

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

Año 2009

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

*Barcelona, julio de 2010*



**cegal**  
librerías  
de españa

*Con la colaboración de*



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

Año 2009

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

*Barcelona, julio de 2010*

**Dirección**

Miquel Flamarich

**Coordinación**

David Terol

Bea Ferrer

**Técnicos**

Elisabeth Pacheco

Lorena Solano

Óscar Jarque

Meritxell Jiménez

Daniel Llera

Alberto Villar

**(BCF)**  
CONSULTORS

*Índice*

	<i>Páginas</i>
<b>1. Introducción</b> .....	1
<b>1.1. Objetivos del estudio</b> .....	2
<b>1.2. Objeto y estructura del trabajo</b> .....	4
<b>2. Resultados de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería . Año 2009</b> .....	6
<b>2.1. Introducción</b> .....	7
<b>2.2. Perfil de la librería</b> .....	8
(Tipología y nivel de agremiación)	
<b>2.3. Dimensión y recursos de la librería</b> .....	15
(Ventas, superficie, recursos humanos y tiempo de trabajo)	
<b>2.4. Productividad de la librería</b> .....	27
(Ratios de ventas por superficie y tiempo trabajado y de tiempo trabajado por superficie)	
<b>2.5. El libro y la librería</b> .....	31
(Superficie detallada, composición de las ventas, lengua de publicación, canal de compra, realización de actividades)	
<b>2.6. Gestión de la librería</b> .....	51
(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)	
<b>3. Resultados de la Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la Librería. Año 2008</b> .....	111
<b>3.1. Introducción</b> .....	112
<b>3.2. Datos generales de la empresa</b> .....	114
<b>3.3. Análisis de los ingresos</b> .....	116
(Promedio de ventas diarias y estimación del coste de las ventas)	
<b>3.4. Análisis de los gastos</b> .....	119
(Compras, gastos de personal y otros gastos)	
<b>3.5. Análisis de la liquidez</b> .....	125
(Ratios de liquidez, tesorería, disponibilidad y fondo de maniobra)	

<b>3.6.</b>	Análisis de los activos .....	130
	(Volumen y rotación de existencias, rotación de activos)	
<b>3.7.</b>	Análisis del endeudamiento .....	138
	(Ratios de endeudamiento, de calidad de la deuda, de gastos financieros y de autonomía financiera)	
<b>3.8.</b>	Análisis del margen bruto .....	142
	(Margen bruto y valor añadido sobre ventas)	
<b>3.9.</b>	Análisis de la rentabilidad .....	144
	(Rentabilidad económica y beneficios sobre ventas)	
<b>Anexo</b>		
<b>a)</b>	Nota metodológica .....	148
<b>b)</b>	La respuesta de las librerías .....	150
<b>c)</b>	Cuestionario .....	152
<b>d)</b>	Niveles de respuesta .....	156

## **1.) Introducción**

## 1.1. Objetivos del estudio

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

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

El presente estudio nace a partir de la constatación que la información es un factor clave para mejorar la eficiencia en la gestión de las librerías, y por tanto, para aumentar su competitividad empresarial.

Concretamente, **este estudio tiene un triple objetivo:**

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

Así, con los datos proporcionados por las librerías que han participado en la consulta, se calculan los valores promedio de los distintos indicadores económicos y se refleja, de manera personalizada y respetando siempre la

absoluta confidencialidad, el posicionamiento de cada librería respecto del conjunto del sector.

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

## 1.2. Objeto y estructura del trabajo

Para hacer posible un análisis comparativo entre librerías similares, se ha mantenido la clasificación de establecimientos utilizada a partir del 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, resultando la siguiente clasificación -utilizada para la presente edición (2009)-:

- **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 considerada como establecimiento comercial a partir de la consulta realizada en los meses de abril, mayo y junio de 2010, sobre la actividad en el 2009, permitiendo disponer de los datos anuales con una mayor anticipación en el tiempo que en ediciones anteriores.

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 respectivos 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, el 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 2000-2009, 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.

**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, de acuerdo con los términos establecidos en el siguiente cuadro.

**Clasificación de las librerías por tipologías**

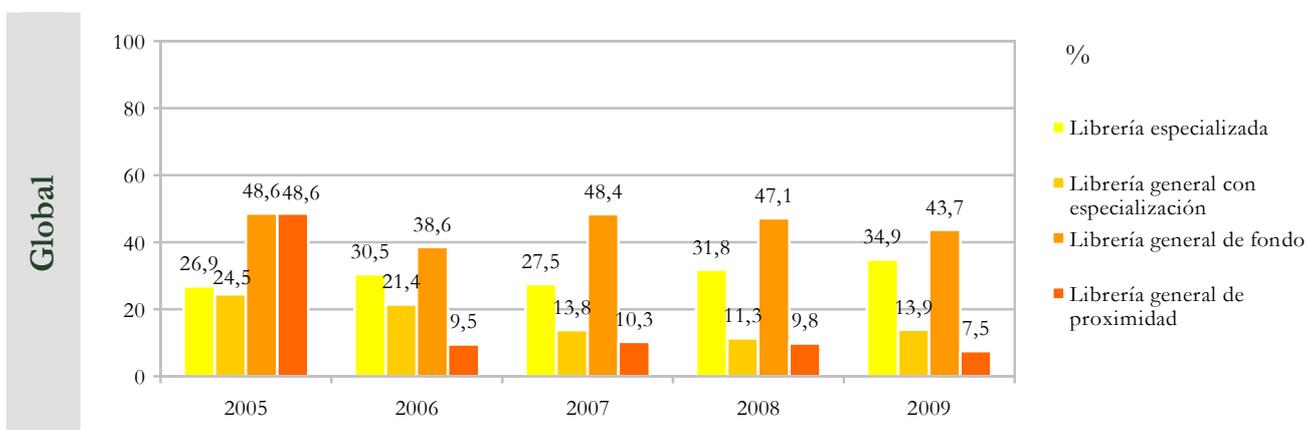
Diversidad temática de la oferta y dimensión del fondo de libros		Tipología de librería
Tiene de 1 a 3 materias o secciones que concentran...	más del 60% de las ventas	<b>Especializada</b>
	entre el 30% y el 60% de las ventas	<b>General con especialización</b>
No hay 3 materias o secciones que concentren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

Globalmente consideradas, predominan las librerías generales de fondo (43,7%), seguidas de las librerías especializadas (34,9%). Con porcentajes menores, entre los establecimientos consultados, se sitúan las librerías generales con especialización (13,9%) y las librerías generales de proximidad (7,5%).

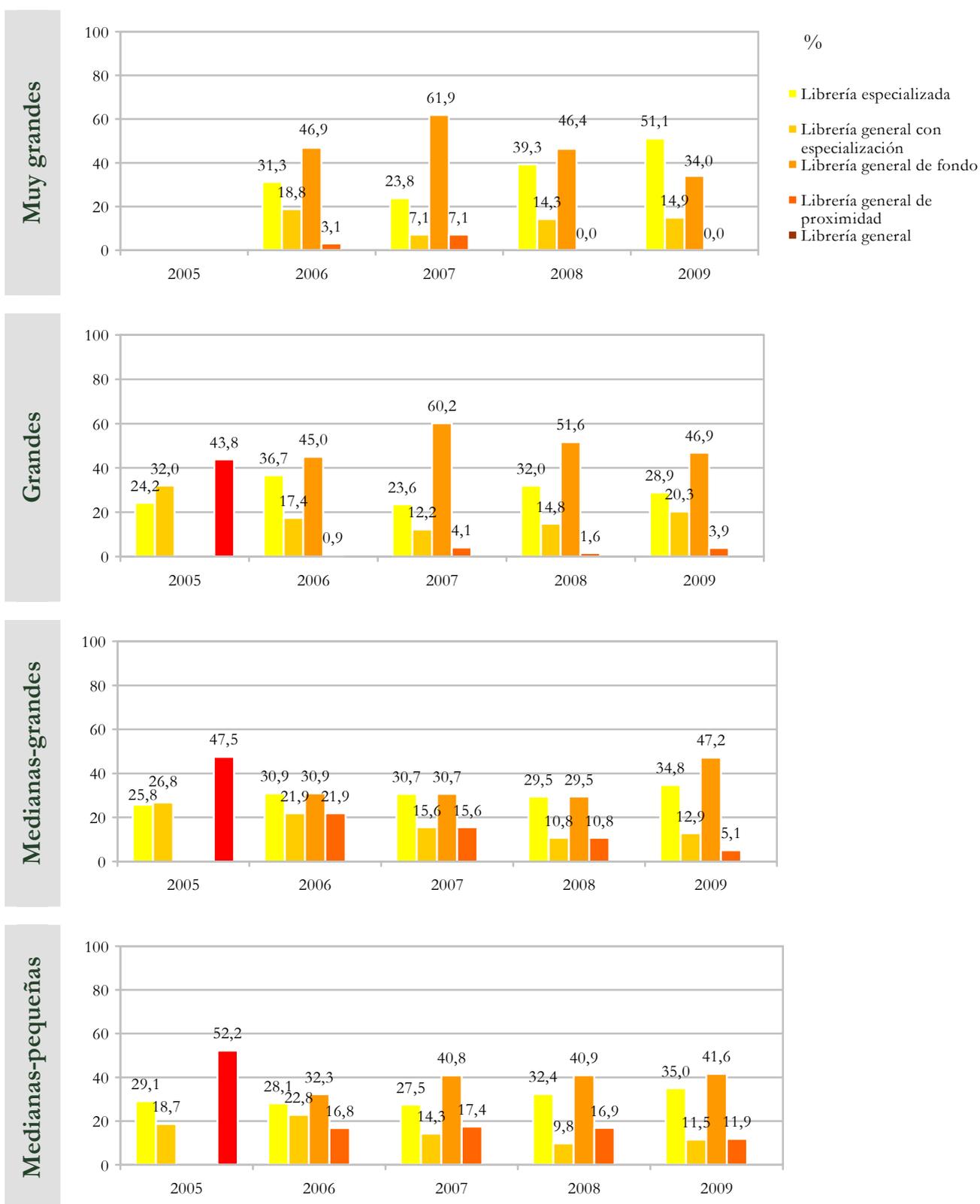
2.2. Perfil de la librería

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

- A nivel general con un 43,7% y en todos los grupos de librerías, excepto el de las muy grandes, la tipología de establecimiento que obtiene un porcentaje mayor es el de las librerías generales de fondo. Porcentaje que oscila entre el 34,0% de las muy grandes y el 47,2% de las medianas grandes.
- El segundo lugar, lo ocupan las librerías especializadas con un 34,9%. Estas librerías tienen su mayor representación entre el grupo de las muy grandes, en el que alcanzan la mayoría absoluta con un 51,1%. No se percibe un comportamiento particular en los otros grupos, en los que las librerías especializadas representan un 28,9% entre las grandes, el 34,8% entre las medianas-grandes y el 35,0% entre las medianas-pequeñas.
- Con una representación menor, respecto a las librerías generales de fondo y las librerías especializadas, que se sitúa en el 13,9% se ubican las librerías generales con especialización y aún con menor representación se sitúan en un 7,5% las librerías generales de proximidad, que no obtienen presencia entre los establecimientos muy grandes.



2.2. Perfil de la librería



## Confederación Española de Gremios y Asociaciones de librereros

Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la librería en España. Año 2009

### 2.2. Perfil de la librería

	%	Especializadas	Generales con especialización	Generales de fondo	Generales de proximidad	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>34,9</b>	<b>13,9</b>	<b>43,7</b>	<b>7,5</b>	<b>100,0</b>
	2008	31,8	11,3	47,1	9,8	100,0
	2007	27,5	13,8	48,4	10,3	100,0
	2006	30,5	21,4	38,6	9,5	100,0
	2005	26,9	24,5	48,6		100,0
	2004	27,5	22,2	30,3		100,0
	2003	29,2	28,4	41,9		100,0
	2002	39,0	29,0	32,0		100,0
	2001	44,5	29,4	26,1		100,0
	2000	30,7	27,7	41,6		100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>51,1</b>	<b>14,9</b>	<b>34,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	39,3	14,3	46,4	0,0	100,0
	2007	23,8	7,1	61,9	7,1	100,0
	2006	31,3	18,8	46,9	3,1	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>28,9</b>	<b>20,3</b>	<b>46,9</b>	<b>3,9</b>	<b>100,0</b>
	2008	32,0	14,8	51,6	1,6	100,0
	2007	23,6	12,2	60,2	4,1	100,0
	2006	36,7	17,4	45,0	0,9	100,0
	2005	24,2	32,0	43,8		100,0
	2004	27,1	22,1	50,7		100,0
	2003	24,3	39,0	36,8		100,0
	2002	28,0	39,2	32,8		100,0
	2001	27,0	28,7	44,3		100,0
	2000	36,5	27,0	36,5		100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>34,8</b>	<b>12,9</b>	<b>47,2</b>	<b>5,1</b>	<b>100,0</b>
	2008	29,5	10,8	54,5	5,1	100,0
	2007	30,7	15,6	48,4	5,2	100,0
	2006	30,9	21,9	43,8	3,4	100,0
	2005	25,8	26,8	47,5		100,0
	2004	27,1	22,1	50,7		100,0
	2003	26,8	29,5	43,6		100,0
	2002	26,0	32,4	41,6		100,0
	2001	26,2	30,8	43,0		100,0
	2000	35,5	22,1	42,4		100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>35,0</b>	<b>11,5</b>	<b>41,6</b>	<b>11,9</b>	<b>100,0</b>
	2008	32,4	9,8	40,9	16,9	100,0
	2007	27,5	14,3	40,8	17,4	100,0
	2006	28,1	22,8	32,3	16,8	100,0
	2005	29,1	18,7	52,2		100,0
	2004	34,0	17,6	48,4		100,0
	2003	33,6	22,3	44,1		100,0
	2002	31,7	28,0	40,3		100,0
	2001	32,9	21,4	45,7		100,0
	2000	25,2	31,8	43,0		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 éstas a asociaciones o gremios. Concretamente, se definen cuatro grandes categorías:

- librerías agremiadas solamente a CEGAL;
- librerías agremiadas solamente al Gremio provincial de Librereros;
- librerías agremiadas a ambos;
- librerías no agremiadas.

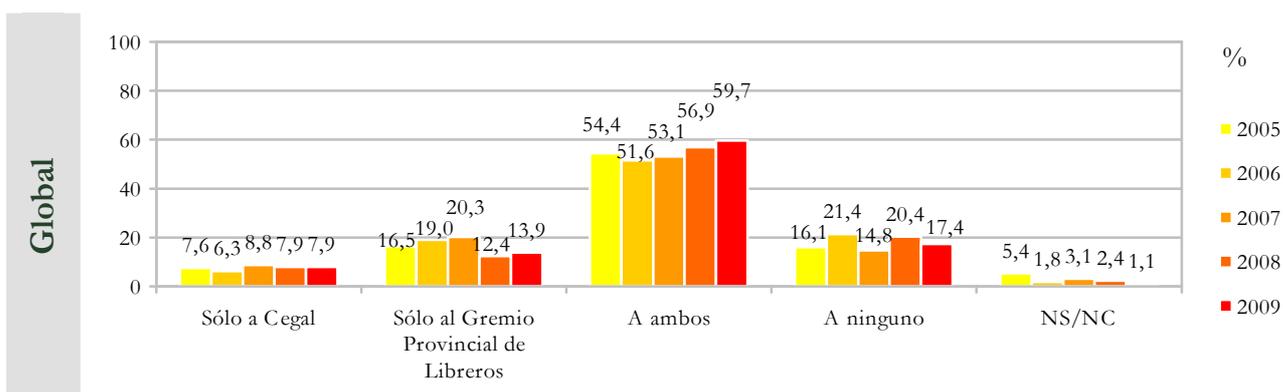
En mayor porcentaje que en el 2008, el 81,5% de las librerías españolas encuestadas declaran pertenecer a algún gremio/asociación.

El grado de asociacionismo es superior cuanto mayor es el tamaño de la librería: el 97,8% en las librerías muy grandes, el 90,7% en las librerías grandes, el 88,9% en las medianas-grandes, y el 70,0% en las medianas-pequeñas.

Respecto al 2008, los cuatro grupos de librerías incrementan el grado de asociacionismo, durante el 2009.

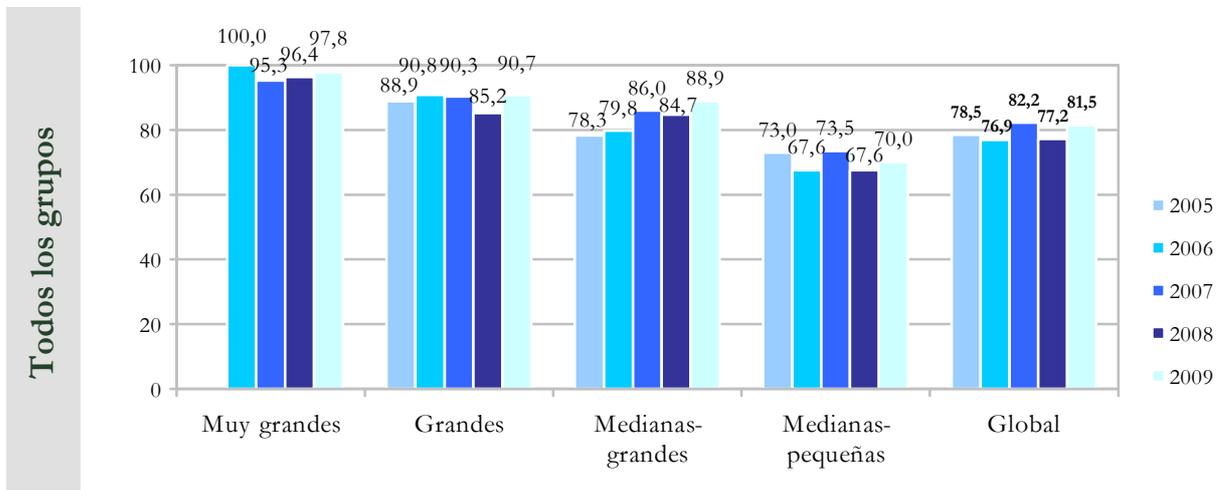
La mayor parte de las librerías (un 67,6%) declaran ser miembros de la CEGAL de las que el 59,7% afirma pertenecer simultáneamente al Gremio Provincial de Librereros correspondiente y a la CEGAL y un 7,9% sólo a la CEGAL.

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

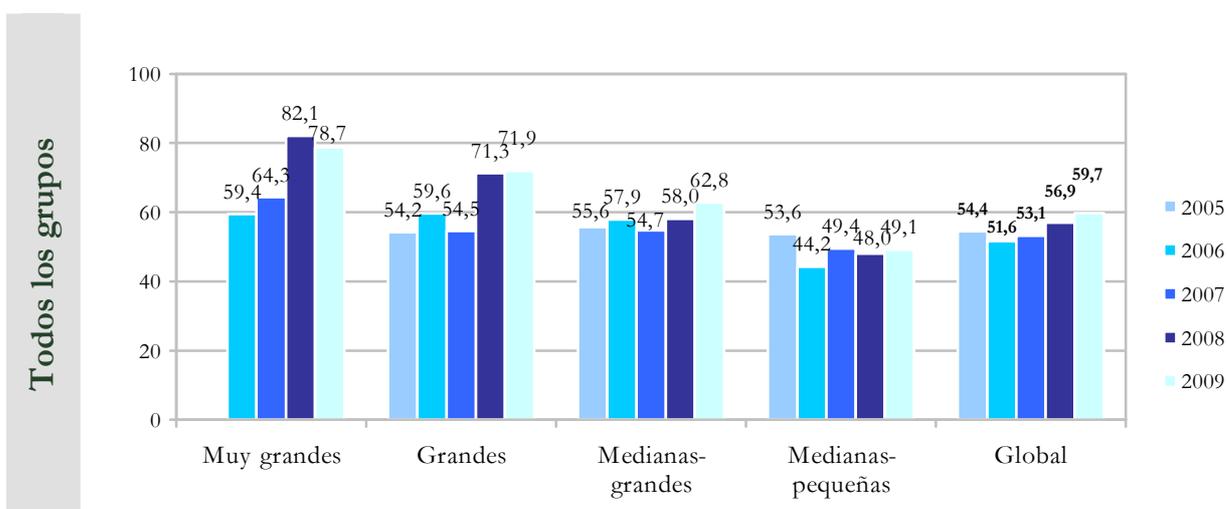


2.2. Perfil de la librería

% de librerías que declaran pertenecer a alguna asociación.



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



## Confederación Española de Gremios y Asociaciones de librerías

Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la librería en España. Año 2009

### 2.2. Perfil de la librería

		Pertenenencia a algún gremio o asociación						
		%	A alguna asociación o gremio de librerías	A CEGAL	Al gremio provincial de librerías	A ambos	A ninguno	NS/NC
<b>Global</b>	2009	<b>81,5</b>	7,9	13,9	59,7	<b>17,4</b>	<b>1,1</b>	<b>100,0</b>
	2008	<b>77,2</b>	7,9	12,4	56,9	<b>20,4</b>	<b>2,4</b>	100,0
	2007	<b>82,2</b>	8,8	20,3	53,1	<b>14,8</b>	<b>3,1</b>	100,0
	2006	<b>76,9</b>	6,3	19,0	51,6	<b>21,4</b>	<b>1,8</b>	100,0
	2005	<b>78,5</b>	7,6	16,5	54,4	<b>16,1</b>	<b>5,4</b>	100,0
	2004	<b>85,2</b>	7,0	25,6	52,6	<b>13,1</b>	<b>1,8</b>	100,0
	2003	<b>84,9</b>	12,7	30,3	41,9	<b>14,8</b>	<b>0,4</b>	100,0
	2002	<b>78,7</b>	12,0	21,1	45,7	<b>16,6</b>	<b>4,6</b>	100,0
	2001	<b>81,6</b>	20,5	23,1	38,0	<b>13,2</b>	<b>5,2</b>	100,0
	2000	<b>83,2</b>	10,7	23,5	49,0	<b>15,0</b>	<b>1,8</b>	100,0
<b>Muy grandes</b>	2009	<b>97,8</b>	10,6	8,5	78,7	<b>0,0</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>
	2008	<b>96,4</b>	10,7	3,6	82,1	<b>0,0</b>	<b>3,6</b>	100,0
	2007	<b>95,3</b>	14,3	16,7	64,3	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	100,0
	2006	<b>100,0</b>	15,6	25,0	59,4	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	100,0
<b>Grandes</b>	2009	<b>90,7</b>	10,2	8,6	71,9	<b>9,4</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	<b>85,2</b>	6,6	7,4	71,3	<b>13,1</b>	<b>1,6</b>	100,0
	2007	<b>90,3</b>	10,6	25,2	54,5	<b>4,1</b>	<b>5,7</b>	100,0
	2006	<b>90,8</b>	7,3	23,9	59,6	<b>7,3</b>	<b>1,8</b>	100,0
	2005	<b>88,9</b>	10,5	24,2	54,2	<b>7,2</b>	<b>3,9</b>	100,0
	2004	<b>90,7</b>	8,6	27,1	55,0	<b>6,4</b>	<b>2,9</b>	100,0
	2003	<b>92,1</b>	13,7	31,9	46,4	<b>8,0</b>	<b>0,0</b>	100,0
	2002	<b>90,4</b>	9,6	25,6	55,2	<b>8,8</b>	<b>0,8</b>	100,0
	2001	<b>91,8</b>	18	27,9	45,9	<b>4,9</b>	<b>3,3</b>	100,0
	2000	<b>93,6</b>	7,9	24,6	61,1	<b>5,6</b>	<b>0,8</b>	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	2009	<b>88,9</b>	9,4	16,7	62,8	<b>8,3</b>	<b>2,8</b>	<b>100,0</b>
	2008	<b>84,7</b>	10,2	16,5	58,0	<b>13,1</b>	<b>2,3</b>	100,0
	2007	<b>86,0</b>	9,9	21,4	54,7	<b>10,9</b>	<b>3,1</b>	100,0
	2006	<b>79,8</b>	6,7	15,2	57,9	<b>18,5</b>	<b>1,7</b>	100,0
	2005	<b>78,3</b>	9,1	13,6	55,6	<b>15,7</b>	<b>6,1</b>	100,0
	2004	<b>87,1</b>	9,2	20,2	57,7	<b>10,4</b>	<b>2,5</b>	100,0
	2003	<b>82,6</b>	9,4	30,2	43,0	<b>17,4</b>	<b>0,0</b>	100,0
	2002	<b>83,9</b>	14,5	18,5	50,9	<b>12,1</b>	<b>4,0</b>	100,0
	2001	<b>84,3</b>	23,3	21,5	39,5	<b>9,9</b>	<b>5,8</b>	100,0
	2000	<b>83,7</b>	15,1	25,6	43,0	<b>15,1</b>	<b>1,2</b>	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	2009	<b>70,0</b>	5,6	15,3	49,1	<b>29,6</b>	<b>0,3</b>	<b>100,0</b>
	2008	<b>67,6</b>	6,8	12,8	48,0	<b>29,7</b>	<b>2,7</b>	100,0
	2007	<b>73,5</b>	6,4	17,7	49,4	<b>24,5</b>	<b>1,9</b>	100,0
	2006	<b>67,6</b>	4,6	18,8	44,2	<b>30,4</b>	<b>2,0</b>	100,0
	2005	<b>73,0</b>	5,0	14,4	53,6	<b>21,2</b>	<b>5,8</b>	100,0
	2004	<b>80,8</b>	4,7	28,1	48,0	<b>18,4</b>	<b>0,8</b>	100,0
	2003	<b>82,2</b>	14,1	29,4	38,7	<b>16,9</b>	<b>0,8</b>	100,0
	2002	<b>69,1</b>	11,5	20,6	37,0	<b>23,9</b>	<b>7,0</b>	100,0
	2001	<b>74,5</b>	19,8	21,8	32,9	<b>19,8</b>	<b>5,7</b>	100,0
	2000	<b>77,7</b>	9,5	21,9	46,3	<b>19,4</b>	<b>2,9</b>	100,0

### 2.3. Dimensión y recursos de la librería

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

- Ventas (totales y de libros).
- Superficie (total y ocupada por libros).
- Trabajadores (fijos y eventuales).
- Meses trabajados (computo anual por el total de empleados).
- Horas de apertura semanal.
- Días de apertura semanal.

#### *Ventas*

Durante el año 2009, a nivel general, aumentan las ventas totales y aumentan las ventas de libros, alcanzando los mejores resultados desde el año 2003. Asimismo, en relación a años precedentes también se incrementa el porcentaje de ventas de libros, respecto al total de ventas, situándose en el 83,7%.

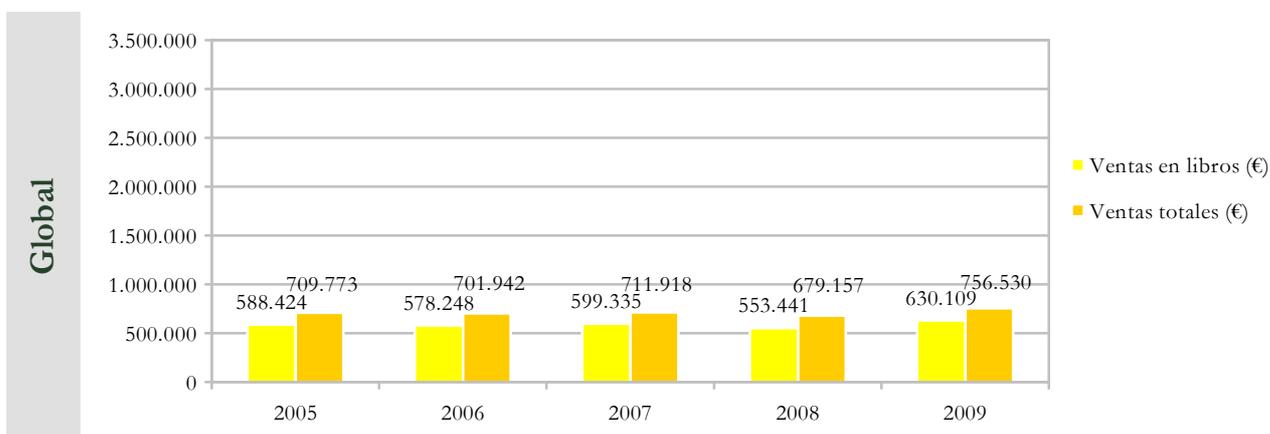
Este aumento, a nivel general, en ventas totales y en ventas de libros, viene determinado por el aumento de ventas de las librerías muy grandes. Estas librerías habían experimentado un descenso en los años 2007 y 2008 que durante el 2009 ha tenido una recuperación notable.

En las librerías grandes después de tres años (2006, 2007 y 2008) de un mantenimiento tanto en la cifra de ventas totales, como de ventas de libros, en el 2009 se registra un descenso moderado, que es más patente en las ventas de libros.

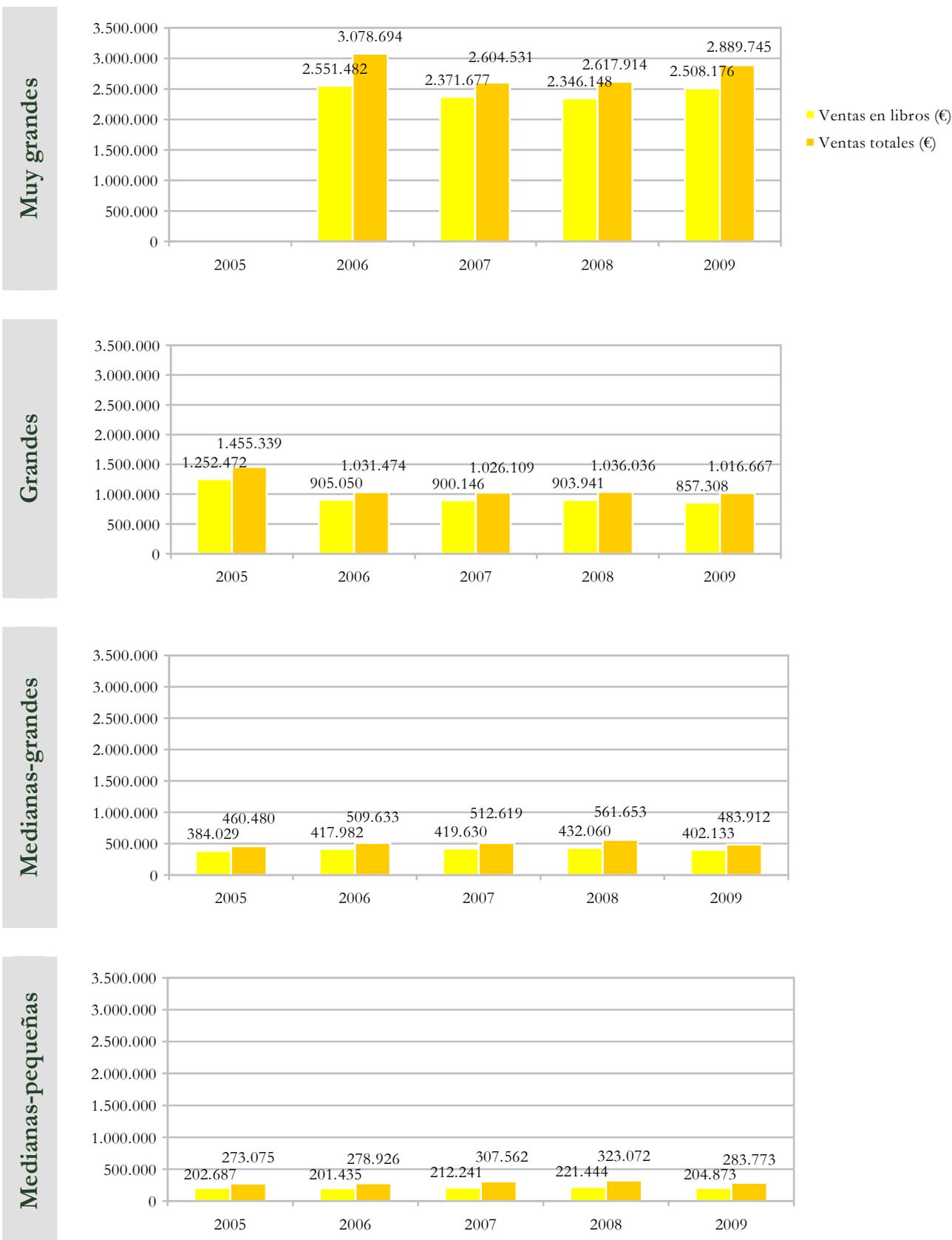
En las librerías medianas-grandes que en el 2008 obtenían la mejor cifra media de ventas de libros desde el año 2002, este año experimentan un descenso que es más evidente en las ventas totales.

En las librerías medianas-pequeñas, que también en el 2008 registraban la mejor cifra media de ventas de libros desde el 2002, experimentan, durante el 2009, un descenso moderado que como pasa con las librerías medianas-grandes es más evidente en las ventas totales.

Ante la situación económica adversa, explicitada en el último cuatrimestre del 2008, las librerías en su conjunto, durante el año 2009, han aumentado la cifra media de ventas totales y de libros. No obstante, este aumento ha venido condicionado por el aumento de ventas de las librerías muy grandes, ya que los otros tres grupos –con la diferente intensidad comentada- han visto decrecer sus ventas.



2.3. Dimensión y recursos de la librería



2.3. Dimensión y recursos de la librería

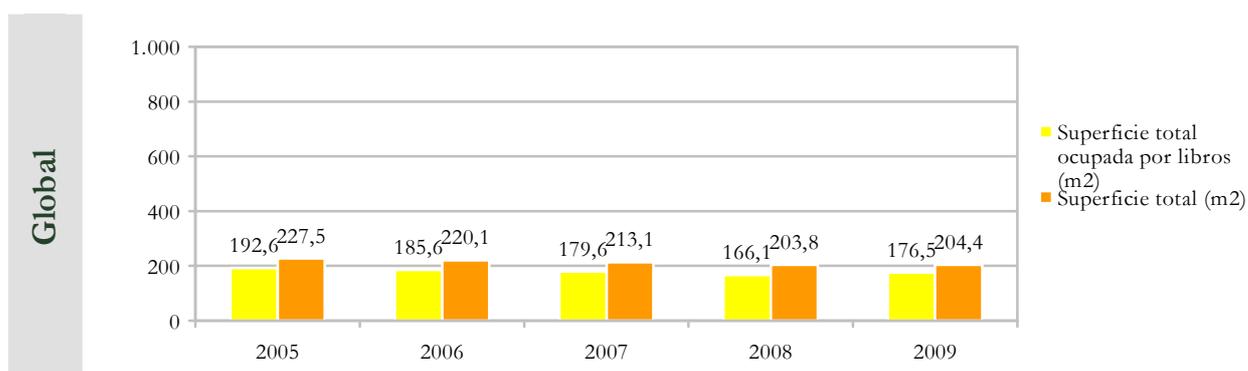
		Ventas medias		% del libro sobre las ventas totales
		Totales netas (€)	En libros netas (€)	
Global	2009	<b>756.530,47</b>	<b>630.108,90</b>	<b>83,7</b>
	2008	679.156,94	553.441,01	82,4
	2007	711.918,39	599.334,93	82,2
	2006	701.942,12	578.248,27	83,1
	2005	709.773,09	588.423,93	83,4
	2004	650.030,19	537.051,09	84,6
	2003	763.053,66	634.456,84	84,9
	2002	883.065,68	762.868,33	84,8
	2001	n.d.	n.d.	n.d.
	2000	n.d.	n.d.	n.d.
Muy grandes	2009	<b>2.889.745,34</b>	<b>2.508.176,10</b>	<b>89,6</b>
	2008	2.617.914,38	2.346.148,07	91,4
	2007	2.604.531,32	2.371.676,65	90,0
	2006	3.078.693,68	2.551.481,60	87,8
Grandes	2009	<b>1.016.667,10</b>	<b>857.307,92</b>	<b>88,4</b>
	2008	1.036.035,94	903.940,97	89,9
	2007	1.026.108,80	900.145,98	89,1
	2006	1.031.473,52	905.050,00	89,2
	2005	1.455.339,35	1.252.471,99	88,4
	2004	1.513.484,01	1.302.115,29	88,8
	2003	1.699.821,07	1.483.943,80	87,3
	2002	1.716.517,30	1.519.295,90	91,1
	2001	1.508.705,60	1.282.123,70	88,0
	2000	1.650.363,60	1.422.699,00	88,9
Medianas-grandes	2009	<b>483.911,90</b>	<b>402.133,02</b>	<b>86,4</b>
	2008	561.653,22	432.060,02	85,4
	2007	512.618,89	419.630,12	86,9
	2006	509.632,81	417.981,65	85,3
	2005	460.480,43	384.028,64	86,4
	2004	515.560,99	411.708,38	85,7
	2003	476.579,50	391.361,80	87,2
	2002	502.669,90	395.366,40	87,3
	2001	520.977,20	432.993,40	86,9
	2000	515.052,90	412.379,10	85,6
Medianas-pequeñas	2009	<b>283.772,64</b>	<b>204.872,62</b>	<b>78,9</b>
	2008	323.072,03	221.444,15	76,5
	2007	307.562,42	212.241,15	74,2
	2006	278.926,23	201.435,37	79,0
	2005	273.075,42	202.686,50	78,3
	2004	287.566,64	203.233,85	81,5
	2003	277.185,20	200.534,40	82,2
	2002	258.190,60	216.889,30	88,8
	2001	330.879,50	228.168,00	80,8
	2000	287.168,90	211.403,00	83,8

## 2.3. Dimensión y recursos de la librería

*Superficie*

El análisis de la superficie de la librería proporciona un indicador del tamaño del establecimiento, y constituye un factor clave de desarrollo del negocio. Concretamente, la superficie de la librería limita las posibilidades de exposición y almacenaje de libros, al tiempo que se constata una tendencia de crecimiento progresivo del número de títulos vivos en catálogo ofrecidos por las editoriales en el mercado. Lógicamente, este problema se manifiesta de forma más acusada en las librerías generales que en las especializadas (dado que éstas últimas pueden tener una menor cantidad de títulos potenciales a ofrecer, como consecuencia del ámbito más limitado de materias que cubren).

