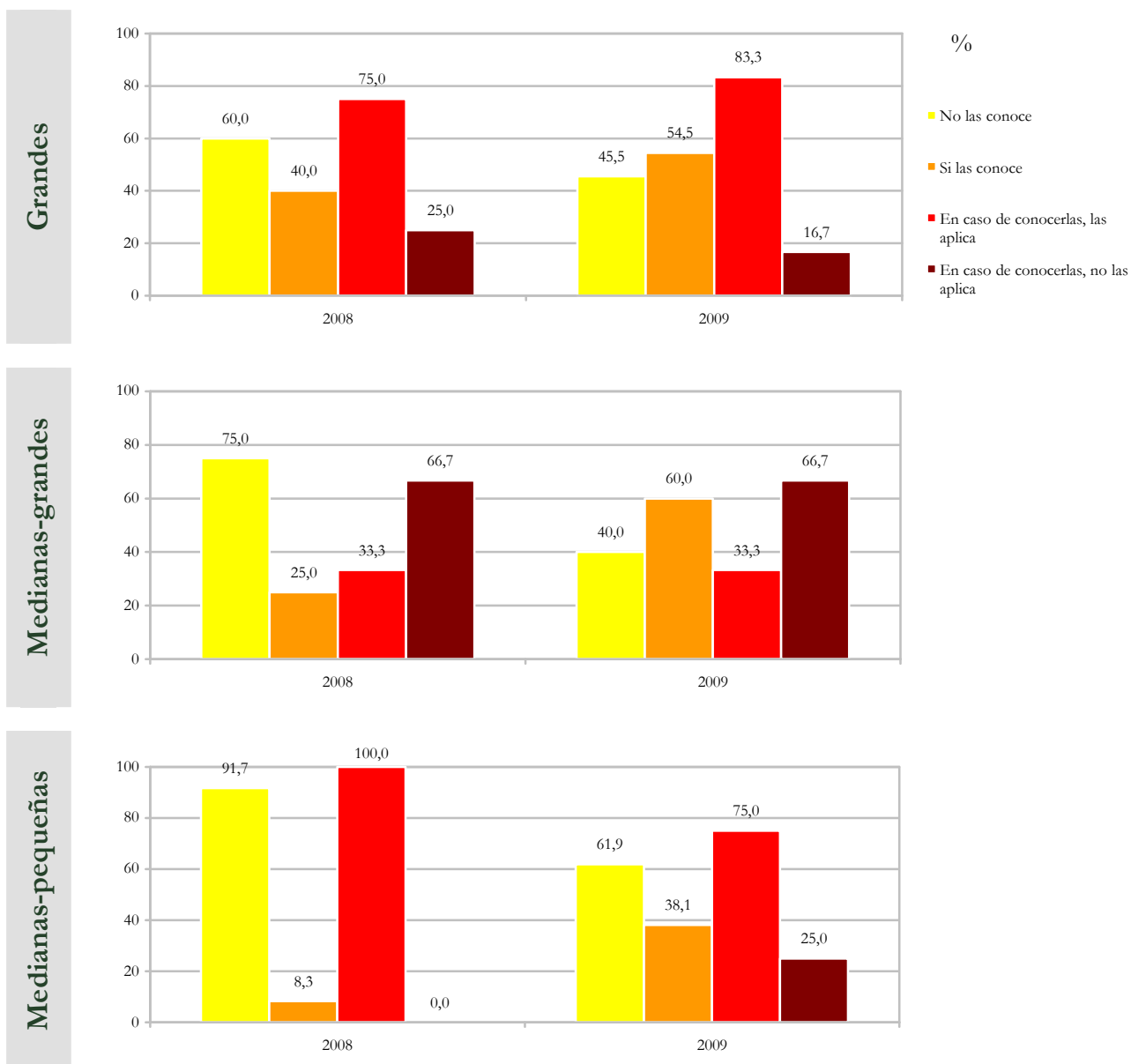
En las librerías grandes es donde más se aplican las normas CSL (45,4%), aunque el grado de conocimiento no sea el más amplio (54,5%), a continuación en cuanto a su aplicación se refiere se sitúan las librerías medianas-pequeñas (28,6%) y finalmente, las librerías medianas-grandes (20,0%).



⁶ programa de mejora Cadena Suministro del Libro.

2.6. Gestión de la librería

Conocimiento de las normas CSL y su aplicación



2.6. Gestión de la librería

	%	¿Conoce las normas CSL?		¿Las aplica?	
		No	Sí	Sí	No
Global	2009	51,0	49,0	62,5	37,5
	2008	79,2	20,8	70,0	30,0
Grandes	2009	45,5	54,5	83,3	16,7
	2008	60,0	40,0	75,0	25,0
Medianas- grandes	2009	40,0	60,0	33,3	66,7
	2008	75,0	25,0	33,3	66,7
Medianas- pequeñas	2009	61,9	38,1	75,0	25,0
	2008	91,7	8,3	100,0	0,0

**3.) Resultados de la Ficha B de Indicadores de Gestión
Económica de la Librería. Año 2008**

3.1. Introducción

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.

El análisis de los resultados de la ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería⁷ se ha estructurado en los siguientes apartados:

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

⁷ Los datos que se presentan en este capítulo provienen en su totalidad del Registro Mercantil y hacen referencia al año 2008.

- **Análisis del margen bruto:** porcentaje del margen bruto y del valor añadido sobre las ventas.
- **Análisis de la rentabilidad:** ratio de rentabilidad económica y porcentaje de beneficios sobre las ventas.

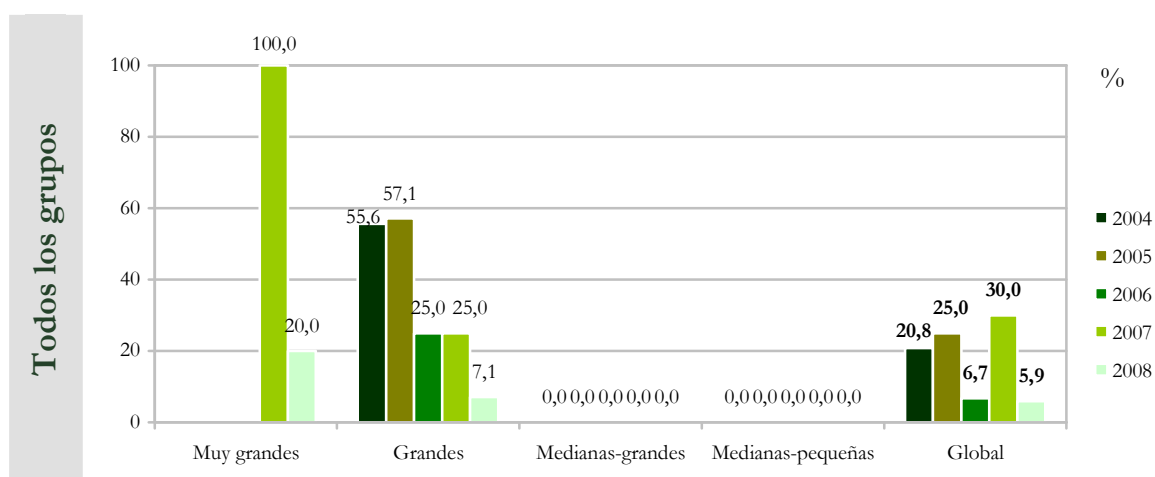
Esta información tiene, como interés prioritario, el análisis comparativo de las magnitudes promedio del sector con los datos particularizados de cada librería. Este análisis se ha proporcionado de forma confidencial e individualizada a cada empresa en forma de ficha.

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.**

3.2. Datos generales de la empresa⁸

Número de puntos de venta de libros de la empresa

En relación a esta cuestión, puede observarse que el 5,9% de las librerías son propietarias de más de un punto de venta. Porcentaje que viene determinado por las librerías muy grandes (20,0%) y también por las grandes (7,1%), puesto que no se ha registrado en el 2008 (como sucedía en años precedentes), ninguna librería con más de un punto de venta entre los grupos de medianas-grandes y medianas-pequeñas.



⁸ Asimismo, debe remarcarse, que los datos de la Ficha B de las librerías 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. Asimismo, se ruega tener presente que la información disponible respecto a las librerías muy grandes es sobre cuatro establecimientos y, por tanto esta información debe considerarse por lo que representa y no extrapolarla, en ningún caso.

3.2. Datos generales de la empresa

	%	Dispone de más de un punto de venta	No dispone de más de un punto de venta
Global	2008	5,9	94,1
	2007	30,0	70,0
	2006	6,7	93,3
	2005	25,0	75,0
	2004	20,8	79,2
	2003	33,3	66,7
Muy grandes	2008	20,0	80,0
	2007	100,0	0,0
Grandes	2008	7,1	92,9
	2007	25,0	75,0
	2006	25,0	75,0
	2005	57,1	42,9
	2004	55,6	44,4
	2003	62,5	37,5
Medianas- grandes	2008	0,0	100,0
	2007	0,0	100,0
	2006	0,0	100,0
	2005	0,0	100,0
	2004	0,0	100,0
	2003	0,0	100,0
Medianas- pequeñas	2008	0,0	100,0
	2007	0,0	100,0
	2006	0,0	100,0
	2005	0,0	100,0
	2004	0,0	100,0
	2003	20,0	80,0

3.3. Análisis de los ingresos

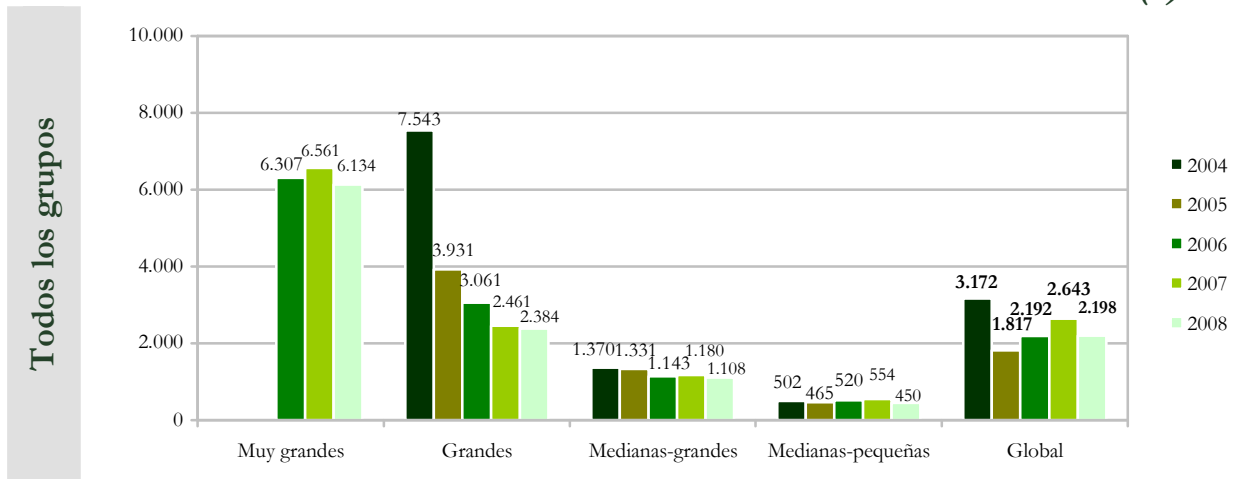
El principal objetivo empresarial de la librería es el comercio al detalle de libros, de forma que sus ingresos van a proceder fundamentalmente de la venta de dichos productos. De este modo, complementariamente al análisis del volumen y la composición de las ventas realizadas en el anterior apartado 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:

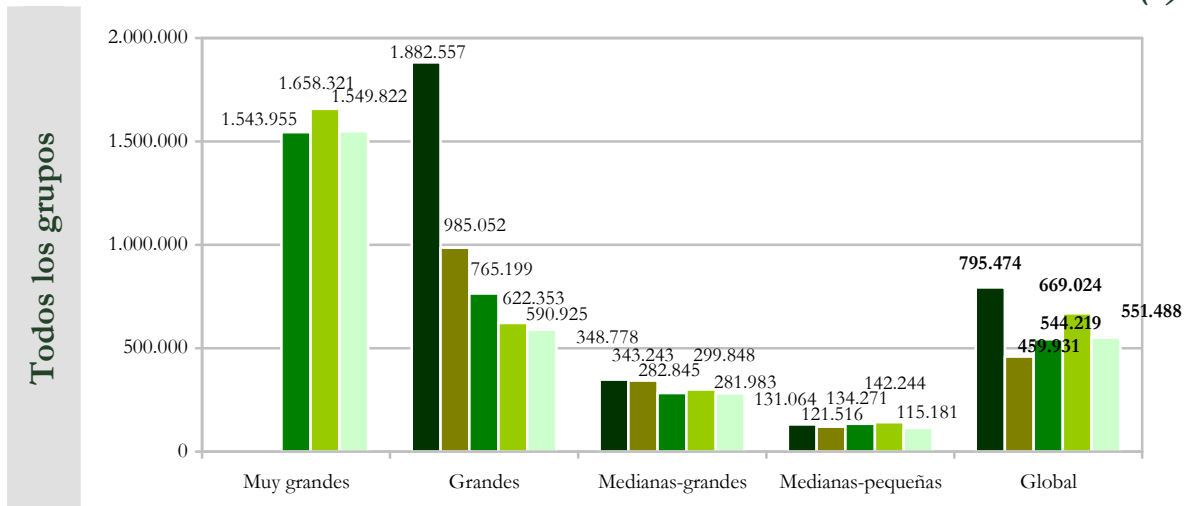
- **Promedio de las ventas diarias de libros** o volumen medio de ventas por día, se obtiene el cociente de las ventas totales netas entre 360 (días).
- **Estimación del coste de las ventas de libros:** este indicador⁹ refleja el coste de lo que se ha vendido. Dada la dificultad de conocer con precisión esta magnitud, se ha optado por el cálculo simplificado (y aproximado) reflejando el valor de las compras de los productos vendidos. Este valor se obtiene de multiplicar las ventas de libros por 1 menos el descuento partido por cien.
- **Estimación del coste diario de las ventas de libros.** Esta *ratio* indica el reparto diario de la estimación realizada, anteriormente, del coste de las ventas, por tanto se calcula dividiendo el coste de ventas por 360 (días).

⁹ Señalar que a partir del año 2002, este indicador se circunscribe a las ventas en libros, mientras que en años precedentes hacía referencia al conjunto de las ventas.

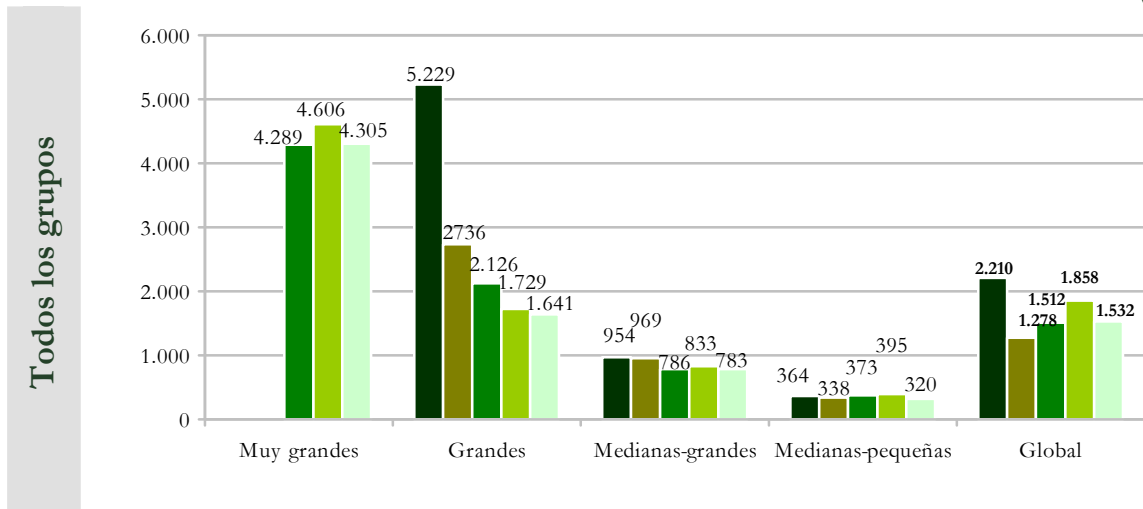
Promedio de las ventas diarias de libros (€)



Estimación del coste de las ventas de libros (€)



Estimación del coste diario de las ventas de libros (€)



3.3. Análisis de los ingresos

	%	Promedio de las ventas diarias de libros (Eur./día)	Estimación del coste de las ventas de libros (Eur.)	Estimación del coste diario de las ventas de libros (Eur./día)
Global	2008	2.198,44	551.487,91	1.531,91
	2007	2.643,28	669.023,85	1.858,40
	2006	2.191,56	544.219,48	1.511,72
	2005	1.816,58	459.931,02	1.277,59
	2004	3.171,53	795.474,49	2.209,65
	2003	1.844,86	471.217,18	1.308,94
Muy grandes	2008	6.134,18	1.549.821,56	4.305,06
	2007	6.560,64	1.658.320,62	4.606,45
	2006	6.307,01	1.543.955,43	4.288,77
Grandes	2008	2.383,81	590.925,26	1.641,46
	2007	2.460,94	622.353,02	1.728,76
	2006	3.061,08	765.199,36	2.125,55
	2005	3.931,04	985.051,64	2.736,25
	2004	7.542,59	1.882.556,64	5.229,32
	2003	3.575,80	902.328,80	2.506,50
Medianas-grandes	2008	1.108,43	281.982,97	783,29
	2007	1.180,12	299.848,41	832,91
	2006	1.143,17	282.845,37	785,68
	2005	1.330,86	343.243,17	953,45
	2004	1.369,56	348.777,95	968,83
	2003	1.205,10	319.483,50	887,50
Medianas-pequeñas	2008	450,24	115.181,08	319,95
	2007	553,78	142.244,21	395,12
	2006	520,33	134.270,65	372,97
	2005	465,01	121.516,02	337,54
	2004	502,25	131.063,81	364,07
	2003	513,80	134.939,10	374,80

3.4. Análisis de los gastos

Presentación

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: el análisis de las compras y el análisis de los otros gastos.