En general, se observa un crecimiento de la superficie destinada al libro, en relación al año 2008, que indica una recuperación de ésta, después del paulatino decremento experimentado en los últimos años. Crecimiento que tiene el valor añadido de darse en el marco del estancamiento de la superficie total (respecto al 2008, aumenta 0,6 m<sup>2</sup>), situando la superficie dedicada a libros en el 84,8% del total que es uno de los porcentajes más altos registrados. Este crecimiento viene determinado por el aumento de la superficie dedicada a libros de las librerías grandes ya que las medianas-pequeñas se mantienen, las medianas-grandes descienden ligeramente y las muy grandes experimentan un descenso más notable. No obstante, estos descensos son mayores en la superficie total que en la superficie dedicada al libro, lo que conlleva en todos los casos una mejora de la posición relativa de la superficie dedicada al libro.



2.3. Dimensión y recursos de la librería



2.3. Dimensión y recursos de la librería

		Superficie total media (m <sup>2</sup> )	Superficie total ocupada por libros media (m <sup>2</sup> )	% de la superficie total ocupada por libros
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>204,4</b>	<b>176,5</b>	<b>84,8</b>
	2008	203,8	166,1	80,9
	2007	213,1	179,6	82,5
	2006	220,1	185,6	83,5
	2005	227,5	192,6	84,1
	2004	219,9	182,9	85,0
	2003	263,1	212,5	84,7
	2002	228,1	194,9	84,1
	2001	251,3	210,8	83,4
	2000	222,1	179,5	81,7
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>574,2</b>	<b>524,2</b>	<b>90,3</b>
	2008	672,4	606,8	89,8
	2007	680,4	609,3	89,6
	2006	835,7	769,1	93,3
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>277,4</b>	<b>249,4</b>	<b>90,0</b>
	2008	271,5	241,3	88,9
	2007	298,4	267,5	90,0
	2006	304,4	273,2	91,1
	2005	398,7	352,6	88,8
	2004	394,0	339,6	88,5
	2003	545,0	442,7	87,3
	2002	449,8	403,3	87,3
	2001	513,5	446,3	85,0
	2000	430,4	354,2	84,1
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>167,5</b>	<b>140,5</b>	<b>85,3</b>
	2008	187,9	148,8	83,6
	2007	172,8	147,8	86,3
	2006	199,0	166,8	85,5
	2005	223,6	191,2	87,1
	2004	211,5	176,2	86,6
	2003	188,3	153,9	85,5
	2002	187,5	155,2	85,0
	2001	201,2	168,9	85,1
	2000	202,5	165,6	82,9
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>127,3</b>	<b>102,6</b>	<b>80,9</b>
	2008	140,7	103,5	75,1
	2007	123,7	89,2	74,9
	2006	130,2	96,7	78,2
	2005	131,8	101,5	79,3
	2004	128,0	99,6	82,0
	2003	150,4	119,0	82,7
	2002	140,8	114,1	81,8
	2001	152,8	119,9	81,3
	2000	125,6	96,6	79,5

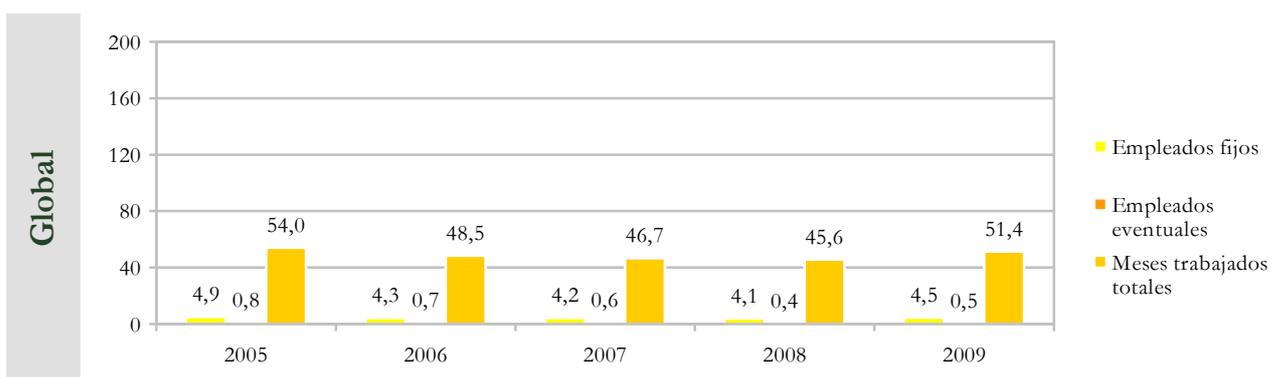
2.3. Dimensión y recursos de la librería

*Recursos humanos*

El año 2009, se registra una cierta interrupción de la tendencia expresada en los últimos años –anunciada en el 2008-, mediante la cual se reducía la cantidad de factor trabajo que se utiliza en las librerías (número de empleados y meses trabajados), así globalmente se registra un aumento del número de trabajadores fijos, del número de trabajadores eventuales y del número de meses trabajados. Los datos obtenidos, el año 2009, son los siguientes (entre paréntesis las cifras del 2008):

- Librerías muy grandes: 14,0 empleados fijos (14,1), 2,2 eventuales (1,0) y un total de 161,5 meses trabajados (156,8).
- Librerías grandes: 6,4 empleados fijos (6,0), 0,7 eventuales (0,5) y un total de 71,7 meses trabajados (66,7).
- Librerías medianas-grandes: 3,4 empleados fijos (3,5), 0,5 eventuales (0,4) y un total de 39,9 meses trabajados (39,0).
- Librerías medianas-pequeñas: 2,7 empleados fijos (2,7), 0,2 eventuales (0,2) y un total de 31,1 meses trabajados (30,4).

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 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 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 de la librería



2.3. Dimensión y recursos de la librería

		Número medio de empleados		Media de meses trabajados
		Fijos	Eventuales	
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>4,5</b>	<b>0,5</b>	<b>51,4</b>
	2008	4,1	0,4	45,6
	2007	4,2	0,6	46,7
	2006	4,3	0,7	48,5
	2005	4,9	0,8	54,0
	2004	4,8	0,6	53,0
	2003	5,1	0,9	58,4
	2002	4,9	0,5	55,7
	2001	5,1	0,7	57,4
	2000	4,9	0,9	57,2
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>14,0</b>	<b>2,2</b>	<b>161,5</b>
	2008	14,1	1,0	156,8
	2007	13,6	2,4	161,3
	2006	16,1	3,2	189,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>6,4</b>	<b>0,7</b>	<b>71,7</b>
	2008	6,0	0,5	66,7
	2007	6,0	0,7	64,9
	2006	6,5	0,9	73,3
	2005	9,6	1,3	104,6
	2004	9,2	1,3	103,2
	2003	10,7	1,9	121,3
	2002	10,5	1,0	121,0
	2001	10,7	1,5	122,2
	2000	9,9	1,7	115,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>3,4</b>	<b>0,5</b>	<b>39,9</b>
	2008	3,5	0,4	39,0
	2007	3,4	0,4	38,2
	2006	3,8	0,7	41,0
	2005	4,3	0,8	49,8
	2004	4,3	0,5	47,1
	2003	3,8	0,8	43,3
	2002	4,0	0,4	45,0
	2001	4,6	0,6	51,2
	2000	4,4	0,8	51,1
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>2,7</b>	<b>0,2</b>	<b>31,1</b>
	2008	2,7	0,2	30,4
	2007	2,4	0,4	26,1
	2006	2,6	0,3	28,8
	2005	2,7	0,5	30,4
	2004	2,7	0,3	29,4
	2003	2,9	0,5	33,3
	2002	2,6	0,2	29,4
	2001	2,5	0,3	29,3
	2000	2,7	0,5	31,7

2.3. Dimensión y recursos de la librería

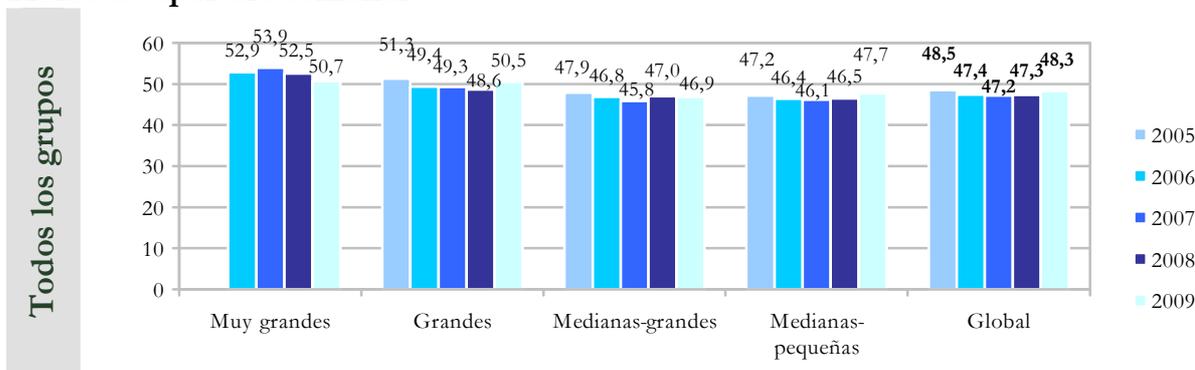
*Tiempo de apertura semanal*

A nivel general, a los incrementos de personal y de meses trabajados, se les suman el aumento de horas de apertura semanales que se sitúa en 48,3h (47,3h en el 2008), mientras los días de apertura a la semana permanecen estables en 6,1.

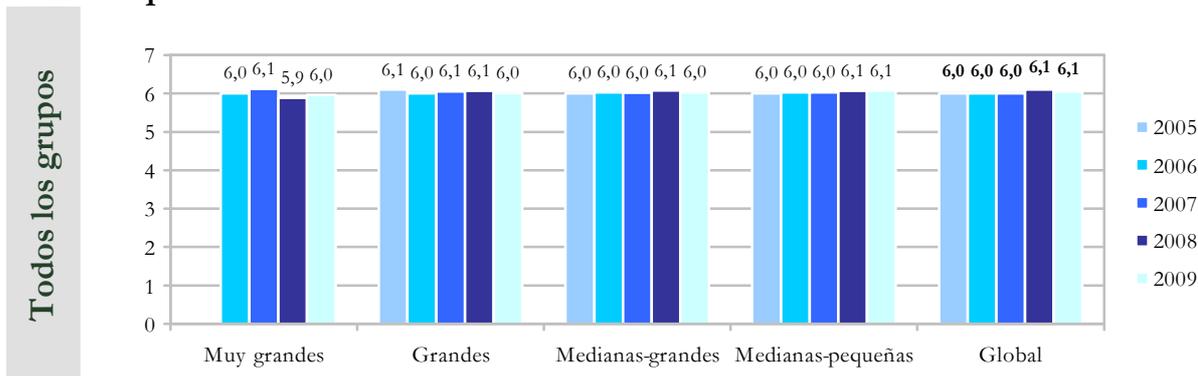
El comportamiento de las horas de apertura semanales es diferente según el grupo de librerías. Así, mientras las grandes y las medianas-pequeñas aumentan el número de horas de apertura, las medianas-grandes lo mantienen y las muy grandes lo reducen.

El mantenimiento de los días de apertura semanal, a nivel general, es fruto también de comportamientos diferenciados. Aumentando en las muy grandes, manteniéndose en las medianas-pequeñas y disminuyendo en las grandes y medianas-grandes. En todos los grupos las oscilaciones son mínimas.

**Horas de apertura semanal.**



**Días de apertura semanal.**



2.3. Dimensión y recursos de la librería

		Total horas de apertura semanales (media)	Total días de apertura semanal (media)
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>48,3</b>	<b>6,1</b>
	2008	47,3	6,1
	2007	47,2	6,0
	2006	47,4	6,0
	2005	48,5	6,0
	2004	47,7	6,0
	2003	48,1	6,0
	2002	46,9	6,0
	2001	47,4	6,0
	2000	47,3	6,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>50,7</b>	<b>6,0</b>
	2008	52,5	5,9
	2007	53,9	6,1
	2006	52,9	6,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>50,5</b>	<b>6,0</b>
	2008	48,6	6,1
	2007	49,3	6,1
	2006	49,4	6,0
	2005	51,3	6,1
	2004	49,8	6,0
	2003	52,8	6,0
	2002	51,1	6,0
	2001	51,9	6,0
	2000	50,4	6,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>46,9</b>	<b>6,0</b>
	2008	47,0	6,1
	2007	45,8	6,0
	2006	46,8	6,0
	2005	47,9	6,0
	2004	47,3	6,1
	2003	47,3	6,1
	2002	46,4	6,0
	2001	47,9	6,0
	2000	46,2	6,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>47,7</b>	<b>6,1</b>
	2008	46,5	6,1
	2007	46,1	6,0
	2006	46,4	6,0
	2005	47,2	6,0
	2004	46,8	6,0
	2003	45,9	6,0
	2002	45,1	6,0
	2001	44,8	5,9
	2000	46,5	6,0

## 2.4. Productividad en la librería

Las ratios referentes a la productividad de la librería que se exponen son:

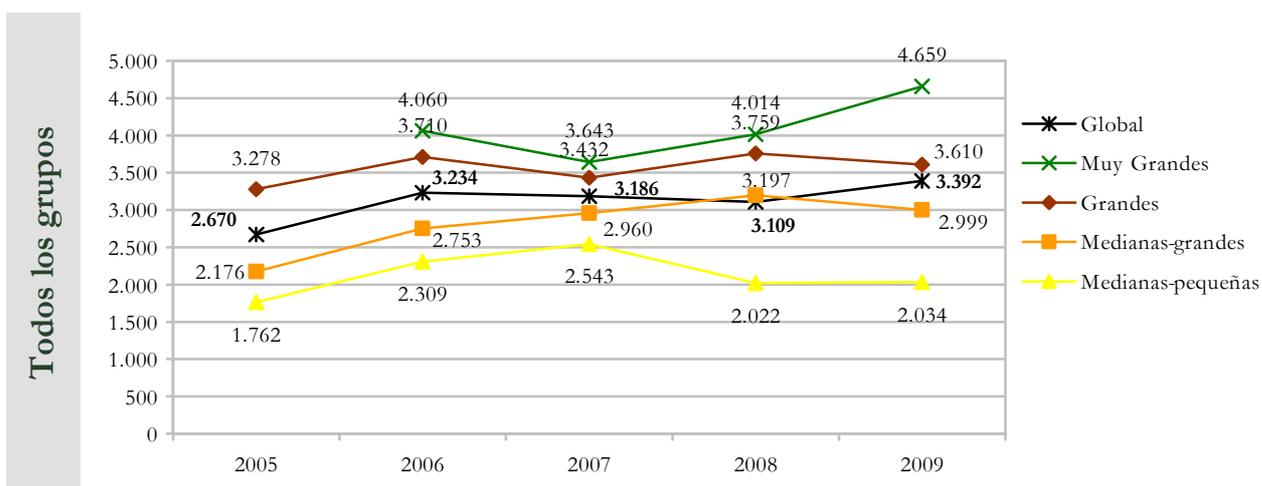
- **Ventas totales / superficie total:** indicador del grado de aprovechamiento de la superficie de la librería, en relación con sus ventas totales.
- **Ventas en libros / superficie total ocupada por libros:** indicador del grado de aprovechamiento de la superficie total de la librería ocupada por libros, en relación con sus ventas totales en libros.
- **Ventas totales / meses trabajados:** indicador del volumen de ventas totales, en relación al total de meses trabajados.
- **Meses trabajados / superficie total:** indicador del grado de dotación de recursos humanos, respecto al espacio total del establecimiento.

El conjunto de las librerías experimenta, durante el año 2009, una mejora en las cuatro ratios expuestas, en algunos casos con los mejores resultados registrados en los últimos años. Las ventas totales por superficie total se sitúan en 3.392€/m<sup>2</sup> (en el 2008, 3.109€/m<sup>2</sup>), las ventas de libros por superficie ocupada por libros se sitúan en 3.313€/m<sup>2</sup> (en el 2008, 3.129€/m<sup>2</sup>), las ventas medias totales por meses trabajados son de 13.450€/mes (en el 2008, 13.269€/mes) y los meses trabajados por superficie son de 0,26 meses/m<sup>2</sup> (en el 2008, 0,23 meses/m<sup>2</sup>).

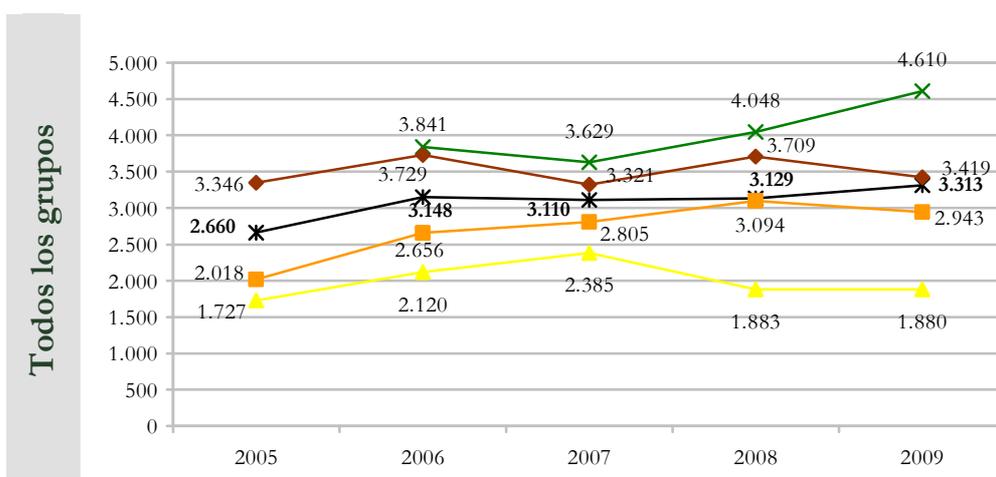
Con alguna excepción la gradación de la librería en función de sus ventas marca el comportamiento de los grupos ante estas ratios, destacando el comportamiento diferenciado de las muy grandes sobre todo en cuanto a ventas totales por superficie total y a ventas de libros por superficie ocupada por libros.

2.4. Productividad en la librería

Ratio de ventas totales y superficie total (euros/m<sup>2</sup>).  
Años 2005-2009. Por tamaño.

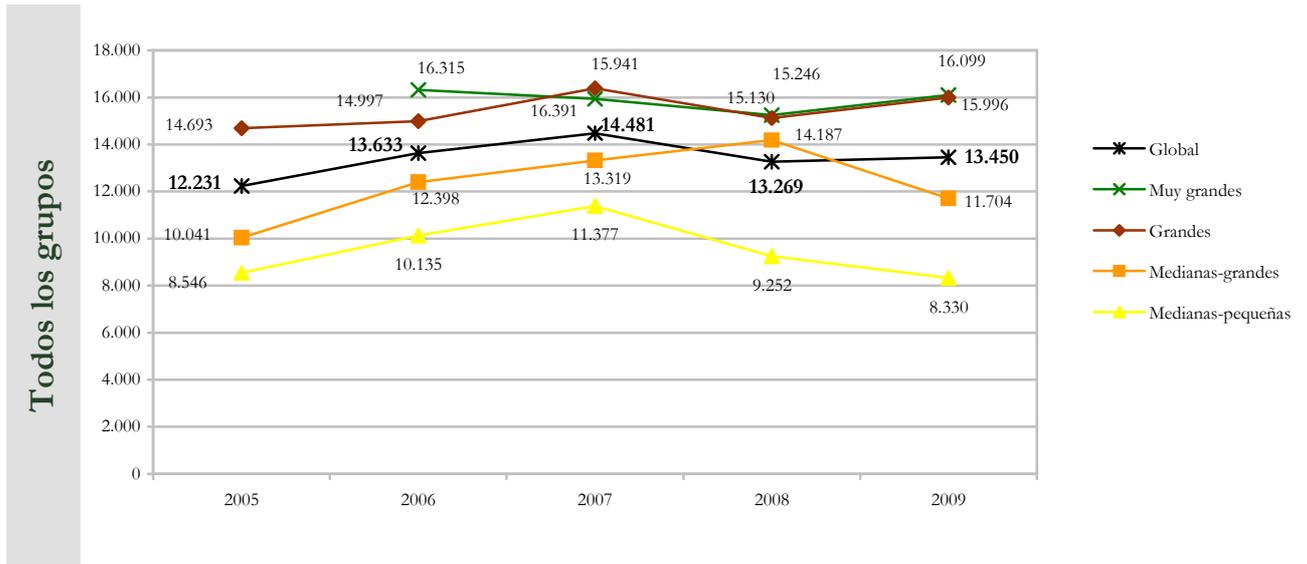


Ratio de ventas en libros y superficie total ocupada por libros (euros/m<sup>2</sup>).  
Años 2005-2009. Por tamaño.

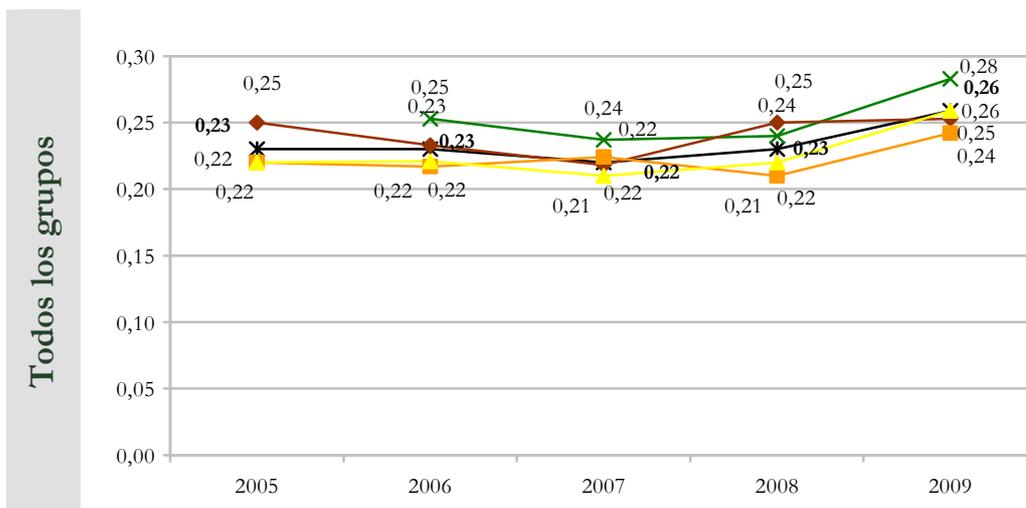


2.4. Productividad en la librería

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



Ratio de meses totales trabajados y superficie total (meses/m<sup>2</sup>). Años 2005-2009. Por tamaño.



2.4. Productividad en la librería

		Ventas totales / superficie total (Eur. / m <sup>2</sup> )	Ventas en libros / superficie total libro (Eur. / m <sup>2</sup> )	Ventas totales / meses trabajados (Eur. / meses)	Meses trabajados / superficie total (meses / m <sup>2</sup> )
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>3.391,6</b>	<b>3.312,8</b>	<b>13.449,8</b>	<b>0,26</b>
	2008	3.109,0	3.129,3	13.269,3	0,23
	2007	3.186,0	3.109,7	14.481,2	0,22
	2006	3.234,1	3.148,2	13.632,5	0,23
	2005	2.670,4	2.660,3	12.231,2	0,23
	2004	3.099,0	3.115,5	12.697,3	0,24
	2003	2.703,1	2.810,9	12.148,1	0,22
	2002	3.223,1	3.162,6	13.504,7	0,24
	2001	n.d.	n.d.	n.d.	0,23
	2000	n.d.	n.d.	n.d.	0,26
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>4.659,0</b>	<b>4.610,2</b>	<b>16.098,9</b>	<b>0,28</b>
	2008	4.013,7	4.047,9	15.246,1	0,24
	2007	3.642,5	3.628,5	15.940,9	0,24
	2006	4.060,4	3.840,6	16.315,3	0,25
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>3.610,2</b>	<b>3.419,2</b>	<b>15.995,9</b>	<b>0,25</b>
	2008	3.758,9	3.709,0	15.129,7	0,25
	2007	3.431,5	3.321,2	16.390,8	0,22
	2006	3.709,5	3.728,8	14.997,4	0,23
	2005	3.278,1	3.346,4	14.693,4	0,25
	2004	4.135,2	4.238,8	15.592,9	0,26
	2003	3.089,1	3.382,3	13.365,4	0,24
	2002	3.686,9	3.658,5	14.700,3	0,27
	2001	3.078,8	3.089,1	12.694,8	0,26
	2000	3.511,1	3.672,1	13.365,0	0,27
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>2.999,3</b>	<b>2.943,4</b>	<b>11.704,2</b>	<b>0,24</b>
	2008	3.197,2	3.094,3	14.186,7	0,21
	2007	2.959,7	2.804,5	13.319,2	0,22
	2006	2.752,7	2.655,9	12.398,4	0,22
	2005	2.175,5	2.018,3	10.041,0	0,22
	2004	2.422,9	2.386,2	10.931,4	0,22
	2003	2.474,3	2.728,3	11.193,3	0,23
	2002	2.899,3	2.734,4	12.503,7	0,24
	2001	2.879,9	2.883,4	10.786,9	0,25
	2000	2.483,8	2.541,4	10.130,0	0,25
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>2.034,4</b>	<b>1.880,2</b>	<b>8.330,0</b>	<b>0,26</b>
	2008	2.022,0	1.882,8	9.251,8	0,22
	2007	2.543,4	2.384,7	11.376,9	0,21
	2006	2.309,1	2.120,4	10.135,0	0,22
	2005	1.761,7	1.726,7	8.545,6	0,22
	2004	2.242,2	2.062,4	9.675,5	0,23
	2003	1.871,1	1.807,3	8.171,0	0,21
	2002	1.810,1	1.722,4	9.043,4	0,21
	2001	2.297,1	2.086,6	10.862,7	0,18
	2000	2.405,0	2.244,1	9.730,0	0,26

2.5. El libro y la librería

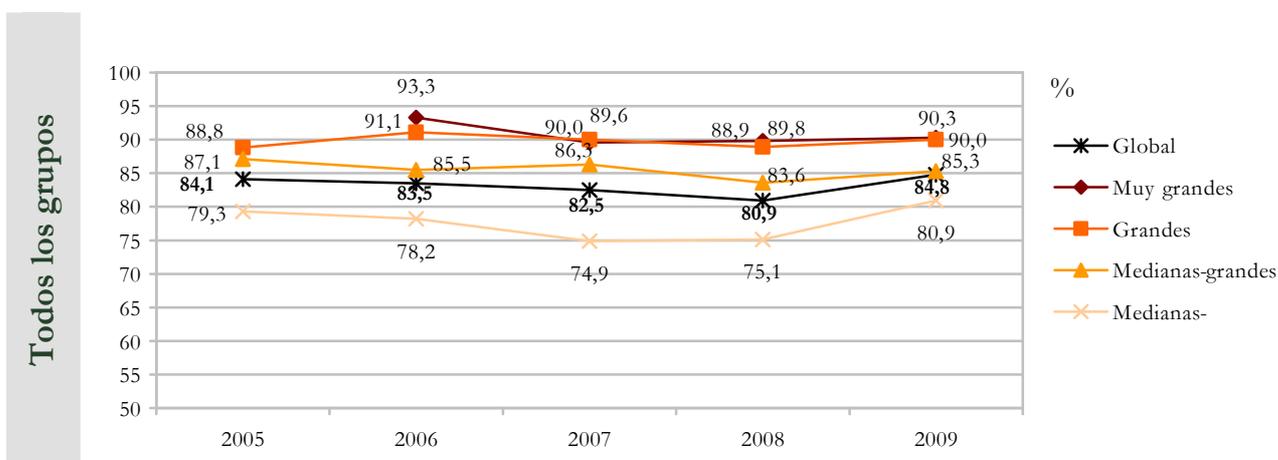
La relación libro-librería se estudia mediante las siguientes ratios:

- Superficie ocupada por libros.
- Composición de las ventas, según tipo de producto.
- Composición de las ventas de libros, según la lengua de publicación.
- Composición de las ventas de libros, según el tipo de libro.
- Composición de las ventas de libros, según el canal de compra.
- Realización de otras actividades relacionadas con el libro.
- Realización de otras actividades relacionadas con la lectura.

*Superficie ocupada por libros*

Globalmente y respecto al 2008, la superficie ocupada por libros en relación a la superficie total aumenta, situándose en el 84,8%. Este aumento se produce en cada uno de los cuatro grupos de librerías. Cuanto mayor es la librería, mayor es la superficie que ésta destina a los libros, así en las muy grandes representa el 90,3%, en las grandes el 90,0%, en las medianas-grandes el 85,3% y en las medianas-pequeñas el 80,9%.

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



2.5. El libro y la librería

		Superficie media (m <sup>2</sup> )				% de superficie ocupada por libros		
		Acceso al público	Almacén	Otras	Total	Acceso al público	Almacén	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>151,0</b>	<b>45,3</b>	<b>8,1</b>	<b>204,4</b>	<b>85,9</b>	<b>66,2</b>	<b>84,8</b>
	2008	143,3	50,7	9,9	203,8	81,5	69,2	80,9
	2007	159,9	44,8	8,4	213,1	85,0	68,1	82,5
	2006	150,6	55,7	13,7	220,1	85,2	69,9	83,5
	2005	161,3	53,1	13,2	227,5	85,1	69,7	84,1
	2004	158,4	47,8	13,8	219,9	85,9	68,1	85,0
	2003	174,1	64,2	24,7	263,1	87,0	64,6	84,7
	2002	155,7	56,2	16,2	228,1	85,8	66,4	84,1
	2001	176,6	58,0	16,7	251,3	86,6	64,2	83,4
	2000	158,7	63,5	n.d.	222,1	84,5	n.d.	81,7
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>466,1</b>	<b>86,7</b>	<b>21,5</b>	<b>574,2</b>	<b>88,4</b>	<b>72,0</b>	<b>90,3</b>
	2008	505,6	127,6	39,2	672,4	91,0	80,8	89,8
	2007	529,1	127,1	24,1	680,4	88,7	82,3	89,6
	2006	573,9	208,7	53,1	835,7	93,8	79,6	93,3
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>202,2</b>	<b>63,1</b>	<b>12,1</b>	<b>277,4</b>	<b>91,1</b>	<b>80,6</b>	<b>90,0</b>
	2008	205,5	55,9	10,1	271,5	89,8	86,4	88,9
	2007	231,3	54,4	12,7	298,4	97,4	75,5	90,0
	2006	228,1	54,5	21,8	304,4	91,2	86,3	91,1
	2005	284,6	85,3	28,8	398,7	89,0	80,8	88,8
	2004	288,9	76,9	28,2	394,0	88,8	77,3	88,5
	2003	365,3	121,4	58,3	545,0	87,0	72,8	87,3
	2002	315,3	102,5	31,9	449,8	89,8	72,2	87,3
	2001	378,3	103,0	32,2	513,5	89,0	64,4	85,0
	2000	307,1	123,3	n.d.	430,4	85,8	n.d.	84,1
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>120,0</b>	<b>39,3</b>	<b>8,3</b>	<b>167,5</b>	<b>86,8</b>	<b>69,9</b>	<b>85,3</b>
	2008	123,4	51,3	13,1	187,9	85,0	74,9	83,6
	2007	130,6	35,1	7,2	172,8	86,6	71,6	86,3
	2006	130,0	57,8	11,2	199,0	87,0	74,7	85,5
	2005	158,3	54,5	10,8	223,6	86,9	74,2	87,1
	2004	154,4	45,1	12,0	211,5	87,4	67,7	86,6
	2003	124,0	51,7	12,7	188,3	89,2	67,1	85,5
	2002	125,5	49,6	12,4	187,5	85,8	67,4	85,0
	2001	144,1	43,4	13,7	201,2	87,0	66,9	85,1
	2000	147,2	55,3	n.d.	202,5	85,2	n.d.	82,9
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>90,7</b>	<b>33,0</b>	<b>3,6</b>	<b>127,3</b>	<b>82,1</b>	<b>55,3</b>	<b>80,9</b>
	2008	95,0	40,7	5,0	140,7	75,2	57,6	75,1
	2007	85,7	33,6	4,5	123,7	77,4	59,7	74,9
	2006	85,1	37,3	7,7	130,2	80,7	59,3	78,2
	2005	92,4	33,6	5,8	131,8	81,5	60,0	79,3
	2004	87,8	33,2	7,0	128,0	83,3	63,2	82,0
	2003	97,5	39,7	13,3	150,4	85,7	58,5	82,7
	2002	93,7	36,5	10,7	140,8	83,7	62,5	81,8
	2001	96,5	45,5	10,8	152,8	85,1	62,1	81,3
	2000	88,0	37,6	n.d.	125,6	83,4	n.d.	79,5

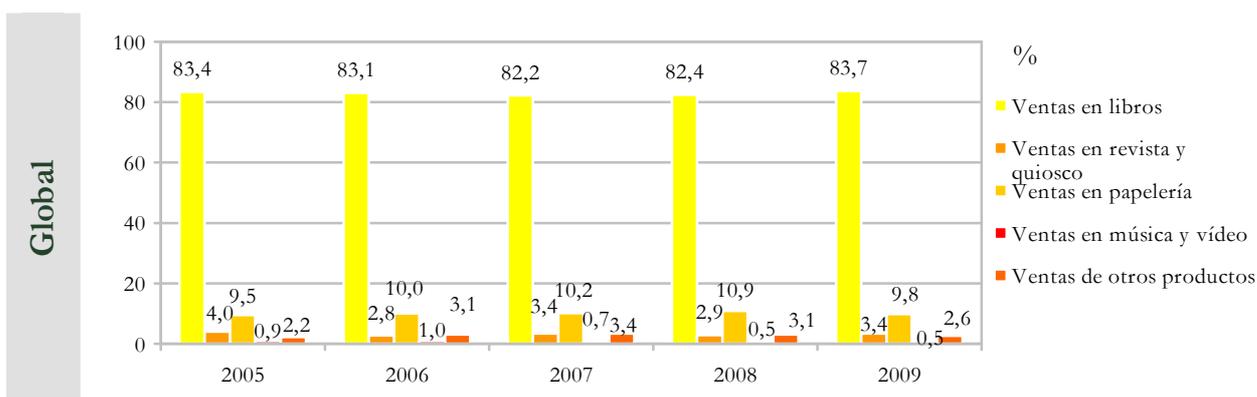
2.5. El libro y la librería

*Composición de las ventas, según tipo de producto*

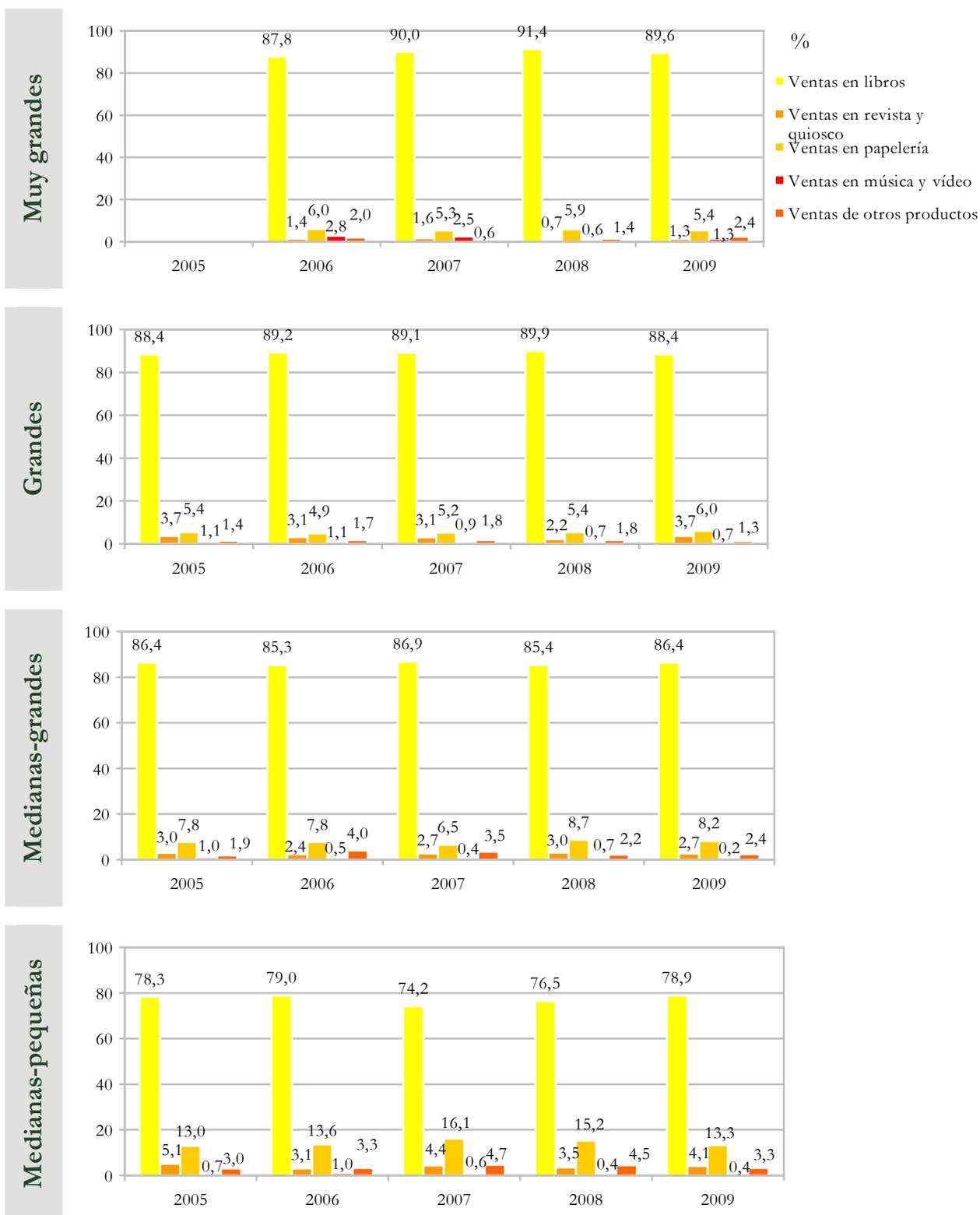
El peso del libro, respecto del conjunto del negocio de la librería en España, durante 2009, se sitúa en el 83,7%, obteniendo el porcentaje más alto de los últimos años, en términos de ventas.