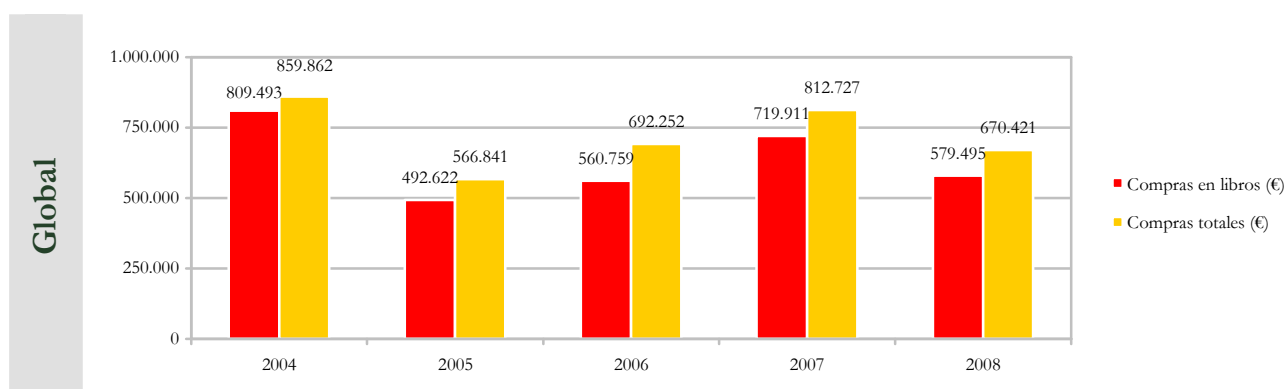
Análisis de las compras (en libros y totales)

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.**

En los siguientes gráficos se reflejan, al igual que en los indicadores relacionados con los ingresos, las diferencias entre los cuatro grupos de librerías según su tamaño. Constatándose la importancia del producto libro en la actividad de las librerías y la evolución de las compras tanto en general, como en libros, respecto al año 2007.

El análisis de las compras refleja, al igual que los indicadores relacionados con los ingresos, las diferencias entre los cuatro grupos de librerías según su tamaño. Así mismo, se constata la importancia del producto libro en la actividad de las librerías.



3.4. Análisis de los gastos



3.4. Análisis de los gastos

		Compras totales (Eur.)	Compras en libros (Eur.)	Importancia de las compras en libros (%)
Global	2008	670.420,87	579.494,93	86,4
	2007	812.726,95	719.911,11	88,6
	2006	692.252,37	560.759,13	81,0
	2005	566.840,50	492.621,70	86,9
	2004	859.862,14	809.492,75	94,1
	2003	613.964,85	497.495,13	81,0
Muy grandes	2008	1.722.782,71	1.518.413,48	88,1
	2007	1.897.880,06	1.750.345,14	92,2
	2006	1.874.914,45	1.649.924,72	88,0
Grandes	2008	745.220,28	659.494,26	88,5
	2007	790.132,49	685.775,08	86,8
	2006	820.113,96	732.162,46	89,3
	2005	1.188.683,30	1.065.259,50	89,6
	2004	1.937.692,20	1.912.658,60	98,7
	2003	1.130.380,30	963.211,00	85,2
Medianas- grandes	2008	415.771,51	313.070,41	75,3
	2007	405.474,09	327.323,77	80,7
	2006	504.084,73	324.948,93	64,5
	2005	447.855,20	365.238,50	81,6
	2004	491.709,60	380.652,40	77,4
	2003	452.303,70	333.023,80	73,6
Medianas- pequeñas	2008	139.187,02	111.046,45	79,8
	2007	180.015,60	150.336,51	83,5
	2006	246.941,72	141.674,65	57,4
	2005	152.656,00	123.679,80	81,0
	2004	172.359,30	125.842,20	73,0
	2003	198.587,60	134.573,90	67,8

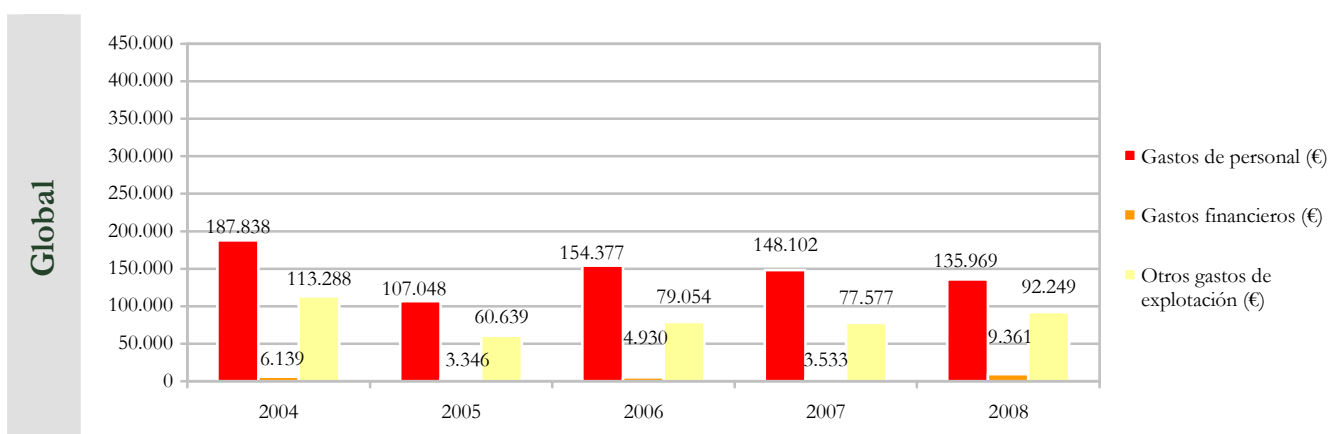
3.4. Análisis de los gastos

Análisis de los otros gastos de la empresa (distribución de los 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:

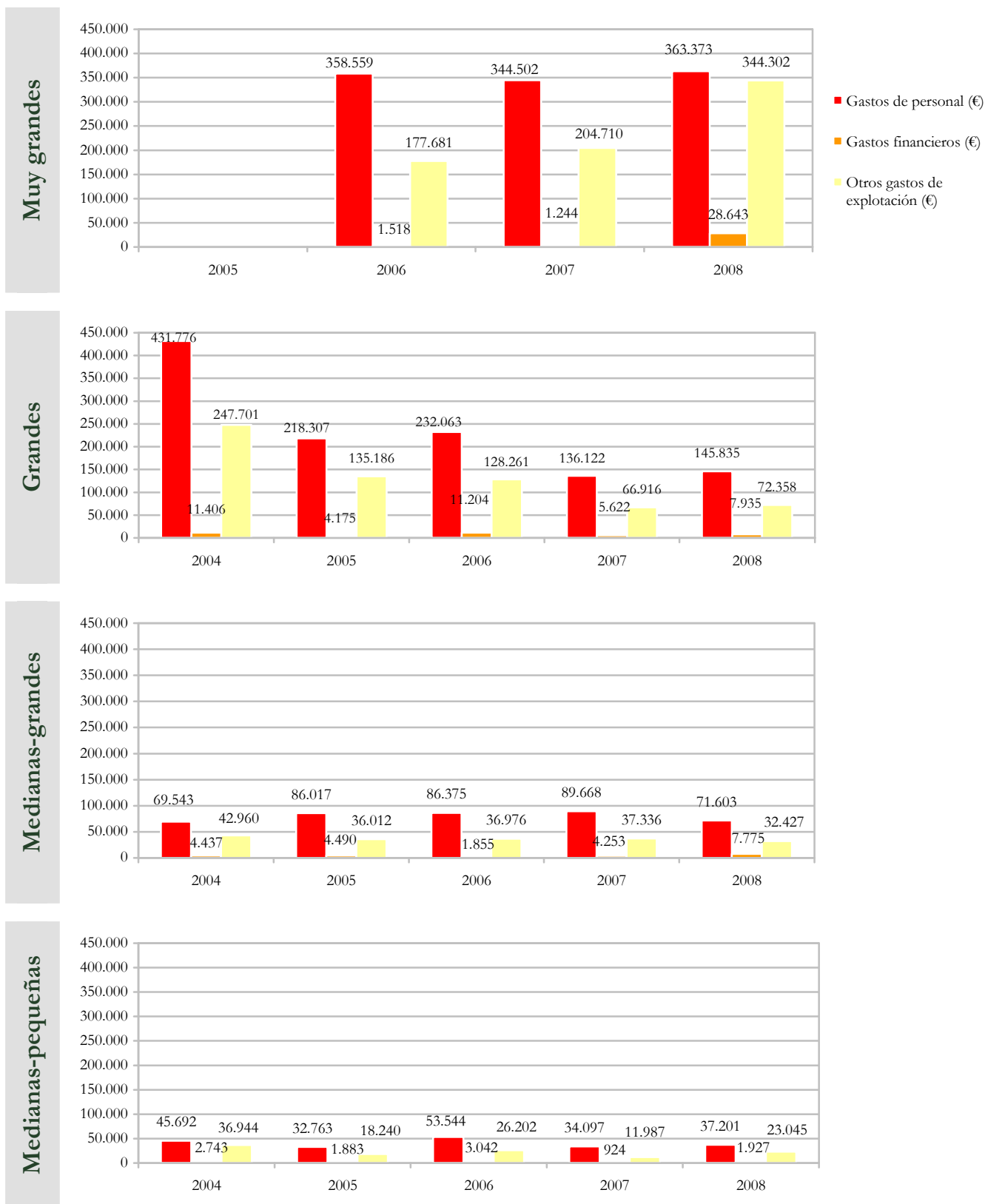
- volumen de los gastos de personal;
- volumen de los gastos financieros;
- volumen de los otros gastos de explotación¹⁰;

Se observa la gran importancia de los gastos de personal respecto del conjunto de los gastos de explotación corriente del negocio de la librería.



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

3.4. Análisis de los gastos



3.4. Análisis de los gastos

		Gastos de personal (Eur.)	Gastos financieros (Eur.)	Otros gastos de explotación (Eur.)	% Gasto en personal sobre los ingresos totales
Global	2008	135.969,93	9.361,55	92.249,66	14,88
	2007	148.102,23	3.533,18	77.577,17	13,77
	2006	154.376,84	4.930,26	79.053,79	15,99
	2005	107.048,03	3.346,30	60.638,81	14,22
	2004	187.838,34	6.139,01	113.288,48	15,53
	2003	122.454,40	5.401,50	57.190,70	14,95
Muy grandes	2008	363.372,75	28.643,19	344.301,67	14,54
	2007	344.502,20	1.243,50	204.710,21	13,41
	2006	358.559,25	1.517,64	177.681,13	13,90
Grandes	2008	145.834,85	7.934,79	72.358,12	15,07
	2007	136.121,88	5.622,34	66.916,47	13,36
	2006	232.063,49	11.204,33	128.261,09	18,78
	2005	218.306,70	4.174,50	135.185,80	13,77
	2004	431.776,30	11.405,50	247.700,50	15,70
	2003	228.735,20	7.924,90	98.525,40	15,13
Medianas- grandes	2008	71.602,90	7.774,85	32.426,53	13,39
	2007	89.668,33	4.253,26	37.355,55	16,83
	2006	86.374,74	1.855,10	36.976,49	13,68
	2005	86.016,80	4.489,90	36.011,50	14,78
	2004	69.542,90	4.437,10	42.959,50	11,00
	2003	75.237,80	3.487,50	44.277,00	12,78
Medianas- pequeñas	2008	37.200,94	1.926,73	23.045,25	18,33
	2007	34.096,83	924,47	11.987,15	14,42
	2006	53.544,49	3.042,02	26.201,72	16,53
	2005	32.763,00	1.883,20	18.240,30	15,82
	2004	45.692,10	2.742,50	36.944,20	18,52
	2003	45.684,00	4.074,40	23.927,00	16,54

3.5. Análisis de la liquidez

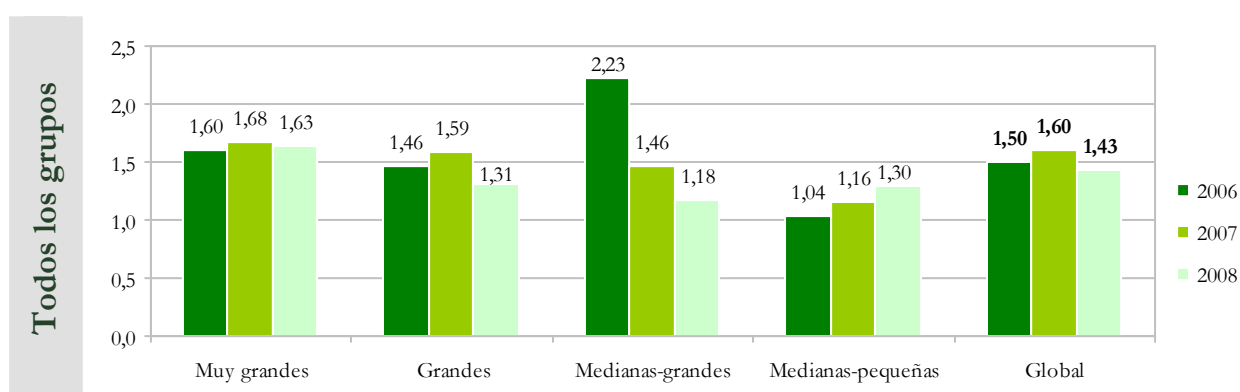
Presentación

Los indicadores de liquidez de las librerías permiten diagnosticar la posibilidad de poder hacer frente a los pagos a corto plazo. Estos indicadores reflejan la relación existente entre, por un lado, el valor del activo líquido de la empresa, es decir, de aquellos activos que fácilmente se pueden convertir en dinero (activo circulante, tesorería y activo disponible). Y por otro lado, el valor de las deudas que deberán atender las empresas a corto plazo (o pasivo exigible a corto plazo).

Análisis de la ratio de liquidez¹¹

La ratio de liquidez analizada obtiene unos valores sensiblemente bajos respecto de las cifras de referencia consideradas habitualmente para esta ratio.

Ninguno de los grupos de librerías valencianas obtiene una ratio de liquidez igual o próxima a 2,0 (cifra de referencia en este caso), oscilando los valores entre el 1,18 de las medianas-grandes y el 1,63 de las muy grandes. Indicar que el valor de la ratio aumenta, conforme aumenta el tamaño de la librería, a excepción de las medianas-grandes que durante el 2008 experimentan un descenso notable que las sitúa por detrás de las librerías medianas-pequeñas –que son las únicas que experimentan un incremento de la ratio.