La posición del libro, respecto al conjunto de las ventas es más relevante, cuanto mayor es el tamaño de la librería, alcanzando el 89,6% en las librerías muy grandes, el 88,4% en las grandes, el 86,4% en las medianas-grandes y el 78,9% en las medianas-pequeñas.

En relación al año 2008 y realizando el análisis según los grupos de librerías, se observa una mejora de la posición del libro, respecto al resto de ventas, en las librerías medianas (grandes y pequeñas), mientras que en las librerías muy grandes y grandes pierde presencia.



2.5. El libro y la librería



2.5. El libro y la librería

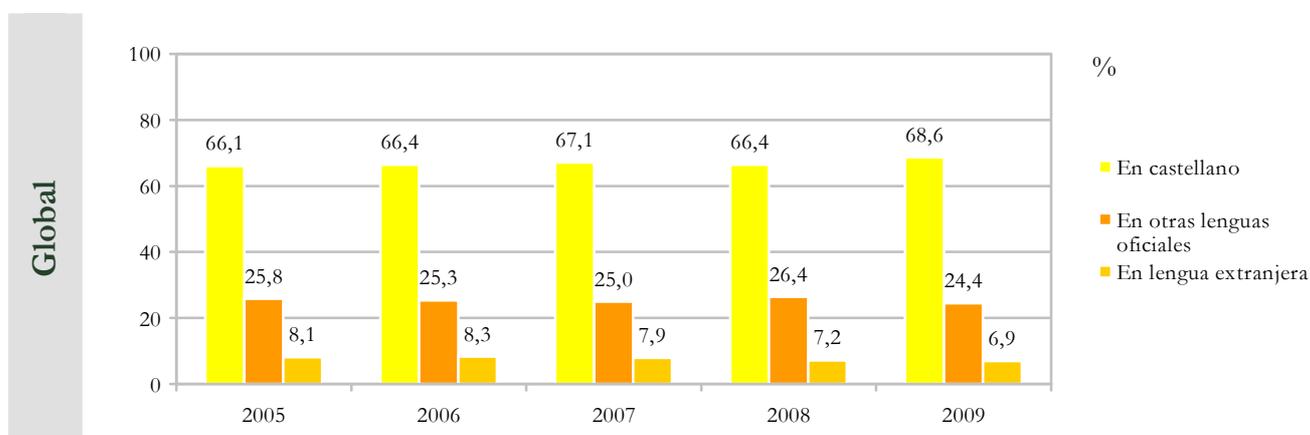
	%	Ventas en					Total
		Libros	Revistas y quiosco	Papelería	Música y vídeo	Otros artículos	
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>83,7</b>	<b>3,4</b>	<b>9,8</b>	<b>0,5</b>	<b>2,6</b>	<b>100,0</b>
	2008	82,4	2,9	10,9	0,5	3,1	100,0
	2007	82,2	3,4	10,2	0,7	3,4	100,0
	2006	83,1	2,8	10,0	1,0	3,1	100,0
	2005	83,4	4,0	9,5	0,9	2,2	100,0
	2004	84,6	3,4	8,8	0,9	2,3	100,0
	2003	84,9	3,5	8,1	1,1	2,5	100,0
	2002	84,8	3,0	8,6	1,2	2,3	100,0
	2001	84,2	3,3	7,8	1,1	3,6	100,0
	2000	85,1	3,1	8,1	1,3	2,4	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>89,6</b>	<b>1,3</b>	<b>5,4</b>	<b>1,3</b>	<b>2,4</b>	<b>100,0</b>
	2008	91,4	0,7	5,9	0,6	1,4	100,0
	2007	90,0	1,6	5,3	2,5	0,6	100,0
	2006	87,8	1,4	6,0	2,8	2,0	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>88,4</b>	<b>3,7</b>	<b>6,0</b>	<b>0,7</b>	<b>1,2</b>	<b>100,0</b>
	2008	89,9	2,2	5,4	0,7	1,8	100,0
	2007	89,1	3,1	5,2	0,9	1,8	100,0
	2006	89,2	3,1	4,9	1,1	1,7	100,0
	2005	88,4	3,7	5,4	1,1	1,4	100,0
	2004	88,8	2,5	6,1	1,5	1,1	100,0
	2003	87,3	2,7	5,2	2,1	2,7	100,0
	2002	91,1	3,8	2,7	1,1	1,3	100,0
	2001	88,0	3,3	4,8	1,7	2,2	100,0
	2000	88,9	3,5	4,2	2,2	1,2	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>86,4</b>	<b>2,7</b>	<b>8,2</b>	<b>0,2</b>	<b>2,4</b>	<b>100,0</b>
	2008	85,4	3,0	8,7	0,7	2,2	100,0
	2007	86,9	2,7	6,5	0,4	3,5	100,0
	2006	85,3	2,4	7,8	0,5	4,0	100,0
	2005	86,4	3,0	7,8	1,0	1,8	100,0
	2004	85,7	2,8	8,9	0,8	1,9	100,0
	2003	87,2	3,3	7,1	0,5	1,9	100,0
	2002	87,3	2,8	7,9	0,6	1,4	100,0
	2001	86,9	4,3	5,7	0,5	2,6	100,0
	2000	85,6	2,7	8,1	0,7	2,9	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>78,9</b>	<b>4,1</b>	<b>13,3</b>	<b>0,4</b>	<b>3,3</b>	<b>100,0</b>
	2008	76,5	3,5	15,2	0,4	4,5	100,0
	2007	74,2	4,4	16,1	0,6	4,7	100,0
	2006	79,0	3,1	13,6	1,0	3,3	100,0
	2005	78,3	5,0	13,0	0,7	3,0	100,0
	2004	81,5	4,3	10,3	0,8	3,2	100,0
	2003	82,2	4,0	10,3	0,9	2,7	100,0
	2002	88,8	2,6	7,0	0,4	1,2	100,0
	2001	80,8	2,1	12,8	0,6	3,7	100,0
	2000	83,8	3,6	8,9	0,8	2,9	100,0

## 2.5. El libro y la librería

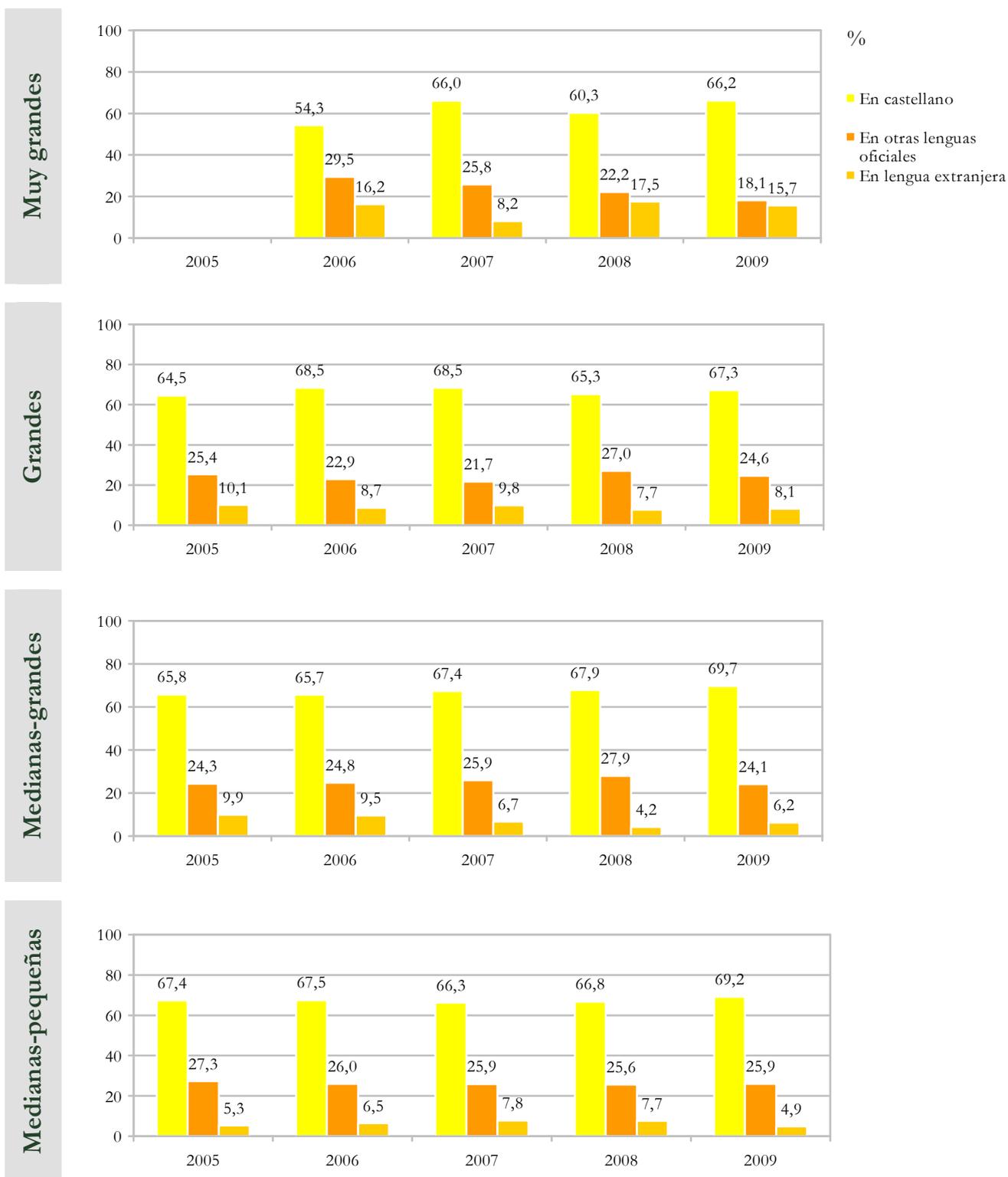
*Composición de las ventas en libros, según la lengua de publicación*

La información relativa a las ventas de libros según la lengua de publicación sólo hace referencia a aquellas comunidades autónomas con más de una lengua oficial: Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco. Consideradas estas comunidades conjuntamente, el peso de las ventas de libros en las respectivas lenguas co-oficiales, durante el año 2009, se ha situado en el 24,4%, reduciendo su presencia, respecto a años precedentes –relativamente-. También ha reducido su presencia las ventas de libros en lenguas extranjeras. Reducciones que vienen determinadas por el aumento hasta el 68,6% de las ventas de libros en lengua castellana.

Las librerías medianas-pequeñas son las que, proporcionalmente, realizan más ventas de libros en castellano (69,2%) y en otras lenguas oficiales (25,9%), seguidas por las librerías medianas-grandes y por las librerías grandes. Las librerías muy grandes – siempre proporcionalmente- son las que venden menos libros en lengua castellana (66,2%) y en las otras lenguas oficiales (18,1%). Estos porcentajes posiblemente estén determinados por la venta de libros en lengua extranjera que se da en mayor medida cuanto mayor es la librería.



2.5. El libro y la librería



2.5. El libro y la librería

	%	Castellano	Otras lenguas oficiales de España <sup>1</sup>	Lengua extranjera	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>68,6</b>	<b>24,4</b>	<b>6,9</b>	<b>100,0</b>
	2008	66,4	26,4	7,2	100,0
	2007	67,1	25,0	7,9	100,0
	2006	66,4	25,3	8,3	100,0
	2005	66,1	25,8	8,1	100,0
	2004	67,5	24,4	8,1	100,0
	2003	66,3	23,5	10,2	100,0
	2002	67,7	24,2	8,1	100,0
	2001	71,2	21,2	7,3	100,0
	2000	77,0	13,9	9,1	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>66,2</b>	<b>18,1</b>	<b>15,7</b>	<b>100,0</b>
	2008	60,3	22,2	17,5	100,0
	2007	66,0	25,8	8,1	100,0
	2006	54,3	29,5	16,2	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>67,3</b>	<b>24,6</b>	<b>8,1</b>	<b>100,0</b>
	2008	65,3	27,0	7,7	100,0
	2007	68,5	21,7	9,8	100,0
	2006	68,5	22,9	8,6	100,0
	2005	64,5	25,4	10,1	100,0
	2004	70,4	20,6	9,0	100,0
	2003	65,1	23,3	11,6	100,0
	2002	67,6	22,2	10,2	100,0
	2001	70,0	25,3	4,7	100,0
	2000	71,4	17,0	11,6	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>69,7</b>	<b>24,1</b>	<b>6,2</b>	<b>100,0</b>
	2008	67,9	27,9	4,2	100,0
	2007	67,4	25,9	6,7	100,0
	2006	65,7	24,8	9,5	100,0
	2005	65,8	24,3	9,9	100,0
	2004	69,1	23,6	7,3	100,0
	2003	67,3	23,9	8,8	100,0
	2002	62,9	29,5	7,6	100,0
	2001	66,4	22,1	11,5	100,0
	2000	72,8	16,5	10,7	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>69,2</b>	<b>25,9</b>	<b>4,9</b>	<b>100,0</b>
	2008	66,8	25,6	7,7	100,0
	2007	66,3	25,9	7,8	100,0
	2006	67,5	26,0	6,5	100,0
	2005	67,4	27,3	5,3	100,0
	2004	64,4	27,5	8,2	100,0
	2003	66,5	23,2	10,3	100,0
	2002	58,0	30,8	11,2	100,0
	2001	78,1	16,0	5,9	100,0
	2000	80,1	13,2	6,7	100,0

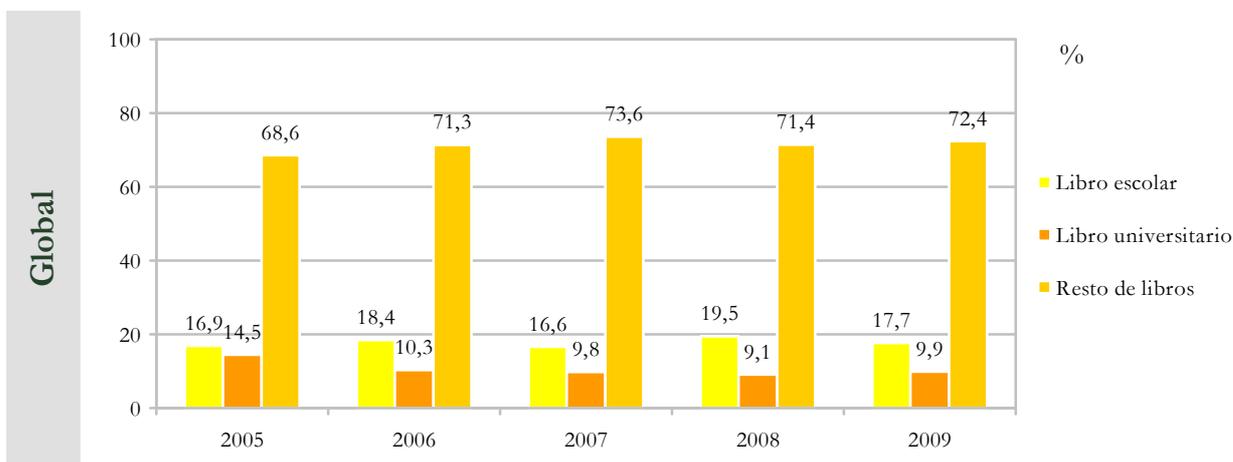
<sup>1</sup> Sólo de las librerías ubicadas en comunidades autónomas con más de una lengua oficial.

## 2.5. El libro y la librería

*Composición de las ventas en libros, según el tipo de libro*

El análisis de las ventas de libros según el tipo de producto indica que el peso del libro de “prescripción colectiva” (libro de texto escolar y libro universitario) representa, el 27,6% de las ventas del conjunto de librerías, en el 2009, registrándose una leve reducción de este porcentaje, respecto al 2008, en beneficio relativo de las ventas de libros no adscritos al texto escolar y al libro universitario.

Proporcionalmente, son las librerías muy grandes las que más ventas de libros de prescripción colectiva realizan (31,6%), marcando en el 2009, una diferencia con el resto de las librerías que obtienen, entre ellas, porcentajes muy similares, las grandes sitúan las ventas de libros de prescripción colectiva en un 27,0%, las medianas-grandes en un 28,7% y las medianas-pequeñas en un 26,6%.



2.5. El libro y la librería



2.5. El libro y la librería

	%	Libro escolar	Libro universitario	Resto de libros	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>17,7</b>	<b>9,9</b>	<b>72,4</b>	<b>100,0</b>
	2008	19,5	9,1	71,4	100,0
	2007	16,6	9,8	73,6	100,0
	2006	18,4	10,3	71,3	100,0
	2005	16,9	14,5	68,6	100,0
	2004	16,6	11,4	72,0	100,0
	2001 <sup>2</sup>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	2000	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>18,5</b>	<b>13,1</b>	<b>68,4</b>	<b>100,0</b>
	2008	11,2	13,0	75,9	100,0
	2007	14,2	10,8	75,0	100,0
	2006	14,4	13,8	71,8	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>16,6</b>	<b>10,3</b>	<b>73,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	15,0	12,2	72,8	100,0
	2007	15,1	10,8	74,1	100,0
	2006	15,4	11,6	73,0	100,0
	2005	16,6	18,5	64,9	100,0
	2004	15,7	14,1	70,2	100,0
	2001	11,7	12,0	76,3	100,0
	2000	18,6	17,9	63,5	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>18,6</b>	<b>10,1</b>	<b>71,3</b>	<b>100,0</b>
	2008	19,2	7,3	73,5	100,0
	2007	15,2	10,0	74,7	100,0
	2006	16,1	10,3	73,6	100,0
	2005	17,1	12,4	70,5	100,0
	2004	19,0	9,2	71,8	100,0
	2001	12,4	12,9	74,7	100,0
	2000	19,9	8,1	72,0	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>17,4</b>	<b>9,1</b>	<b>73,4</b>	<b>100,0</b>
	2008	22,2	8,6	69,1	100,0
	2007	18,7	9,0	72,3	100,0
	2006	21,3	9,5	69,2	100,0
	2005	16,9	13,9	69,2	100,0
	2004	15,6	11,4	73,0	100,0
	2001	12,5	10,2	77,3	100,0
	2000	12,5	12,1	75,4	100,0

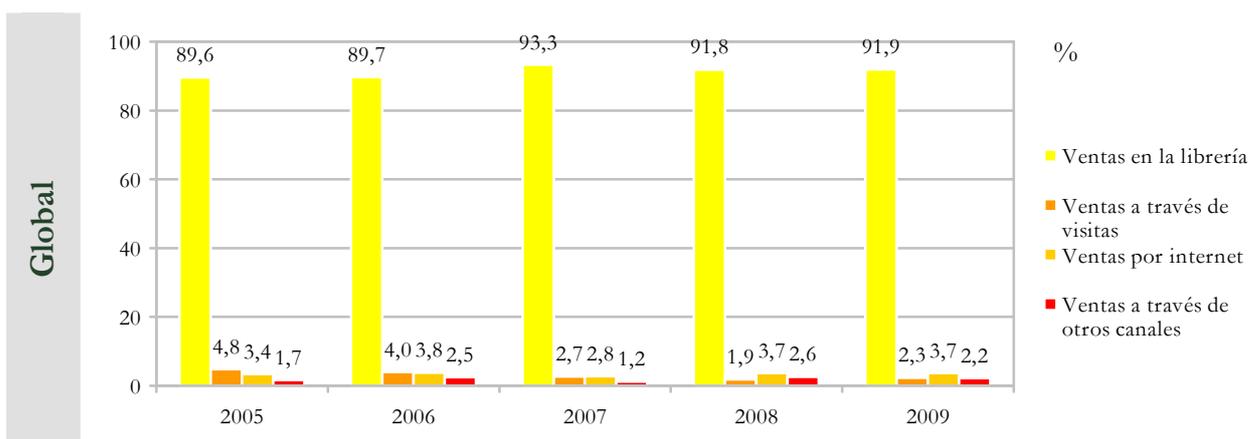
<sup>2</sup> Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003. Los datos de los años 2000 y 2001 de libro universitario incluyen también las ventas de libros científico-técnicos.

2.5. El libro y la librería

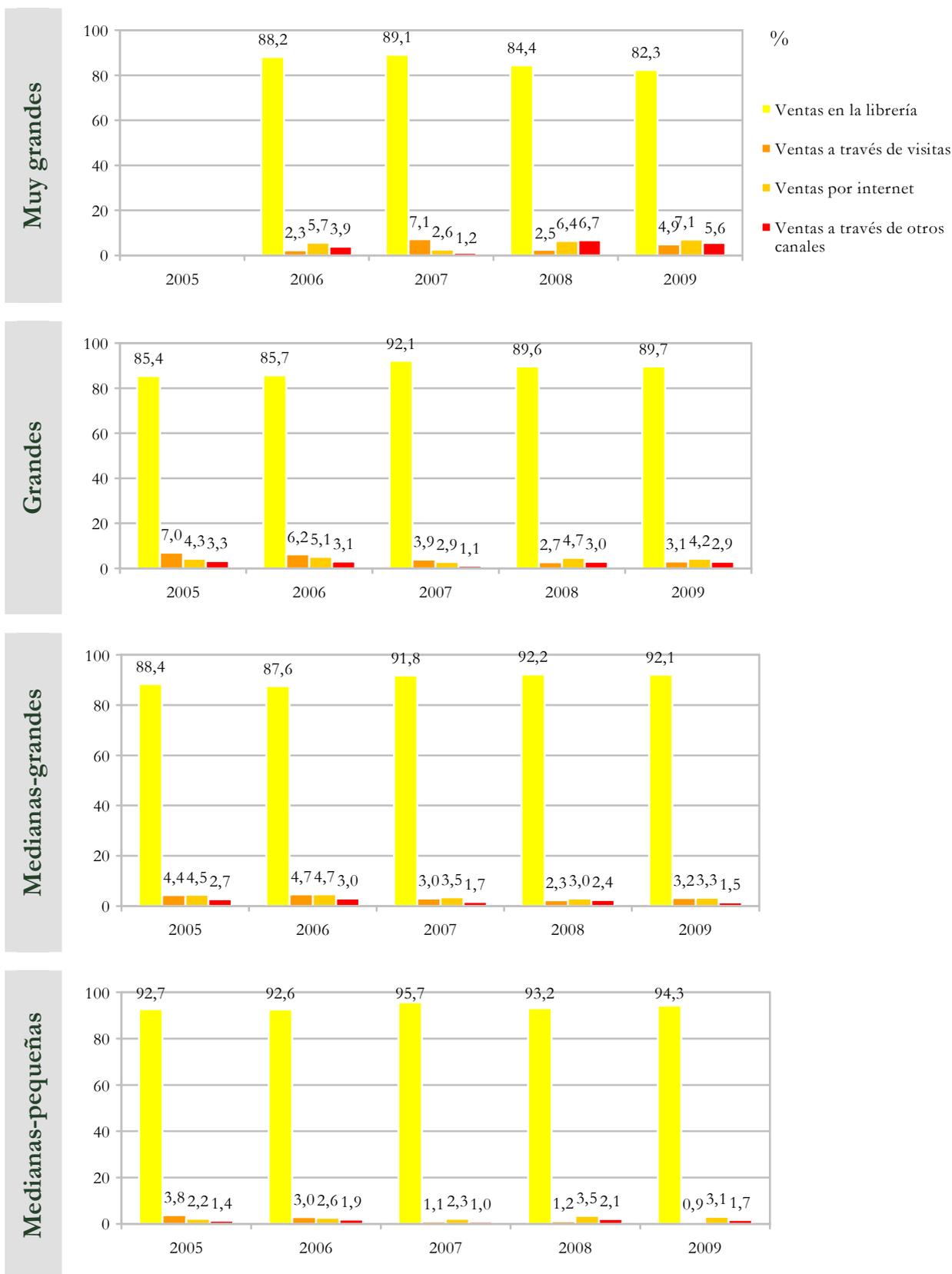
*Composición de las ventas en libros, según canal de compra*

El propio establecimiento es el canal de compra utilizado por el cliente que concentra una mayor parte de las ventas, situándose en el año 2009, en el 91,9%, porcentaje muy similar al del año 2008. Cabe indicar, ante la actual coyuntura, que en los últimos cinco años no ha habido cambios destacables en las ventas realizadas por internet y en las ventas realizadas por otros canales.

Cuanto mayor es la librería, menor es el porcentaje de ventas que realiza en el propio establecimiento. En las librerías muy grandes este porcentaje se sitúa en el 82,3% experimentando una disminución por segundo año consecutivo, mientras las ventas por internet aumentan hasta el 7,1%. En las librerías grandes el porcentaje de ventas en el establecimiento es del 89,7%, en las medianas-grandes del 92,1% y en las medianas-pequeñas del 94,3%, estas librerías son las que obtienen el porcentaje de ventas por internet más bajo (3,1%).



2.5. El libro y la librería



2.5. El libro y la librería

	%	Ventas en				
		Local	Domicilio	Internet	Otros canales	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>91,9</b>	<b>2,3</b>	<b>3,7</b>	<b>2,2</b>	<b>100,0</b>
	2008	91,8	1,9	3,7	2,6	100,0
	2007	93,3	2,7	2,8	1,2	100,0
	2006	89,7	4,0	3,8	2,5	100,0
	2005	89,6	4,8	3,4	1,7	100,0
	2004	88,4	5,9	3,5	2,2	100,0
	2001 <sup>3</sup>	87,6	3,1	2,3	7,0	100,0
	2000	86,8	4,8	1,6	6,8	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>82,3</b>	<b>4,9</b>	<b>7,1</b>	<b>5,6</b>	<b>100,0</b>
	2008	84,4	2,5	6,4	6,7	100,0
	2007	89,1	7,1	2,6	1,2	100,0
	2006	88,2	2,3	5,7	3,9	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>89,7</b>	<b>3,1</b>	<b>4,2</b>	<b>2,9</b>	<b>100,0</b>
	2008	89,6	2,7	4,7	3,0	100,0
	2007	92,1	3,9	2,9	1,1	100,0
	2006	85,7	6,2	5,1	3,0	100,0
	2005	85,4	7,0	4,3	3,3	100,0
	2004	83,4	8,9	5,3	2,4	100,0
	2001	84,3	4,2	2,0	9,5	100,0
	2000	82,9	3,5	1,5	12,1	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>92,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>1,5</b>	<b>100,0</b>
	2008	92,2	2,3	3,0	2,4	100,0
	2007	91,8	3,0	3,5	1,7	100,0
	2006	87,6	4,7	4,7	3,0	100,0
	2005	88,4	4,5	4,5	2,6	100,0
	2004	89,9	6,9	1,9	1,4	100,0
	2001	85,6	4,0	2,4	8,0	100,0
	2000	86,8	6,0	1,6	5,6	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>94,3</b>	<b>0,9</b>	<b>3,1</b>	<b>1,7</b>	<b>100,0</b>
	2008	93,2	1,2	3,5	2,1	100,0
	2007	95,7	1,1	2,2	1,0	100,0
	2006	92,5	3,0	2,6	1,9	100,0
	2005	92,7	3,8	2,2	1,3	100,0
	2004	90,1	3,7	3,6	2,6	100,0
	2001	90,3	2,6	2,2	4,9	100,0
	2000	88,5	5,1	0,8	5,6	100,0

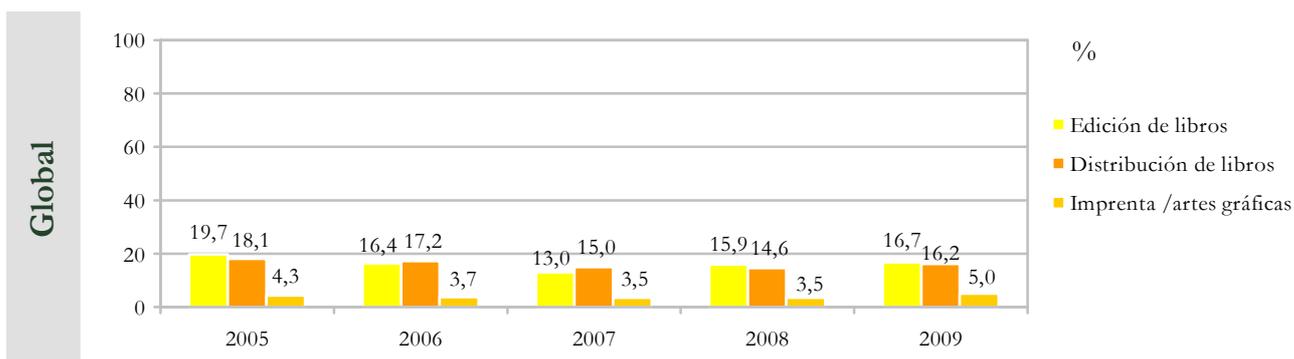
<sup>3</sup> Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003.

## 2.5. El libro y la librería

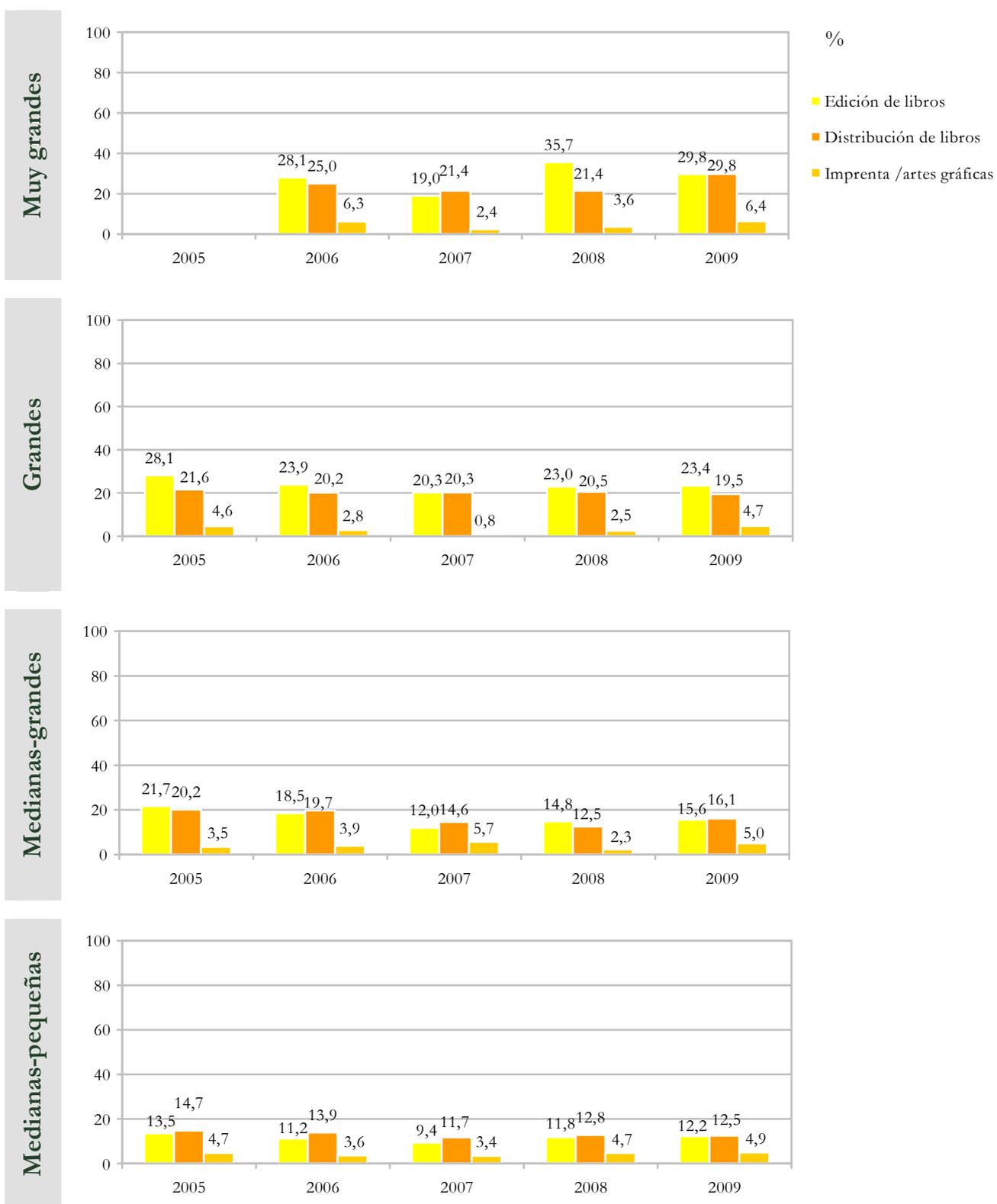
*Realización de otras actividades relacionadas con el libro*

A continuación, se presentan los datos relativos a la realización de distintas actividades relacionadas con el libro, como son la edición de libros, la distribución de libros, la impresión / artes gráficas. El análisis de estas actividades se introdujo en el estudio a partir del año 2005. Cabe señalar las siguientes observaciones respecto a los datos de 2009:

- La actividad de edición es, en general la que más realizan las librerías (16,7%), aunque en porcentajes diferenciados según el segmento, así mientras que en las muy grandes representa el 29,8%, en las medianas-pequeñas representa el 12,2%.
- Las actividades de distribución de libros son las segundas más realizadas por las librerías casi equiparándose, durante el 2009, a las de edición, puesto que el 16,2% las han realizado. También, hay diferencias entre los segmentos, mientras que un 29,8% de las librerías muy grandes realizan actividades de distribución este porcentaje desciende, conforme desciende el tamaño de la librería y se sitúa en el 12,5% en las librerías medianas-pequeñas.
- Las actividades de imprenta/artes gráficas tan sólo son desarrolladas por el 5,0% de las librerías y aunque hay diferencias por segmentos éstas no son ni tan notables, ni siguen una pauta determinada. Las librerías que más realizan actividades de edición son las muy grandes, en un 6,4% y las que menos las grandes, en un 4,7%.



2.5. El libro y la librería



2. 5. El libro y la librería

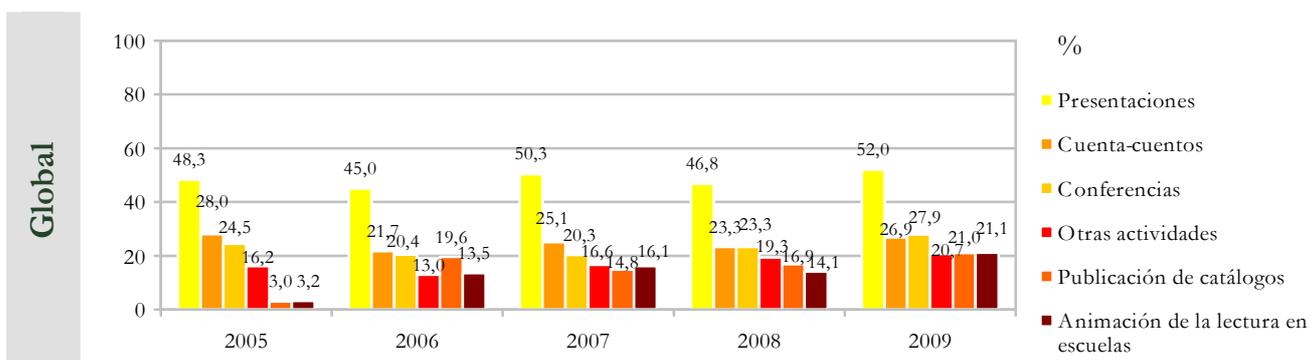
	%	Edición de libros	Distribución de libros	Imprenta de libros
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>16,7</b>	<b>16,2</b>	<b>5,0</b>
	2008	15,9	14,6	3,5
	2007	13,0	15,0	3,5
	2006	16,4	17,2	3,7
	2005	19,7	18,1	4,3
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>29,8</b>	<b>29,8</b>	<b>6,4</b>
	2008	35,7	21,4	3,6
	2007	19,0	21,4	2,4
	2006	28,1	25,0	6,3
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>23,4</b>	<b>19,5</b>	<b>4,7</b>
	2008	23,0	20,5	2,5
	2007	20,3	20,3	0,8
	2006	23,9	20,2	2,8
	2005	28,1	21,6	4,6
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>15,6</b>	<b>16,1</b>	<b>5,0</b>
	2008	14,8	12,5	2,3
	2007	12,0	14,6	5,7
	2006	18,5	19,7	3,9
	2005	21,7	20,2	3,5
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>12,2</b>	<b>12,5</b>	<b>4,9</b>
	2008	11,8	12,8	4,7
	2007	9,4	11,7	3,4
	2006	11,2	13,9	3,6
	2005	13,7	14,7	4,7

2.5. El libro y la librería

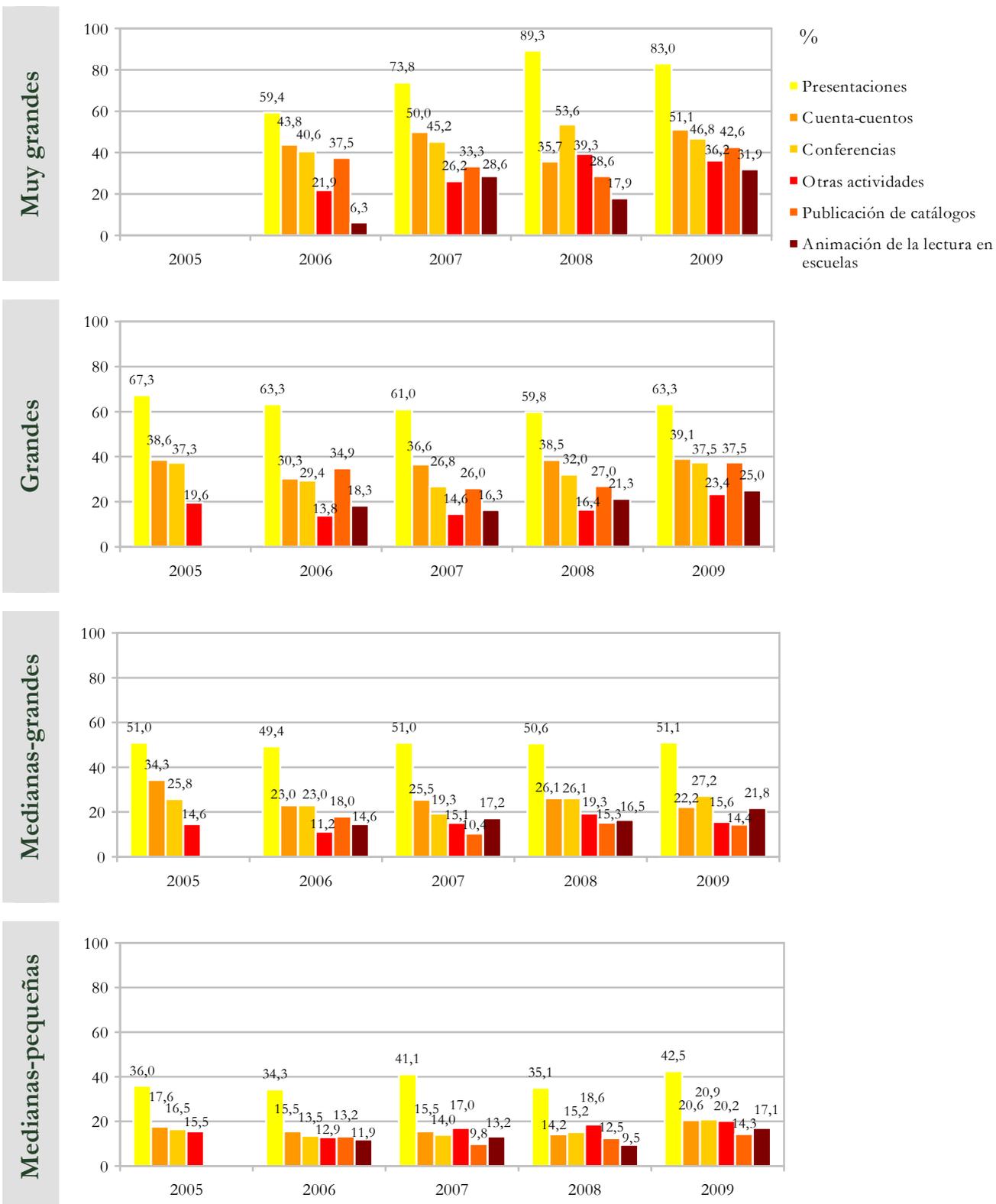
*Realización de otras actividades relacionadas con la lectura*

Y finalmente en este apartado, se presentan los datos relativos a la organización de actividades de dinamización de la lectura. El estudio de estas actividades se introdujo a partir del año 2005. Durante el año 2009, se observa un aumento generalizado en la realización de todas las actividades estudiadas. Asimismo, el comportamiento por segmentos tiene diferentes intensidades, aumentando la proporción de establecimientos que realizan estas actividades, conforme aumenta el tamaño de la librería.

- La presentación de libros es el tipo de actividad organizado por un mayor porcentaje de librerías (52,0%). Esta actividad es la mayoritaria en todos los segmentos, aunque con diferente alcance, en las muy grandes se realiza en un 83,0%, en las grandes en un 63,3%, en las medianas-grandes en un 51,1% y en las medianas-pequeñas en un 42,5%.
- En segundo lugar, se sitúan las conferencias (27,9%) y las actividades de cuenta-cuentos (26,9%). Estas actividades son promovidas más recurrentemente por las librerías de mayor tamaño y su recurrencia desciende conforme desciende el tamaño de la librería.
- El tercer bloque de actividades de dinamización de la lectura está formado por la animación de la lectura en las escuelas (21,1%), la publicación de catálogos (21,0%) y otras actividades –firmas de libros, certámenes del sector, animación de la lectura en general, etc.- (20,7%). Estas actividades también son más recurrentes en las librerías más grandes y descienden conforme el tamaño de la librería, pero su comportamiento es más irregular.



2.5. El libro y la librería



2.5. El libro y la librería

	%	Presentaciones	Cuenta-cuentos	Conferencias	Otras actividades	Publicación de catálogos	Animación lectura en escuelas
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>52,0</b>	<b>26,9</b>	<b>27,9</b>	<b>20,7</b>	<b>21,0</b>	<b>21,1</b>
	2008	46,8	23,3	23,3	19,3	16,9	14,1
	2007	50,3	25,1	20,3	16,6	14,8	16,1
	2006	45,0	21,7	20,4	13,0	19,6	13,5
	2005	48,3	28,0	24,5	16,2	3,0	3,2
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>83,0</b>	<b>51,1</b>	<b>46,8</b>	<b>36,2</b>	<b>42,6</b>	<b>31,9</b>
	2008	89,3	35,7	53,6	39,3	28,6	17,9
	2007	73,8	50,0	45,2	26,2	33,3	28,6
	2006	59,4	43,8	40,6	21,9	37,5	6,3
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>63,3</b>	<b>39,1</b>	<b>37,5</b>	<b>23,4</b>	<b>37,5</b>	<b>25,0</b>
	2008	59,8	38,5	32,0	16,4	27,0	21,3
	2007	61,0	36,6	26,8	14,6	26,0	16,3
	2006	63,3	30,3	29,4	13,8	34,9	18,3
	2005	67,3	38,6	37,3	19,6	n.d.	n.d.
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>51,1</b>	<b>22,2</b>	<b>27,2</b>	<b>15,6</b>	<b>14,4</b>	<b>21,8</b>
	2008	50,6	26,1	26,1	19,3	15,3	16,5
	2007	51,0	25,5	19,3	15,1	10,4	17,2
	2006	49,4	23,0	23,0	11,2	18,0	14,6
	2005	51,0	34,3	25,8	14,6	n.d.	n.d.
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>42,5</b>	<b>20,6</b>	<b>20,9</b>	<b>20,2</b>	<b>14,3</b>	<b>17,1</b>
	2008	35,1	14,2	15,2	18,6	12,5	9,5
	2007	41,1	15,5	14,0	17,0	9,8	13,2
	2006	34,3	15,5	13,5	12,9	13,2	11,9
	2005	36,0	17,6	16,5	15,5	n.d.	n.d.

## 2.6. Gestión de la librería

En el presente apartado se plantean dieciséis cuestiones, de distinta naturaleza, referentes a la gestión de la librería:

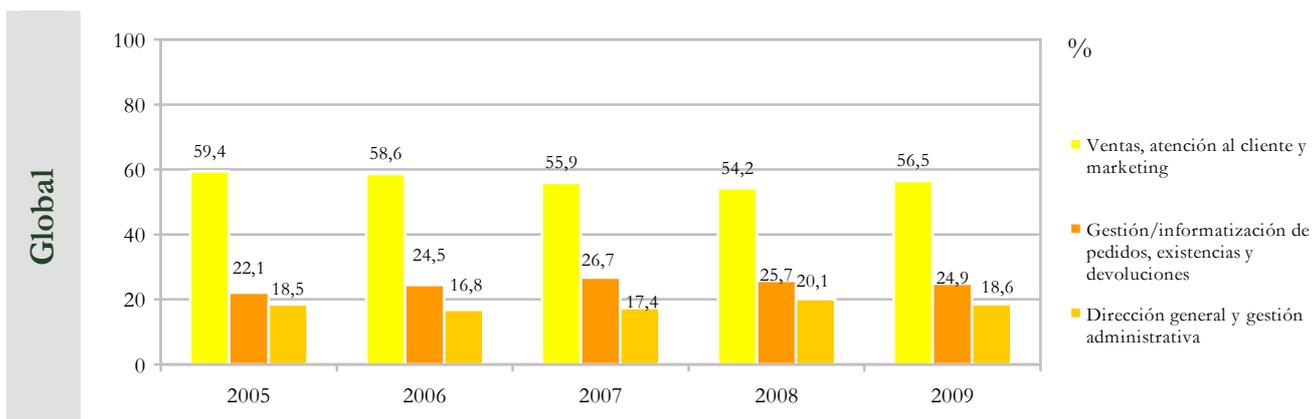
- Distribución del trabajo por tareas y funciones.
- Sistemas de pedido.
- Descuento.
- Composición de las existencias.
- Sistema de recepción de novedades.
- Ejemplares en estoc.
- Devoluciones.
- Grado de informatización.
- Tipo de programa informático.
- Uso de programas adquiridos.
- Comunicación electrónica con los proveedores.
- Utilización de bases de datos de descarga telemática.
- SINLI (utilización, frecuencia de uso, valoración, motivos de la no utilización).
- Innovaciones radicales o relevantes en la empresa.
- Venta de lectores de libro electrónico.
- Conocimiento y aplicación de las normas CSL.

### *Distribución del trabajo por tareas y funciones*

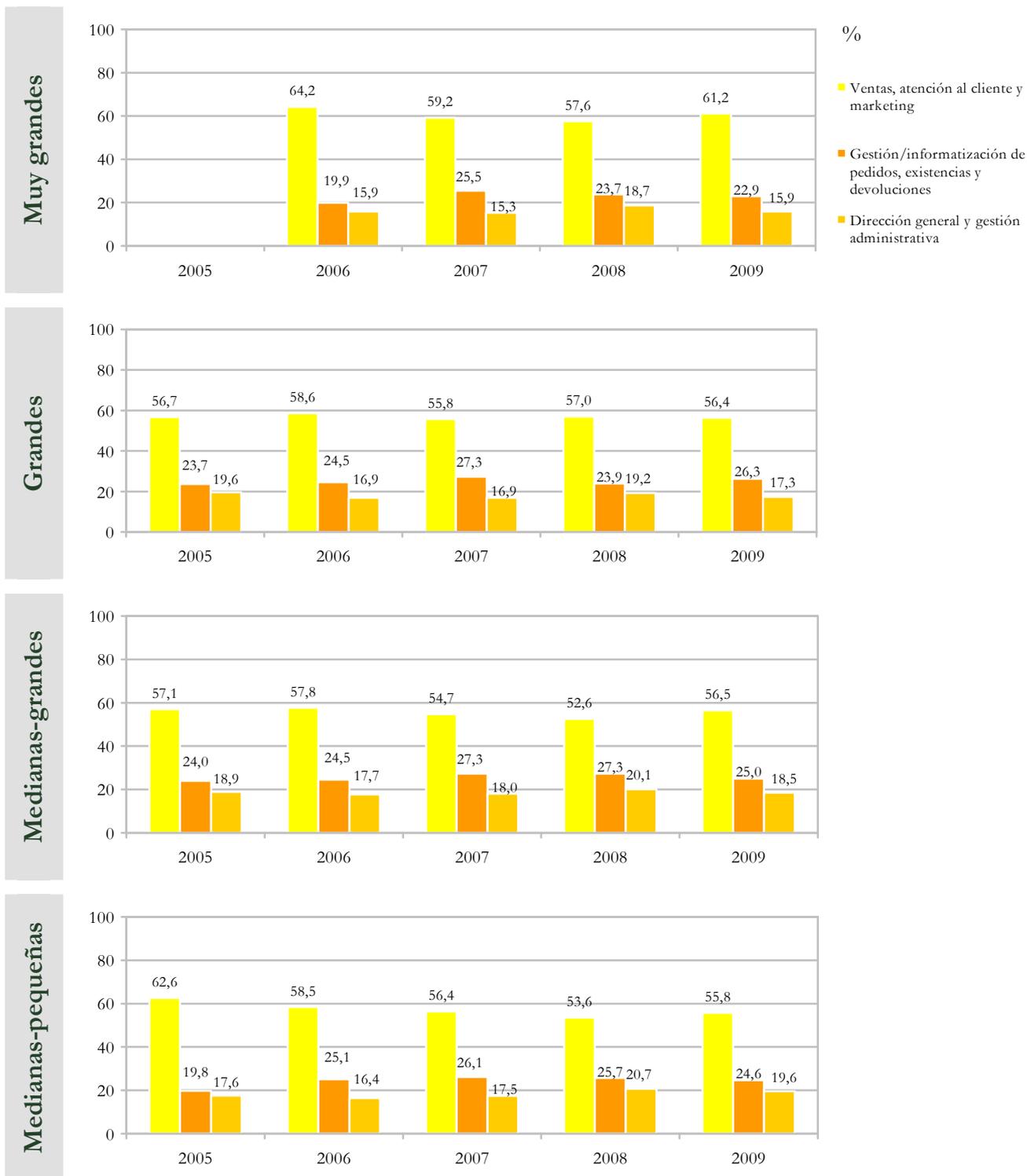
Sin variaciones relevantes respecto de los años anteriores, se observa que la mayor parte del trabajo que se desarrolla en las librerías (56,5%) se destina a las tareas de venta, atención al cliente y marketing, que durante el 2009 aumenta, ligeramente, frenando el descenso moderado pero continuado que se había producido, desde el año 2006. Este aumento relativo, va en detrimento de las tareas dedicadas a la gestión-informatización de pedidos, existencias y devoluciones (24,9%) y las dedicadas a la

dirección general y gestión administrativa (18,6%) que disminuyen, en relación al año 2008.

Por segmentos, se mantiene la distribución general de las tareas y funciones y su evolución. No obstante, indicar que las librerías muy grandes son las que obtienen un porcentaje más alto (61,2%) de trabajo dedicado a las ventas, atención al cliente y marketing, a diferencia del resto de segmentos en los que dicho porcentaje, aún siendo mayoritario, se sitúa entre el 56,4% de las librerías grandes y el 55,8% de las librerías medianas-pequeñas. Asimismo, indicar que todos los segmentos de librerías aumentan la dedicación de trabajo a las ventas, atención al cliente y marketing, excepto el de las librerías grandes que lo disminuyen, ligeramente, en beneficio relativo de las tareas de gestión-informatización de pedidos, existencias y devoluciones.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

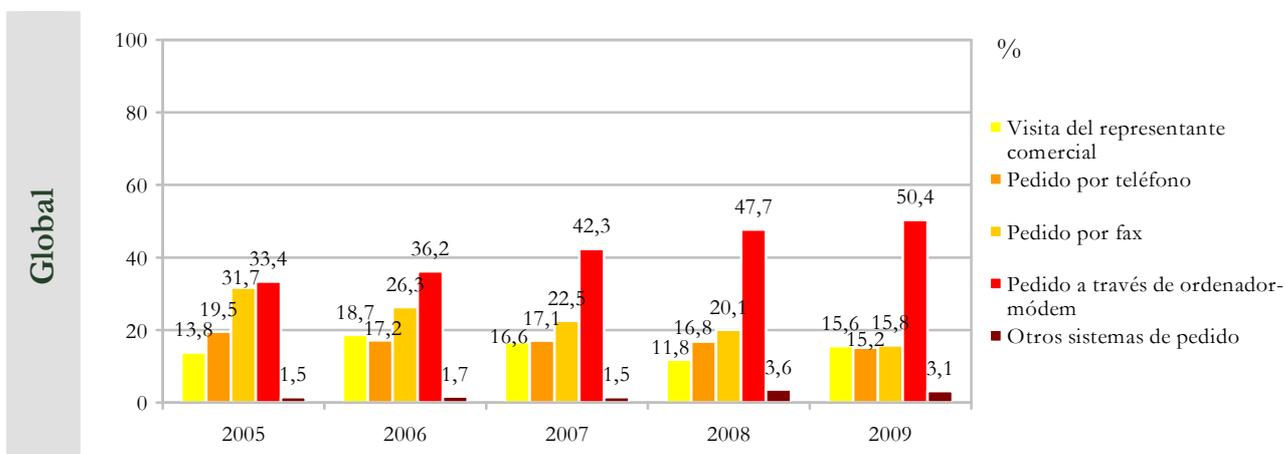
	%	Trabajo dedicado a:			Total
		Ventas, atención al cliente y marketing	Gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones	Dirección general y gestión administrativa	
Global	2009	56,5	24,9	18,6	100,0
	2008	54,2	25,7	20,1	100,0
	2007	55,9	26,7	17,4	100,0
	2006	58,6	24,5	16,8	100,0
	2005	59,4	22,1	18,5	100,0
	2004	53,8	32,1	14,1	100,0
	2003	58,5	25,2	15,2	100,0
Muy grandes	2009	61,2	22,9	15,9	100,0
	2008	57,6	23,7	18,7	100,0
	2007	59,2	25,5	15,3	100,0
	2006	64,2	19,9	15,9	100,0
Grandes	2009	56,4	26,3	17,3	100,0
	2008	57,0	23,9	19,2	100,0
	2007	55,8	27,3	16,9	100,0
	2006	58,6	24,5	16,9	100,0
	2005	56,7	23,7	19,6	100,0
	2004	54,1	31,0	14,9	100,0
	2003	60,2	25,8	14,0	100,0
Medianas-grandes	2009	56,5	25,0	18,5	100,0
	2008	52,6	27,3	20,1	100,0
	2007	54,7	27,3	18,0	100,0
	2006	57,8	24,5	17,7	100,0
	2005	57,1	24,0	18,9	100,0
	2004	53,5	32,7	13,8	100,0
	2003	56,6	28,3	15,1	100,0
Medianas-pequeñas	2009	55,8	24,6	19,6	100,0
	2008	53,6	25,7	20,7	100,0
	2007	56,4	26,1	17,5	100,0
	2006	58,5	25,1	16,4	100,0
	2005	62,6	19,8	17,6	100,0
	2004	53,8	32,4	13,8	100,0
	2003	58,6	25,3	16,1	100,0

2.6. Gestión de la librería

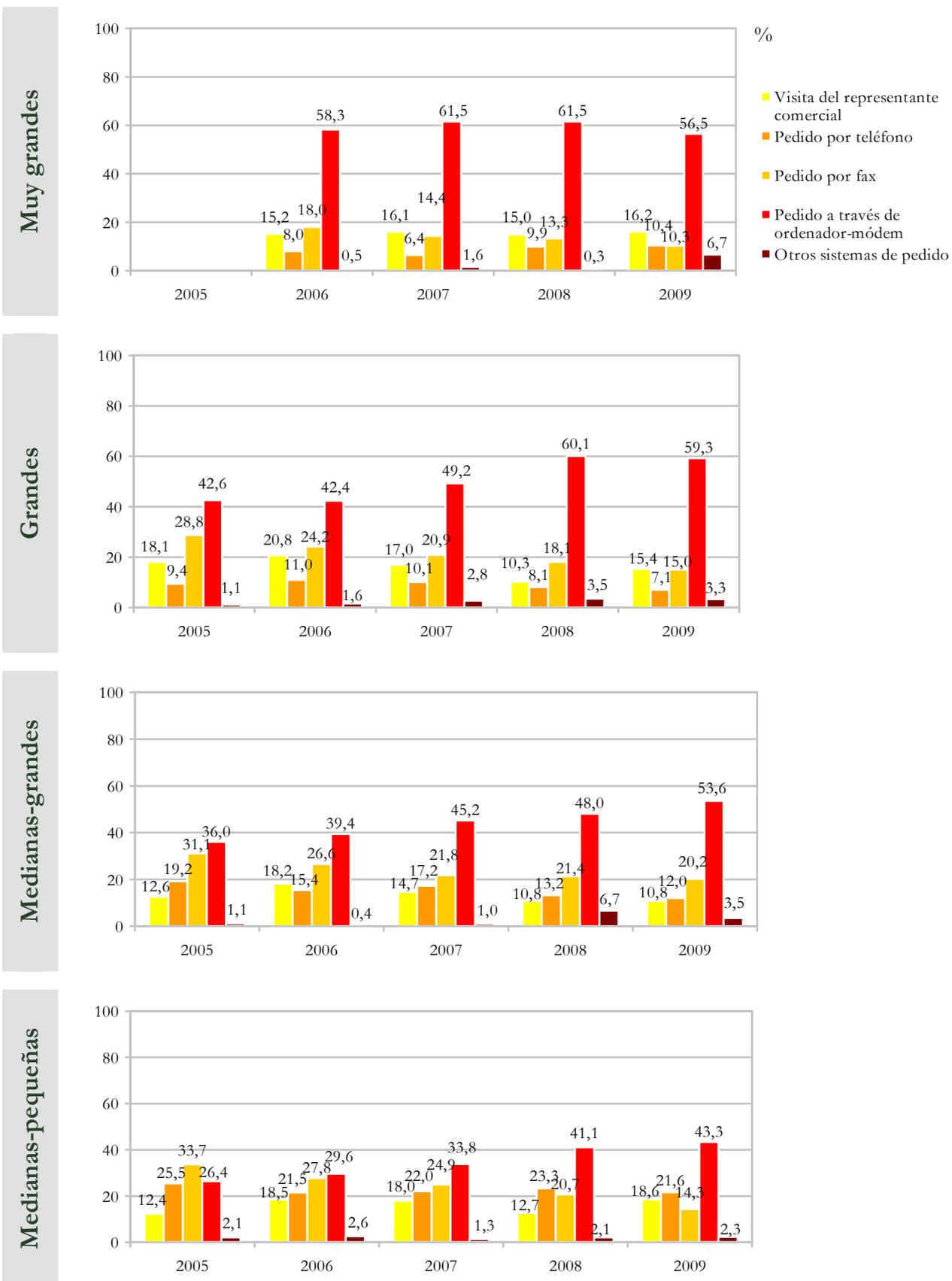
*Sistemas de pedido*

El 50,4% de pedidos, durante el año 2009 se han realizado por ordenador-módem. Esta vía de realización de pedidos mantiene un crecimiento continuado desde el año 2000 en que representaba el 15,6%. Crecimiento que se ha realizado a costa del descenso de los pedidos por fax, en primera instancia, y con menor impacto a costa del descenso de los pedidos por teléfono y mediante las visitas comerciales. Aunque, la segunda vía más utilizada para la realización de pedidos es el fax con un 15,8%, seguida por la visita de representantes comerciales con un 15,6% y de los pedidos telefónicos con un 15,2%.

La vía ordenador-módem para la realización de pedidos es la mayoritaria en los cuatro grupos de librerías, pero con distintas intensidades. Mientras que en el grupo de librerías medianas-pequeñas el sistema de pedidos por ordenador-módem se sitúa en el 43,3%, en el resto de grupos supera ampliamente el cincuenta por ciento, situándose en el 59,3% en las grandes, en el 56,5% en las muy grandes y en el 53,6% en las medianas-grandes. Indicar como rasgo característico que 20,2% de los pedidos en las librerías medianas-grandes se realizan por fax, así como el 21,6% de los pedidos en las librerías medianas-pequeñas se realizan por teléfono.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

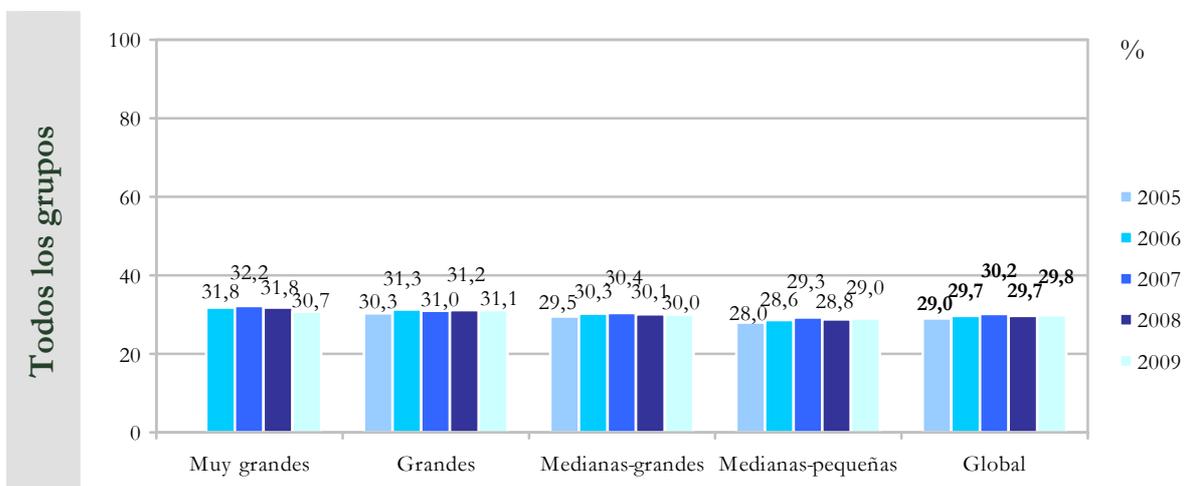
	%	Pedido a través de / por					Total
		Visita comercial	Teléfono	Fax	Ordenador-módem	Otros sistemas	
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>15,5</b>	<b>15,2</b>	<b>15,8</b>	<b>50,4</b>	<b>3,1</b>	<b>100,0</b>
	2008	11,8	16,8	20,1	47,7	3,6	100,0
	2007	16,6	17,1	22,5	42,3	1,5	100,0
	2006	18,7	17,2	26,3	36,2	1,7	100,0
	2005	13,8	19,5	31,7	33,4	1,5	100,0
	2004	11,5	16,7	36,1	34,6	1,3	100,0
	2003	17,2	15,4	38,0	26,4	3,0	100,0
	2002	15,2	18,0	42,3	22,1	2,0	100,0
	2001	18,4	20,9	41,3	18,1	1,4	100,0
2000	18,5	19,3	44,0	15,6	2,6	100,0	
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>16,2</b>	<b>10,4</b>	<b>10,3</b>	<b>56,5</b>	<b>6,7</b>	<b>100,0</b>
	2008	15,0	9,9	13,3	61,5	0,3	100,0
	2007	16,1	6,4	14,4	61,5	1,6	100,0
	2006	15,2	8,0	18,0	58,3	0,5	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>15,4</b>	<b>7,1</b>	<b>15,0</b>	<b>59,3</b>	<b>3,3</b>	<b>100,0</b>
	2008	10,3	8,1	18,1	60,1	3,5	100,0
	2007	17,0	10,1	20,9	49,2	2,8	100,0
	2006	20,8	11,0	24,2	42,4	1,6	100,0
	2005	18,1	9,4	28,8	42,6	1,1	100,0
	2004	10,8	10,9	33,7	44,0	0,6	100,0
	2003	18,7	5,9	30,0	40,3	5,2	100,0
	2002	16,1	10,8	33,9	36,0	3,2	100,0
	2001	19,2	11,5	40,6	28,0	0,6	100,0
2000	25,5	21,2	11,8	39,5	2,0	100,0	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>10,8</b>	<b>12,0</b>	<b>20,2</b>	<b>53,6</b>	<b>3,5</b>	<b>100,0</b>
	2008	10,8	13,2	21,4	48,0	6,7	100,0
	2007	14,7	17,2	21,8	45,2	1,0	100,0
	2006	18,2	15,4	26,6	39,4	0,4	100,0
	2005	12,6	19,2	31,1	36,0	1,1	100,0
	2004	10,7	13,7	36,7	37,5	1,4	100,0
	2003	15,2	15,8	43,8	22,5	2,7	100,0
	2002	14,8	14,1	47,0	23,3	0,8	100,0
	2001	18,0	15,4	42,4	22,7	1,5	100,0
2000	19,4	15,8	49,2	13,6	2,0	100,0	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>18,6</b>	<b>21,6</b>	<b>14,3</b>	<b>43,3</b>	<b>2,2</b>	<b>100,0</b>
	2008	12,7	23,3	20,7	41,1	2,1	100,0
	2007	18,0	22,0	24,9	33,8	1,3	100,0
	2006	18,5	21,5	27,8	29,6	2,6	100,0
	2005	12,4	25,5	33,7	26,4	2,1	100,0
	2004	12,3	21,5	37,0	27,6	1,6	100,0
	2003	17,5	20,5	38,9	21,0	2,1	100,0
	2002	14,9	24,5	44,0	14,3	2,3	100,0
	2001	18,2	29,5	40,8	9,8	1,6	100,0
2000	16,9	25,8	42,9	11,2	3,2	100,0	

2.6. Gestión de la librería

*Descuento*

Durante el año 2009, se observa el aumento de una décima, respecto al año 2008, que sitúa el descuento en un 29,8%, no contemplándose cambios destacables, respecto a años precedentes.

Por grupos de librerías, las diferencias son mínimas, aunque parece haber una tendencia a que las de mayor tamaño obtengan un porcentaje de descuento más elevado, así las muy grandes sitúan el descuento en un 30,7% (bajando un 1,1% respecto el 2008), las grandes lo sitúan en el 31,1% (bajando 0,1% respecto el 2008), las medianas-grandes lo sitúan en 30,0% (bajando 0,1%, respecto el 2008) y las medianas-pequeñas lo sitúan en 29,0% (aumentando 0,2% respecto el 2008).



2.6. Gestión de la librería

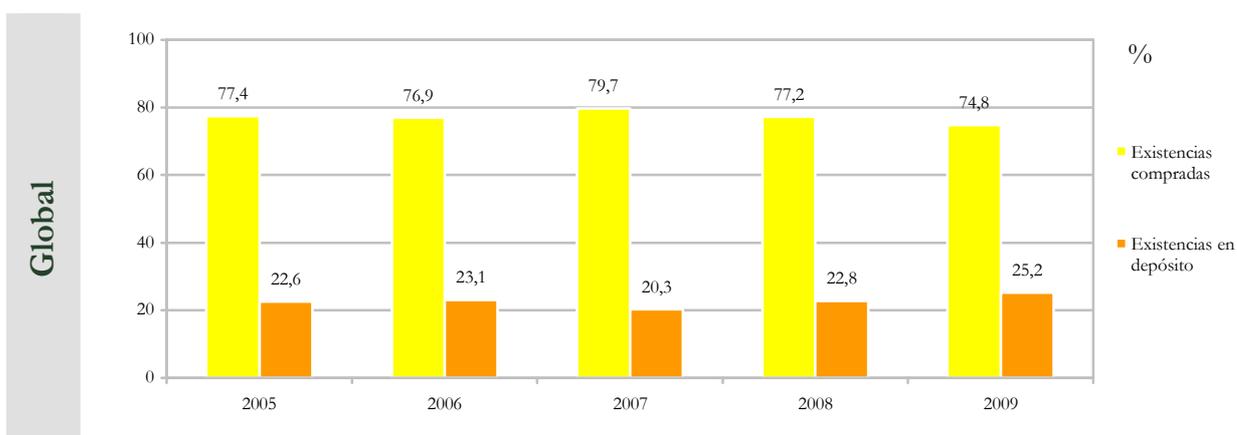
Media del porcentaje de descuento		
Global	<b>2009</b>	<b>29,8</b>
	2008	29,7
	2007	30,2
	2006	29,7
	2005	29,0
	2004	29,3
	2003	29,1
Muy grandes	<b>2009</b>	<b>30,7</b>
	2008	31,8
	2007	32,2
	2006	31,8
Grandes	<b>2009</b>	<b>31,1</b>
	2008	31,2
	2007	31,0
	2006	31,3
	2005	30,3
	2004	30,5
	2003	30,8
Medianas- grandes	<b>2009</b>	<b>30,0</b>
	2008	30,1
	2007	30,4
	2006	30,3
	2005	29,5
	2004	29,1
	2003	28,8
Medianas- pequeñas	<b>2009</b>	<b>29,0</b>
	2008	28,8
	2007	29,3
	2006	28,6
	2005	28,0
	2004	28,7
	2003	28,5

## 2.6. Gestión de la librería

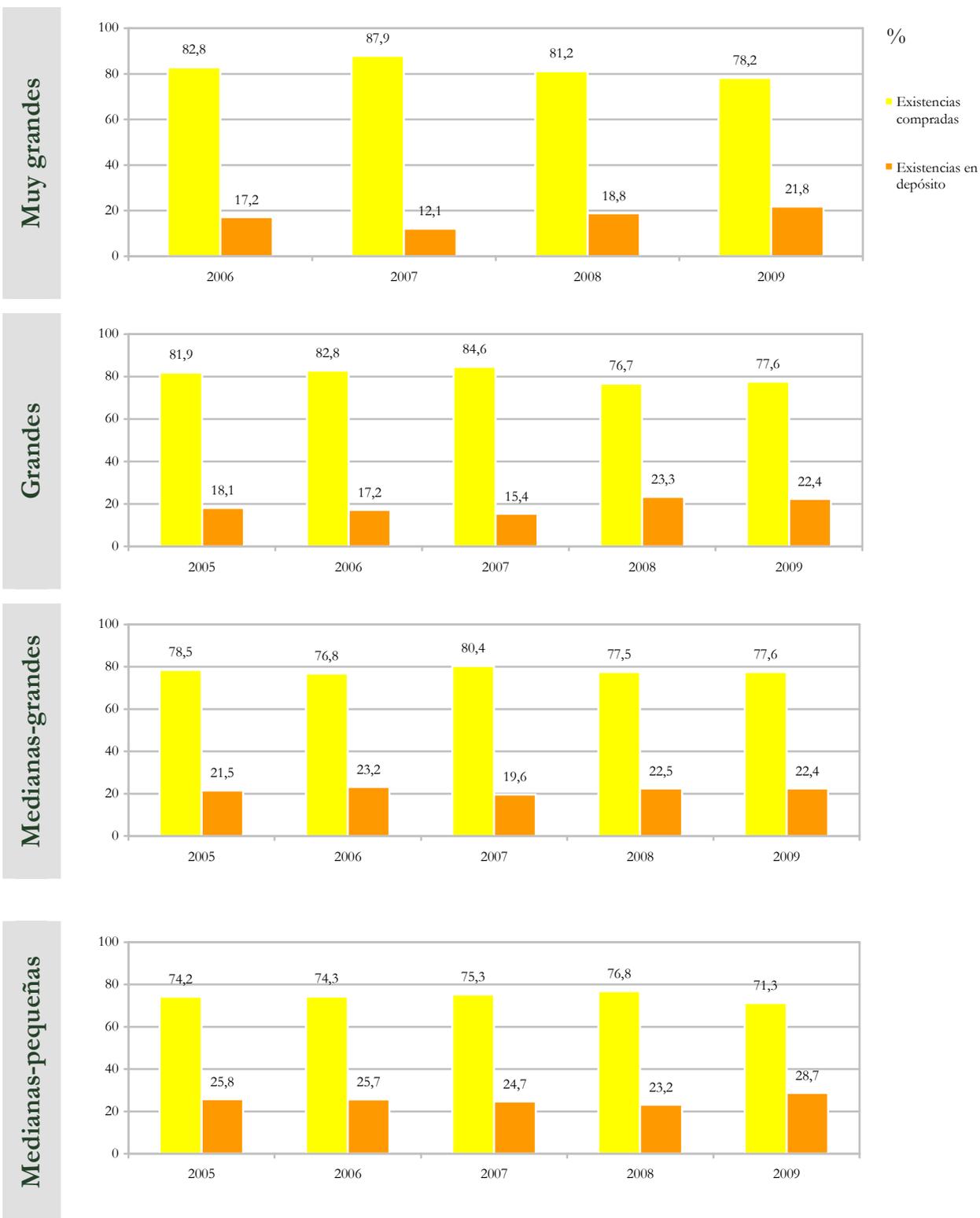
*Composición de las existencias*

A lo largo del año 2009 y en relación al 2008, las existencias compradas han disminuido al 74,8% y las existencias en depósito han aumentado hasta el 25,2%. Hacer notar que ambos porcentajes son los más extremos registrados desde el año 2000 y que por tanto desde la moderación indican un nuevo escenario, al que habrá de prestar atención para validar si se trata de una inflexión o de una tendencia.