¹¹ La ratio de liquidez es el resultado del cociente del *activo circulante por el pasivo exigible a corto plazo*. Habitualmente, se considera que, para que la empresa no tenga tensiones respecto de su liquidez, el valor de esta ratio debe ser próximo a 2,0. Puede haber problemas de liquidez (y riesgo de suspensión de pagos) si el valor es muy inferior a 2,0 y, por el contrario, puede evidenciarse que hay un activo circulante “ocioso” si éste es muy superior a 2,0.

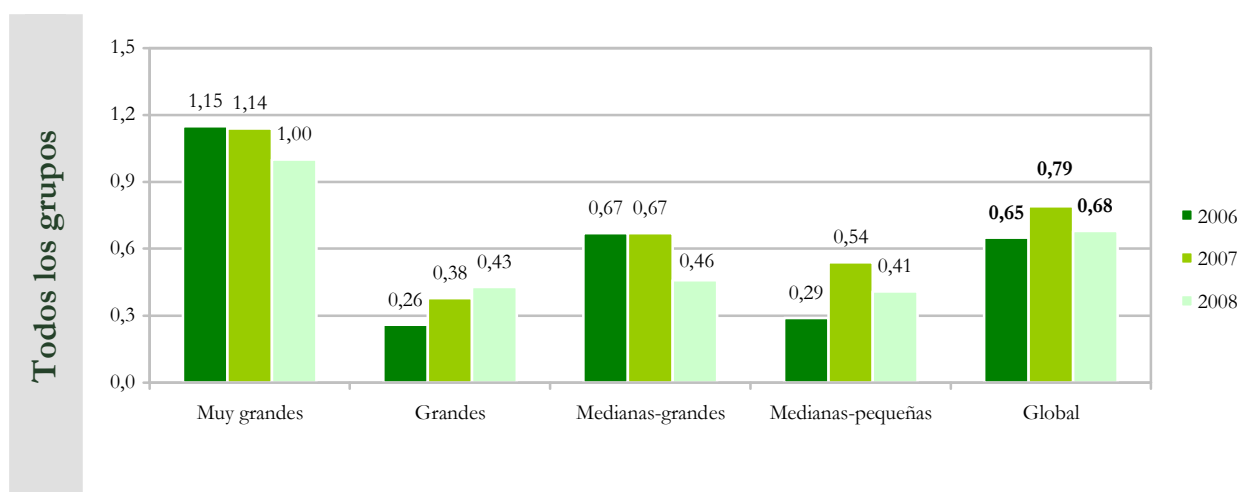
3.5. Análisis de la liquidez

Análisis de la ratio de tesorería¹²

La ratio de tesorería obtenida para el conjunto de librerías de España presenta así mismo, unos valores sensiblemente bajos respecto de las cifras de referencia consideradas habitualmente para esta ratio. En general, también es así para el caso de la Comunidad Valenciana, aunque con ciertas matizaciones que seguidamente se indican (datos que hay que considerar con cautela, debido al bajo número de empresas de las cuáles se ha podido obtener información).

Así, el valor de la ratio de tesorería también se sitúa –en general- por debajo del valor de referencia (que es 1,0), excepto en el grupo de las librerías muy grandes en que se sitúa en 1,00. Observar, no obstante, una mejora respecto a las ratios obtenidas en el 2007, en el grupo de librerías muy grandes y grandes y un alejamiento del valor idóneo de las librerías medianas-grandes y medianas-pequeñas.

Esta situación de baja liquidez de las librerías se puede explicar principalmente porque las partidas de acreedores a corto plazo (sobretudo proveedores) pueden tener un elevado peso relativo dado el importante papel que tienden a tener los proveedores como financiadores de las existencias de estas empresas.

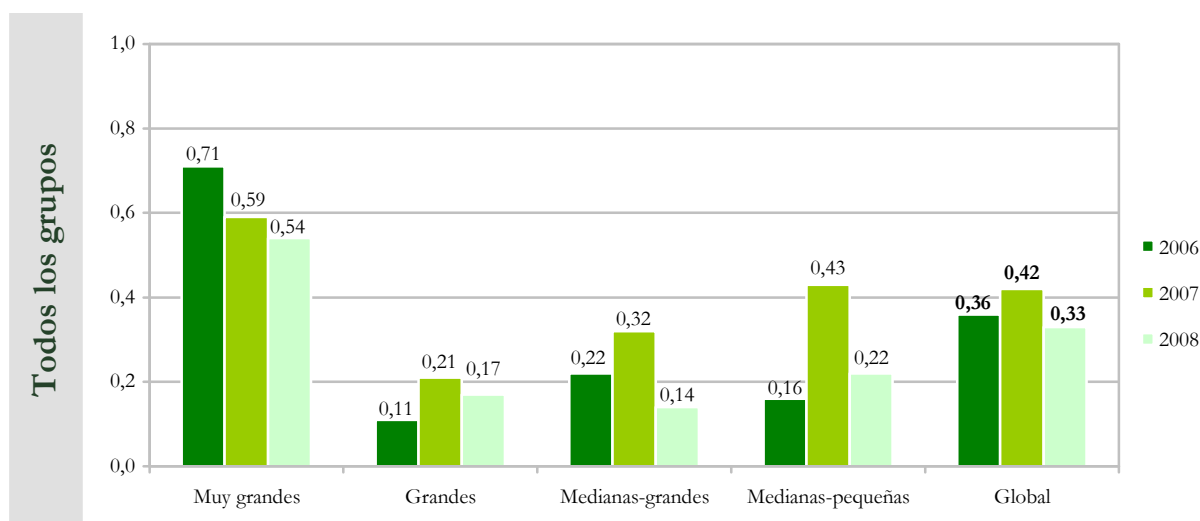


¹² La ratio de tesorería se obtiene del cociente del *activo realizable* y el *activo disponible por el pasivo exigible a corto plazo*. El valor de referencia debe aproximarse a 1,0. Si el valor es muy inferior a 1,0 puede indicar problemas de liquidez (y riesgo de suspensión de pagos) y, por el contrario, si es muy superior a 1,0 puede indicar un “exceso” de activos líquidos.

3.5. Análisis de la liquidez

Análisis de la ratio de disponibilidad

Respecto a la ratio de disponibilidad¹³, se observa un deterioro, respecto al año 2007. La ratio global se sitúa sobre el valor de referencia (que en esta ratio es de 0,3), producto de que las librerías muy grandes (0,54) se sitúan por encima del valor de referencia y los otros tres grupos de librerías por debajo: grandes (0,17), medianas-grandes (0,14) y medianas-pequeñas (0,22). Por tanto, exceptuando las muy grandes, la ratio por debajo de 0,3 podría indicar la existencia de dificultades para realizar los pagos.

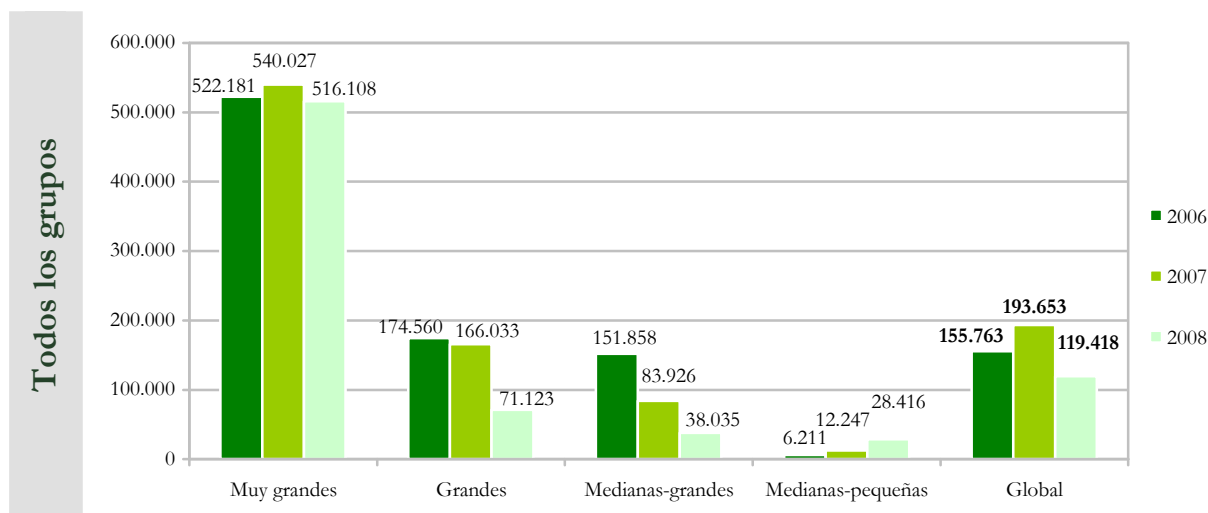


¹³ La ratio de disponibilidad se obtiene del cociente del *activo disponible por el pasivo exigible a corto plazo*. El valor de referencia de la ratio es 0,3. La empresa puede tener problemas para realizar sus pagos si el valor es muy inferior a 0,3 y, por el contrario, puede existir un “exceso” de recursos disponibles si éste es muy superior a 0,3.

3.5. Análisis de la liquidez

Análisis del fondo de maniobra

Para finalizar el análisis de liquidez, cabe indicar que el fondo de maniobra¹⁴ tiene valores positivos en todos los casos, y que su valor aumenta a medida que se incrementa el tamaño de las librerías. Indicar, asimismo, que en los grupos de librerías muy grandes, grandes y medianas-grandes los valores son menores que los expresados en el 2007. En cambio, en el grupo de las librerías medianas-pequeñas el valor es superior al del 2007.



¹⁴ El fondo de maniobra se obtiene de la diferencia entre *el activo circulante y el pasivo exigible a corto plazo*. Este indicador refleja la parte del activo circulante que es financiada con los recursos permanentes de la empresa. Habitualmente, el fondo de maniobra debe tener un valor positivo, ya que supone que parte del activo disponible contribuye a financiar el pasivo a largo plazo; por el contrario, si el fondo de maniobra es negativo, puede haber un riesgo de suspensión de pagos (ya que supone que el activo fijo se financia en parte con el pasivo exigible a corto plazo).

3.5. Análisis de la liquidez

Ratios de liquidez¹⁵

		Ratio de liquidez	Ratio de tesorería	Ratio de disponibilidad	Fondo de maniobra (Eur.)
Global	2008	1,43	0,68	0,33	119.418,37
	2007	1,60	0,79	0,42	193.653,46
	2006	1,50	0,65	0,36	155.762,76
Muy grandes	2008	1,63	1,00	0,54	516.108,28
	2007	1,68	1,14	0,59	540.027,40
	2006	1,60	1,15	0,71	522.180,64
Grandes	2008	1,31	0,43	0,17	71.123,35
	2007	1,59	0,38	0,21	166.033,27
	2006	1,46	0,26	0,11	174.560,05
Medianas-grandes	2008	1,18	0,46	0,14	38.035,06
	2007	1,46	0,67	0,32	83.926,00
	2006	2,23	0,67	0,22	151.857,63
Medianas-pequeñas	2008	1,30	0,41	0,22	28.416,20
	2007	1,16	0,54	0,43	12.247,37
	2006	1,04	0,29	0,16	6.210,64

¹⁵ Debe señalarse que, en el caso de las librerías, un valor bajo de los ratios de liquidez (muy inferior a 2) y de tesorería (muy inferior a 1), puede ser consecuencia de un elevado peso relativo de las partidas de acreedores a corto plazo (sobre todo proveedores, que pueden contribuir a financiar la empresa). Por lo tanto, los datos de estos ratios deberán contrastarse con los obtenidos en los demás indicadores de liquidez elaborados (disponibilidad y fondo de maniobra).

3.6. Análisis de los activos

Volumen y rotación de existencias

Los datos de rotación media de las existencias del año 2008 obtienen globalmente unos resultados por debajo de los del conjunto de librerías de España, además el comportamiento de sus componentes es diferente, así, mientras las librerías muy grandes, grandes y medianas-pequeñas valencianas se sitúan por debajo del conjunto de librerías españolas, las medianas-grandes se sitúan por encima en las existencias finales y por debajo en las existencias iniciales¹⁶ y medias.

El grupo de las librerías muy grandes, a una distancia considerable del resto de grupos, obtiene un promedio de rotación de 8,3, mayor que el registrado en el 2007 que fue de 6,6. El grupo de librerías grandes también incrementa su promedio de rotación de las existencias pasando de 3,0 a 3,6. En cambio, el grupo de librerías medianas-pequeñas ve descender su promedio de rotación de 3,9 a 3,4.

Este indicador es fundamental en la gestión de cualquier comercio, ya que permite cuantificar el número de veces que la empresa mueve sus existencias a lo largo del año. Así, cuanto más elevado sea el valor de la ratio, mayores serán las ventas realizadas con las existencias disponibles. La gran cantidad de títulos (productos) que pueden o deben almacenarse en las librerías (sobre todo en las denominadas “de fondo”), puede ser un factor limitador de las posibilidades de mejora la rotación de las existencias. Sin duda, en este apartado de la gestión de la librería se puede dar una situación de “conflicto” entre la función económica y la función cultural de dichos establecimientos.

A continuación, se completa el presente apartado del estudio con la siguiente información: rotación de los activos totales, rotación del activo fijo y rotación del activo circulante. En general, un valor superior de estas ratios supone un mayor rendimiento de los activos (es decir, que se obtienen más ventas con los mismos activos).

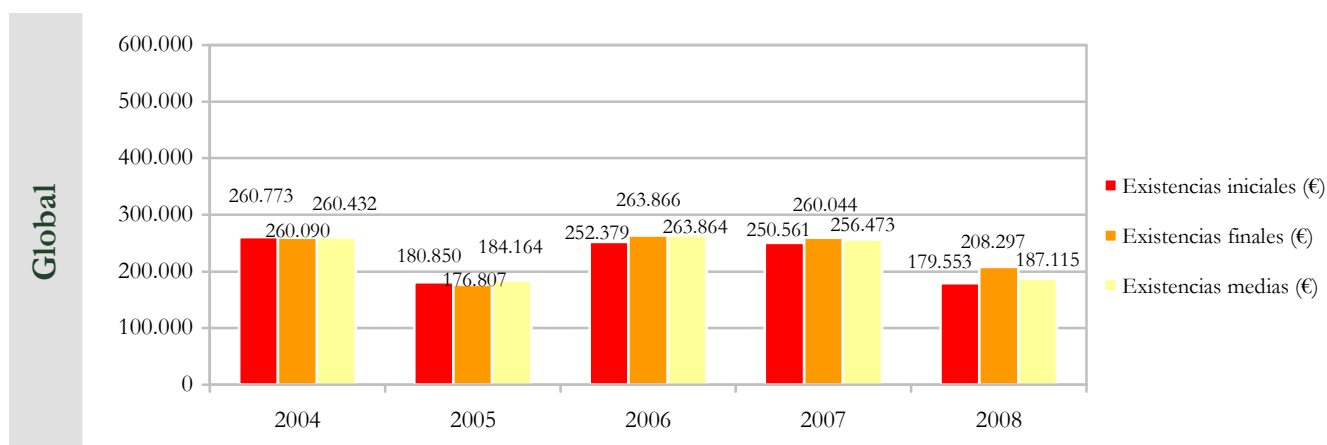
¹⁶ Indicar que en el 2009, debido al cambio contable, el índice de respuesta de las existencias iniciales es muy inferior al normal (ver anexo con niveles de respuesta), afectando así, tanto a la variable directa como a las rotaciones que se derivan.

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.
- **Volumen medio de existencias**¹⁷
- **Rotación media de las existencias**¹⁸.
- **Cálculo del número de días para vender las existencias**¹⁹. Indica el número de días necesario para vender el promedio de las existencias.