Por segmentos se respeta el escenario general, aún que debería precisarse, en primer lugar, que cuanto mayor es la librería, mayor es el porcentaje de existencias compradas y menor el de existencias en depósito, alcanzando las librerías del grupo de las muy grandes el 78,2% de existencias compradas y disminuyendo este porcentaje hasta el 71,3% en el grupo de librerías medianas-pequeñas. En segundo lugar y en relación al año 2008, observar que mientras las librerías muy grandes y las medianas-pequeñas siguen la tendencia general de reducción de existencias compradas, las librerías grandes y medianas-grandes aumentan –aunque muy levemente- estas existencias.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

	%	Existencias compradas	Existencias en depósito	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>74,8</b>	<b>25,2</b>	<b>100,0</b>
	2008	77,2	22,8	100,0
	2007	79,7	20,3	100,0
	2006	76,9	23,1	100,0
	2005	77,4	22,6	100,0
	2004	77,9	22,1	100,0
	2001	78,6	21,4	100,0
	2000	79,0	21,0	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>78,2</b>	<b>21,8</b>	<b>100,0</b>
	2008	81,2	18,8	100,0
	2007	87,9	12,1	100,0
	2006	82,8	17,2	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>77,6</b>	<b>22,4</b>	<b>100,0</b>
	2008	76,7	23,3	100,0
	2007	84,6	15,4	100,0
	2006	82,8	17,2	100,0
	2005	81,9	18,1	100,0
	2004	81,5	18,5	100,0
	2001 <sup>4</sup>	79,7	20,3	100,0
	2000	81,6	18,4	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>77,6</b>	<b>22,4</b>	<b>100,0</b>
	2008	77,5	22,5	100,0
	2007	80,4	19,6	100,0
	2006	76,8	23,2	100,0
	2005	78,5	21,5	100,0
	2004	77,7	22,3	100,0
	2001	81,7	18,3	100,0
	2000	81,2	18,8	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>71,3</b>	<b>28,7</b>	<b>100,0</b>
	2008	76,8	23,2	100,0
	2007	75,3	24,7	100,0
	2006	74,3	25,7	100,0
	2005	74,2	25,8	100,0
	2004	76,0	24,0	100,0
	2001	76,0	24,0	100,0
	2000	76,0	24,0	100,0

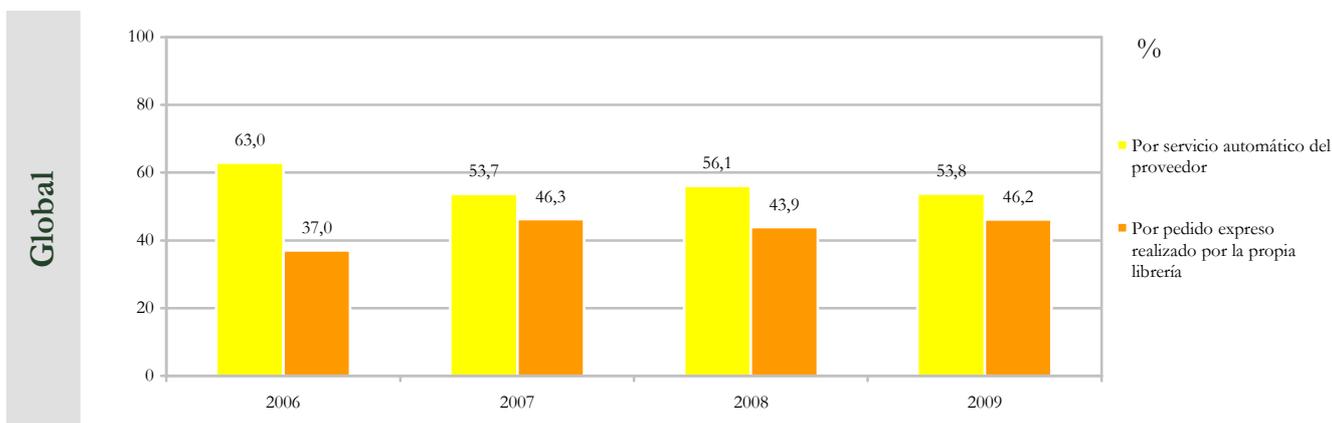
<sup>4</sup> Esta pregunta no se formuló en los cuestionarios de los años 2002 y 2003.

## 2.6. Gestión de la librería

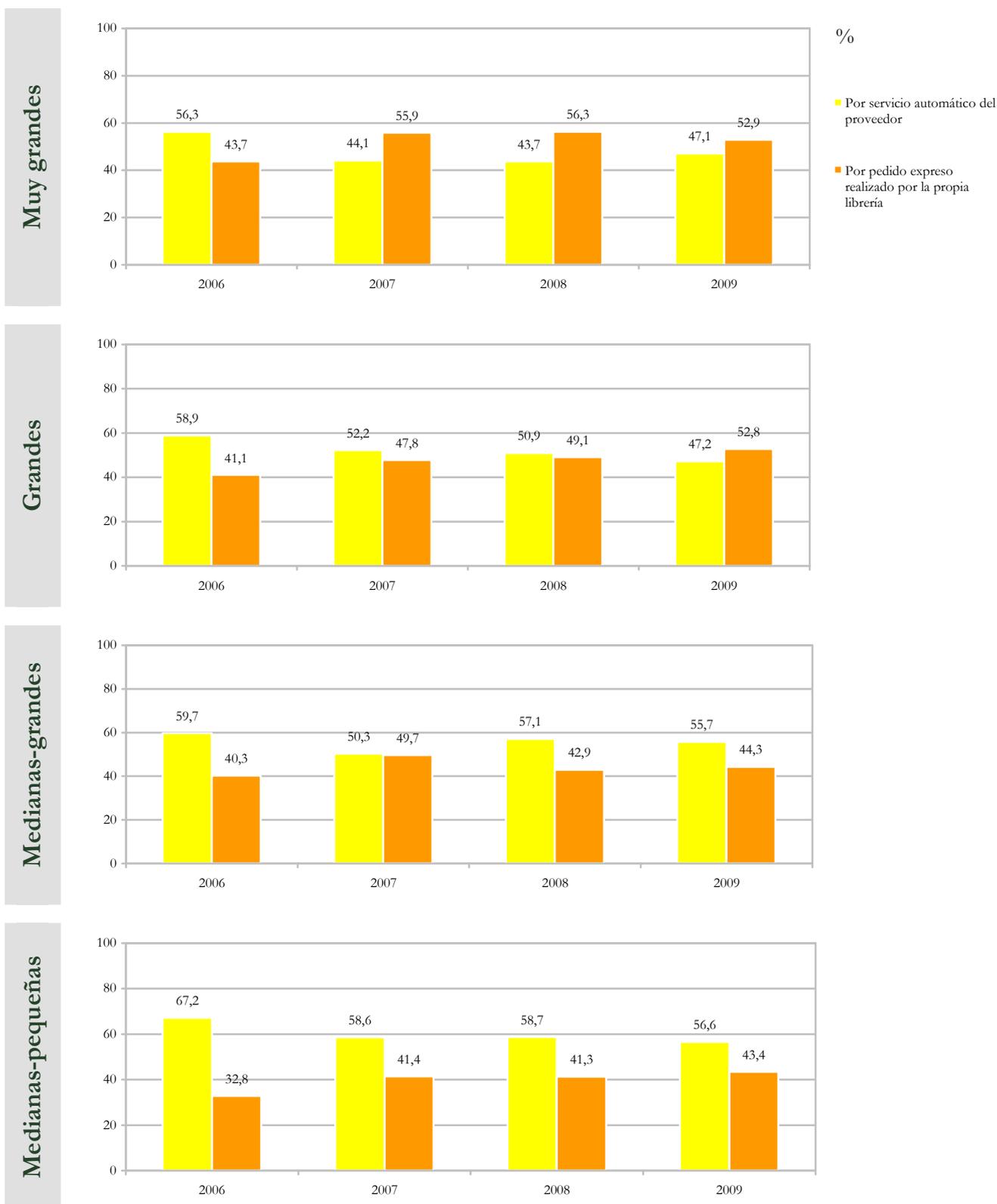
*Sistema de recepción de novedades*

El 53,8% de las novedades recibidas por parte de las librerías son suministradas mediante los servicios automáticos de novedades, ofrecidos por los proveedores. Respecto al año 2008, se observa un ligero descenso en las novedades recibidas por este canal, mientras aumentan los pedidos específicos realizados por la librería.

En las librerías de mayor tamaño la recepción de novedades por pedido específico de la librería es mayoritaria, así en el grupo de las muy grandes esta opción obtiene el 53,9% y en el grupo de las grandes el 52,8%. En cambio, en las librerías medianas el sistema mayoritario para la recepción de novedades es el servicio automático ofrecido por el proveedor, obteniendo el 55,7% en el grupo de las medianas-grandes y el 56,6% en el grupo de las medianas-pequeñas.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

	%	Sistema de recepción de novedades:		Total
		Por servicio automático del proveedor	Por pedido expreso realizado por la propia librería	
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>53,8</b>	<b>46,2</b>	<b>100,0</b>
	2008	56,1	43,9	100,0
	2007	53,7	46,3	100,0
	2006	63,0	37,0	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>47,1</b>	<b>52,9</b>	<b>100,0</b>
	2008	43,7	56,3	100,0
	2007	44,1	55,9	100,0
	2006	56,3	43,7	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>47,2</b>	<b>52,8</b>	<b>100,0</b>
	2008	50,9	49,1	100,0
	2007	52,2	47,8	100,0
	2006	58,9	41,1	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>55,7</b>	<b>44,3</b>	<b>100,0</b>
	2008	57,1	42,9	100,0
	2007	50,3	49,7	100,0
	2006	59,7	40,3	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>56,6</b>	<b>43,4</b>	<b>100,0</b>
	2008	58,7	41,3	100,0
	2007	58,6	41,4	100,0
	2006	67,2	32,8	100,0

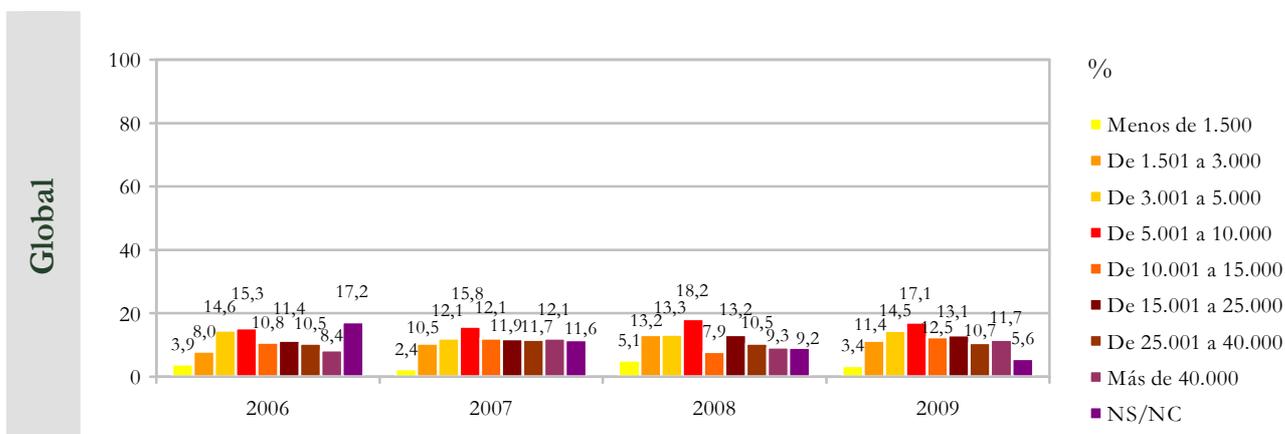
2.6. Gestión de la librería

*Ejemplares en estoc*

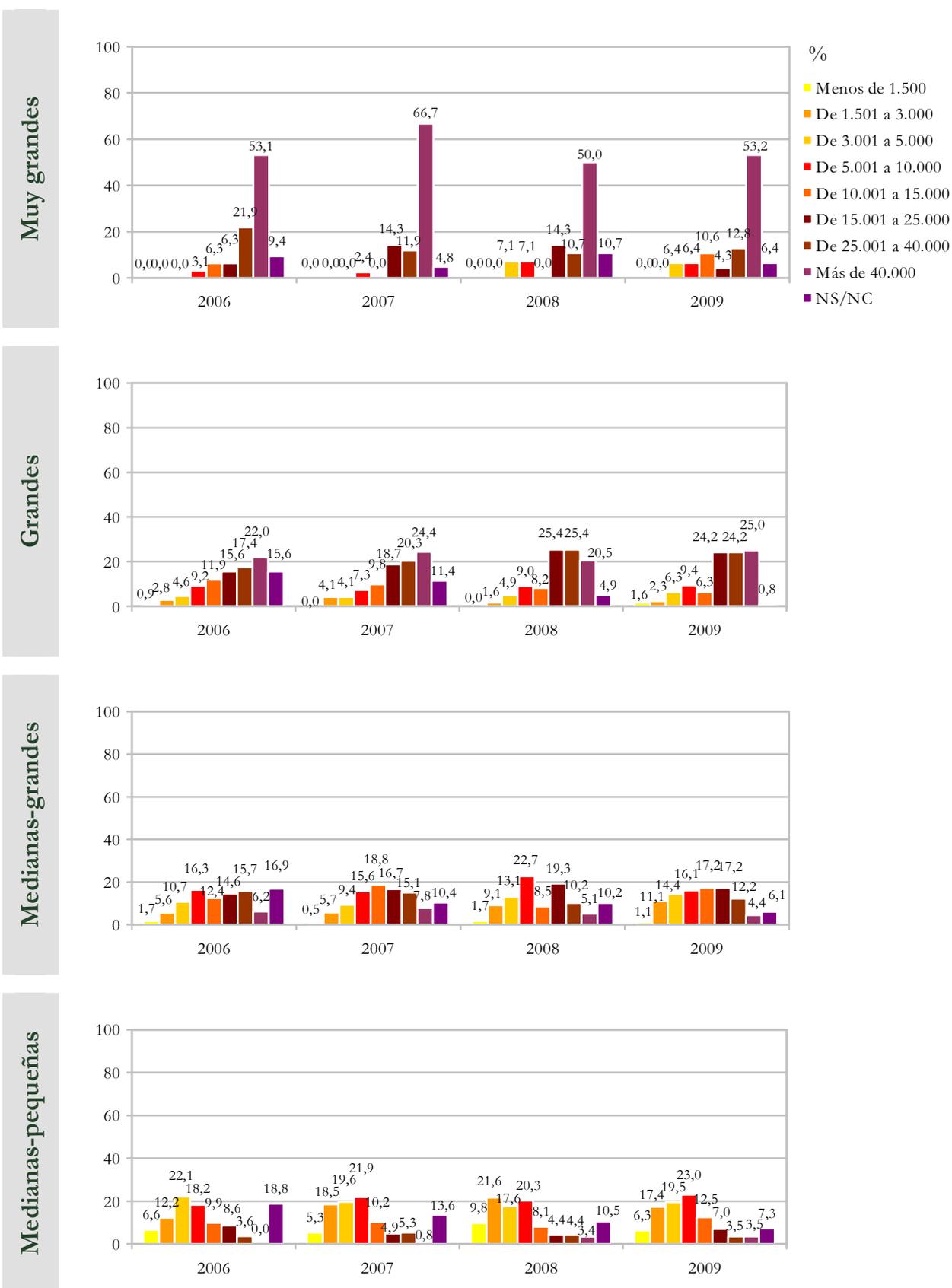
En el año 2009, el porcentaje más recurrente (17,1%) lo obtienen las librerías que disponen en estoc entre 5.000 y 10.000 libros, situándose en los extremos con un 3,4% las librerías que tienen menos de 1.500 libros en estoc y con un 11,7% las librerías que tienen más de 40.000 libros en estoc.

En general, se observa la lógica correspondencia entre el tamaño de la librería, en términos de ventas anuales de libros, y la cantidad de ejemplares que ésta tiene en estoc. Así, el 53,2% de las librerías muy grandes disponen de un estoc de más de 40.000 libros, el 73,4% de las librerías grandes disponen de estocs superiores a los 15.000 ejemplares, el 50,5% de las librerías medianas-grandes disponen de estocs de entre 5.000 i 25.000 ejemplares y el 59,9% de las librerías medianas-pequeñas disponen de estocs de entre 1.500 y 10.000 ejemplares.

Indicar, como en años anteriores que, el porcentaje de librerías que no contestan esta pregunta, en el 2009, ha sido del 5,6% y reflejar la reducción experimentada en este sentido, en los últimos años, ya que en el 2006 fueron el 17,2%, en el 2007 el 11,6% y en el 2008 el 9,2% de las librerías.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

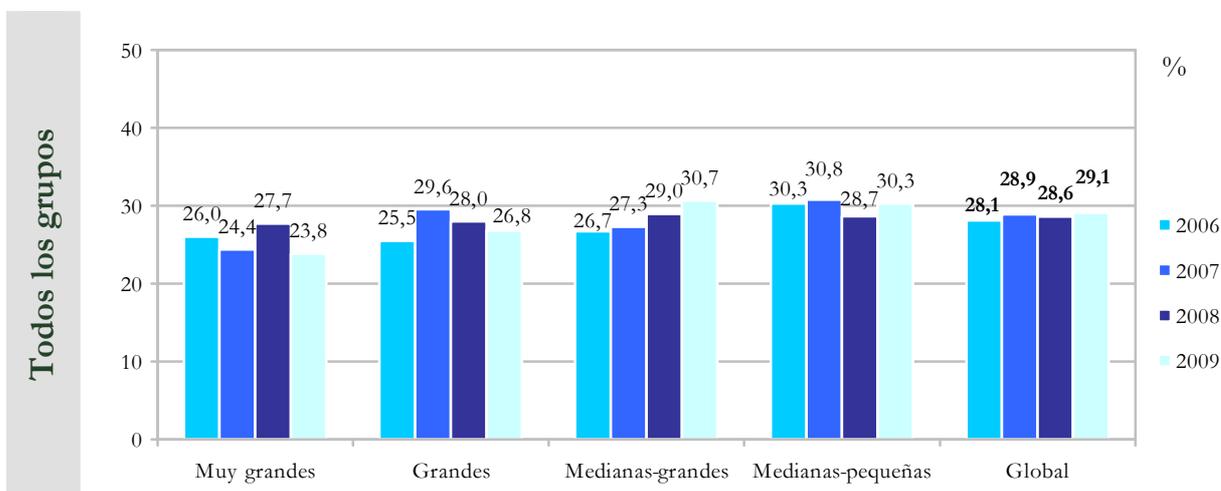
		Número de ejemplares en estoc									Ns/Nc	Total
%		Menos de 1.500	De 1.501 a 3.000	De 3.001 a 5.000	De 5.001 a 10.000	De 10.001 a 15.000	De 15.001 a 25.000	De 25.001 a 40.000	Más de 40.000			
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>3,4</b>	<b>11,4</b>	<b>14,5</b>	<b>17,1</b>	<b>12,5</b>	<b>13,1</b>	<b>10,7</b>	<b>11,7</b>	<b>5,6</b>	<b>100,0</b>	
	2008	5,1	13,2	13,3	18,2	7,9	13,2	10,5	9,3	9,2	100,0	
	2007	2,4	10,5	12,1	15,8	12,1	11,9	11,7	12,1	11,6	100,0	
	2006	3,9	8,0	14,6	15,3	10,8	11,4	10,5	8,4	17,2	100,0	
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>6,4</b>	<b>6,4</b>	<b>10,6</b>	<b>4,3</b>	<b>12,8</b>	<b>53,2</b>	<b>6,4</b>	<b>100,0</b>	
	2008	0,0	0,0	7,1	7,1	0,0	14,3	10,7	50,0	10,7	100,0	
	2007	0,0	0,0	0,0	2,4	0,0	14,3	11,9	66,7	4,8	100,0	
	2006	0,0	0,0	0,0	3,1	6,3	6,3	21,9	53,1	9,4	100,0	
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1,6</b>	<b>2,3</b>	<b>6,3</b>	<b>9,4</b>	<b>6,3</b>	<b>24,2</b>	<b>24,2</b>	<b>25,0</b>	<b>0,8</b>	<b>100,0</b>	
	2008	0,0	1,6	4,9	9	8,2	25,4	25,4	20,5	4,9	100,0	
	2007	0,0	4,1	4,1	7,3	9,8	18,7	20,3	24,4	11,4	100,0	
	2006	0,9	2,8	4,6	9,2	11,9	15,6	17,4	22,0	15,6	100,0	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1,1</b>	<b>11,1</b>	<b>14,4</b>	<b>16,1</b>	<b>17,2</b>	<b>17,2</b>	<b>12,2</b>	<b>4,4</b>	<b>6,1</b>	<b>100,0</b>	
	2008	1,7	9,1	13,1	22,7	8,5	19,3	10,2	5,1	10,2	100,0	
	2007	0,5	5,7	9,4	15,6	18,8	16,7	15,1	7,8	10,4	100,0	
	2006	1,7	5,6	10,7	16,3	12,4	14,6	15,7	6,2	16,9	100,0	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>6,3</b>	<b>17,4</b>	<b>19,5</b>	<b>23,0</b>	<b>12,5</b>	<b>7,0</b>	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>	<b>7,3</b>	<b>100,0</b>	
	2008	9,8	21,6	17,6	20,3	8,1	4,4	4,4	3,4	10,5	100,0	
	2007	5,3	18,5	19,6	21,9	10,2	4,9	5,3	0,8	13,6	100,0	
	2006	6,6	12,2	22,1	18,2	9,9	8,6	3,6	0,0	18,8	100,0	

2.6. Gestión de la librería

*Devoluciones*

El porcentaje estimado de devoluciones hechas, durante el año 2009, sobre el total de ejemplares recibidos se sitúa en el 29,1%, siendo, ligeramente, superior al de años precedentes, en el entorno de estabilidad de este indicador.

Las librerías medianas son las que estiman el porcentaje de devoluciones más alto, siendo del 30,7% en las medianas-grandes y del 30,3% en las medianas-pequeñas. Entre las muchas variables que pueden incidir en el porcentaje de devoluciones, podría mencionarse que son las librerías medianas, precisamente, las que mayoritariamente utilizan el sistema automático de suministro de novedades ofrecido por los proveedores. En las librerías muy grandes el porcentaje de devoluciones se reduce al 23,8% y en las grandes al 26,8%.



2.6. Gestión de la librería

Media del porcentaje de devoluciones

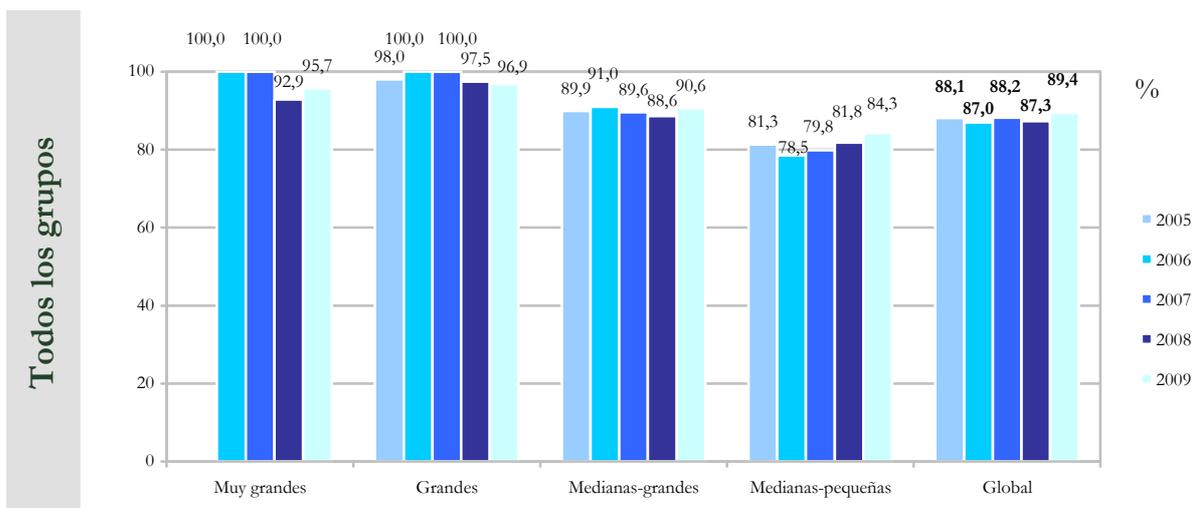
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>29,1</b>
	2008	28,6
	2007	28,9
	2006	28,1
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>23,8</b>
	2008	27,7
	2007	24,4
	2006	26,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>26,8</b>
	2008	28,0
	2007	29,6
	2006	25,5
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>30,7</b>
	2008	29,0
	2007	27,3
	2006	26,7
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>30,3</b>
	2008	28,7
	2007	30,8
	2006	30,3

2.6. Gestión de la librería

*Grado de informatización*

El 89,4% de las librerías declara tener su sistema de gestión informatizado. Aunque con ciertas oscilaciones se observa una progresión en este sentido a lo largo de los años, buena prueba de ello es que el porcentaje obtenido este año es el más alto desde el año 2000.

Cuanto mayor es el tamaño de la librería, mayor es el grado de informatización de la gestión de ésta, en general, así en las muy grandes alcanza el 95,7%, en las grandes el 96,9%, en las medianas-grandes del 90,6% y en las medianas-pequeñas del 84,3%.



2.6. Gestión de la librería

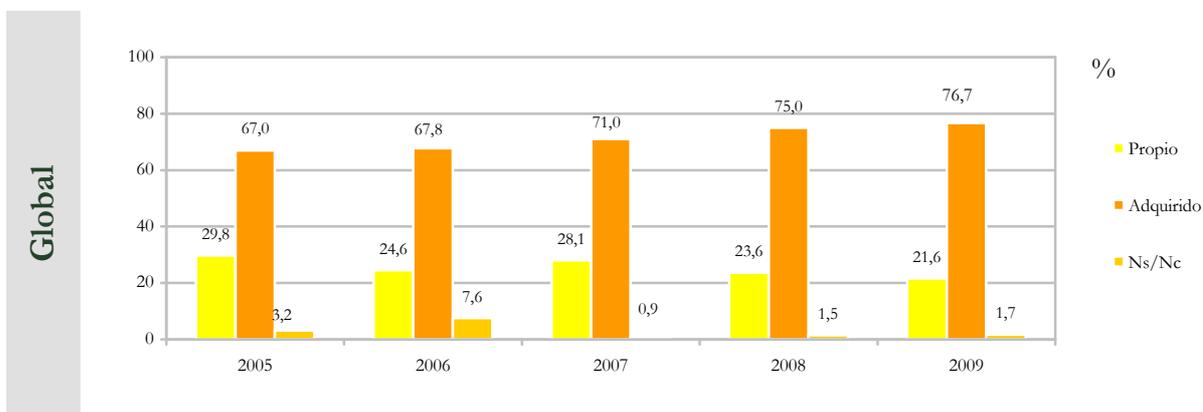
	%	Sí	No	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>89,4</b>	<b>10,6</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	87,3	12,5	0,2	100,0
	2007	88,2	11,8	0,0	100,0
	2006	87,0	12,4	0,6	100,0
	2005	88,1	11,8	0,2	100,0
	2004	85,5	13,6	0,9	100,0
	2003	89,0	10,5	0,6	100,0
	2002	81,3	18,3	0,4	100,0
	2001	83,6	16,4	0,0	100,0
	2000	80,1	18,8	1,1	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>95,7</b>	<b>4,3</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	92,9	7,1	0,0	100,0
	2007	100,0	0,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	0,0	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>96,9</b>	<b>3,1</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	97,5	1,6	0,8	100,0
	2007	99,2	0,0	0,8	100,0
	2006	100,0	0,0	0,0	100,0
	2005	98,0	2,0	0,0	100,0
	2004	97,1	2,9	0,0	100,0
	2003	97,1	2,9	0,0	100,0
	2002	93,6	6,4	0,0	100,0
	2001	96,7	3,3	0,0	100,0
	2000	83,3	15,1	1,6	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>90,6</b>	<b>9,4</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	88,6	11,4	0,0	100,0
	2007	89,6	10,4	0,0	100,0
	2006	91,0	9,0	0,0	100,0
	2005	89,9	10,1	0,0	100,0
	2004	90,8	8,6	0,6	100,0
	2003	86,6	12,8	0,6	100,0
	2002	85,0	14,4	0,6	100,0
	2001	86,6	13,4	0,0	100,0
	2000	82,0	15,7	2,3	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>84,3</b>	<b>15,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	81,8	18,2	0,0	100,0
	2007	78,9	20,0	1,1	100,0
	2006	78,5	20,1	1,3	100,0
	2005	81,3	18,3	0,4	100,0
	2004	75,8	22,7	1,6	100,0
	2003	85,9	13,3	0,8	100,0
	2002	72,4	27,2	0,4	100,0
	2001	74,9	25,1	0,0	100,0
	2000	77,3	22,7	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

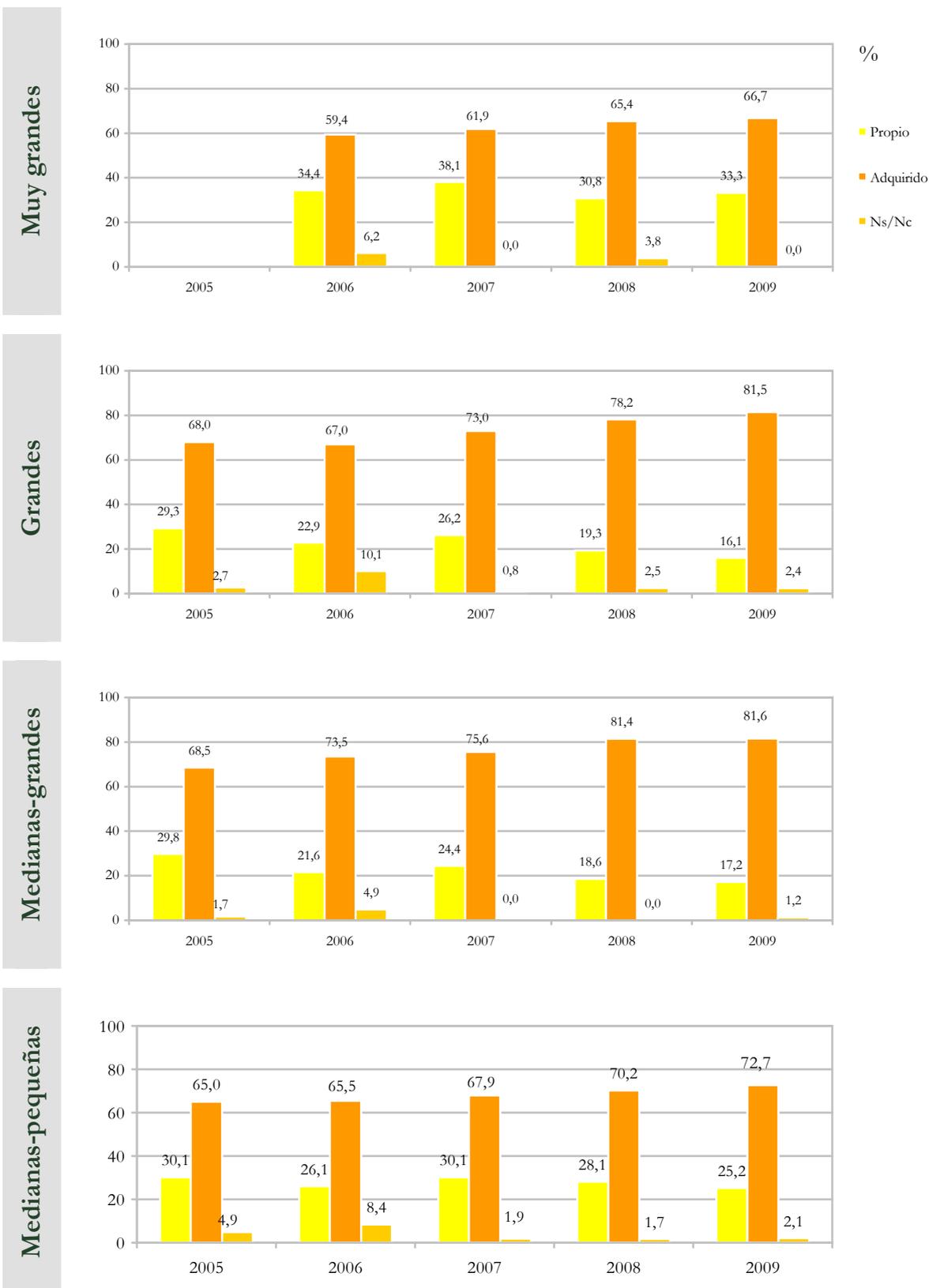
*Tipo de programa informático*

El 76,7% de las librerías que tienen informatizada su gestión, disponen de un programa informático para realizarla adquirido y otro 21,6% disponen de programas de desarrollo propio. Hacer notar como el avance de las librerías con programas adquiridos, en los últimos años, ha sido moderado pero constante, en detrimento – relativo- de las librerías con programario propio.

Las librerías muy grandes son las que tienen el porcentaje más alto (33,3%) de programas propios, seguidas por las librerías medianas-pequeñas (25,2%). Porcentajes que son substancialmente más bajos entre las librerías grandes (16,1%) y las medianas-grandes (17,2%), ambos porcentajes han experimentado un decremento notable desde el año 2000, mientras que en las librerías más grandes y más pequeñas son mucho más estables.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

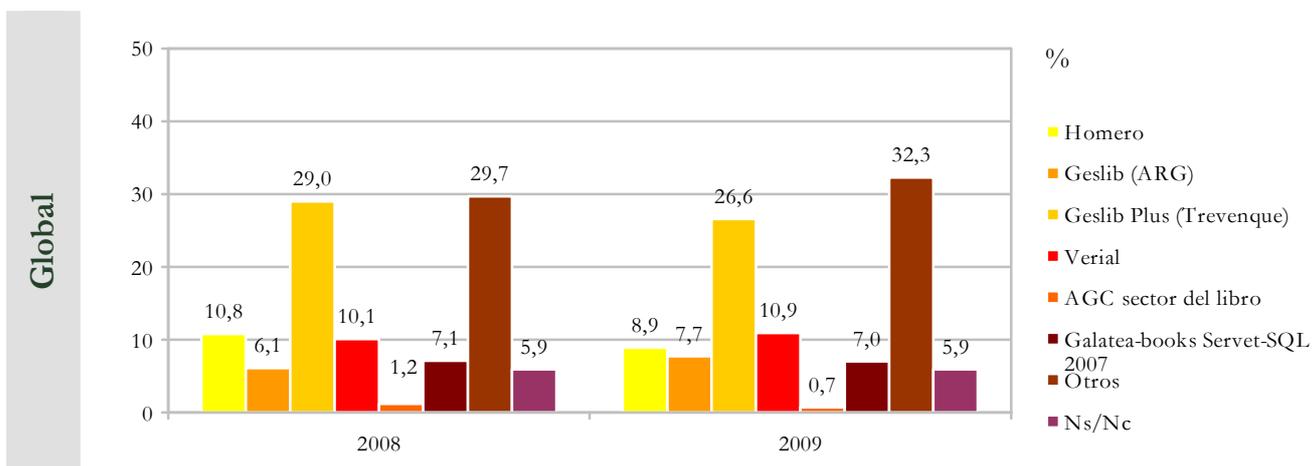
	%	Propio	Adquirido	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>21,6</b>	<b>76,7</b>	<b>1,7</b>	<b>100,0</b>
	2008	23,6	75,0	1,5	100,0
	2007	28,1	71,0	0,9	100,0
	2006	24,6	67,8	7,6	100,0
	2005	29,8	67,0	3,2	100,0
	2004	27,4	70,9	1,7	100,0
	2003	35,9	62,6	1,5	100,0
	2002	28,5	51,4	1,8	100,0
	2001	34,5	65,0	0,4	100,0
	2000	30,2	67,7	2,0	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>33,3</b>	<b>66,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	30,8	65,4	3,8	100,0
	2007	38,1	61,9	0,0	100,0
	2006	34,4	59,4	6,2	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>16,1</b>	<b>81,5</b>	<b>2,4</b>	<b>100,0</b>
	2008	19,3	78,2	2,5	100,0
	2007	26,2	73,0	0,8	100,0
	2006	22,9	67,0	10,1	100,0
	2005	29,3	68,0	2,7	100,0
	2004	27,2	71,3	1,5	100,0
	2003	41,0	56,7	2,2	100,0
	2002	40,1	59,0	0,9	100,0
	2001	39,8	60,2	0,0	100,0
	2000	37,9	62,1	0,0	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>17,2</b>	<b>81,6</b>	<b>1,2</b>	<b>100,0</b>
	2008	18,6	81,4	0,0	100,0
	2007	24,4	75,6	0,0	100,0
	2006	21,6	73,5	4,9	100,0
	2005	29,8	68,5	1,7	100,0
	2004	23,0	76,4	0,7	100,0
	2003	31,0	67,4	1,6	100,0
	2002	33,1	64,2	2,7	100,0
	2001	31,5	67,8	0,7	100,0
	2000	29,5	70,5	0,0	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>25,2</b>	<b>72,7</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>
	2008	28,1	70,2	1,7	100,0
	2007	30,1	67,9	1,9	100,0
	2006	26,1	65,5	8,4	100,0
	2005	30,1	65,0	4,9	100,0
	2004	30,9	66,5	2,6	100,0
	2003	35,7	63,4	0,9	100,0
	2002	32,8	64,4	2,8	100,0
	2001	33,5	65,9	0,6	100,0
	2000	25,8	74,2	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

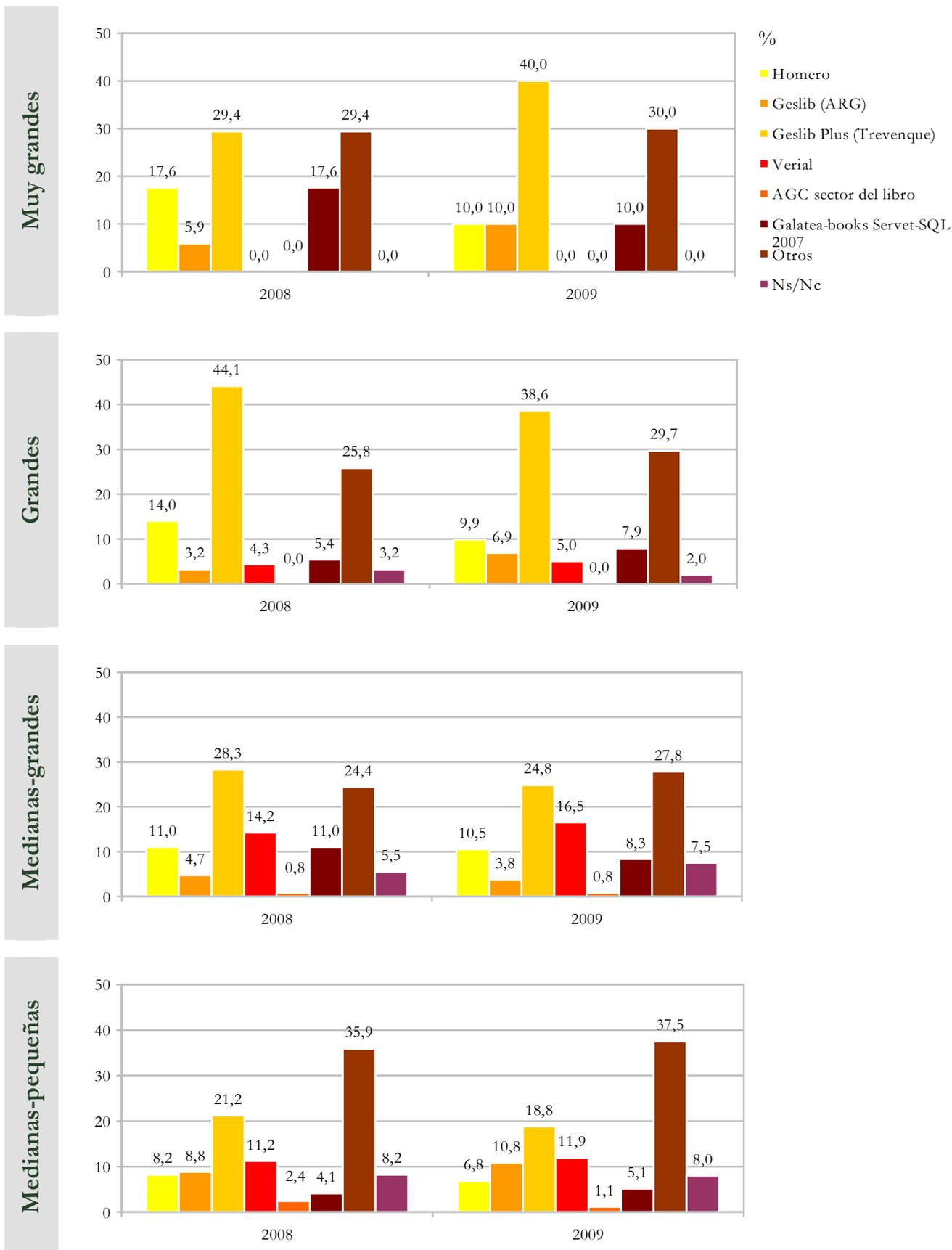
*Uso de programas adquiridos*

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

El comportamiento en los cuatro grupos de librerías –según su volumen de venta de libros- es bastante similar, en general. Observar, no obstante que Geslib Plus (Trevenque) aumenta su cuota de mercado entre las librerías muy grandes y la disminuye en los otros tres grupos. Mientras que el grupo formado por otros programas aumenta su cuota en todos los grupos respecto, el 2008. Esta situación evidencia la existencia y persistencia de diversas opciones en programas de gestión de la librería, en el sector.