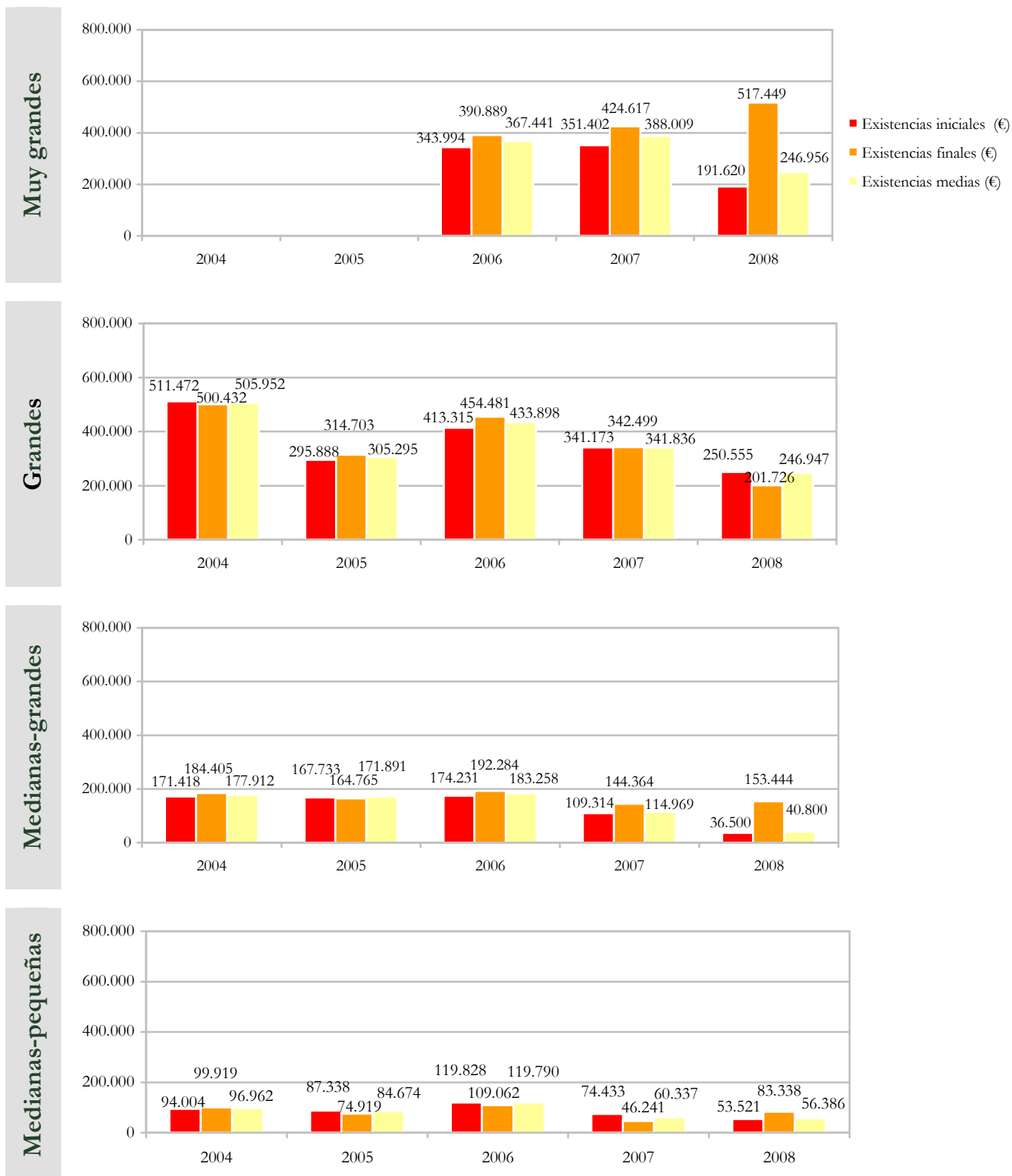


¹⁷ El volumen medio de existencias se obtiene del cociente de *las existencias iniciales más las existencias finales*, entre 2.

¹⁸ La rotación media de las existencias se obtiene del cociente de *las ventas totales entre los estocs medios*. Esta rotación 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.

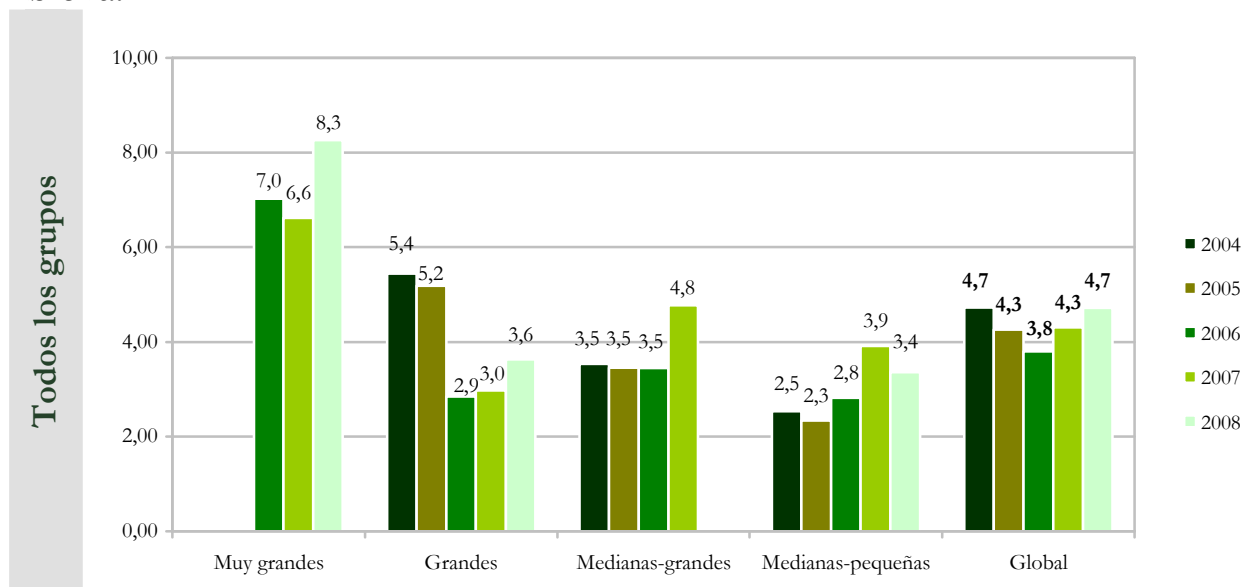
¹⁹ El cálculo del número de días para vender las existencias se obtiene del cociente de *las existencias medias entre las compras totales por 360 (días)*.

3.6. Análisis de los activos

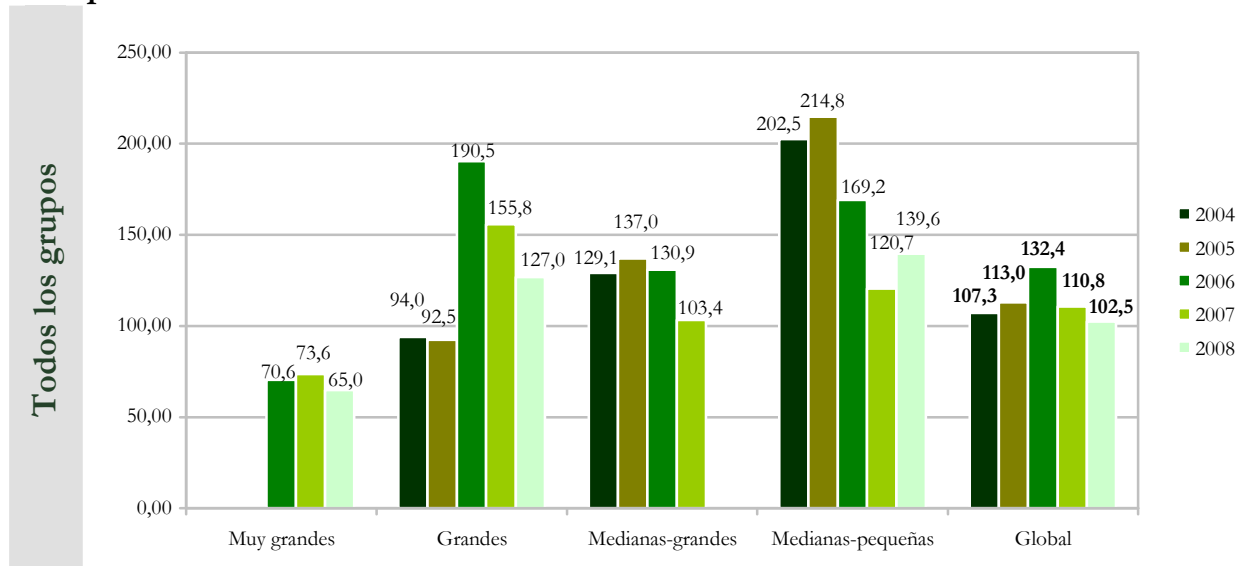


3.6. Análisis de los activos

Rotación del promedio de las existencias. Años 2004-2008. Por tamaño de la librería.



Días para vender las existencias. Años 2004-2008. Por tamaño.



3.6. Análisis de los activos

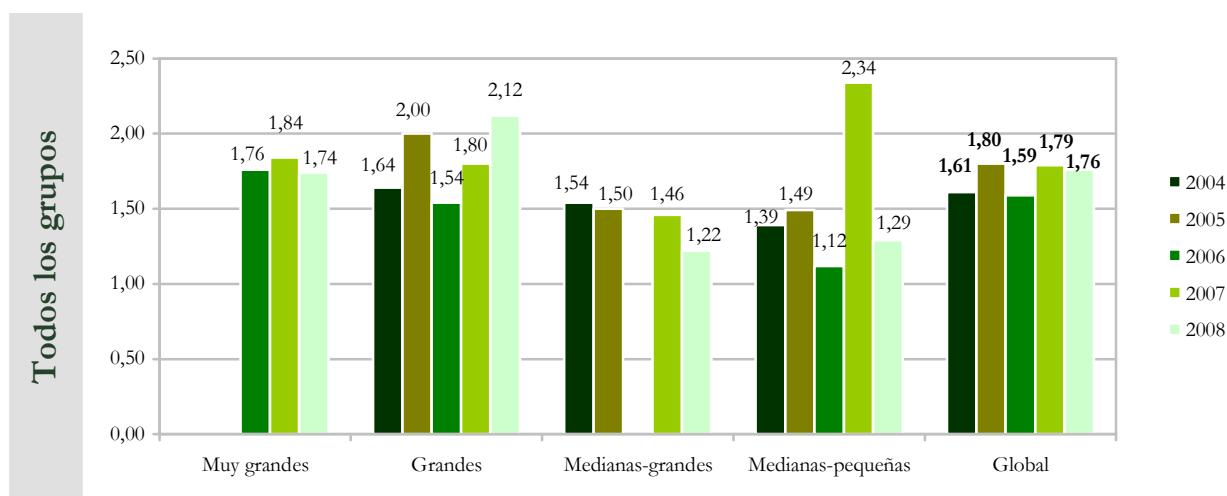
	(media)	Existencias iniciales (Eur.)	Existencias finales (Eur.)	Existencias medias (Eur.)	Rotación del promedio de existencias	Días para vender las existencias (días)
Global	2008	179.552,81	208.297,43	187.115,41	4,72	102,51
	2007	250.561,23	260.043,68	256.472,57	4,31	110,80
	2006	252.379,36	263.866,13	26.3863,81	3,80	132,43
	2005	180.849,95	176.806,62	184.164,19	4,26	112,97
	2004	260.090,44	260.773,49	260.431,97	4,73	107,25
	2003	213.931,67	232.476,57	223.204,12	3,67	130,88
Muy grandes	2008	191.619,97	517.448,52	246.955,50	8,26	64,95
	2007	351.401,59	424.616,69	388.009,14	6,62	73,60
	2006	343.993,65	390.888,81	367.441,23	7,02	70,55
Grandes	2008	250.554,79	201.726,16	246.947,43	3,63	126,98
	2007	341.172,79	342.498,72	341.835,76	2,98	155,75
	2006	413.314,86	454.481,46	433.898,16	2,85	190,47
	2005	295.888,20	314.702,70	305.295,40	5,19	92,46
	2004	511.471,60	500.431,50	505.951,60	5,44	94,00
	2003	362.380,10	410.907,60	386.643,90	6,79	141,32
Medianas- grandes	2008	36.500,00	153.444,10	40.800,00	-	-
	2007	109.313,84	144.363,52	114.969,35	4,78	103,44
	2006	174.231,04	192.284,47	183.257,76	3,45	130,88
	2005	167.732,80	164.764,60	171.890,60	3,46	136,96
	2004	171.417,60	184.405,40	177.911,50	3,54	129,10
	2003	173.179,30	164.843,60	169.011,40	5,08	149,44
Medianas- pequeñas	2008	53.521,01	83.337,68	56.385,78	3,36	139,55
	2007	74.433,31	46.240,76	60.337,03	3,92	120,66
	2006	119.827,57	109.061,95	119.790,36	2,82	169,21
	2005	87.338,50	74.919,20	84.674,30	2,34	214,81
	2004	94.004,20	99.919,00	96.961,60	2,54	202,52
	2003	90.953,50	96.316,10	93.634,80	4,20	181,84

3.6. Análisis de los activos

Rotación de activos

A continuación, se ofrece la siguiente información: rotación de los activos totales²⁰, rotación del activo fijo²¹ y rotación del activo circulante²². En general, un valor superior de estos ratios supone un mayor rendimiento de los activos (es decir, que se obtienen más ventas con los mismos activos). La comparación de estas tres ratios permite conocer la existencia de posibles diferencias en el rendimiento que se obtiene de los distintos componentes del activo de la empresa (fijo y circulante).

Rotación de los activos totales.



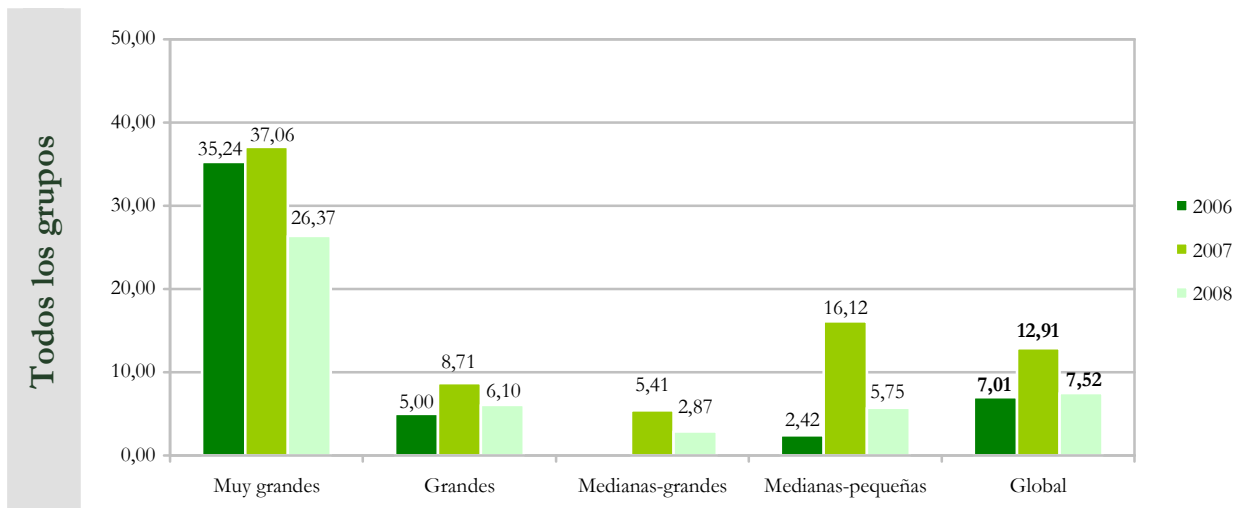
²⁰ La rotación de los activos totales indica la relación entre *las ventas totales netas* y *los activos totales* de la empresa. Refleja el rendimiento que se obtiene de los activos de forma que, a mayor rotación (a mayor valor de la *ratio*), más ventas se generan con los mismos activos.

²¹ La rotación de los activos fijos se obtiene de dividir *las ventas totales netas* por el *activo fijo* de la empresa. Cuanto mayor sea el valor de la *ratio*, mayores ventas realiza la empresa respecto de su activo fijo (es decir, de los activos que forman parte de su inmovilizado y que son necesarios para su explotación).