2.6. Gestión de la librería



**2.6. Gestión de la librería**

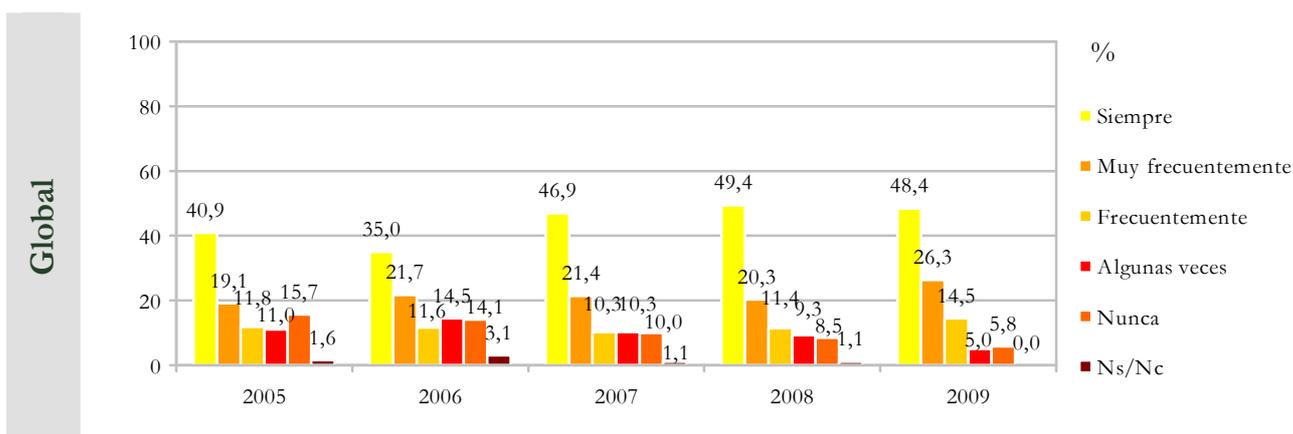
	%	Homero	Geslib (ARG)	Geslib Plus (Trevenque)	Verial	AGC Sector del libro	Galatea-books Servet-SQL 2007	Otros	Ns/Nc	<b>Total</b>
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>8,9</b>	<b>7,7</b>	<b>26,6</b>	<b>10,9</b>	<b>0,7</b>	<b>7,0</b>	<b>32,3</b>	<b>5,9</b>	<b>100,0</b>
	2008	10,8	6,1	29,0	10,1	1,2	7,1	29,7	5,9	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>10,0</b>	<b>10,0</b>	<b>40,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>10,0</b>	<b>30,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	17,6	5,9	29,4	0,0	0,0	17,6	29,4	0,0	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>9,9</b>	<b>6,9</b>	<b>38,6</b>	<b>5,0</b>	<b>0,0</b>	<b>7,9</b>	<b>29,7</b>	<b>2,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	14,0	3,2	44,1	4,3	0,0	5,4	25,8	3,2	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>10,5</b>	<b>3,8</b>	<b>24,8</b>	<b>16,5</b>	<b>0,8</b>	<b>8,3</b>	<b>27,8</b>	<b>7,5</b>	<b>100,0</b>
	2008	11,0	4,7	28,3	14,2	0,8	11,0	24,4	5,5	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>6,8</b>	<b>10,8</b>	<b>18,8</b>	<b>11,9</b>	<b>1,1</b>	<b>5,1</b>	<b>37,5</b>	<b>8,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	8,2	8,8	21,2	11,2	2,4	4,1	35,9	8,2	100,0

2.6. Gestión de la librería

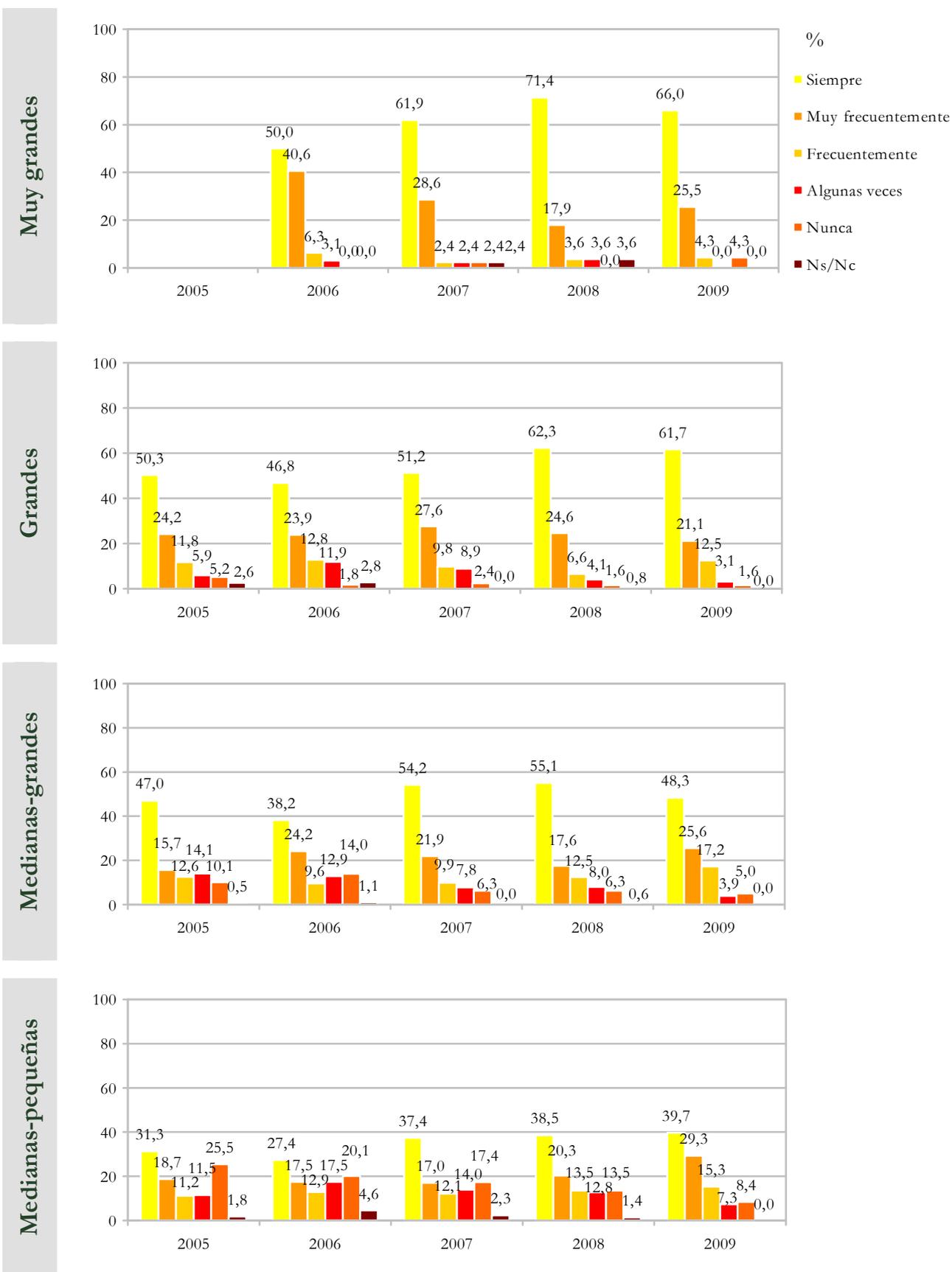
*Comunicación electrónica con los proveedores*

En general, durante el año 2009, se observa un uso más extenso e intenso de la comunicación electrónica con los proveedores. La extensión del uso viene determinada por la disminución al 5,8% del porcentaje de librerías que no usan nunca la comunicación electrónica, cuando en el 2004 eran el 20,8%, por tanto ha habido una extensión progresiva del uso a lo largo de estos últimos años. La intensidad del uso de la comunicación electrónica viene determinada por el aumento del 8,1% de las librerías, que en relación al 2008 la usan frecuentemente, muy frecuentemente o siempre, para comunicarse con los proveedores.

Siguiendo la pauta de años precedentes, el uso del correo electrónico para comunicarse con los proveedores es mayor, cuanto mayor es el tamaño de la librería. Sirva como referencia que el 66,0% de las muy grandes lo utilizan siempre, así como el 61,7% de las grandes, el 48,3% de las medianas-grandes y el 39,7% de las medianas-pequeñas.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

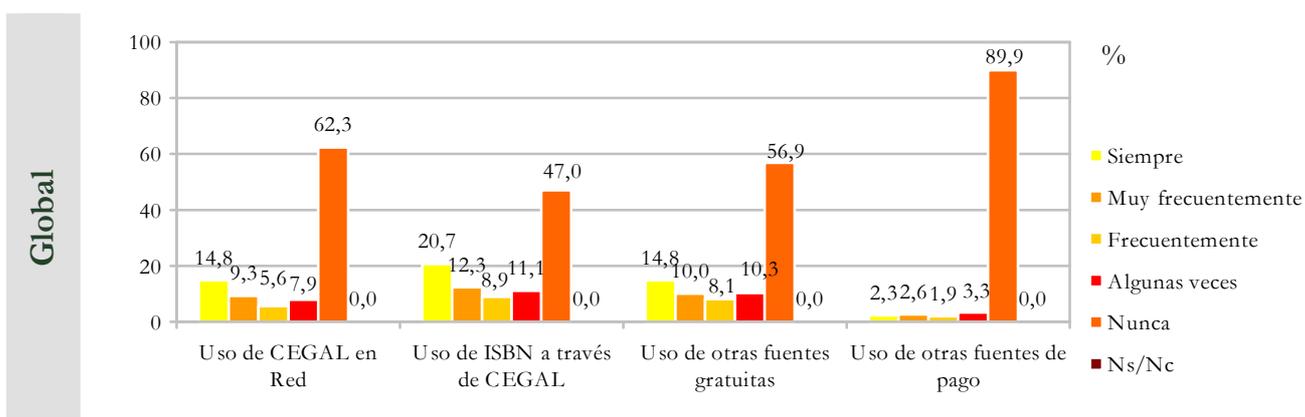
	%	Muy frecuentemente		Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
		Siempre						
Global	2009	48,4	26,3	14,5	5,0	5,8	0,0	100,0
	2008	49,4	20,3	11,4	9,3	8,5	1,1	100,0
	2007	46,9	21,4	10,3	10,3	10,0	1,1	100,0
	2006	35,0	21,7	11,6	14,5	14,1	3,1	100,0
	2005	40,9	19,1	11,8	11,0	15,7	1,6	100,0
	2004	27,7	17,4	13,2	8,6	20,8	5,9	100,0
Muy grandes	2009	66,0	25,5	4,3	0,0	4,3	0,0	100,0
	2008	71,4	17,9	3,6	3,6	0,0	3,6	100,0
	2007	61,9	28,6	2,4	2,4	2,4	2,4	100,0
	2006	50,0	40,6	6,3	3,1	0,0	0,0	100,0
Grandes	2009	61,7	21,1	12,5	3,1	1,6	0,0	100,0
	2008	62,3	24,6	6,6	4,1	1,6	0,8	100,0
	2007	51,2	27,6	9,8	8,9	2,4	0,0	100,0
	2006	46,8	23,9	12,8	11,9	1,8	2,8	100,0
	2005	50,3	24,2	11,8	5,9	5,2	2,6	100,0
	2004	44,2	16,3	16,3	9,3	9,3	4,7	100,0
Medianas- grandes	2009	48,3	25,6	17,2	3,9	5,0	0,0	100,0
	2008	55,1	17,6	12,5	8,0	6,3	0,6	100,0
	2007	54,2	21,9	9,9	7,8	6,3	0,0	100,0
	2006	38,2	24,2	9,6	12,9	14,0	1,1	100,0
	2005	47,0	15,7	12,6	14,1	10,1	0,5	100,0
	2004	31,2	15,6	18,3	12,8	21,1	0,9	100,0
Medianas- pequeñas	2009	39,7	29,3	15,3	7,3	8,4	0,0	100,0
	2008	38,5	20,3	13,5	12,8	13,5	1,4	100,0
	2007	37,4	17,0	12,1	14,0	17,4	2,3	100,0
	2006	27,4	17,5	12,9	17,5	20,1	4,6	100,0
	2005	31,3	18,7	11,2	11,5	25,5	1,8	100,0
	2004	22,2	17,6	16,2	9,7	31,5	2,8	100,0

## 2.6. Gestión de la librería

*Utilización de bases de datos de descarga telemática*

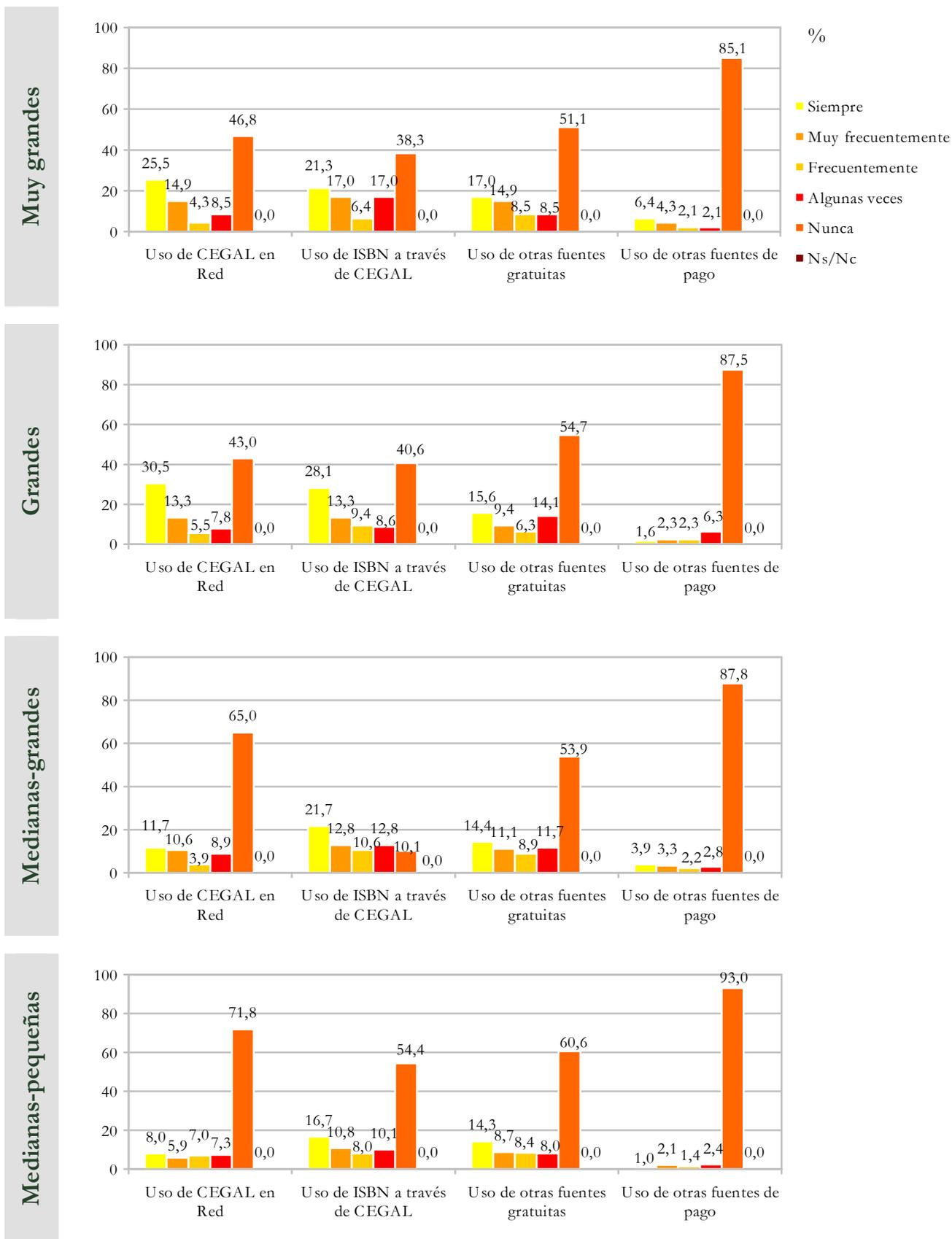
El 53,0% de las librerías usa el ISBN a través de la CEGAL, siendo, en general la base de datos de descarga telemática más usada por las librerías. En segundo lugar, se posicionan las fuentes gratuitas con un uso del 43,1% y en tercer lugar, se ubica CEGAL en Red con un 37,7% de uso. Cabe destacar que, en relación al año 2008, CEGAL en Red es la única que incrementa su uso. Las fuentes informativas de pago siguen siendo de uso minoritario.

En general, el uso de bases de datos de descarga telemática es superior en las librerías más grandes y disminuye su uso en paralelo al tamaño de la librería, sirva como ejemplo el porcentaje de librerías que no usan nunca el ISBN a través de CEGAL: el 38,3% de las muy grandes, el 40,6% de las grandes, el 42,2% de las medianas-grandes y el 54,4% de las medianas-pequeñas. Situación similar a la que se produce con el no uso de CEGAL en Red: el 46,8% de las muy grandes, el 43,0% de las grandes, el 65,0% de las medianas-grandes y el 71,8% de las medianas-pequeñas.

**Utilización de bases de datos de descarga telemática**

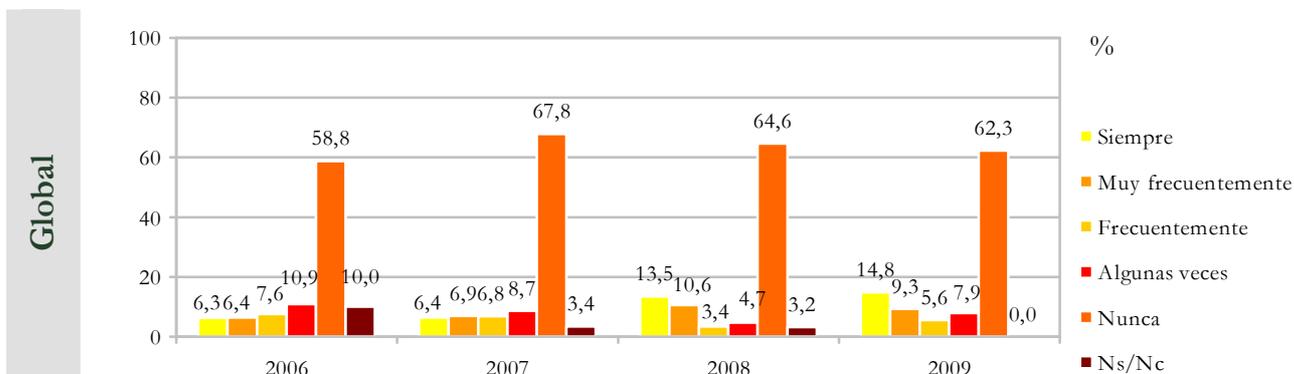
2.6. Gestión de la librería

Utilización de bases de datos de descarga telemática

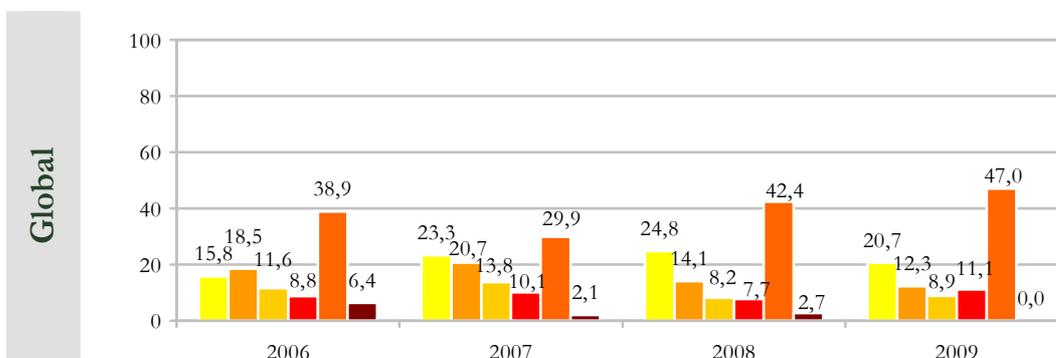


2.6. Gestión de la librería

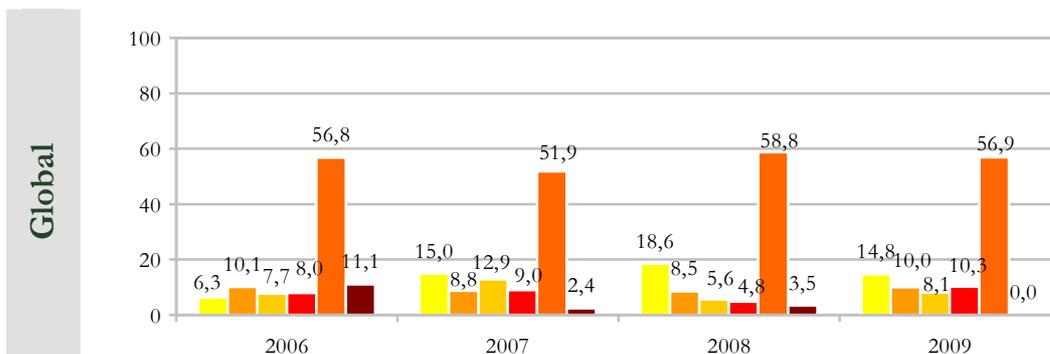
Uso de CEGAL EN RED



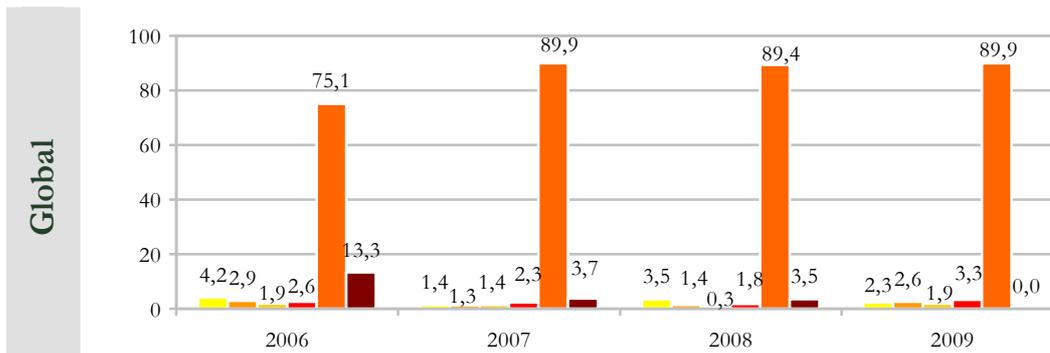
Uso de ISBN a través de CEGAL



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
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>14,8</b>	<b>9,3</b>	<b>5,6</b>	<b>7,9</b>	<b>62,3</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	13,5	10,6	3,4	4,7	64,6	3,2	100,0
	2007	6,4	6,9	6,8	8,7	67,8	3,4	100,0
	2006	6,3	6,4	7,6	10,9	58,8	10,0	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>25,5</b>	<b>14,9</b>	<b>4,3</b>	<b>8,5</b>	<b>46,8</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	28,6	10,7	0,0	7,1	39,3	14,3	100,0
	2007	14,3	7,1	9,5	7,1	61,9	0,0	100,0
	2006	21,9	0,0	0,0	12,5	56,3	9,4	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>30,5</b>	<b>13,3</b>	<b>5,5</b>	<b>7,8</b>	<b>43,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	25,4	16,4	4,9	5,7	45,9	1,6	100,0
	2007	8,9	12,2	8,1	11,4	58,5	0,8	100,0
	2006	9,2	6,4	11,0	13,8	49,5	10,1	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>11,7</b>	<b>10,6</b>	<b>3,9</b>	<b>8,9</b>	<b>65,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	13,6	10,2	2,3	4,0	66,5	3,4	100,0
	2007	5,7	7,8	6,8	7,8	68,8	3,1	100,0
	2006	9,6	6,7	9,6	10,1	54,5	9,6	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>8,0</b>	<b>5,9</b>	<b>7,0</b>	<b>7,3</b>	<b>71,8</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	7,1	8,4	3,7	4,4	73,6	2,7	100,0
	2007	4,5	3,8	5,7	8,3	72,5	5,3	100,0
	2006	1,7	6,9	5,9	10,2	65,0	10,2	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
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>20,7</b>	<b>12,3</b>	<b>8,9</b>	<b>11,1</b>	<b>47,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	24,8	14,1	8,2	7,7	42,4	2,7	100,0
	2007	23,3	20,7	13,8	10,1	29,9	2,1	100,0
	2006	15,8	18,5	11,6	8,8	38,9	6,4	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>21,3</b>	<b>17,0</b>	<b>6,4</b>	<b>17,0</b>	<b>38,3</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	28,6	14,3	7,1	3,6	32,1	14,3	100,0
	2007	28,6	21,4	7,1	4,8	38,1	0,0	100,0
	2006	15,6	28,1	9,4	6,3	40,6	0,0	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>28,1</b>	<b>13,3</b>	<b>9,4</b>	<b>8,6</b>	<b>40,6</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	24,6	21,3	12,3	7,4	32	2,5	100,0
	2007	30,9	23,6	13,0	8,1	23,6	0,8	100,0
	2006	22,0	19,3	11,0	7,3	31,2	9,2	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>21,7</b>	<b>12,8</b>	<b>10,6</b>	<b>12,8</b>	<b>10,1</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	27,8	14,2	7,4	4,5	43,8	2,3	100,0
	2007	24,0	20,8	15,1	9,9	28,6	1,6	100,0
	2006	16,9	16,9	14,0	10,7	37,6	3,9	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>16,7</b>	<b>10,8</b>	<b>8,0</b>	<b>10,1</b>	<b>54,4</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	22,6	11,1	7,1	10,1	47,0	2,0	100,0
	2007	18,5	19,2	14,3	12,1	32,5	3,4	100,0
	2006	12,9	18,2	10,6	8,6	42,2	7,6	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
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>14,8</b>	<b>10,0</b>	<b>8,1</b>	<b>10,3</b>	<b>56,9</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	18,6	8,5	5,6	4,8	58,8	3,5	100,0
	2007	15,0	8,8	12,9	9,0	51,9	2,4	100,0
	2006	6,3	10,1	7,7	8,0	56,8	11,1	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>17,0</b>	<b>14,9</b>	<b>8,5</b>	<b>8,5</b>	<b>51,1</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	10,7	14,3	3,6	7,1	50,0	14,3	100,0
	2007	21,4	7,1	16,7	4,8	50,0	0,0	100,0
	2006	3,1	6,3	0,0	15,6	59,4	15,6	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>15,6</b>	<b>9,4</b>	<b>6,3</b>	<b>14,1</b>	<b>54,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	17,2	12,3	6,6	8,2	53,3	2,5	100,0
	2007	20,3	12,2	12,2	13,8	40,7	0,8	100,0
	2006	10,1	6,4	11,9	9,2	49,5	12,8	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>14,4</b>	<b>11,1</b>	<b>8,9</b>	<b>11,7</b>	<b>53,9</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	18,2	8,0	1,7	2,8	65,9	3,4	100,0
	2007	15,1	8,9	12,0	8,9	52,6	2,6	100,0
	2006	6,2	9,0	6,7	8,4	61,2	8,4	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>14,3</b>	<b>8,7</b>	<b>8,4</b>	<b>8,0</b>	<b>60,6</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	20,3	6,8	7,8	4,4	57,8	3,0	100,0
	2007	11,3	7,5	13,2	7,5	57,0	3,4	100,0
	2006	5,3	12,5	7,6	6,6	56,4	11,6	100,0

2.6. Gestión de la librería

Uso de otras fuentes de pago

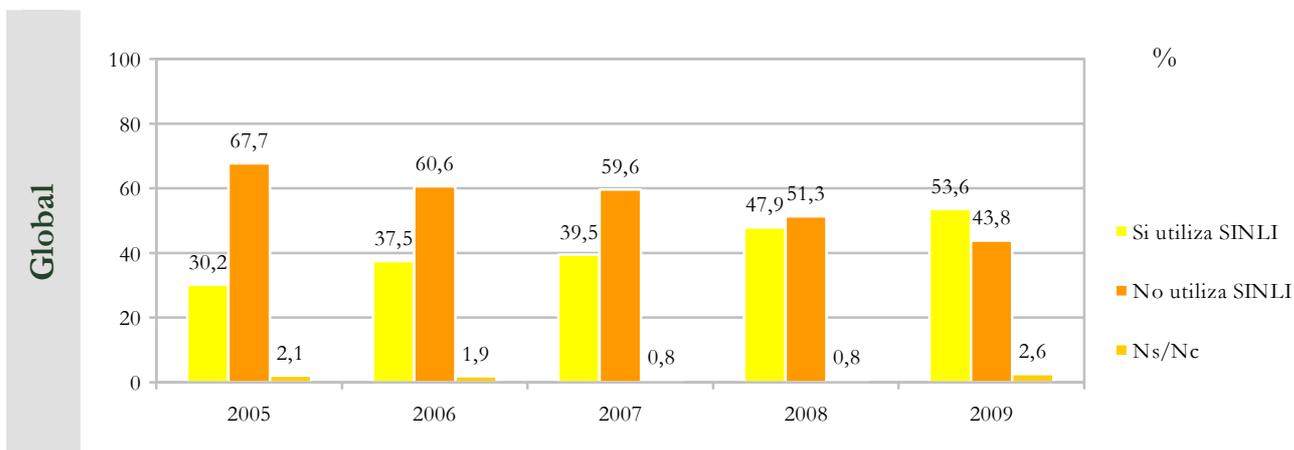
	%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>1,9</b>	<b>3,3</b>	<b>89,9</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	3,5	1,4	0,3	1,8	89,4	3,5	100,0
	2007	1,4	1,3	1,4	2,3	89,9	3,7	100,0
	2006	4,2	2,9	1,9	2,6	75,1	13,3	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>6,4</b>	<b>4,3</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>85,1</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	3,6	0,0	0,0	3,6	78,6	14,3	100,0
	2007	2,4	0,0	2,4	4,8	90,5	0,0	100,0
	2006	6,3	18,8	3,1	3,1	59,4	9,4	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1,6</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>	<b>6,3</b>	<b>87,5</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	4,9	2,5	0,0	2,5	87,7	2,5	100,0
	2007	0,8	1,6	3,3	2,4	89,4	2,4	100,0
	2006	7,3	0,9	3,7	3,7	66,1	18,3	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>3,9</b>	<b>3,3</b>	<b>2,2</b>	<b>2,8</b>	<b>87,8</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	4,5	2,8	0,0	2,3	86,4	4,0	100,0
	2007	1,6	1,6	0,5	3,6	89,6	3,1	100,0
	2006	3,9	2,8	1,7	2,2	78,1	11,2	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>1,0</b>	<b>2,1</b>	<b>1,4</b>	<b>2,4</b>	<b>93,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	2,4	0,3	0,7	1,0	92,9	2,7	100,0
	2007	1,5	1,1	1,1	0,8	90,2	5,3	100,0
	2006	3,0	2,0	1,3	2,3	78,2	13,2	100,0

2.6. Gestión de la librería

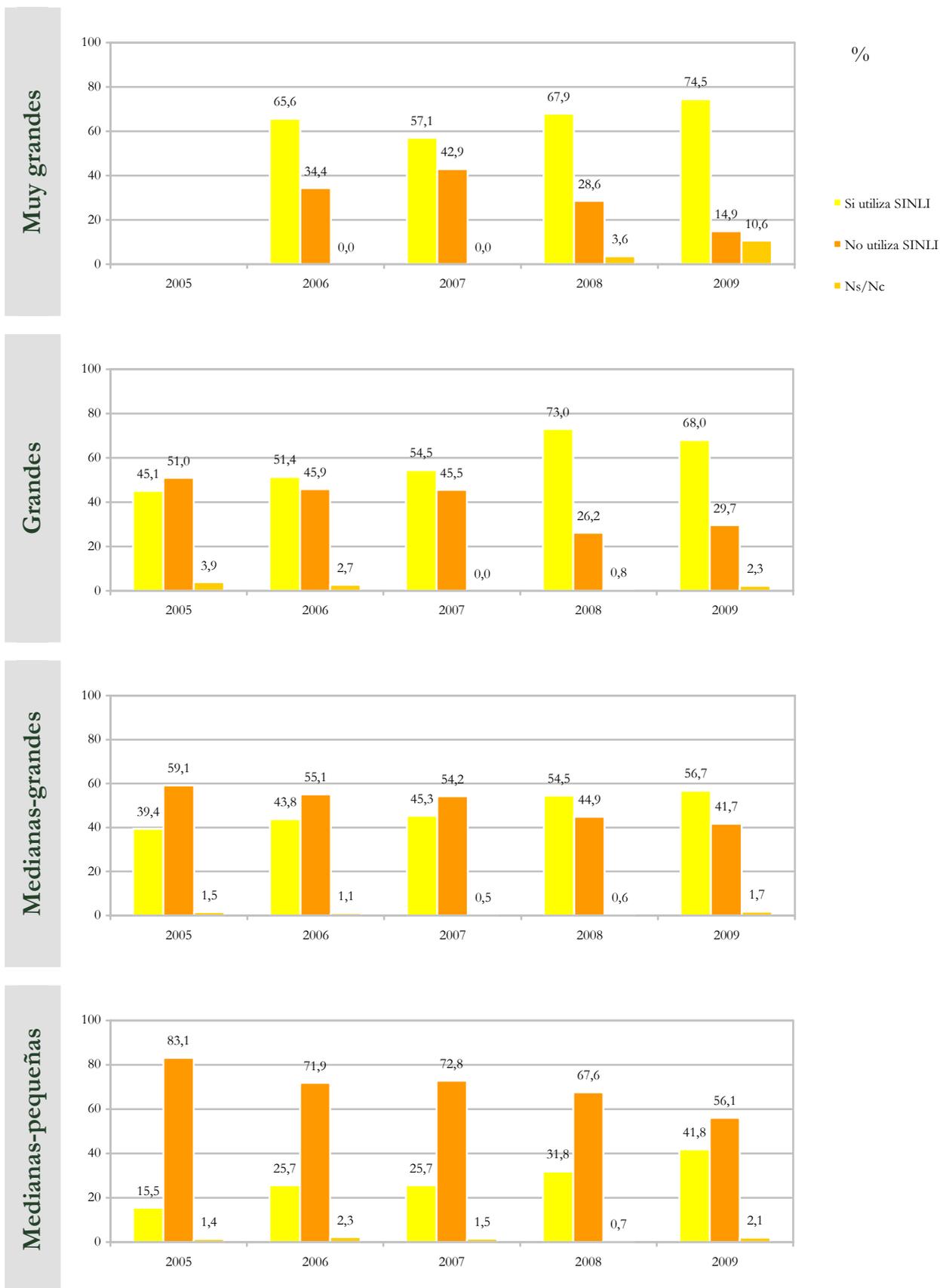
*Utilización del SINLI*

El 53,6% de las librerías utiliza el SINLI, porcentaje que no ha dejado de crecer desde el 2004 en que lo usaban el 25,6% de las librerías, así en los últimos seis años se ha doblado el número de librerías que usan el SINLI.

Cuanto mayor es el tamaño de la librería, mayor es el uso que se hace del SINLI, así entre las librerías del grupo de las muy grandes lo utilizan el 74,5%, entre las librerías del grupo de las grandes el 68,0%, entre las del grupo de las medianas-grandes el 56,7% y entre el grupo de librerías de las medianas-pequeñas lo utilizan el 41,8%. Observar asimismo, que aunque en el grupo de las muy grandes se dé el máximo uso del programa, es el grupo que menos ha avanzado en este uso durante los últimos años, dándose evoluciones mucho más pujantes en los otros tres grupos de librerías.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

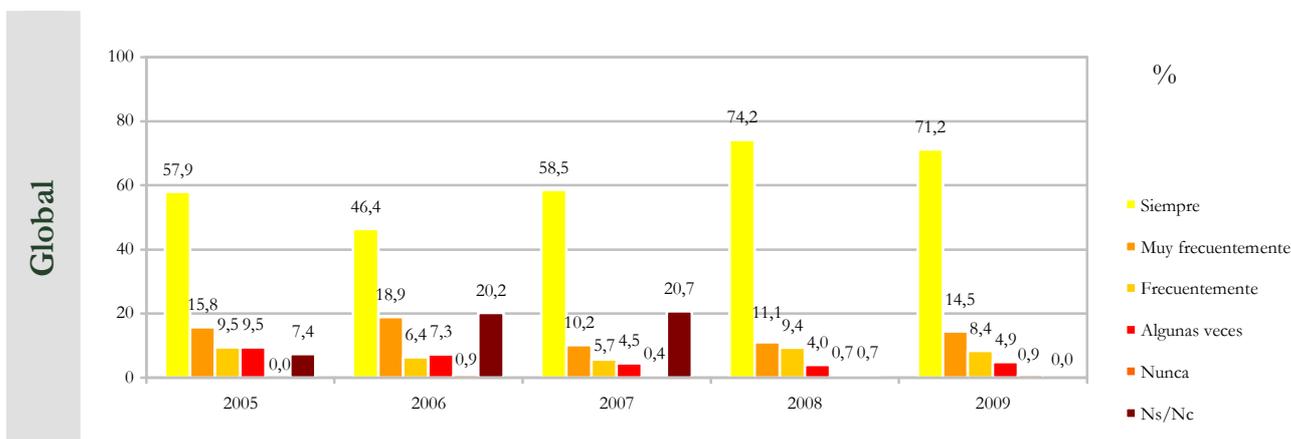
	%	Sí	No	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>53,6</b>	<b>43,8</b>	<b>2,6</b>	<b>100,0</b>
	2008	47,9	51,3	0,8	100,0
	2007	39,5	59,6	0,8	100,0
	2006	37,5	60,6	1,9	100,0
	2005	30,2	67,7	2,1	100,0
	2004	25,6	73,5	0,9	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>74,5</b>	<b>14,9</b>	<b>10,6</b>	<b>100,0</b>
	2008	67,9	28,6	3,6	100,0
	2007	57,1	42,9	0,0	100,0
	2006	65,6	34,4	0,0	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>68,0</b>	<b>29,7</b>	<b>2,3</b>	<b>100,0</b>
	2008	73,0	26,2	0,8	100,0
	2007	54,5	45,5	0,0	100,0
	2006	51,4	45,9	2,7	100,0
	2005	45,1	51,0	3,9	100,0
	2004	37,9	61,4	0,7	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>56,7</b>	<b>41,7</b>	<b>1,7</b>	<b>100,0</b>
	2008	54,5	44,9	0,6	100,0
	2007	45,3	54,2	0,5	100,0
	2006	43,8	55,1	1,1	100,0
	2005	39,4	59,1	1,5	100,0
	2004	33,1	66,9	0,0	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>41,8</b>	<b>56,1</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>
	2008	31,8	67,6	0,7	100,0
	2007	25,7	72,8	1,5	100,0
	2006	25,7	71,9	2,3	100,0
	2005	15,5	83,1	1,4	100,0
	2004	14,1	84,4	1,6	100,0

2.6. Gestión de la librería

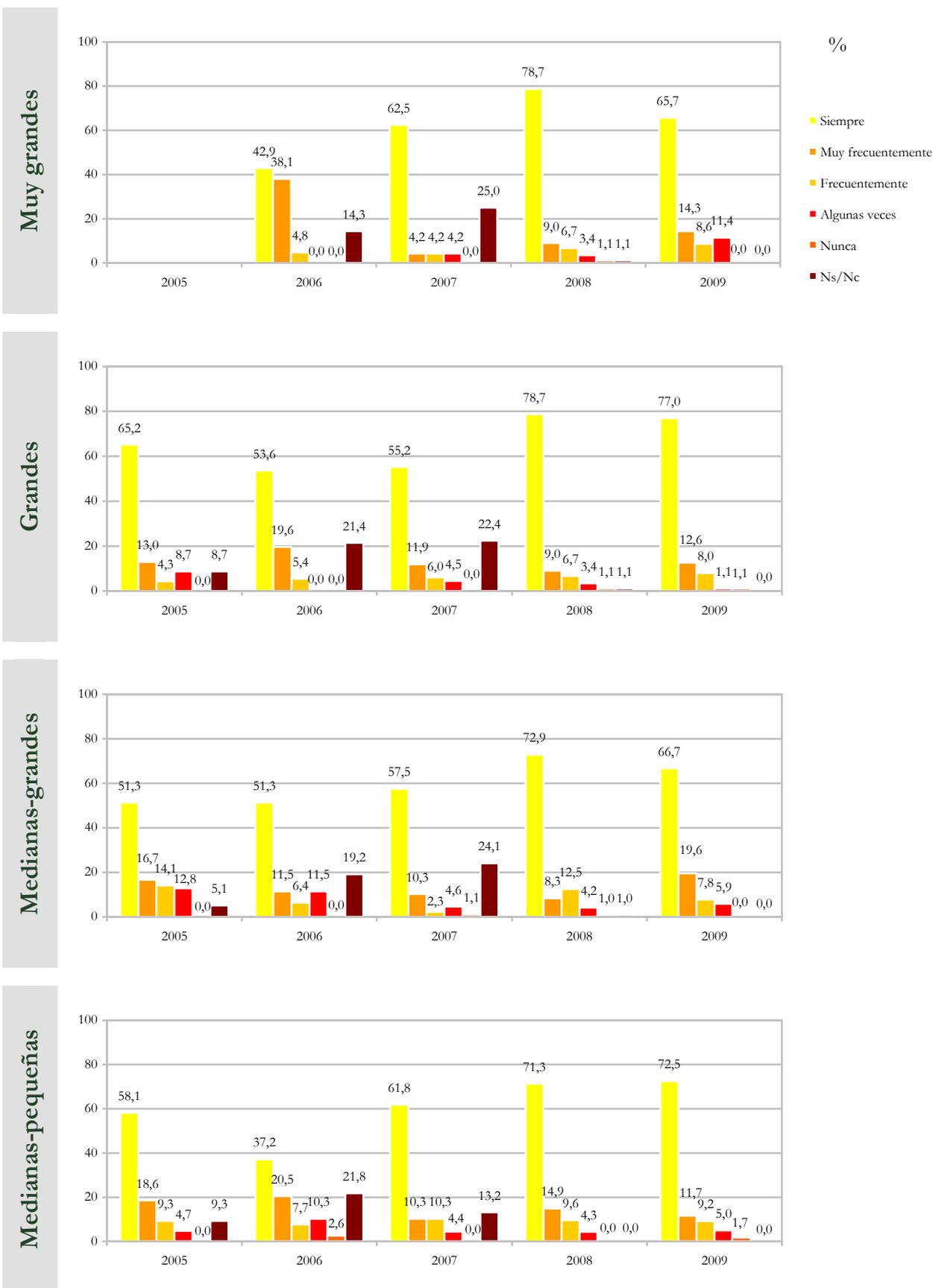
*Frecuencia de uso de SINLI*

Entre las librerías que usan SINLI su frecuencia de uso es alta, sirva como referencia que el 71,2% de éstas afirma utilizarlo siempre, porcentaje al que se podría añadir el 14,5% de librerías que afirman utilizarlo muy frecuentemente y el 8,4% de librerías que afirman utilizarlo frecuentemente.

En todas los grupos de librerías, la frecuencia de uso del SINLI siempre es mayoritaria, así en las muy grandes este uso alcanza el 65,7%, en las grandes el 77,0%, en las medianas-grandes el 66,7% y en las medianas-pequeñas el 72,5%. No obstante y en relación al año 2008, se observa un descenso del uso “siempre” del SINLI en todos los grupos, excepto en el de las librerías medianas-pequeñas, en el que aumenta, ligeramente.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

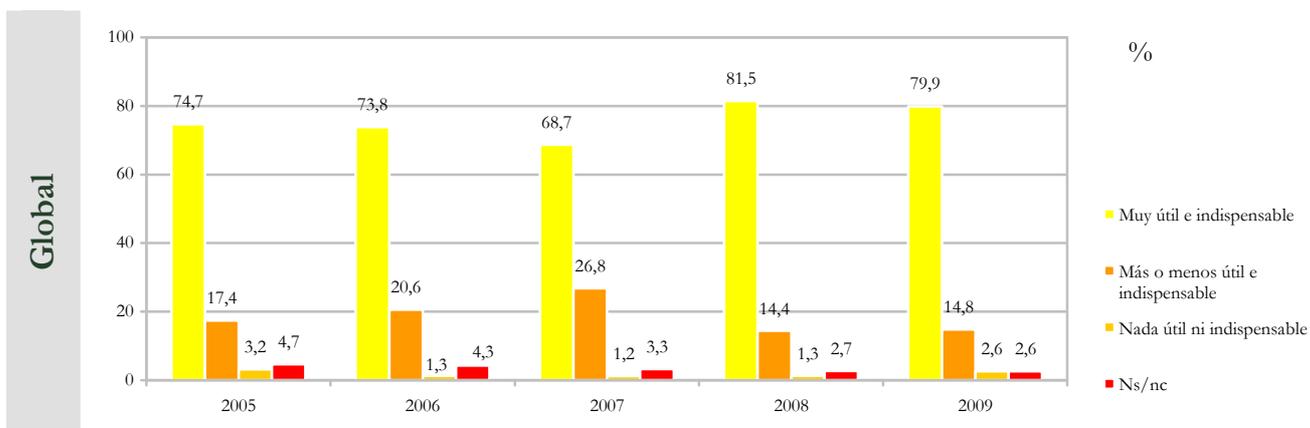
	%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
Global	2009	71,2	14,5	8,4	4,9	0,9	0,0	100,0
	2008	74,2	11,1	9,4	4,0	0,7	0,7	100,0
	2007	58,5	10,2	5,7	4,5	0,4	20,7	100,0
	2006	46,4	18,9	6,4	7,3	0,9	20,2	100,0
	2005	57,9	15,8	9,5	9,5	0,0	7,4	100,0
	2004	60,8	17,5	11,9	4,9	0,0	4,9	100,0
Muy grandes	2009	65,7	14,3	8,6	11,4	0,0	0,0	100,0
	2008	78,7	9,0	6,7	3,4	1,1	1,1	100,0
	2007	62,5	4,2	4,2	4,2	0,0	25,0	100,0
	2006	42,9	38,1	4,8	0,0	0,0	14,3	100,0
Grandes	2009	77,0	12,6	8,0	1,1	1,1	0,0	100,0
	2008	78,7	9,0	6,7	3,4	1,1	1,1	100,0
	2007	55,2	11,9	6,0	4,5	0,0	22,4	100,0
	2006	53,6	19,6	5,4	0,0	0,0	21,4	100,0
	2005	65,2	13,0	4,3	8,7	0,0	8,7	100,0
	2004	60,4	15,1	11,3	3,8	0,0	9,4	100,0
Medianas-grandes	2009	66,7	19,6	7,8	5,9	0,0	0,0	100,0
	2008	72,9	8,3	12,5	4,2	1,0	1,0	100,0
	2007	57,5	10,3	2,3	4,6	1,1	24,1	100,0
	2006	51,3	11,5	6,4	11,5	0,0	19,2	100,0
	2005	51,3	16,7	14,1	12,8	0,0	5,1	100,0
	2004	66,7	18,5	13,0	1,9	0,0	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2009	72,5	11,7	9,2	5,0	1,7	0,0	100,0
	2008	71,3	14,9	9,6	4,3	0,0	0,0	100,0
	2007	61,8	10,3	10,3	4,4	0,0	13,2	100,0
	2006	37,2	20,5	7,7	10,3	2,6	21,8	100,0
	2005	58,1	18,6	9,3	4,7	0,0	9,3	100,0
	2004	52,8	19,4	11,1	11,1	0,0	5,6	100,0

2.6. Gestión de la librería

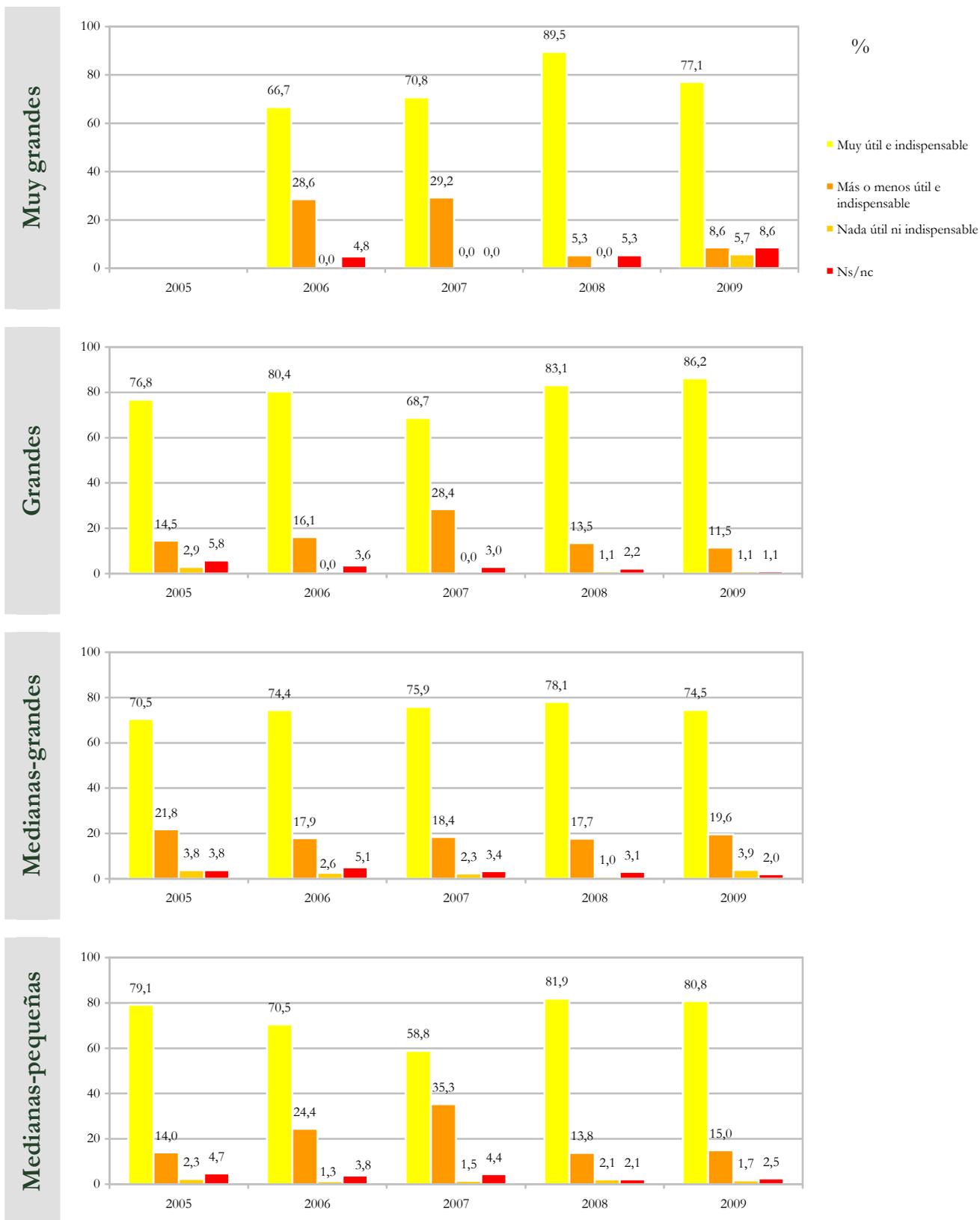
*Opinión sobre SINLI*

El 79,9% de las librerías que usan el SINLI, en el año 2009, opinan que su uso es muy útil e indispensable, otro 14,8% opina que su uso es más o menos útil e indispensable y un 2,6% opina que no es nada útil ni indispensable.

En todos los grupos de librerías, la opinión de que el SINLI es muy útil e indispensable es mayoritaria, así lo afirman el 65,7% de las muy grandes, el 77,0% de las grandes, el 74,5% de las medianas-grandes y el 80,8% de las medianas-pequeñas. Como puede observarse la recurrencia de la opinión positiva del uso del SINLI es mayor cuanto menor es la librería.



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
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>79,9</b>	<b>14,8</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>	<b>100,0</b>
	2008	81,5	14,4	1,3	2,7	100,0
	2007	68,7	26,8	1,2	3,3	100,0
	2006	73,8	20,6	1,3	4,3	100,0
	2005	74,7	17,4	3,2	4,7	100,0
	2004	74,1	18,2	0,7	7,0	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>77,1</b>	<b>8,6</b>	<b>5,7</b>	<b>8,6</b>	<b>100,0</b>
	2008	89,5	5,3	0,0	5,3	100,0
	2007	70,8	29,2	0,0	0,0	100,0
	2006	66,7	28,6	0,0	4,8	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>86,2</b>	<b>11,5</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>	<b>100,0</b>
	2008	83,1	13,5	1,1	2,2	100,0
	2007	68,7	28,4	0,0	3,0	100,0
	2006	80,4	16,1	0,0	3,6	100,0
	2005	76,8	14,5	2,9	5,8	100,0
	2004	71,7	15,1	0,0	13,2	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>74,5</b>	<b>19,6</b>	<b>3,9</b>	<b>2,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	78,1	17,7	1,0	3,1	100,0
	2007	75,9	18,4	2,3	3,4	100,0
	2006	74,4	17,9	2,6	5,1	100,0
	2005	70,5	21,8	3,8	3,8	100,0
	2004	79,6	16,7	0,0	3,7	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>80,8</b>	<b>15,0</b>	<b>1,7</b>	<b>2,5</b>	<b>100,0</b>
	2008	81,9	13,8	2,1	2,1	100,0
	2007	58,8	35,3	1,5	4,4	100,0
	2006	70,5	24,4	1,3	3,8	100,0
	2005	79,1	14,0	2,3	4,7	100,0
	2004	69,4	25,0	2,8	2,8	100,0

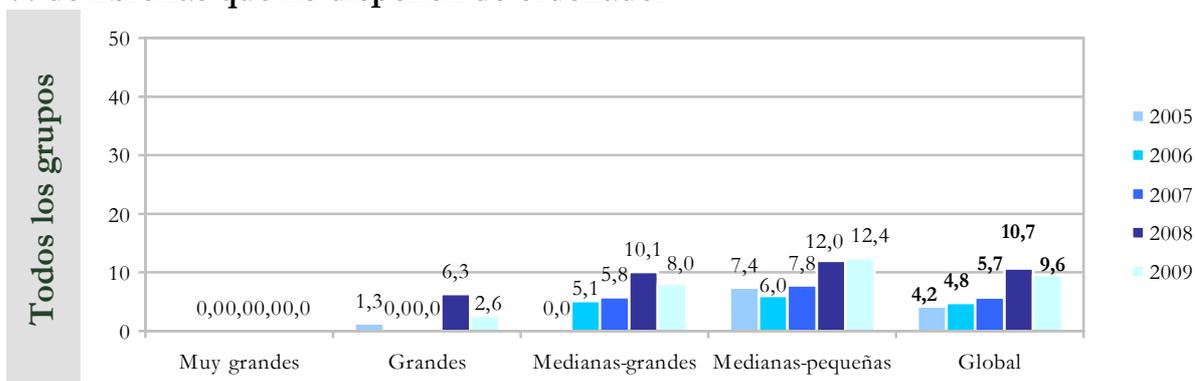
2.6. Gestión de la librería

*Motivos de no utilización del SINLI*

Entre el 43,8% de librerías que no utilizan el SINLI, un 9,6% no dispone de ordenador, lo que imposibilita físicamente su uso. Estas librerías se localizan en mayor medida entre las librerías de un menor tamaño, así en el grupo de las medianas-pequeñas el porcentaje de librerías que no disponen de ordenador es del 12,4%, entre las medianas-grandes del 8,0%, entre las grandes del 2,6% y entre las muy grandes no se ha registrado ningún caso.

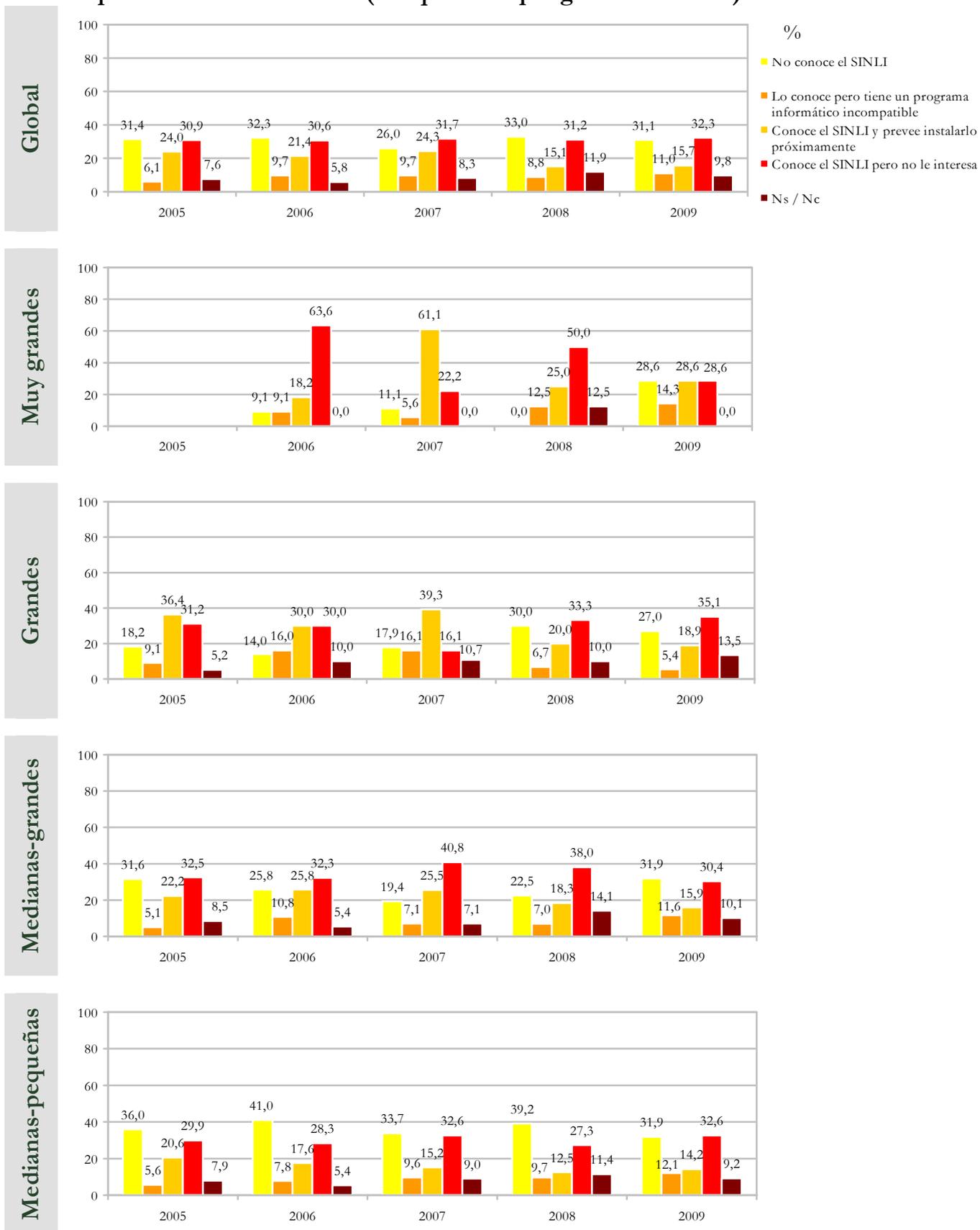
Entre el 43,8% de librerías que no utilizan el SINLI, un 90,4% si disponen de ordenador y aducen otros argumentos para su no utilización: el 32,3% conoce el SINLI pero no le interesa, el 31,1% no conoce el SINLI, el 15,7% conoce el SINLI y prevee instalarlo próximamente y el 11,0% conoce el SINLI pero tiene un programa informático incompatible. Indicar que el porcentaje de librerías que no conocen el SINLI, con mínimas fluctuaciones permanece estable desde el año 2005. Curiosamente, no hay una relación evidente entre el desconocimiento del programa y el tamaño de la librería: el 28,6% de las muy grandes no conocen el SINLI, el 27,0% de las grandes, el 31,9% de las medianas-grandes y el 31,9% de las medianas-pequeñas. Asimismo, tampoco se observan diferencias substanciales entre los grupos respecto al no interés por el SINLI: el 28,6% de las muy grandes, el 35,1% de las grandes, el 30,4% de las medianas-grandes y el 32,6% de las medianas-pequeñas. En cambio, sí se observa un comportamiento diferenciado entre las librerías que tienen previsto instalarlo próximamente: el 28,6% de las muy grandes, el 8,9% de las grandes, el 15,9% de las medianas-grandes y el 14,2% de las medianas-pequeñas.

**% de librerías que no disponen de ordenador**



2.6. Gestión de la librería

Motivos para no utilizar el SINLI (aunque se disponga de ordenador)



2.6. Gestión de la librería

	%	Dispone de ordenador	No dispone de ordenador	Total
Global	2009	90,4	9,6	100,0
	2008	89,3	10,7	100,0
	2007	94,3	5,7	100,0
	2006	95,2	4,8	100,0
	2005	95,8	4,2	100,0
	2004	97,1	2,9	100,0
Muy grandes	2009	100,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	100,0
	2007	100,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
Grandes	2009	97,4	2,6	100,0
	2008	93,8	6,3	100,0
	2007	100,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
	2005	98,7	1,3	100,0
	2004	98,8	1,2	100,0
Medianas- grandes	2009	92,0	8,0	100,0
	2008	89,9	10,1	100,0
	2007	94,2	5,8	100,0
	2006	94,9	5,1	100,0
	2005	100,0	0,0	100,0
	2004	98,2	1,8	100,0
Medianas- pequeñas	2009	87,6	12,4	100,0
	2008	88,0	12,0	100,0
	2007	92,2	7,8	100,0
	2006	94,0	6,0	100,0
	2005	92,6	7,4	100,0
	2004	95,8	4,2	100,0

2.6. Gestión de la librería

		Conoce el SINLI					Ns/Nc	Total
		%	No	Pero tiene un programa informático incompatible	Prevé instalarlo próximamente	Pero no le interesa		
Global	2009	31,1	11,0	15,7	32,3	9,8	100,0	
	2008	33,0	8,8	15,1	31,2	11,9	100,0	
	2007	26,0	9,7	24,3	31,7	8,3	100,0	
	2006	32,3	9,7	21,4	30,6	5,8	100,0	
	2005	31,4	6,1	24,0	30,9	7,6	100,0	
Muy grandes	2009	28,6	14,3	28,6	28,6	0,0	100,0	
	2008	0,0	12,5	25,0	50,0	12,5	100,0	
	2007	11,1	5,6	61,1	22,2	0,0	100,0	
	2006	9,1	9,1	18,2	63,6	0,0	100,0	
Grandes	2009	27,0	5,4	18,9	35,1	13,5	100,0	
	2008	30,0	6,7	20,0	33,3	10,0	100,0	
	2007	17,9	16,1	39,3	16,1	10,7	100,0	
	2006	14,0	16,0	30,0	30,0	10,0	100,0	
	2005	18,2	9,1	36,4	31,2	5,2	100,0	
Medianas-grandes	2009	31,9	11,6	15,9	30,4	10,1	100,0	
	2008	22,5	7,0	18,3	38,0	14,1	100,0	
	2007	19,4	7,1	25,5	40,8	7,1	100,0	
	2006	25,8	10,8	25,8	32,3	5,4	100,0	
	2005	31,6	5,1	22,2	32,5	8,5	100,0	
Medianas-pequeñas	2009	31,9	12,1	14,2	32,6	9,2	100,0	
	2008	39,2	9,7	12,5	27,3	11,4	100,0	
	2007	33,7	9,6	15,2	32,6	9,0	100,0	
	2006	41,0	7,8	17,6	28,3	5,4	100,0	
	2005	36,0	5,6	20,6	29,9	7,9	100,0	

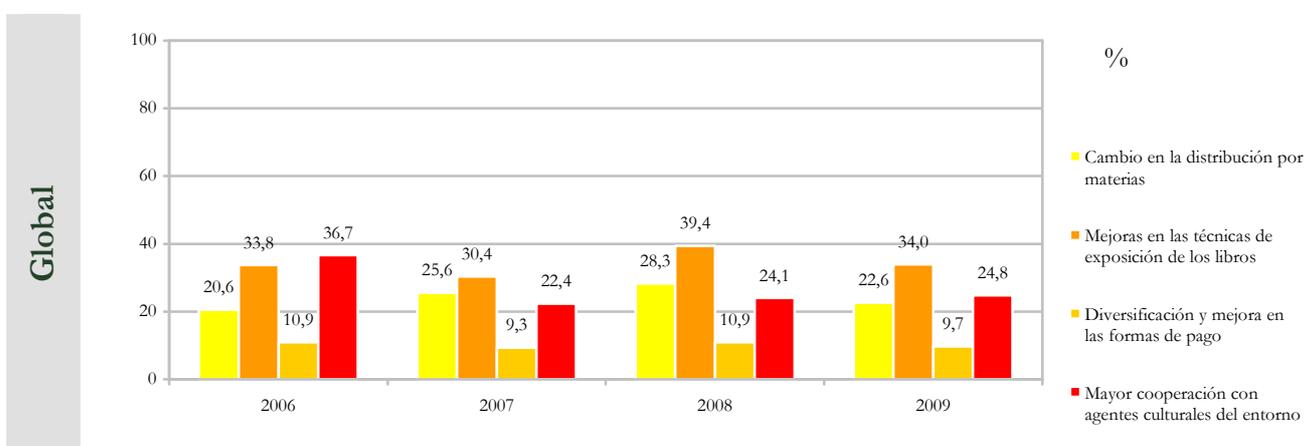
## 2.6. Gestión de la librería

*Innovaciones radicales o relevantes en la empresa*

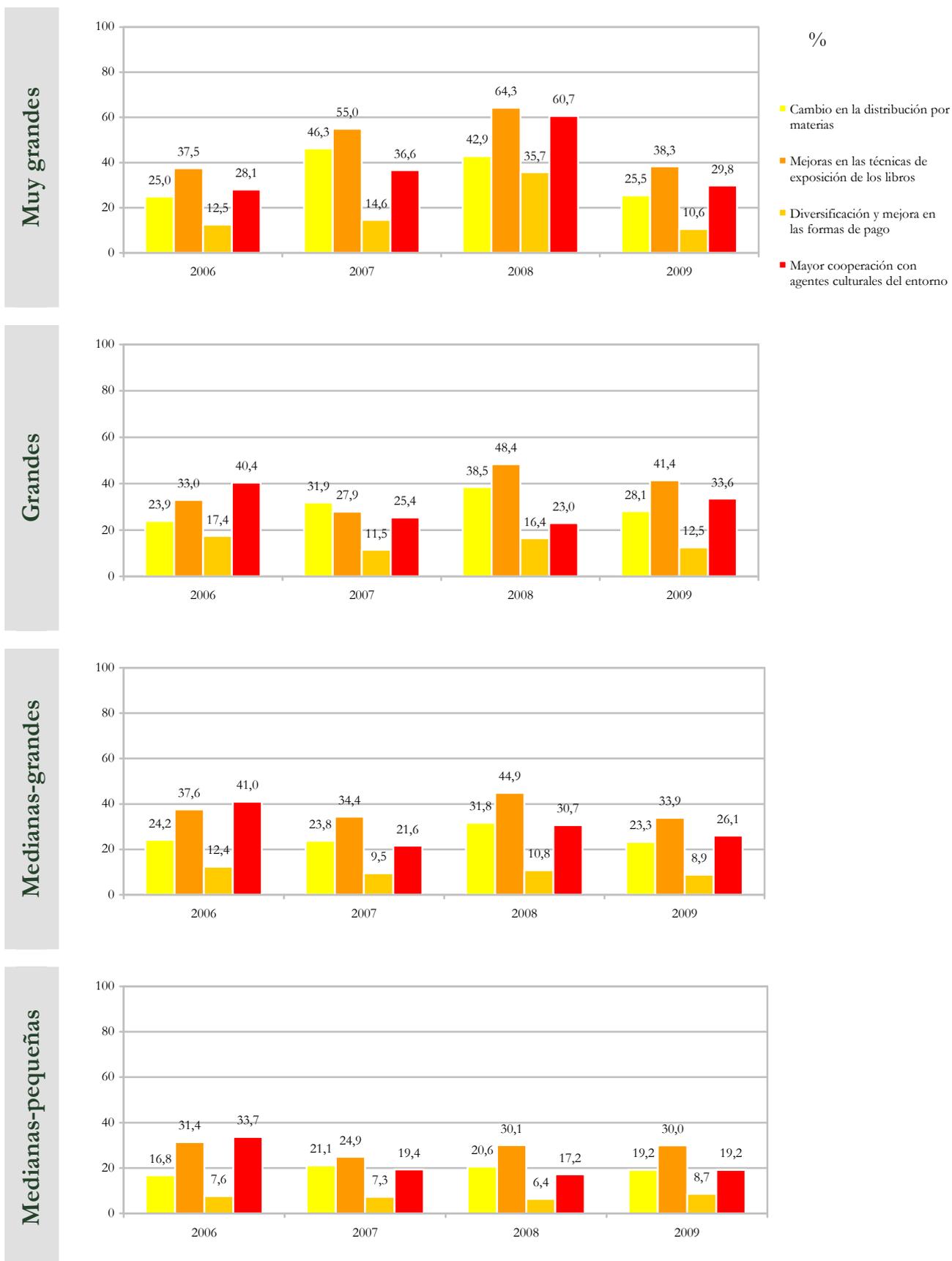
Igual que en años precedentes, el número de librerías que han realizado innovaciones en la empresa, durante el último año es notable, más teniendo en cuenta la situación económica general.

Las mejoras más recurrentes han sido las realizadas en las técnicas de exposición de libros, con un 34,0%, seguidas por las dirigidas a la mayor cooperación con agentes culturales del entorno, en un 24,8%, de las que han supuesto un cambio en la distribución por materias, con un 22,6% y por las encaminadas a la diversificación y mejora de las formas de pago, con un 9,7%.

Durante el año 2009, las librerías que han realizado más actuaciones de innovación han sido las grandes, seguidas por las muy grandes, por las medianas-grandes y a una cierta distancia por las medianas-pequeñas. En todos los grupos de librerías, se mantiene la jerarquía general, en cuanto las innovaciones realizadas, excepto en el de las medianas-pequeñas en que los cambios de distribución por materias y/o secciones de la librería y la mayor cooperación con los agentes culturales del entorno obtienen la misma incidencia.