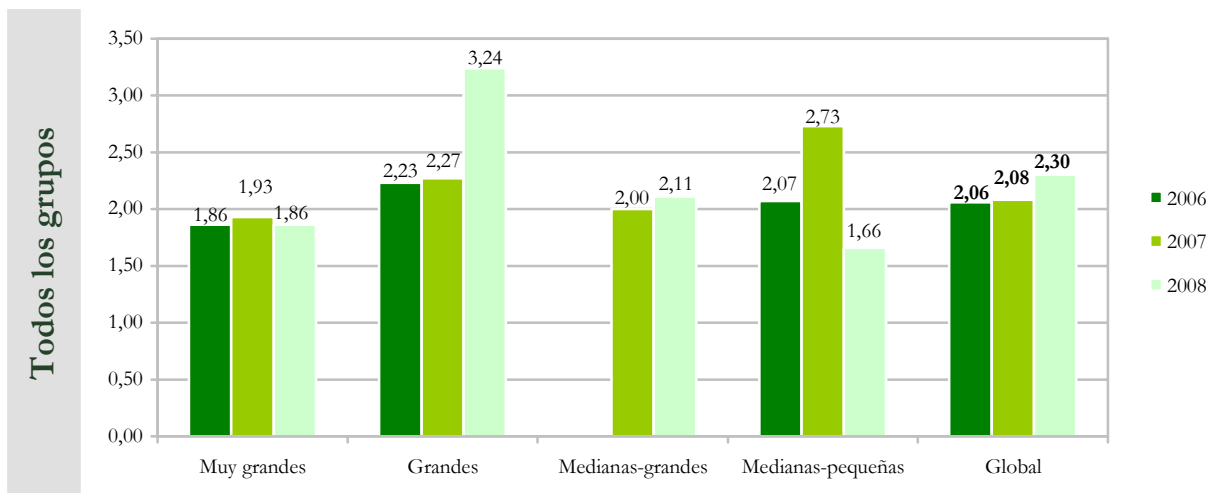
²² La rotación del activo circulante se obtiene de dividir *las ventas totales netas* por el *activo circulante*. Igualmente, a mayor valor de la *ratio*, mayores ventas se realizan respecto de su activo circulante.

3.6. Análisis de los activos

Rotación de los activos fijos.



Rotación del activo circulante.



3.6. Análisis de los activos

		Rotación de los activos totales	Rotación de los activos fijos	Rotación del activo circulante
Global	2008	1,76	7,52	2,30
	2007	1,79	12,91	2,08
	2006	1,59	7,01	2,06
	2005	1,80	-	-
	2004	1,61	-	-
	2003	1,54	-	-
Muy grandes	2008	1,74	26,37	1,86
	2007	1,84	37,06	1,93
	2006	1,76	35,24	1,86
Grandes	2008	2,12	6,10	3,24
	2007	1,80	8,71	2,27
	2006	1,54	5,00	2,23
	2005	2,00	-	-
	2004	1,64	-	-
	2003	1,86	-	-
Medianas-grandes	2008	1,22	2,87	2,11
	2007	1,46	5,41	2,00
	2006	-	-	-
	2005	1,50	-	-
	2004	1,54	-	-
	2003	2,49	-	-
Medianas-pequeñas	2008	1,29	5,75	1,66
	2007	2,34	16,12	2,73
	2006	1,12	2,42	2,07
	2005	1,49	-	-
	2004	1,39	-	-
	2003	1,72	-	-

3.7. Análisis del endeudamiento

Presentación

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 endeudamiento²³;**
- **ratio de calidad de la deuda²⁴;**
- **ratio de gastos financieros²⁵;**
- **ratio de autonomía financiera²⁶.**

²³ La ratio de endeudamiento se obtiene del cociente de *las deudas totales entre el pasivo total*. 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.

²⁴ La ratio de calidad de la deuda se obtiene del cociente de *la deuda exigible a corto plazo entre las deudas totales*. 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, la cual tiene un vencimiento más lejano).

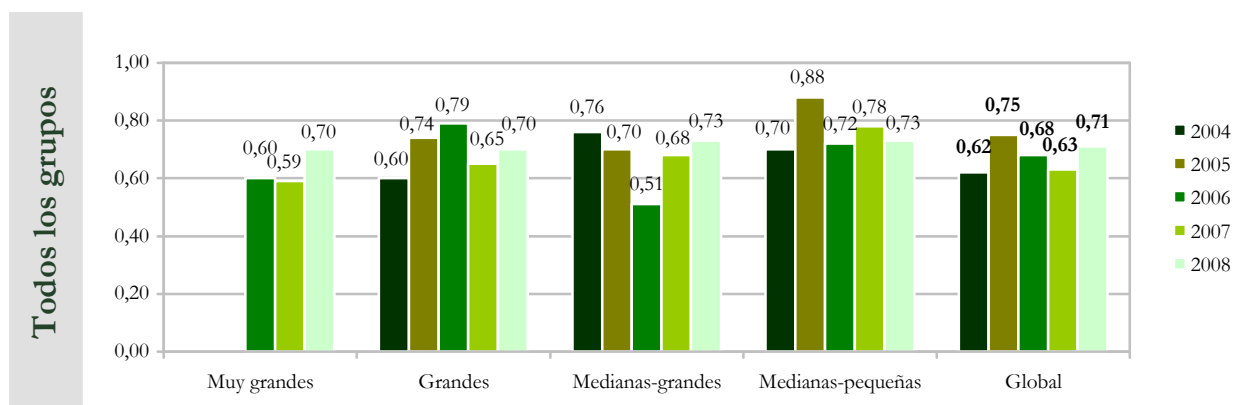
²⁵ La ratio de gastos financieros se obtiene del cociente de *los gastos financieros entre las ventas totales netas*. Esta relación entre los gastos financieros y las ventas totales netas es indicativa de la capacidad de la empresa para soportar su carga de endeudamiento. Los gastos financieros son gastos 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.

²⁶ La ratio de autonomía financiera se obtiene del cociente de *los fondos propios entre las deudas totales*. 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.

3.7. Análisis de los activos

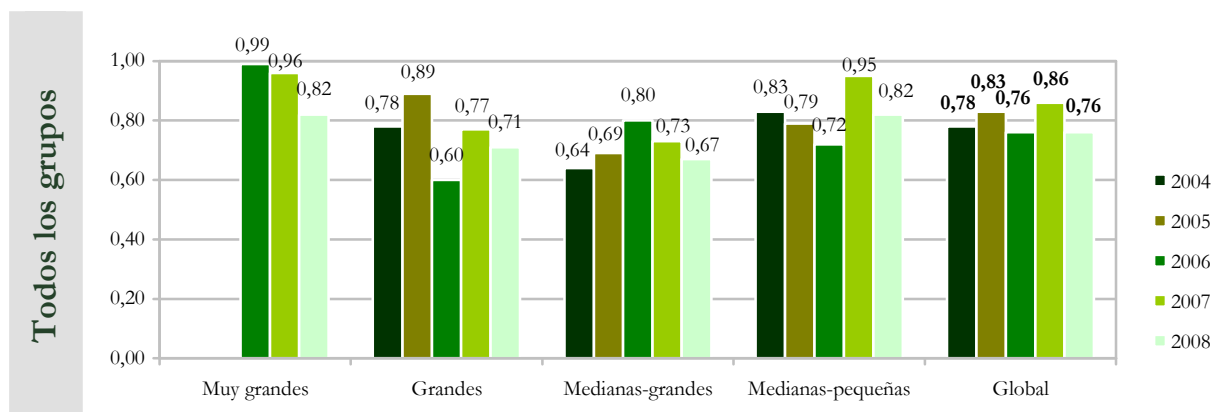
Ratio de endeudamiento

Tanto a nivel general, como en cada uno de los cuatro grupos de librerías, esta ratio se mantiene por encima de 0,6, hecho que podría ser indicativo de la existencia de un endeudamiento elevado.



Ratio de la calidad de la deuda

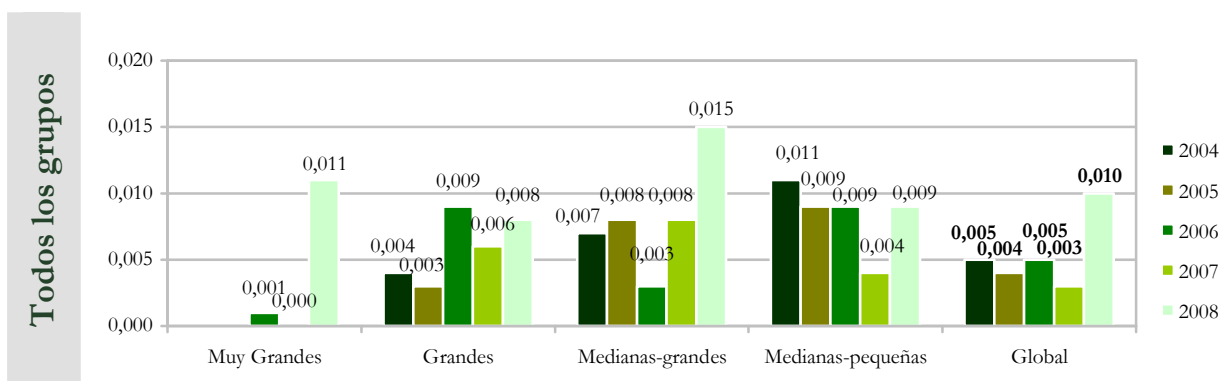
A nivel general y cada uno de los grupos de librerías mejoran, durante el 2008, la calidad de la deuda. Las librerías muy grandes y las medianas-pequeñas con una ratio de 0,82 son las que obtienen los valores más desfavorables. Mientras que las librerías grandes con 0,71 y las medianas-grandes con 0,67 obtienen valores más moderados. Recordar que un valor alto de la ratio indica una mayor importancia de la deuda a corto plazo.



3.7. Análisis del endeudamiento

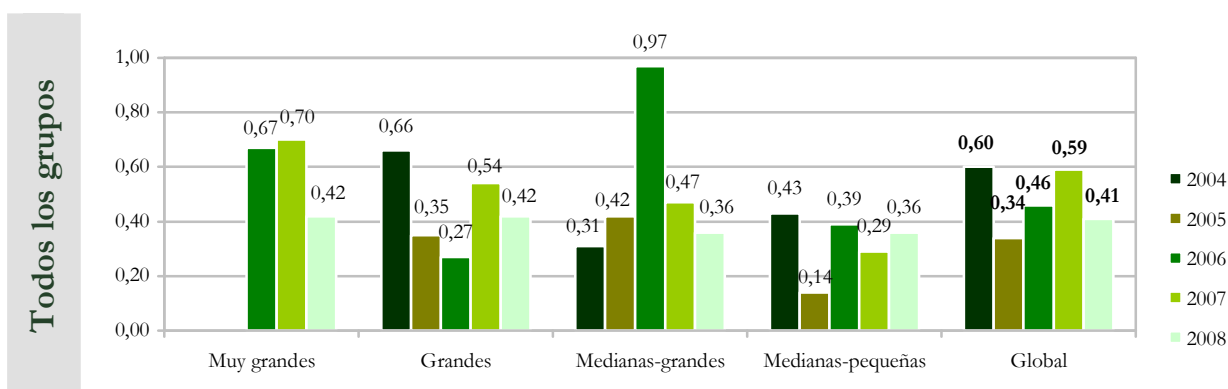
Ratio de gastos financieros

Analizada por grupos o globalmente, la ratio –igual que sucedía en años anteriores- se sitúa por debajo del valor de referencia (0,04) indicando que los gastos financieros de las librerías no son demasiado elevados.



Ratio de autonomía financiera

En las librerías muy grandes y en las grandes (0,42) los valores obtenidos se encuentran en los parámetros del nivel óptimo (que se sitúa entre 0,4 y 0,5). En el caso de las librerías medianas-grandes y medianas-pequeñas la cifra está por debajo (0,36) lo cual podría suponer un cierto déficit de capital (fondos propios), respecto del nivel de endeudamiento de las empresas.



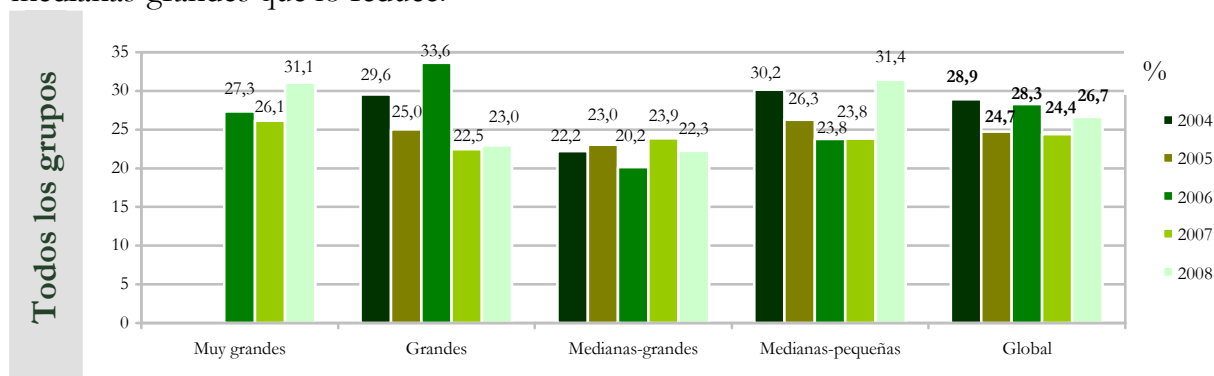
3.7. Análisis del endeudamiento

	%	Ratio de endeudamiento	Ratio de calidad de la deuda	Ratio de gastos financieros	Ratio de autonomía financiera
Global	2008	0,71	0,76	0,010	0,41
	2007	0,63	0,86	0,003	0,59
	2006	0,68	0,76	0,005	0,46
	2005	0,75	0,83	0,004	0,34
	2004	0,62	0,78	0,005	0,60
	2003	0,72	0,76	0,007	0,39
Muy grandes	2008	0,70	0,82	0,011	0,42
	2007	0,59	0,96	0,000	0,70
	2006	0,60	0,99	0,001	0,67
Grandes	2008	0,70	0,71	0,008	0,42
	2007	0,65	0,77	0,006	0,54
	2006	0,79	0,60	0,009	0,27
	2005	0,74	0,89	0,003	0,35
	2004	0,60	0,78	0,004	0,66
	2003	0,74	0,86	0,006	0,46
Medianas-grandes	2008	0,73	0,67	0,015	0,36
	2007	0,68	0,73	0,008	0,47
	2006	0,51	0,80	0,003	0,97
	2005	0,70	0,69	0,008	0,42
	2004	0,76	0,64	0,007	0,31
	2003	0,68	0,93	0,006	0,72
Medianas-pequeñas	2008	0,73	0,82	0,009	0,36
	2007	0,78	0,95	0,004	0,29
	2006	0,72	0,72	0,009	0,39
	2005	0,88	0,79	0,009	0,14
	2004	0,70	0,83	0,011	0,43
	2003	0,81	0,74	0,018	0,41

3.8. Análisis del margen bruto

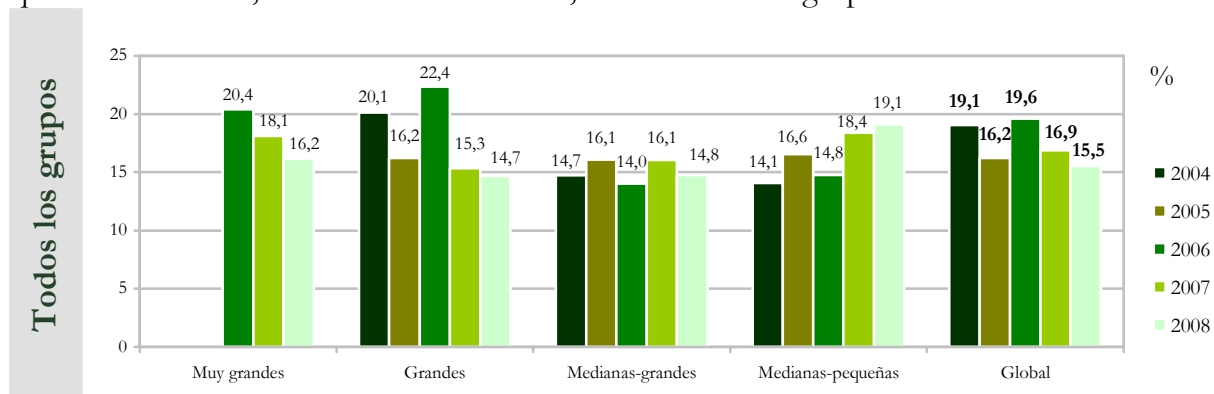
Margen bruto

El porcentaje del margen bruto²⁷ sobre las ventas totales en general, en el 2008, es ligeramente superior que el del 2007. En las librerías muy grandes es del 31,1%, en las grandes del 23,0%, en las medianas-grandes del 22,3% y en las medianas-pequeñas del 31,4%. Todos los grupos incrementan el porcentaje excepto el de las librerías medianas-grandes que lo reduce.



Valor añadido sobre total de ventas

El porcentaje del valor añadido sobre las ventas totales²⁸, en el 2008, en general, es inferior al del 2007. En las librerías muy grandes es del 16,2%, en las grandes del 14,7%, en las medianas-grandes del 14,8% y en las medianas-pequeñas del 19,1%. Todos los grupos reducen el porcentaje, excepto el de las librerías medianas-pequeñas que lo incrementa, ostentando el más alto, entre los cuatro grupos.



²⁷ El porcentaje del margen bruto se obtiene del cociente del *margen bruto* (diferencia entre *las ventas totales* y *las compras totales*) entre *las ventas totales*, multiplicado por 100.

²⁸ El porcentaje del valor añadido se obtiene del cociente del *valor añadido* (diferencia del *margen bruto* y los *gastos de explotación* – sin incluir los *gastos de personal*, las *amortizaciones* y las *provisiones*–) entre *las ventas totales*, multiplicado por 100.

3.8. Análisis del margen bruto

		Margen bruto	Ratio del margen bruto	Valor añadido	Ratio del valor añadido
Global	2008	243.623,74	26,65	142.012,53	15,54
	2007	262.487,51	24,41	181.377,15	16,87
	2006	273.120,39	28,29	189.136,33	19,59
	2005	186.183,06	24,72	122.197,95	16,23
	2004	349.838,81	28,92	230.411,33	19,05
	2003	205.184,49	25,05	147.993,80	18,07
Muy grandes	2008	776.716,75	31,07	403.771,89	16,15
	2007	671.425,47	26,13	465.471,76	18,12
	2006	705.224,98	27,33	526.026,20	20,39
Grandes	2008	222.196,02	22,97	141.903,11	14,67
	2007	228.743,32	22,45	156.204,51	15,33
	2006	415.707,30	33,64	276.241,88	22,35
	2005	396.596,84	25,02	257.236,46	16,23
	2004	812.642,90	29,55	553.536,90	20,13
	2003	380.403,80	25,02	281.878,40	18,13
Medianas-grandes	2008	119.135,64	22,27	78.934,26	14,76
	2007	127.164,74	23,87	85.555,94	16,06
	2006	127.260,96	20,16	88.429,36	14,01
	2005	133.980,33	23,03	93.478,95	16,07
	2004	140.418,10	22,21	93.021,50	14,72
	2003	129.641,30	24,27	85.364,20	15,31
Medianas-pequeñas	2008	63.785,04	31,43	38.813,05	19,12
	2007	56.360,68	23,84	43.449,06	18,38
	2006	77.070,70	23,79	47.826,96	14,76
	2005	54.393,94	26,27	34.270,43	16,55
	2004	74.382,10	30,15	34.695,40	14,06
	2003	77.179,70	28,27	53.252,70	18,95

3.9. Análisis de la rentabilidad

Rentabilidad económica

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

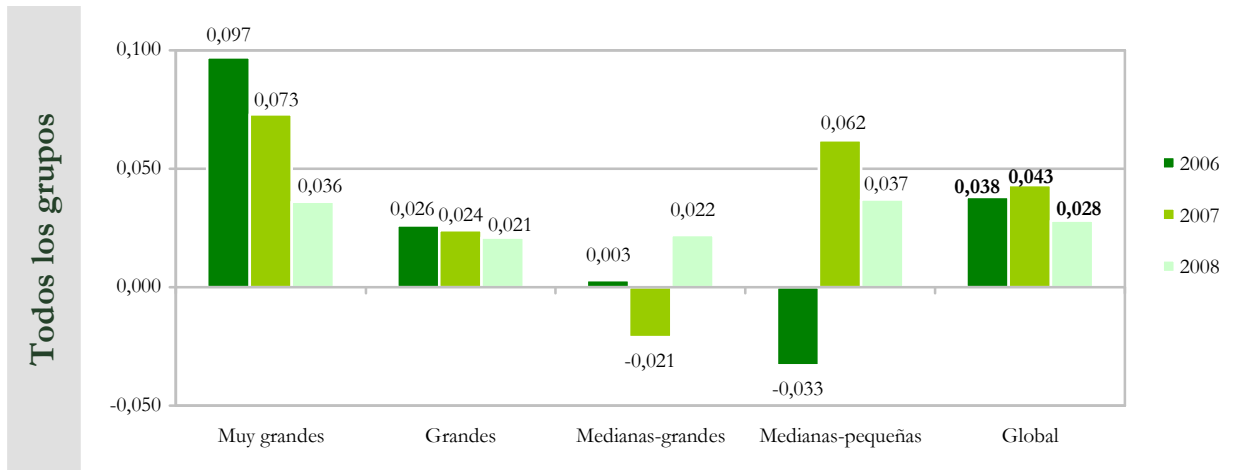
La ratio de rentabilidad económica²⁹ permite conocer la productividad del activo de la empresa, de manera que un incremento de su valor indica que sus activos ganan en rentabilidad (o viceversa). Este hecho puede ser consecuencia de un aumento de la rotación de su activo (al incrementarse las ventas, o reducirse el activo), o bien por un aumento del margen de las ventas (por incrementarse el descuento obtenido por la librería de los proveedores, o reducirse los costes de la empresa).

La rentabilidad económica tiene un valor positivo en todos los grupos de librerías. Subrayar la recuperación de las librerías medianas-grandes, en relación al 2007.

Las diferencias que se observan entre los distintos valores de la ratio pueden responder a diversas razones: por un lado, por un aumento de la rotación de su activo (al incrementarse las ventas, o reducirse el activo), y por otro, por un aumento del margen de sus ventas (por incrementarse el descuento obtenido por la librería de los proveedores, o reducirse los costes de la empresa).

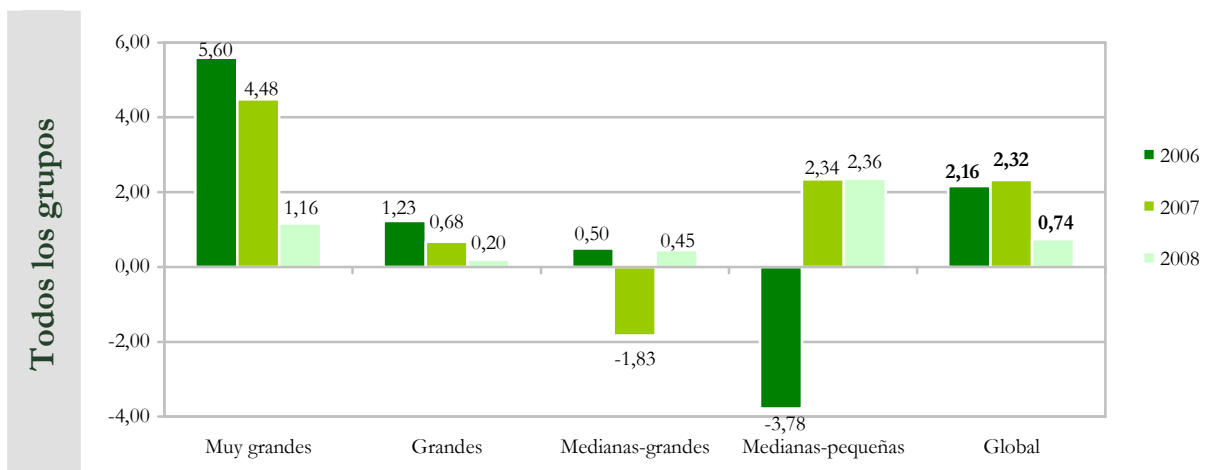
²⁹ La ratio de rentabilidad económica se define como la relación entre en *beneficio – antes de intereses e impuestos-* y el *activo total*.

3.8. Análisis del margen bruto



Beneficios sobre ventas

Los beneficios sobre ventas³⁰ muestra el beneficio bruto (antes de impuestos), generados por la empresa como proporción de su cifra de negocio: 1,16% en las librerías muy grandes, 0,20% en las grandes, 0,45% en las medianas-grandes (que como se ha indicado anteriormente, se recuperan del valor negativo del 2007), y 2,36% en las medianas-pequeñas.



³⁰ La ratio de beneficios sobre ventas se obtiene del cociente del *beneficio bruto (antes de impuestos)*, generado por la empresa entre las *ventas totales*.

3.9. Análisis de la rentabilidad

		Rentabilidad económica	% de beneficios sobre ventas
Global	2008	0,028	0,739
	2007	0,043	2,322
	2006	0,038	2,163
Muy grandes	2008	0,036	1,162
	2007	0,073	4,484
	2006	0,097	5,595
Grandes	2008	0,021	0,199
	2007	0,024	0,679
	2006	0,026	1,228
Medianas -grandes	2008	0,022	0,452
	2007	-0,021	-1,834
	2006	0,003	0,495
Medianas -pequeñas	2008	0,037	2,360
	2007	0,062	2,342
	2006	-0,033	-3,784

Anexo

a). Nota metodológica

Respecto la metodología de trabajo, cabe destacar las siguientes cuestiones:

- **El procedimiento de obtención de la información**, utilizado el año 2010, para la Ficha A ha consistido en obtener los datos mediante consulta telefónica, directa, adelantando un poco el calendario de trabajo del año anterior y realizando la consulta, durante los meses de abril, mayo y junio (hasta el año 2008, se hacía durante octubre y noviembre), permitiendo avanzar los resultados que hacen referencia al año 2009.

Este año se ha puesto a disposición de las librerías que así lo desearan un formulario en la página web donde poder contestar, directamente, el cuestionario. En aquellos casos en que el año pasado habían respondido, además se hallaban las respuestas y sólo debían actualizar la información. El 26,5% de las librerías han utilizado el formulario web para contestar, mientras que el resto han respondido por teléfono.

- **Para la obtención de los datos económicos (ficha B) de las empresas**, se ha procedido como en años anteriores, acudiendo el mes de diciembre de 2009 al Registro Mercantil. Por este motivo, tal y como se indica en la introducción, los datos hacen referencia al año 2008.

De acuerdo con los resultados obtenidos del Mapa de Librerías de España (2005), se ha diseñado la muestra de librerías a encuestar siguiendo los mismos criterios que en los últimos años:

- Por un lado, **el trabajo se ha centrado en el segmento de las librerías “independientes”, por lo que se han excluido del análisis los grandes**

almacenes (El Corte Inglés) y las grandes superficies especializadas en ocio y cultura/grandes cadenas de librerías (FNAC, Casa del Libro y Crisol). Este cambio respondía a la necesidad de **mejorar la calidad de la información obtenida, sobretodo, en el grupo de las librerías grandes.**

- Por otro lado, **se ha mantenido las muestras de librerías medianas y grandes a encuestar según los datos del Mapa de Librerías de España,** en los términos que se detallan más adelante en el apartado b). del presente anexo.

El contenido del cuestionario es el mismo del año anterior, en que se habían eliminado algunas preguntas y añadido otras, a la búsqueda de una mejor calidad informativa.

Finalmente, en el presente documento se han introducido algunas mejoras en el cálculo de algunas variables (con efectos retroactivos) y como ya se ha indicado en la introducción, **se ha modificado la estructura de presentación de los resultados** respecto a años precedentes, en los términos indicados al principio, con el objeto de dotarlo de más transparencia y sobre todo de favorecer su uso como instrumento de análisis y trabajo.

b). La respuesta de las librerías

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

Cuadro 1
Nivel de respuesta de la Ficha A.
Por tamaño de las librerías. Año 2009.

	Distribución estimada del censo de librerías identificadas por tamaño	Muestra de librerías (Ficha A)	Margen de error ³¹	Muestra de C. Valenciana
- Librerías muy grandes	281	47	± 4,65 %	2
- Librerías grandes		128		11
- Librerías medianas-grandes	370	180	± 5,35 %	15
- Librerías medianas-pequeñas	781	287	± 4,70 %	21
Total	1.432	642	± 2,93 %	49

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

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

³¹ Según Mapa de Librerías (2005). El censo de librerías identificadas no distingue entre librerías muy grandes y grandes, por lo que el margen de error indicado para estos grupos se corresponde con la suma del total de librerías de la muestra de ambos grupos de librerías. Margen de error para un margen de confianza del 95%, considerando la máxima indeterminación (P=1-P=0,5).

En el conjunto de la Comunidad Valenciana se ha obtenido respuesta de los datos de Ficha A de tan sólo 2 librerías del grupo de establecimientos muy grandes, por lo que se ha procedido a su exclusión en la explotación segmentada de resultados, dada su baja representación sobre el conjunto.

Cuadro 2
Estratificación de la muestra de librerías que han contestado la Ficha A.
Por Comunidades Autónomas. Año 2009.

	Estratificación de la muestra		Librerías según Mapa de Librerías (2005) en %
	Número de respuestas	% sobre el total	
Andalucía	108	16,82	17,29
Aragón	21	3,27	3,04
Asturias (Principado de)	19	2,96	2,83
Balears (Illes)	14	2,18	1,33
Canarias	20	3,12	2,94
Cantabria	5	0,78	0,79
Castilla - La Mancha	13	2,02	1,57
Castilla y León	38	5,92	5,93
Cataluña	102	15,89	16,05
Comunitat Valenciana	49	7,63	7,64
Extremadura	8	1,25	1,31
Galicia	58	9,03	8,93
Madrid (Comunidad de)	131	20,40	21,45
Murcia (Región de)	10	1,56	1,57
Navarra (Comunidad Foral de)	8	1,25	1,31
País Vasco	33	5,14	4,91
Rioja (La)	4	0,62	0,77
Ciudad autónoma de Ceuta	1	0,16	0,16
Ciudad autónoma de Melilla	0	0,00	0,19
Total	642	100,00	100,00

En cambio la naturaleza de la información obtenida para la ficha B, aconseja considerar los cuatro grupos pre-establecidos, aunque se recomienda una cautelosa interpretación de los resultados puesto que se basan en los registros de 34 librerías –ver cuadro siguiente-, como ya se hizo en las anteriores ediciones del estudio.

Cuadro 3
Nivel de respuesta de la Ficha B.
Por tamaño de las librerías. Año 2008.

	Distribución estimada del censo de librerías identificadas por tamaño	Muestra de librerías (Ficha B)	Margen de error	Muestra de C. Valenciana
- Librerías muy grandes	281	41	± 7,74 %	5
- Librerías grandes		64		14
- Librerías medianas-grandes	370	57	± 12,20 %	6
- Librerías medianas-pequeñas	781	60	± 12,41 %	9
Total	1.432	222	± 6,17 %	34

c). Cuestionario

SISTEMA DE INDICADORES DE LA LIBRERÍA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA Y DE ESPAÑA

AÑO 2009

Ref empresa: Ref. encuesta:

Nombre de la librería Año de fundación

Calle/plaza nº Código postal

Municipio Provincia

Telf. Fax. E-mail

Web: http://www. Buzón SINLI

Responsable: Nombre Apellidos Cargo

Contesta: Nombre Apellidos Cargo

Nombre de la empresa (según consta en Reg. Mercantil) Nº de CIF

Forma Persona física (autónomo)

Jurídica: Persona jurídica → S.A. S.L. Cooperativa /SAL Otras:

1. Indique el número de librerías que pertenecen a la empresa y, en caso de ser más de una, su nombre y municipio:

Número de librerías de la empresa: [][][][]	Nombre	Municipio	Ref
Librería principal:	1)	1)
Otras librerías:	2)	2)
	3)	3)
<input type="checkbox"/> NS/NC	4)	4)

2. Si la empresa tiene más de 1 librería, indique su naturaleza y ámbito territorial:

Naturaleza Cadena librerías Red local librerías Otras

Nombre:

Ámbito territorial: Nacional Autonómico Provincial Municipal

2.b. Son librerías en franquicia?

En su caso, indique el nombre:

Sí No

.....

3. Pertenecer a alguna de las asociaciones gremiales del sector:

A CEGAL Sí No NS/NC

Al Gremio Provincial/local de Libreros Sí No NS/NC

4. Organiza habitualmente actividades de dinamización de la lectura:

Presentación de libros Cuenta-cuentos Conferencias Publicación de catálogos

Acciones de animación de la lectura en escuelas Otras actividades

5. Realiza otras actividades relacionadas con el libro:

Edición de libros Distribución de libros Imprenta / artes gráficas

6. Indique el tipo de librería (especializada, general, etc.) según la siguiente clasificación:

Tiene de 1 a 3 materias o secciones que concentran ... más del 60% de las ventas (*librería especializada*)

No hay 3 materias o secciones que concentren más del 30% de las ventas y ... entre el 30% y el 60% de las ventas (*librería general con especialización*)

tiene un fondo de más de 3.000 títulos (*librería general de fondo*)

tiene un fondo de menos de 3.000 títulos (*librería general de proximidad*)

7. Indicar la especialización (únicamente en caso de ser una librería especializada o general con especialización)

1. 3.

2. 4.

8. Canal de venta utilizado por la empresa

(lugar donde se hace el pedido)	Principal (1 opción)	Secundarias (varias opc.)	% ventas	9. Superficie total de la librería (en m ²)		
En el establecimiento comercial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	... %	Superficie área de acceso al público / ventas	... m ²	<input type="checkbox"/> ns/nc
A domicilio/visitas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	... %	Superficie almacén	... m ²	<input type="checkbox"/> ns/nc
Por internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	... %	Resto superficie (oficinas)	... m ²	<input type="checkbox"/> ns/nc
Otros canales (correo, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	... %	Superficie total (suma)	... m ²	<input type="checkbox"/> ns/nc

10. Tamaño de la librería en ventas en libros del último año (2009):		
<input type="checkbox"/> 1. Menos de 150.000€	<input type="checkbox"/> 3. De 300.001 a 600.000€	<input type="checkbox"/> 5. Más de 1.500.000€
<input type="checkbox"/> 2. De 150.001 a 300.000€	<input type="checkbox"/> 4. De 600.001 a 1.500.000€	<input type="checkbox"/> 9. NS/NC

11. Superficie de la librería destinada al producto libro (en %):		
% aproximado de la superficie de acceso al público destinada a libros	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
% aproximado de la superficie del almacén destinada a libros	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
% aproximado de la superficie total destinada a libros	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC

12. Total de trabajadores de la librería:		
Total de trabajadores fijos (incluyendo el/los empresarios si trabajan)	___ personas	<input type="checkbox"/> NS/NC
Total de trabajadores eventuales	___ personas	<input type="checkbox"/> NS/NC

13. Total de meses trabajados al año:		
Meses trabajados por trabajadores fijos (incluyendo el/los empresarios si trabajan)	___ meses	<input type="checkbox"/> NS/NC
Meses trabajados por trabajadores eventuales	___ meses	<input type="checkbox"/> NS/NC
% aproximado de meses trabajados correspondientes al producto libro	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC

14. Distribución aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas o funciones:			
	↓ Respuesta alternativa ↓		
Ventas, atención al cliente y marketing	___ meses	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Gestión /informatización de pedidos, existencias y devoluciones	___ meses	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Dirección general y gestión administrativa	___ meses	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Total (suma de los anteriores; en porcentaje valor = 100)	___ meses	100 %	<input type="checkbox"/> NS/NC

15. Días semanales habituales y el horario habitual de apertura del establecimiento:		
Número de días semanales de apertura de la librería	___ días	<input type="checkbox"/> NS/NC
Número de horas semanales de apertura al público de la librería	___ horas	<input type="checkbox"/> NS/NC

16. Composición de las ventas totales netas (en %) del establecimiento según el tipo de producto:				
Libros	___ %	→ Composición		
Revista y quiosco	___ %		Libros de texto escolar	___ %
Papelería	___ %		Libros de texto universitarios	___ %
Música y vídeo	___ %		Resto de libros	___ %
Otros (especificar):	___ %		Total ventas de libros (suma = 100)	100 %
Total ventas (suma de anteriores = 100)	100 %		<input type="checkbox"/> NS/NC	
<input type="checkbox"/> NS/NC				

17. Composición de las ventas en libros (en %) según la lengua de publicación:		
Libros en castellano	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Libros en otras lenguas oficiales en España	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Libros en lengua extranjera	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Total ventas (suma de los anteriores = 100)	100 %	<input type="checkbox"/> NS/NC

18. Composición de las existencias (en promedio):		19. Cantidad aproximada de ejemplares en stock (no de títulos)	
Existencias compradas	___ %	<input type="checkbox"/> Menos de 1.500	<input type="checkbox"/> De 10.001 a 15.000
Existencias en depósito	___ %	<input type="checkbox"/> De 1.501 a 3.000	<input type="checkbox"/> De 15.001 a 25.000
Total existencias (suma de los anteriores = 100)	100 %	<input type="checkbox"/> De 3.001 a 5.000	<input type="checkbox"/> De 25.001 a 40.000
<input type="checkbox"/> NS/NC		<input type="checkbox"/> De 5.001 a 10.000	<input type="checkbox"/> Más de 40.000
		<input type="checkbox"/> NS/NC	

20. Porcentaje estimado de devoluciones hechas al año sobre el total de ejemplares recibidos:	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
---	-------	--------------------------------

21. En qué grado (expreselo en %) utiliza la librería los siguientes sistemas de pedido a los proveedores:		
Visita del representante comercial	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Pedido por teléfono	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Pedido por fax	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Pedido a través de Internet (SINLI u otros)	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Otros sistemas de pedido (especificar):	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Total (suma de los anteriores = 100)	100 %	<input type="checkbox"/> NS/NC

22. Indique aproximadamente el % de novedades que recibe según el sistema de recepción de éstas:		
Por servicio automático de novedades del proveedor	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Por pedido expreso realizado por la propia librería	___ %	<input type="checkbox"/> NS/NC
Total (suma de los anteriores = 100)	100 %	<input type="checkbox"/> NS/NC

23. Promedio del descuento otorgado por los proveedores de libros (sobre precio venta): ___ % NS/NC

24. Indique si la gestión de la librería está informatizada:

Sí No NS/NC

↳ Tipo de programa utilizado: Adquirido Propio NS/NC

↳ Nombres programas: Homero Geslib (ARG) Geslib Plus (Trevenque)

Verial AGC sector del libro Galatea-books Servet-SQL 2007

Otros

25. Indique con qué frecuencia utiliza el correo electrónico para:

	Siempre	Muy frecuentemente (casi cada día)	Frecuentemente (alguna vez por semana)	Algunas veces (al mes)	Nunca	NS/NC
Comunicarse con los proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recibir boletines semanales de CEGAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Indique con qué frecuencia descarga a través de Internet información para la actualización de referencias de libros:

	Siempre	Muy frecuentemente (casi cada día)	Frecuentemente (alguna vez por semana)	Algunas veces (al mes)	Nunca	NS/NC
De CEGAL en RED	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De ISBN a través de CEGAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De otras fuentes gratuitas (DILVE, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De otras fuentes de pago	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. Utiliza SINLI (Sistema de Información Normalizada para el Libro) en sus relaciones con distribuidores/editores:

Sí (ver más adelante, apartado A) No (ver más adelante, apartado B) NS/NC

↓

	Siempre	Muy frecuentemente (casi cada día)	Frecuentemente (alguna vez por semana)	Algunas veces (al mes)	Nunca	NS/NC
Con qué frecuencia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A. Si utiliza el SINLI : De cara al futuro, indique si cree que el SINLI como instrumento para una óptima gestión de la librería será progresivamente:

Muy útil e indispensable Más o menos útil e indispensable Nada útil ni indispensable NS/NC

B. No utiliza el SINLI :

No dispongo de ordenador No lo conozco

Sí dispongo de ordenador → Lo conozco, pero tengo un programa informático incompatible

Lo conozco, y preveo instalarlo próximamente

Lo conozco, pero no me interesa

NS/NC

28. Indique si durante el último año ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa que han supuesto:

	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> NS/NC
Un cambio en la distribución por materias / secciones de la librería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de los clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Vende lectores de libro electrónico (e-readers) en la librería? Sí No NS/NC

30. Conoce las normas CSL (programa de mejora de la Cadena de Suministro del Libro)?

Sí No NS/NC

↳ Las aplica? Sí No NS/NC

31. Ventas totales en libros en 2009 (netas de devoluciones): _____ Miles Euros NS/NC

32. Número aproximado de distribuidores de libros con los que trabaja:		
_____	Empresas de distribución de libros (proveedores)	<input type="checkbox"/> NS/NC

33. Indique si su librería realiza alguna de las siguientes actividades (señale con una X):		
<input type="checkbox"/> Edición de revista	<input type="checkbox"/> Campañas en escuelas	<input type="checkbox"/> Exposiciones
<input type="checkbox"/> Conciertos	<input type="checkbox"/> Cine-forum	<input type="checkbox"/> NS/NC
<input type="checkbox"/> Premios (detallar convocatorias):		

34. Indique si su librería ofrece servicio de pedido a los clientes que lo solicitan (señale con una X):		
<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> NS/NC

35. En el caso que su librería ofrezca servicio de pedido a los clientes que lo solicitan indique la cantidad aproximada de pedidos que gestiona cada mes (aproximadamente):		
<input type="checkbox"/> Menos de 26 pedidos al mes	<input type="checkbox"/> De 51 a 100 pedidos al mes	<input type="checkbox"/> De 201 a 300 pedidos al mes
<input type="checkbox"/> De 26 a 50 pedidos al mes	<input type="checkbox"/> De 101 a 200 pedidos al mes	<input type="checkbox"/> Más de 300 pedidos al mes
<input type="checkbox"/> NS/NC		

36. Indique si su librería ofrece servicio de telecompra a los clientes:		
<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> NS/NC

Muchas gracias por su colaboración.

Desea recibir la ficha con los resultados por e-mail en vez de correo postal? Sí No

e-mail: bcf@bcf.es
 fax: 93 476 20 31
 tel.: 93 476 20 30



d). Niveles de respuesta

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana (en %).
Por indicadores de la Ficha. Año 2009**

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

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana (en %).
Por indicadores de la Ficha. Año 2009 (Continuación)**

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Ventas totales (euro)	65,3	---	90,9	60,0	52,4
Ventas de libros (euro)	65,3	---	90,9	60,0	52,4
Distribución de ventas por productos	98,0	---	100,0	93,3	100,0
Composición de las ventas en libros	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Distribución del tiempo de trabajo por funciones	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Distribución de las ventas según la lengua de publicación	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de descuento otorgado por los proveedores	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Ventas según el canal de compra	98,0	---	100,0	100,0	95,2
Meses trabajados / superficie total (meses/ m ²)	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Ventas totales / superficie total (euro/ m ²)	65,3	---	90,9	60,0	52,4
Ventas en libros / superficie total en libros (euro/ m ²)	65,3	---	90,9	60,0	52,4
Ventas totales/ meses trabajados (euro / meses)	65,3	---	90,9	60,0	52,4
Distribución según el sistema de pedido	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Sistema de recepción de novedades	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Ejemplares en estoc	87,8	---	100,0	93,3	76,2
Composición de las existencias	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Devoluciones anuales	85,7	---	100,0	80,0	81,0
Informatización de la gestión de la librería	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Tipología de programa	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Nombre del programa	98,0	---	100,0	93,3	100,0
Utilización del correo electrónico en la comunicación con los proveedores	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Utilización de CEGAL en RED	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Utilización de ISBN	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Utilización de otras fuentes gratuitas	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Utilización de otras fuentes de pago	100,0	---	100,0	100,0	100,0

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana (en %).
Por indicadores de la Ficha. Año 2009 (Continuación)**

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Utilización del SINLI	98,0	---	90,9	100,0	100,0
El SINLI como instrumento de gestión	98,0	---	90,9	100,0	100,0
Innovación en la distribución por materias en el último año	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Innovación por mejora de técnicas de exposición en el último año	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Innovación por diversificación de las formas de pago en el último año	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Innovación por mayor cooperación con agentes culturales en el último año	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Venta de lectores de libro electrónico	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Conocimiento de las normas CSL	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Aplicación de las normas CSL	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Número aproximado de distribuidores con los que trabaja	53,1	---	54,5	46,7	52,4
Edición de revista	67,3	---	63,6	73,3	61,9
Campañas en escuelas	67,3	---	63,6	73,3	61,9
Exposiciones	67,3	---	63,6	73,3	61,9
Conciertos	67,3	---	63,6	73,3	61,9
Cine-Forum	67,3	---	63,6	73,3	61,9
Premios	67,3	---	63,6	73,3	61,9
Ofrece servicio de pedido	93,9	---	81,8	100,0	95,2
Número de pedidos gestionados al mes	91,8	---	72,7	100,0	95,2
Ofrece servicio de telecompra	91,8	---	81,8	93,3	95,2

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).
Por indicadores de la Ficha. España. Año 2009**

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Tipología de la librería	99,5	100,0	100,0	98,9	99,7
Asociación a la que pertenece la librería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Organiza actividades de dinamización como:					
- Presentaciones de libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Cuenta-cuentos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Conferencias	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Publicación de catálogos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Animación en escuelas	99,8	100,0	100,0	99,4	100,0
- Otras actividades	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Edita libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Distribuye libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Realiza actividades de imprenta o artes gráficas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Superficie de acceso al público	94,9	97,9	98,4	93,3	93,7
Superficie de almacén	94,9	97,9	98,4	93,3	93,7
Otras superficies	94,2	95,7	97,7	93,3	93,0
Superficie total	94,9	95,7	99,2	93,9	95,5
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de acceso	92,4	93,6	97,7	94,4	91,3
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de almacén	91,4	91,5	95,3	95,0	87,8
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie total	92,7	87,2	91,4	86,7	79,4
Número de trabajadores fijos	98,6	100,0	99,2	98,9	97,9
Número de trabajadores eventuales	98,6	100,0	99,2	98,9	97,9
Número de meses trabajados por el total de los trabajadores	98,6	100,0	99,2	98,9	97,9
Número de días semanales de apertura de la librería	99,1	100,0	99,2	98,9	99,0
Número de horas semanales de apertura de la librería	98,4	100,0	99,2	97,2	98,6

Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).

Por indicadores de la Ficha. España. Año 2009 (Continuación)

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Ventas totales (euro)	51,7	59,6	67,2	55,6	40,4
Ventas de libros (euro)	51,4	59,6	67,2	55,6	40,4
Distribución de ventas por productos	98,1	100,0	99,2	97,2	97,9
Composición de las ventas en libros	96,0	95,7	98,4	95,0	95,5
Distribución del tiempo de trabajo por funciones	92,2	87,2	92,2	93,9	92,3
Distribución de las ventas según la lengua de publicación	98,3	97,9	98,4	97,8	98,6
Porcentaje de descuento otorgado por los proveedores	95,5	93,6	96,9	96,1	94,8
Ventas según el canal de compra	99,2	100,0	98,4	99,4	99,3
Meses trabajados / superficie total (meses/ m ²)	93,9	95,7	99,2	92,8	94,1
Ventas totales / superficie total (euro/ m ²)	49,8	57,4	67,2	53,9	39,4
Ventas en libros / superficie total en libros (euro/ m ²)	49,5	53,2	64,1	51,1	38,7
Ventas totales/ meses trabajados (euro / meses)	44,4	59,6	67,2	55,6	40,1
Distribución según el sistema de pedido	98,1	95,7	99,2	98,3	97,9
Sistema de recepción de novedades	96,0	89,4	96,9	96,7	96,2
Ejemplares en estoc	94,4	93,6	99,2	93,9	92,7
Composición de las existencias	97,4	97,9	98,4	96,7	97,2
Devoluciones anuales	72,4	76,6	85,2	72,8	65,9
Informatización de la gestión de la librería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Tipología de programa	98,4	100,0	97,7	98,9	98,3
Nombre del programa	94,4	100,0	96,1	93,3	93,4
Utilización del correo electrónico en la comunicación con los proveedores	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Utilización de CEGAL en RED	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Utilización de ISBN	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Utilización de otras fuentes gratuitas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Utilización de otras fuentes de pago	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %).

Por indicadores de la Ficha. España. Año 2009 (Continuación)

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Utilización del SINLI	97,4	89,4	97,7	98,3	97,9
El SINLI como instrumento de gestión	98,6	93,6	99,2	98,9	99,0
Innovación en la distribución por materias en el último año	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Innovación por mejora de técnicas de exposición en el último año	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Innovación por diversificación de las formas de pago en el último año	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Innovación por mayor cooperación con agentes culturales en el último año	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Venta de lectores de libro electrónico	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Conocimiento de las normas CSL	99,5	100,0	100,0	100,0	99,3
Aplicación de las normas CSL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**Ficha B. Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana.
Por indicadores de la ficha. Año 2008**

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Propiedad de más de una librería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Descuento medio otorgado por los proveedores	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Media de ventas diarias en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Media del coste diario de las ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gastos de personal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de gastos de personal sobre ventas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gastos financieros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Otros gastos de explotación	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Liquidez	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Tesorería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Disponibilidad	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Fondo de maniobra	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias iniciales	38,2	40,0	50,0	16,7	33,3
Existencias finales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias medias	38,2	40,0	50,0	16,7	33,3
Rotación de las existencias	38,2	40,0	50,0	16,7	33,3
Días para vender las existencias	38,2	40,0	50,0	16,7	33,3
Rotación de los activos totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación de los activos fijos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación del activo circulante	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de endeudamiento	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de la calidad de la deuda	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de gastos financieros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**Ficha B. Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana.
Por indicadores de la ficha. Año 2008 (Continuación)**

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

Ficha B. Nivel de respuesta de las librerías. España. Año 2008
Por indicadores de la ficha.

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Propiedad de más de una librería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Descuento medio otorgado por los proveedores	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Media de ventas diarias en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Media del coste diario de las ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gastos de personal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de gastos de personal sobre ventas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gastos financieros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Otros gastos de explotación	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Liquidez	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Tesorería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Disponibilidad	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Fondo de maniobra	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias iniciales	62,2	58,5	70,3	57,9	60,0
Existencias finales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias medias	62,2	58,5	70,3	57,9	60,0
Rotación de las existencias	60,4	58,5	68,8	52,6	60,0
Días para vender las existencias	62,2	58,5	70,3	57,9	60,0
Rotación de los activos totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación de los activos fijos	97,7	100,0	100,0	94,7	96,7
Rotación del activo circulante	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de endeudamiento	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de la calidad de la deuda	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de gastos financieros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ficha B. Nivel de respuesta de las librerías. España. Año 2008
Por indicadores de la ficha. (Continuación)

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

e). 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*.

Campo	Tipo	Descripción del campo
Referencia	Numérico	Referencia del cuestionario
Nomlib	Texto	Nombre completo de la librería
Via	Texto	Vía donde se encuentra la librería
Numvia	Texto	Número de vía donde se encuentra la librería
CP	Texto	Código postal de la librería
Municipio	Texto	Municipio de la librería
Provincia	Texto	Provincia de la librería
CCAA	Texto	Comunidad Autónoma de la librería
Telefono	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	Nombre de la persona que contesta
Apcontesta	Texto	Apellidos de la persona que contesta
Cargo_contesta	Texto	Cargo de la persona que contesta
Nomresp	Texto	Nombre de la persona responsable de la librería
Apresp	Texto	Apellidos de la persona responsable de la librería
Cargo_resp	Texto	Cargo de la persona responsable de la librería
Nomempr	Texto	Nombre de la empresa a la que pertenece la librería
Titular	Numérico	El titular de la librería es: 1 = Persona jurídica , 2 = Persona física , 9 = NS/NC
Sociedad	Numérico	Si el titular de la librería es una persona jurídica, de que tipo de sociedad se trata: 0 = no se trata de una persona jurídica, sino física 1 = Sociedad anónima 2 = Sociedad limitada 3 = Otras 9 = NS/NC
Munsede	Texto	Municipio de la sede principal de la empresa
Anofund	Texto	Año de fundación de la librería
Numlib	Numérico	Si la empresa cuenta con más de 1 librería, indicar el número total. 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

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* (continuación).

Campo	Tipo	Descripción del campo
munsede	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
cadena	Numérico	Indica si la librería pertenece a una cadena: 1 =Cadena de librerías , 2 =Red local de librerías , 3 =Otras , 9 =NS/NC
nomb_cad	Texto	Nombre de la cadena. En caso de no conocerse el nombre, debe escribirse Ns/nc. En caso de que la librería no pertenezca a ninguna cadena, el campo quedará en blanco.
ambit_cad	Numérico	Ámbito territorial de la cadena: 0 = no pertenece a ninguna cadena 1 = nacional 2 = autonómico 3 = provincial 4 = municipal 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*.

Campo	Tipo	Descripción del campo
Código ³²	Numérico	Código de referencia de la librería
Tipo	Numérico	Tipo de librería: 1 = librería especializada 2 = librería general con especialización 3 = librería general de fondo 4 = librería general de proximidad 9 = NS/NC
Espe1	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado: 1 = Ciencias filosóficas, filosofía 2 = Religión 3 = Ciencias sociales 4 = Generalidades 5 = Ciencias puras 6 = Tecnología 7 = Artes, recreación 8 = Lenguajes, lingüística y literatura 9 = Ciencias auxiliares de la historia
Espe2	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado igual que Espe1.
Espe3	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado igual que Espe1.
Espe4	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado igual que Espe1.
Tamano	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 1.500.000 € 5 = más de 1.500.000 € 9 = NS/NC

³² 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
CEGAL	Numérico	Pertenencia a CEGAL: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Gremprov	Numérico	Pertenencia al Gremio Provincial de librereros: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Edita	Numérico	Entre las actividades que realiza relacionadas con el libro, está la edición: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Distribuye	Numérico	Entre las actividades que realiza relacionadas con el libro, está la distribución: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Imprenta	Numérico	Entre las actividades que realiza relacionadas con el libro, está la imprenta: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Supacc	Numérico	Superficie en m ² 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 ² 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 ² 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 ² del total de la librería

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).

Campo	Tipo	Descripción del campo
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
msmev	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
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)

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
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 de 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)
Ventlib	Numérico	% de ventas en libros
Ventrev	Numérico	% de ventas en revista y 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

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
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
complibtotal	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)
Devol	Numérico	Promedio, en porcentaje, de las devoluciones efectuadas por las librerías
nsdevol	Numérico	Indica si el campo Devol ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
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

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
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)
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 2 = no realiza dicha actividad 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
ActivConfer	Numérico	Organiza conferencias: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
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
Activcuentos	Numérico	Organiza actividades de cuenta-cuentos en la librería: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
Otrasact	Numérico	Organiza otras actividades de dinamización de la lectura en la librería: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
Otrasactiv	Texto	Especificación de las otras actividades de dinamización de la lectura realizadas en la librería.
Servpedido	Numérico	Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes: 1 = sí 2 = no 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
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
Servtelecomp	Numérico	Disponibilidad de servicio de telecomp: 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
NomProgramas	Numérico	Nombre del programa adquirido: 1 = Homero 2 = Geslib (ARG) 3 = Geslib Plus (Trevenque) 4 = Verial 5 = AGC sector del libro 6 = Galatea-books Servet-SQL 2007 7 = Otros 9 = Ns/Nc
Mailprov	Numérico	Frecuencia de utilización del correo electrónico para comunicarse con los proveedores en caso de no utilizar el SINLI: 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 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
SINLI	Numérico	Utilización del SINLI en sus relaciones con distribuidores / editores: 1 = Sí , 2 = No , 9 = NS/NC En caso de no usar el SINLI, las siguientes preguntas referentes a la utilización del programa quedarán en blanco o en 0.
FrecSinli	Numérico	Contestar únicamente en caso de haber respondido afirmativamente a SINLI. Frecuencia con que utiliza el SINLI: 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
Sinliuti	Numérico	Contestar únicamente en caso de haber respondido afirmativamente a SINLI. De cara al futuro, cree que el SINLI como instrumento para una óptima gestión de la librería será progresivamente: 1 = muy útil e indispensable 2 = más o menos útil e indispensable 3 = nada útil ni indispensable 9 = NS/NC
NoSINLI	Numérico	Contestar únicamente los que han respondido negativamente a SINLI. Motivos para no utilizar el SINLI en sus relaciones con distribuidores / editores: 1 = No dispone de ordenador 2 = Sí dispone de ordenador 9 = Ns/nc
PqnoSinli	Numérico	Contestar únicamente los que han respondido negativamente a SINLI. Motivos para no utilizar el SINLI en sus relaciones con distribuidores / editores, aunque disponga de ordenador: 1 = No lo conozco 2 = Lo conozco pero tengo un programa informático incompatible 3 = Lo conozco y preveo instalarlo próximamente 4 = Lo conozco pero no me interesa 9 = Ns/nc
Ventasloc	Numérico	% de ventas realizadas en el local de la librería
Ventasvis	Numérico	% de ventas realizadas a través de visitas (a instituciones, etc.)
Ventascor	Numérico	% de ventas realizadas a través del correo postal
Ventasint	Numérico	% de ventas realizadas a través de internet
Ventasot	Numérico	% de ventas realizadas a través de otros canales

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
nscanal	Numérico	Indica si los campos Ventasloc, Ventasvis, Ventasint y Ventasot han sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (los campos anteriores tienen respuesta)
Excomp	Numérico	% de existencias compradas
Exdepo	Numérico	% de existencias en depósito
nsex	Numérico	Indica si los campos Excomp y Exdepo han sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (los campos anteriores tienen respuesta)
Novauto	Numérico	% de novedades por servicio automático del proveedor
Novexpres	Numérico	% de novedades por pedido expreso de la propia librería
nsnov	Numérico	Indica si los campos Novauto y Novexpres han sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (los campos anteriores tienen respuesta)
FrecCEGAL	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: Cegal en Red 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
FrecISBN	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: ISBN 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
FrecGratis	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: otras fuentes gratuitas (DILVE, etc.) 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 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
FrecPago	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: otras fuentes de pago 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
Innov_distrib	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: un cambio en la distribución por materias/ secciones de la librería. 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
Innov_expos	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.) 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
Innov_pago	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de los clientes. 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
Innov_coop	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.) 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
e_readers	Numérico	Vende lectores de libro electrónico: 1 = Sí 2 = No 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
conoceCSL	Numérico	La librería conoce las normas CSL (Cadena de Suministro de Libros): 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
aplicaCSL	Numérico	Las librerías que conocen las normas CSL, aplican estas normas: 1 = Sí 2 = No 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 *Datos económicos*.³³

Campo	Tipo	Descripción del campo
Código ³⁴	Numérico	Código de referencia de la empresa.
CCAA	Texto	Comunidad Autónoma donde se encuentra la empresa.
Data_tanca	Fecha	Fecha de cierre a la que van referidos los datos de balance.
Unitat	Numérico	Unidades en que se encuentran los datos de balance y cuenta de pérdidas y ganancias en la nota del Registro Mercantil. 1 = en Euros 2 = en miles de Euros
Ocupfix1	Numérico	Número de ocupados fijos en la empresa. Si no se conoce, aparece 9999.
Ocupnofix1	Numérico	Número de ocupados eventuales en la empresa. Si no se conoce, aparece 9999.
Ocuptot1	Numérico	Número de ocupados totales en la empresa. Si no se conoce, aparece 9999.
<i>Datos de balance: datos del activo</i>		
A_ANC1	Numérico	Valor Total Activo No Corriente. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Immobintan1	Numérico	Valor del Inmovilizado intangible. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Immobmat1	Numérico	Valor del Inmovilizado material. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Invimmob1	Numérico	Valor de las inversiones inmobiliarias. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Invgrupllt1	Numérico	Valor de las inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Invfinllt1	Numérico	Valor de las inversiones financieras a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Actius1	Numérico	Valor de los activos por impuesto diferido. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Deut1	Numérico	Valor de los deudores comerciales no corrientes. Si no se conoce, aparece 9999.
A_AC1	Numérico	Valor Total Activo Corriente. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Exist1	Numérico	Valor de las existencias. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Exist0	Numérico	Valor de las existencias en el ejercicio anterior. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Deutcials1	Numérico	Valor de los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Clients1	Numérico	Valor de los clientes por ventas y prestaciones de servicios. Si no se conoce, aparece 9999.

³³ En todos los campos de esta tabla, si no se indica lo contrario, los datos hacen referencia al año de estudio – aquí 2008-.

³⁴ 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 *Datos económicos* (continuación).

Campo	Tipo	Descripción del campo
<i>Datos de balance: datos del activo (continuación)</i>		
A_Acctes1	Numérico	Valor de los accionistas (socios) por desembolsos exigidos. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Altresdeut1	Numérico	Valor de los otros deudores. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Invgrupct1	Numérico	Valor de las inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Invfnct1	Numérico	Valor de las inversiones financieras a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Periodi1	Numérico	Valor de las periodificaciones a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Eftiu1	Numérico	Valor del efectivo y otros activos líquidos equivalentes. Si no se conoce, aparece 9999.
A_ACTIU1	Numérico	Valor Total del Activo. Si no se conoce, aparece 9999.
<i>Datos de balance: datos del pasivo</i>		
P_PATRINET1	Numérico	Valor del patrimonio neto. Si no se conoce, aparece 9999.
P_FP1	Numérico	Valor de los fondos propios. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Capital1	Numérico	Valor del capital. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Primaemis1	Numérico	Valor de la prima de emisión. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Reserves1	Numérico	Valor de las reservas. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Accs1	Numérico	Valor de las acciones y participaciones en patrimonio propias (valor negativo). Si no se conoce, aparece 9999.
P_Rtatsant1	Numérico	Valor de los resultados de ejercicios anteriores. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Socis1	Numérico	Valor de otras aportaciones de socios. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Rtat1	Numérico	Valor del resultado del ejercicio. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Dividend1	Numérico	Valor del dividendo a cuenta (valor negativo). Si no se conoce, aparece 9999.
P_Ajustos1	Numérico	Valor de ajustes en patrimonio neto. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Subv1	Numérico	Valor de las subvenciones, donaciones y legados recibidos. Si no se conoce, aparece 9999.
P_PASSIUNC1	Numérico	Valor del Pasivo No Corriente. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Provllt1	Numérico	Valor de las provisiones a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deutllt1	Numérico	Valor de las deudas a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deutgrupllt1	Numérico	Valor de las deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
<i>Datos de balance: datos del pasivo (continuación)</i>		
P_Passius1	Numérico	Valor de los pasivos por impuesto diferido. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Periodillt1	Numérico	Valor de las periodificaciones a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Cdctials1	Numérico	Valor de los acreedores comerciales no corrientes. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deutespllt1	Numérico	Valor de la deuda con características especiales a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_PASSIUC1	Numérico	Valor del Pasivo Corriente. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Provct1	Numérico	Valor de las provisiones a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deutct1	Numérico	Valor de las deudas a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deutgrupct1	Numérico	Valor de las deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Cdctialsct1	Numérico	Valor de los acreedores comerciales y otras cuentas a pagar. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Proveidors1	Numérico	Valor los proveedores. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Altres1	Numérico	Valor de los otros acreedores. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Periodict1	Numérico	Valor de las periodificaciones a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deutespct1	Numérico	Valor de la deuda con características especiales a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_PATRINETPASS1	Numérico	Valor del Total de Patrimonio Neto y Pasivo. Si no se conoce, aparece 9999.
<i>Datos de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias: (Debe)/ Haber</i>		
PiG_Xifraneg1	Numérico	Valor del importe neto de la cifra de negocios. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Varex1	Numérico	Valor de la variación de las existencias de productos terminados y en curso de fabricación. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Treballs1	Numérico	Valor de los trabajos realizados por la empresa para su activo. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Aprovis1	Numérico	Valor de los aprovisionamientos. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Altresingexplo1	Numérico	Valor de los otros ingresos de explotación. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Desppers1	Numérico	Valor de los gastos de personal. Si no se conoce, aparece 9999.

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
<i>Datos de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias: (Debe)/ Haber (continuación)</i>		
PiG_Altdespexpl01	Numérico	Valor de los otros gastos de explotación. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Amortimmob1	Numérico	Valor de la amortización del inmovilizado. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Imputsubv1	Numérico	Valor de la imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Excesprov1	Numérico	Valor de los excesos de provisiones. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Deterimmob1	Numérico	Valor del deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Altrtat1	Numérico	Valor de otros resultados. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_RtatExplo1	Numérico	Valor del resultado de explotación. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Ingfin1	Numérico	Valor de los ingresos financieros. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Despfin1	Numérico	Valor de los gastos financieros. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Varfin1	Numérico	Valor de la variación de valor razonable en instrumentos financieros. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Difcanvi1	Numérico	Valor de las diferencias de cambio. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Deterfin1	Numérico	Valor del deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_RtatFin1	Numérico	Valor del Resultado Financiero. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_RtataImpt1	Numérico	Valor del Resultado Antes de Impuestos. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_RtataImpt1	Numérico	Valor de los impuestos antes de beneficios. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_RtataImpt1	Numérico	Valor del Resultado del Ejercicio. Si no se conoce, aparece 9999.