### 2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

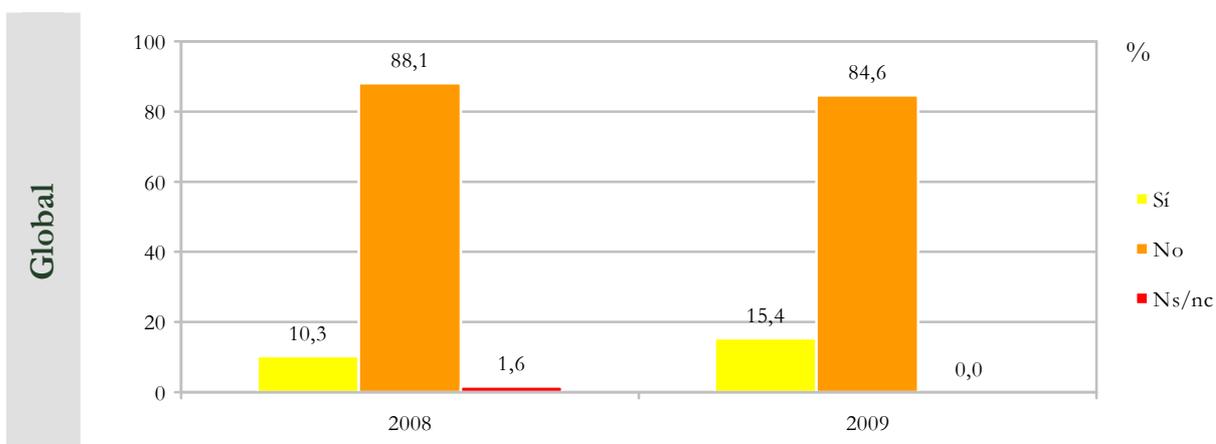
	% <i>afirmativo</i>	Un cambio en la distribución por materias / secciones de la librería	Una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.)	Una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de clientes	Una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.)
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>22,6</b>	<b>34,0</b>	<b>9,7</b>	<b>24,8</b>
	2008	28,3	39,4	10,9	24,1
	2007	25,6	30,4	9,3	22,4
	2006	20,6	33,8	10,9	36,7
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>25,5</b>	<b>38,3</b>	<b>10,6</b>	<b>29,8</b>
	2008	42,9	64,3	35,7	60,7
	2007	46,3	55,0	14,6	36,6
	2006	25	37,5	12,5	28,1
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>28,1</b>	<b>41,4</b>	<b>12,5</b>	<b>33,6</b>
	2008	38,5	48,4	16,4	23,0
	2007	31,9	27,9	11,5	25,4
	2006	23,9	33,0	17,4	40,4
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>23,3</b>	<b>33,9</b>	<b>8,9</b>	<b>26,1</b>
	2008	31,8	44,9	10,8	30,7
	2007	23,8	34,4	9,5	21,6
	2006	24,2	37,6	12,4	41,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>19,2</b>	<b>30,0</b>	<b>8,7</b>	<b>19,2</b>
	2008	20,6	30,1	6,4	17,2
	2007	21,1	24,9	7,3	19,4
	2006	16,8	31,4	7,6	33,7

## 2.6. Gestión de la librería

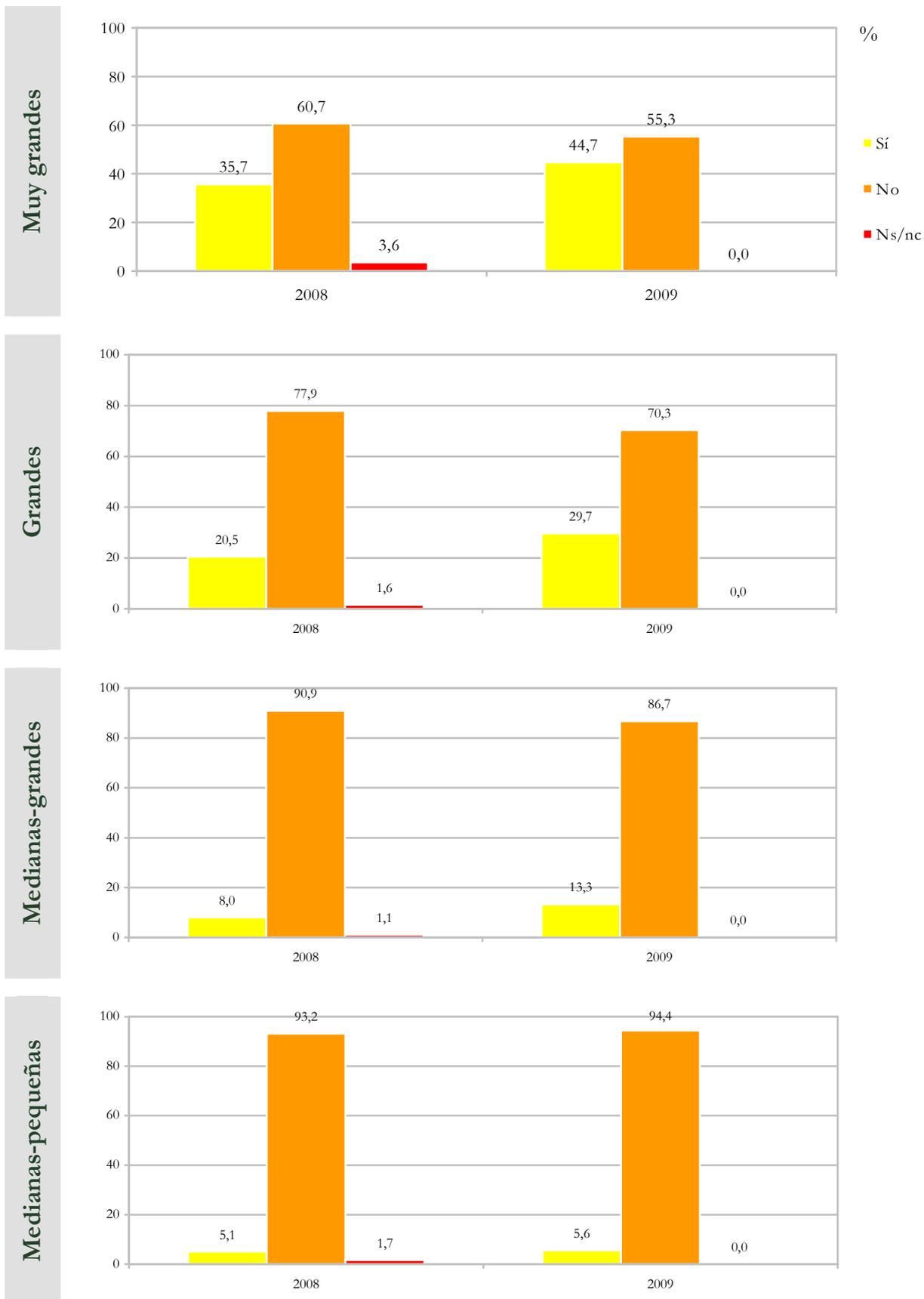
*Venta de lectores de libro electrónico*

El 15,4% de las librerías han vendido, durante el año 2009, lectores de libro electrónico, un 5,1% más que en el año 2008.

Las librerías que más venden el lector de libro electrónico son las muy grandes (44,7%), seguidas por las grandes (29,7%), por las medianas-grandes (13,3%) y por las medianas-pequeñas (5,6%). Dos observaciones al respecto, la primera, es que el tamaño de la librería marca diferencias muy evidentes en la venta del lector de libro electrónico y, la segunda, es que en los cuatro grupos aumenta el número de librerías que venden el lector, respecto al 2008.



2.6. Gestión de la librería



**2.6. Gestión de la librería**

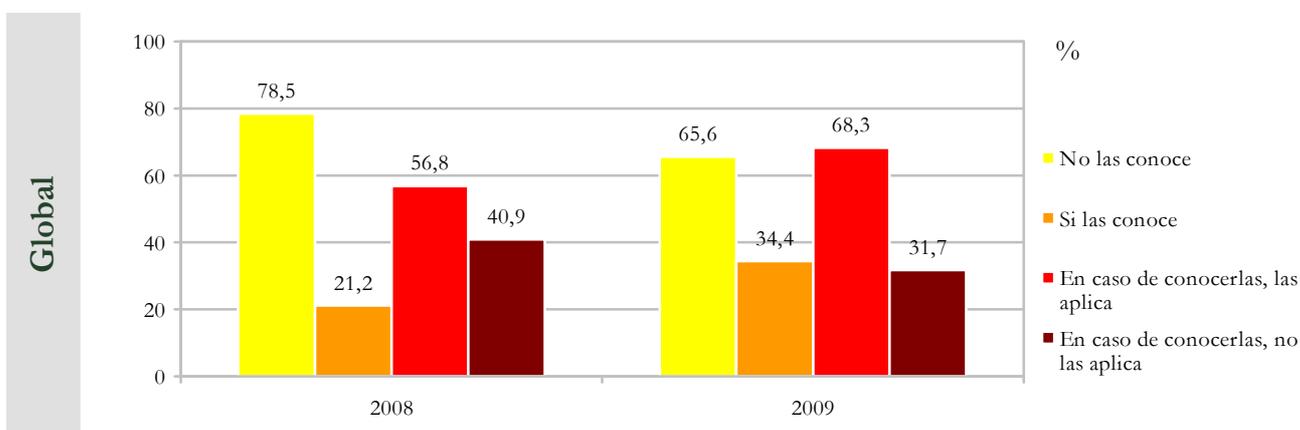
	%	Sí	No	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>15,4</b>	<b>84,6</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	10,3	88,1	1,6	100,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>44,7</b>	<b>55,3</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	35,7	60,7	3,6	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>29,7</b>	<b>70,3</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	20,5	77,9	1,6	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>13,3</b>	<b>86,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	8	90,9	1,1	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>5,6</b>	<b>94,4</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	5,1	93,2	1,7	100,0

## 2.6. Gestión de la librería

*Conocimiento y aplicación de las normas CSL<sup>5</sup>*

El 34,4% de las librerías conoce las normas CSL, porcentaje que indica un aumento en este conocimiento, respecto al año 2008, del 13,2%. De las librerías que conocen las normas, el 68,3% las aplica, indicando un aumento, respecto al 2008, del 11,5%.

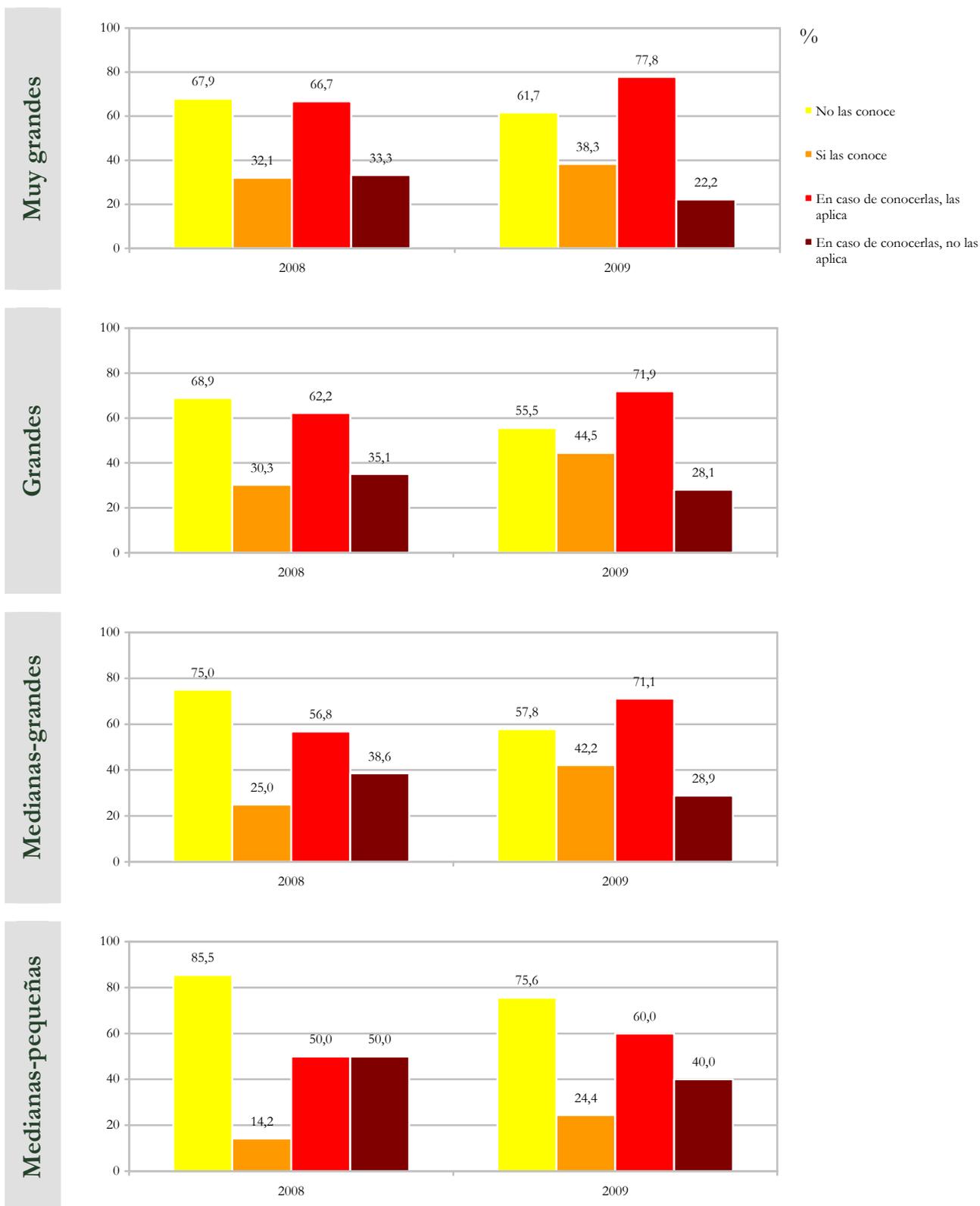
El grado de conocimiento de las normas y su aplicación siguen las pautas generales en todos los grupos de librerías pero con diferente intensidad. Las grandes las conocen en un 44,5% y de éstas las aplican un 71,9%, las medianas-grandes las conocen en un 42,2% y de éstas las aplican un 71,1%, las muy grandes las conocen un 38,3% y de éstas las aplican un 77,8% y las medianas-pequeñas las conocen un 24,4% y de éstas las aplican un 60,0%. En todos los grupos aumenta el conocimiento de las normas CSL, respecto al año 2008. Y en todos los grupos aumenta su aplicación.



<sup>5</sup> 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
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>65,6</b>	<b>34,4</b>	<b>68,3</b>	<b>31,7</b>
	2008	78,5	21,2	56,8	40,9
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>61,7</b>	<b>38,3</b>	<b>77,8</b>	<b>22,2</b>
	2008	67,9	32,1	66,7	33,3
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>55,5</b>	<b>44,5</b>	<b>71,9</b>	<b>28,1</b>
	2008	68,9	30,3	62,2	35,1
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>57,8</b>	<b>42,2</b>	<b>71,1</b>	<b>28,9</b>
	2008	75,0	25,0	56,8	38,6
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>75,6</b>	<b>24,4</b>	<b>60,0</b>	<b>40,0</b>
	2008	85,5	14,2	50,0	50,0

**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 Librería se ha estructurado en los siguientes apartados:

- **Datos generales de la empresa:** propiedad de otros puntos de venta de libros.
- **Análisis de los ingresos:** media de ventas diarias, estimación del coste de las ventas y del coste diario de las ventas.
- **Análisis de los gastos:** compras y otros gastos de la empresa.
- **Análisis de la liquidez:** 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.

### 3.1. Introducción

- **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.

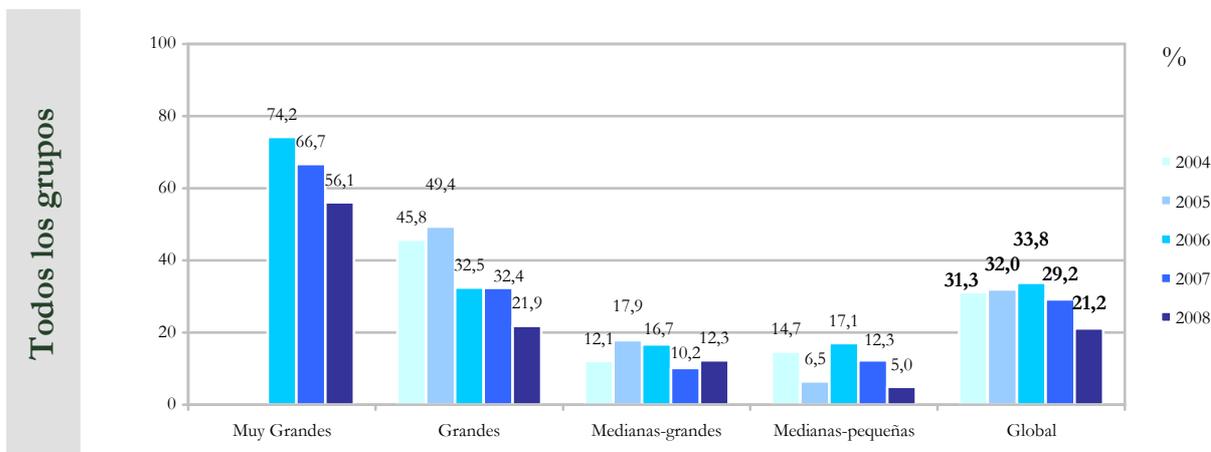
Esta información tiene, como interés prioritario, el análisis comparativo de las magnitudes promedio del sector con los datos particularizados de cada librería. Este análisis se proporciona de forma confidencial e individualizada a cada empresa en forma de ficha.

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 empresa

El 21,2% de las librerías tiene más de un punto de venta de libros, porcentaje que desde el 2005 (cuando alcanzó el 32,0%) ha ido decreciendo, aunque el descenso más notable se registra entre el 2007 (29,2%) y el 2008 (21,2%).

El tamaño de la librería (por ventas) va absolutamente asociado a la disposición de más de un punto de venta. Así, son las librerías muy grandes las que más disponen de varios puntos de venta (56,1%), seguidas por las grandes (21,9%), por las medianas-grandes (12,3%) y por las medianas-pequeñas (5,0%). Por tamaño de la librería también se observa un descenso de la disposición de más de un punto de venta, en relación al 2007, excepto en las medianas-grandes en las que se contempla un ligero incremento.



3.2. Datos generales de la empresa

	%	Dispone de más de un punto de venta	No dispone de más de un punto de venta
<b>Global</b>	<b>2008</b>	<b>21,2</b>	<b>78,8</b>
	2007	29,2	70,8
	2006	33,8	66,2
	2005	32,0	68,0
	2004	31,3	68,7
	2003	30,1	69,9
	2002	29,4	69,1
	2001	34,2	64,6
	2000	25,1	74,9
<b>Muy grandes</b>	<b>2008</b>	<b>56,1</b>	<b>43,9</b>
	2007	66,7	33,3
	2006	74,2	25,8
<b>Grandes</b>	<b>2008</b>	<b>21,9</b>	<b>78,1</b>
	2007	32,4	67,6
	2006	32,5	67,5
	2005	49,4	50,6
	2004	45,8	54,2
	2003	46,6	53,4
	2002	46,8	53,2
	2001	42,9	57,1
	2000	44,4	55,6
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2008</b>	<b>12,3</b>	<b>87,7</b>
	2007	10,2	89,8
	2006	16,7	83,3
	2005	17,9	82,1
	2004	12,1	87,9
	2003	15,0	85,0
	2002	28,7	71,3
	2001	37,2	62,8
	2000	17,1	82,9
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2008</b>	<b>5,0</b>	<b>95,0</b>
	2007	12,3	87,7
	2006	17,1	82,9
	2005	6,5	93,5
	2004	14,7	85,3
	2003	12,1	87,9
	2002	29,8	70,2
	2001	26,1	73,9
	2000	11,1	88,9

### 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 los anteriores apartados 2.3 y 2.5., hay que considerar el estudio del ritmo de las ventas en el tiempo y del coste que supone para la librería la venta de sus productos.

Los indicadores elaborados para una mayor profundización en el análisis de los ingresos son los siguientes:

- **Promedio de las ventas diarias** o volumen medio de ventas por día, se obtiene del cociente de las ventas totales netas por 360 (días).
- **Estimación del coste de las ventas en libros:** este indicador<sup>6</sup> 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).

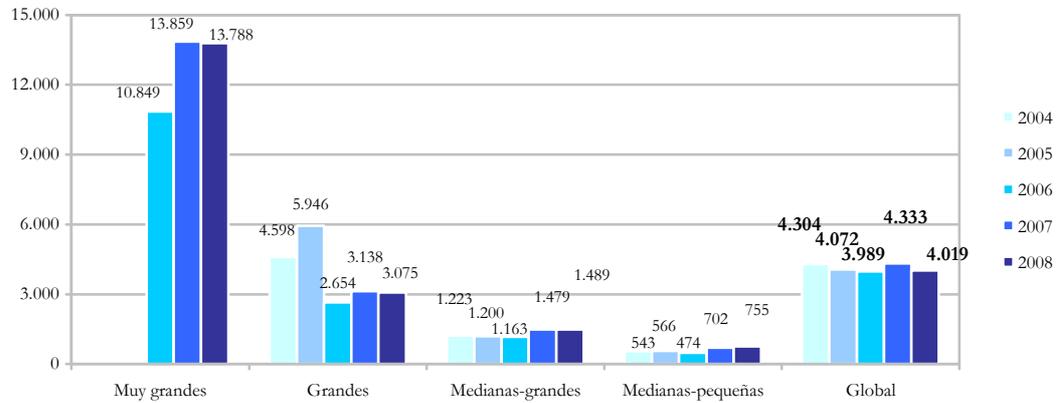
---

<sup>6</sup> 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.

3.3. Análisis de los ingresos

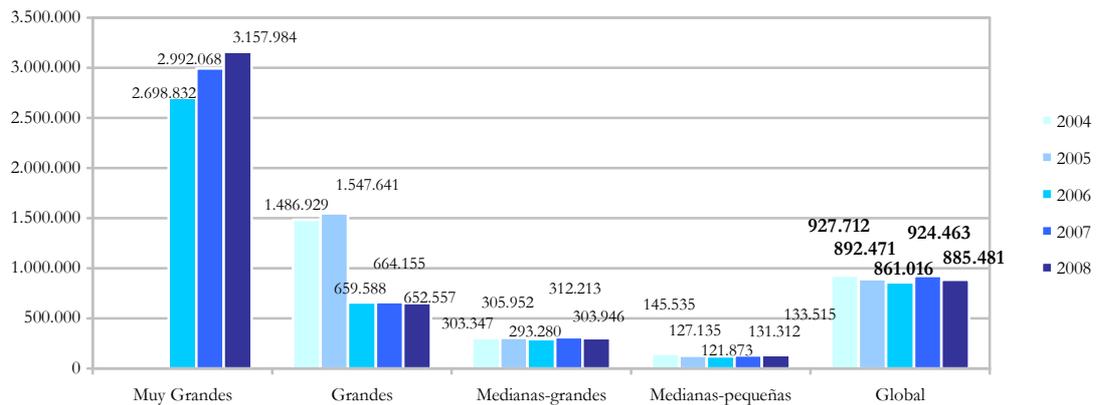
Promedio de las ventas diarias (€)

Todos los grupos



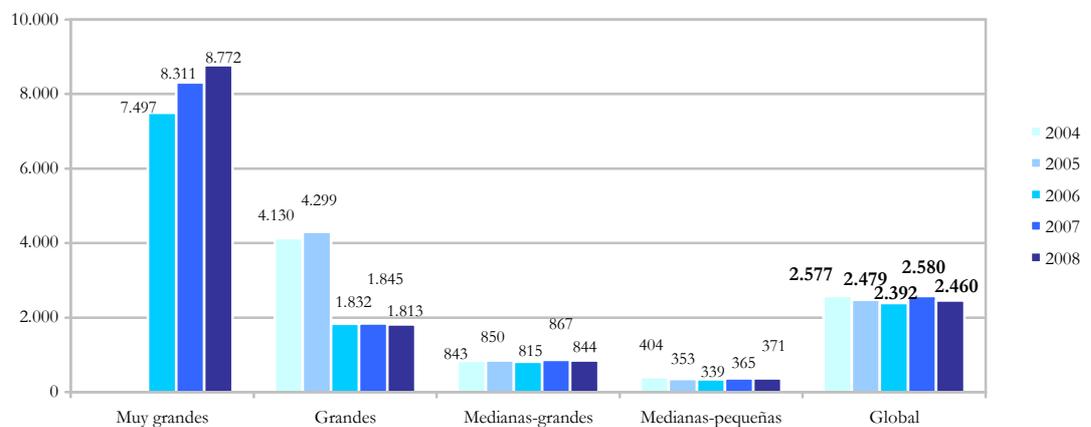
Estimación del coste de las ventas en libros (€)

Todos los grupos



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

Todos los grupos



3.3. Análisis de los ingresos

		Promedio de las ventas diarias (Eur./día)	Estimación del coste de las ventas en libros (Eur.)	Estimación del coste diario de las ventas de libros (Eur./día)
Global	2008	<b>4.019,48</b>	<b>885.481,08</b>	<b>2.459,67</b>
	2007	4.332,67	928.703,99	2.579,73
	2006	3.988,51	861.015,84	2.391,71
	2005	4.072,01	892.470,62	2.479,09
	2004	4.304,25	927.711,55	2.576,98
	2003	3.376,33	705.312,72	1.959,20
	2002	3.063,30	670.579,99	1.862,72
	2001	3.943,76	795.443,59	2.209,57
	2000	2.958,97	n.d.	n.d.
Muy grandes	2008	<b>13.788,09</b>	<b>3.157.983,82</b>	<b>8.772,18</b>
	2007	13.859,15	2.992.068,27	8.311,30
	2006	10.849,46	2.698.831,76	7.496,75
Grandes	2008	<b>3.075,47</b>	<b>652.556,58</b>	<b>1.812,66</b>
	2007	3.138,35	664.154,86	1.844,87
	2006	2.654,02	659.587,70	1.832,19
	2005	6.240,62	1.547.641,17	4.299,00
	2004	5.946,02	1.486.928,74	4.130,36
	2003	4.598,10	1.154.814,80	3.207,80
	2002	4.862,90	1.109.105,40	3.080,80
	2001	6.244,60	1.287.607,00	3.576,70
	2000	5.312,90	n.d.	n.d.
Medianas-grandes	2008	<b>1.489,46</b>	<b>303.946,33</b>	<b>844,30</b>
	2007	1.478,72	312.212,65	867,26
	2006	1.162,55	293.279,66	814,67
	2005	1.200,04	305.952,11	849,87
	2004	1.199,81	303.347,29	842,63
	2003	1.222,50	311.695,60	865,80
	2002	1.325,40	283.580,60	787,70
	2001	1.632,20	295.195,40	820,00
	2000	1.636,00	n.d.	n.d.
Medianas-pequeñas	2008	<b>754,73</b>	<b>133.515,02</b>	<b>370,88</b>
	2007	702,31	131.311,55	364,75
	2006	474,39	121.872,69	338,54
	2005	493,19	127.134,50	353,15
	2004	565,87	145.535,37	404,26
	2003	542,90	140.164,30	389,40
	2002	894,10	166.596,50	462,80
	2001	909,60	178.475,80	495,80
	2000	923,80	n.d.	n.d.

### 3.4. Análisis de los gastos

#### *Presentación*

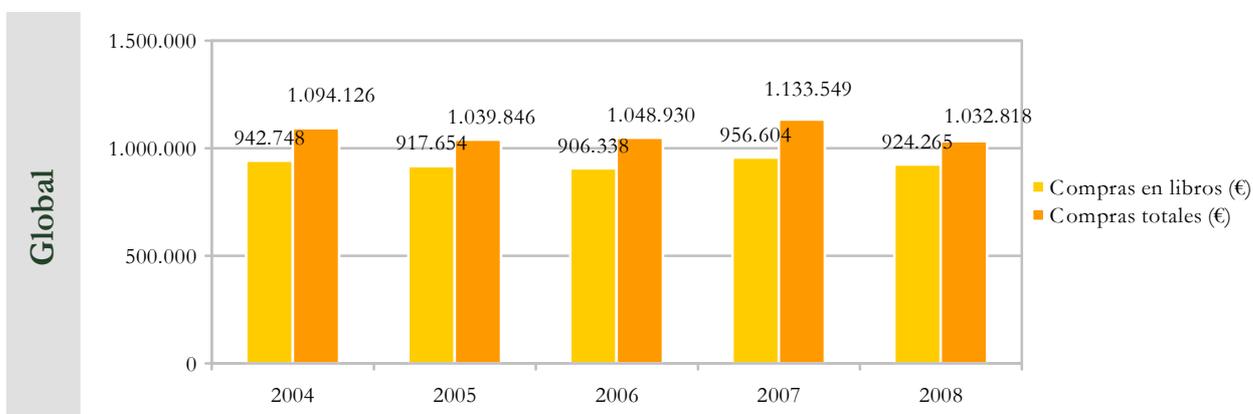
El desarrollo de la actividad propia de la librería exige realizar una serie de gastos, cuya buena gestión tiene efectos directos sobre el resultado de la empresa. La cuenta de gastos de la librería se compone de un amplio abanico de conceptos, de forma que su análisis se ha estructurado en dos apartados: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



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 (%) <sup>7</sup>
Global	2008	<b>1.032.818,33</b>	<b>924.265,49</b>	<b>89,5</b>
	2007	1.133.548,64	956.603,50	84,4
	2006	1.048.929,67	906.337,99	86,4
	2005	1.039.846,26	917.654,36	88,2
	2004	1.094.126,41	942.747,73	86,2
	2003	877.106,71	760.553,69	86,7
	2002	798.950,94	708.963,43	88,7
	2001	1.045.966,80	817.163,22	78,1
	2000	842.639,17	692.680,19	82,2
Muy grandes	2008	<b>3.528.215,55</b>	<b>3.298.706,27</b>	<b>93,5</b>
	2007	3.591.950,31	3.073.577,00	85,6
	2006	3.182.680,61	2.836.344,39	89,1
Grandes	2008	<b>806.741,92</b>	<b>691.577,98</b>	<b>85,7</b>
	2007	822.484,65	687.070,21	83,5
	2006	810.167,46	688.221,69	84,9
	2005	1.768.369,30	1.594.407,44	90,2
	2004	1.728.431,25	1.507.662,39	87,2
	2003	1.426.701,60	1.253.578,90	87,9
	2002	1.264.814,10	1.146.582,50	90,6
	2001	1.698.271,60	1.355.275,60	79,8
	2000	1.507.106,10	1.306.215,50	86,7
Medianas-grandes	2008	<b>375.208,77</b>	<b>309.878,52</b>	<b>82,6</b>
	2007	397.429,75	329.287,80	82,9
	2006	391.146,54	304.593,38	77,8
	2005	397.639,79	318.000,94	80,0
	2004	408.623,79	324.828,66	79,5
	2003	385.201,30	323.527,00	84,0
	2002	365.584,30	305.577,70	83,6
	2001	437.373,50	323.224,20	73,9
	2000	468.700,40	301.499,00	64,3
Medianas-pequeñas	2008	<b>193.507,49</b>	<b>133.598,59</b>	<b>69,0</b>
	2007	179.871,88	131.936,04	73,4
	2006	179.251,00	127.696,71	71,2
	2005	178.641,62	120.794,28	67,6
	2004	187.188,93	141.466,54	75,6
	2003	197.206,60	146.207,60	74,1
	2002	230.589,60	169.499,70	73,5
	2001	239.435,90	180.528,20	75,4
	2000	225.930,50	172.294,60	76,3

<sup>7</sup> El desigual nivel de respuesta obtenido los años 2000 y 2001 respecto las *Compras totales* y las *Compras en libros* explica que el porcentaje relativo a la *Importancia de las compras en libros* no coincide, necesariamente, con la relación entre las medias de *Compras totales* y *Compras en libros*.

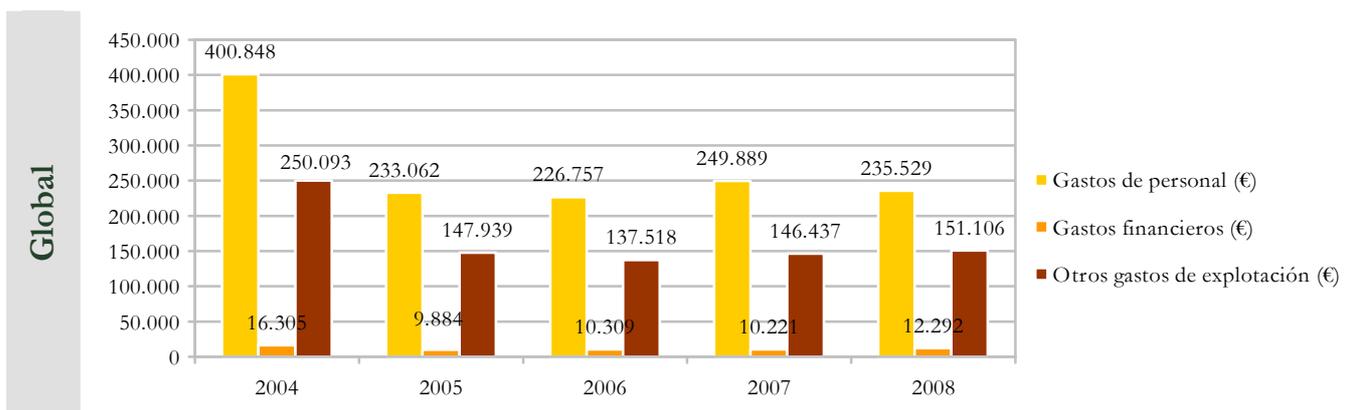
## 3.4. Análisis de los gastos

*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:

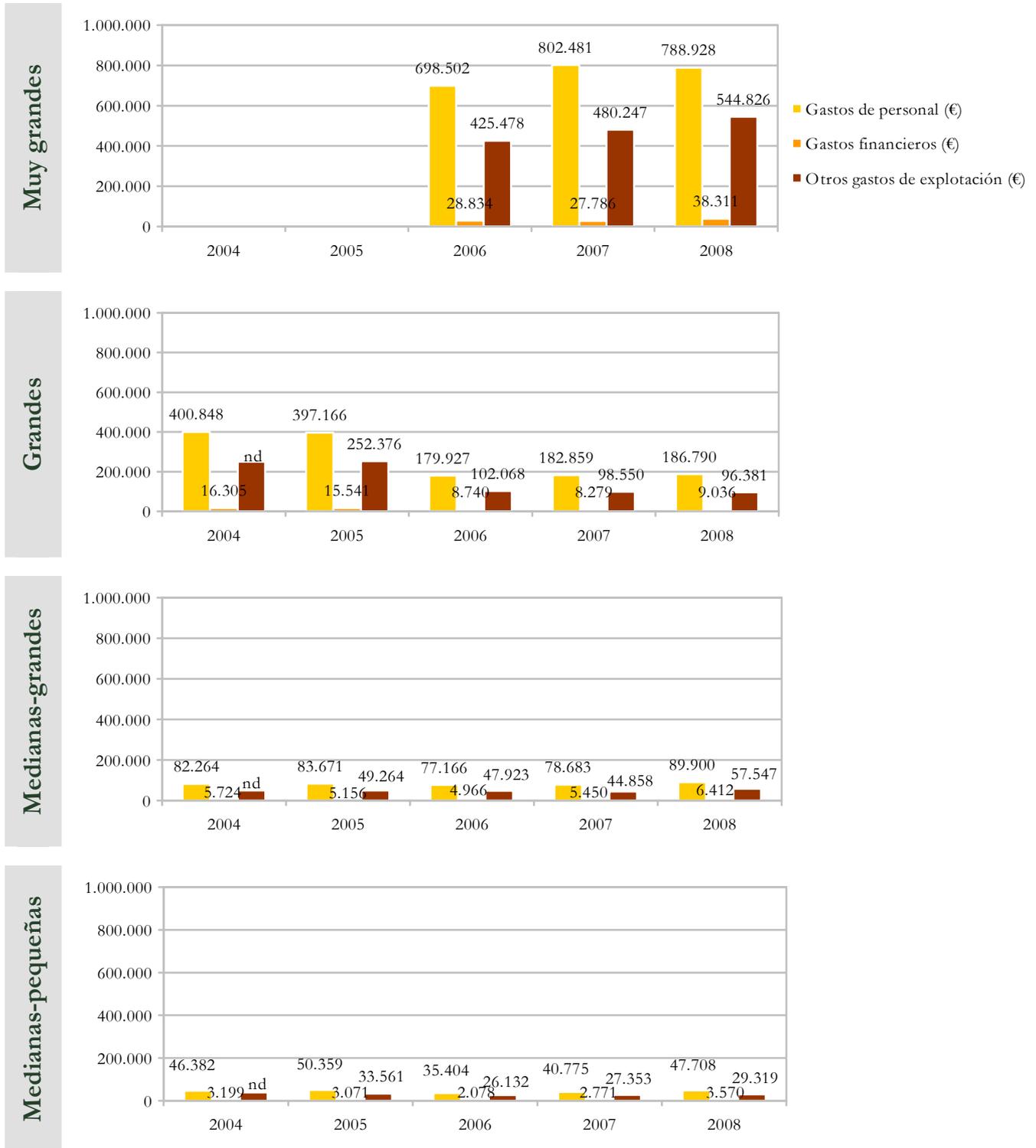
- **Volumen de los gastos de personal.**
- **Volumen de los gastos financieros.**
- **Volumen de los otros gastos de explotación<sup>8</sup>.**

Se constata en los siguientes gráficos y cuadros, la gran importancia de los gastos de personal respecto del conjunto de los gastos de explotación corriente del negocio de la librería. Globalmente, después del cambio acontecido entre el año 2004 y 2005 se observa un cierto mantenimiento en la distribución del gasto. Durante el 2008, crecen los gastos financieros en los cuatro grupos de librerías; disminuyen los gastos de personal en las muy grandes y se incrementan en las grandes y medianas (grandes y pequeñas); y crecen los gastos de explotación en todos los grupos de librerías excepto en las grandes.



<sup>8</sup> Otros gastos de explotación incluye: servicios exteriores, tributos y otros gastos de gestión corriente.

3.4. Análisis de los gastos



## Confederación Española de Gremios y Asociaciones de librereros

Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la librería en España. Año 2009

### 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
<b>Global</b>	<b>2008</b>	<b>235.528,82</b>	<b>12.291,89</b>	<b>151.106,14</b>	<b>16,28</b>
	2007	249.888,93	10.220,75	146.436,77	16,01
	2006	226.756,63	10.308,79	137.518,18	15,81
	2005	233.061,61	9.884,18	147.938,56	15,99
	2004	250.175,07	11.002,66	158.412,32	16,24
	2003	194.077,44	10.421,89	108.641,46	15,91
	2002	160.278,14	11.481,31	89.586,03	n.d.
	2001	302.366,36	28.268,75	197.607,66	n.d.
	2000	153.950,79	10.512,19	n.d.	n.d.
<b>Muy grandes</b>	<b>2008</b>	<b>788.927,81</b>	<b>38.311,44</b>	<b>544.826,15</b>	<b>15,89</b>
	2007	802.480,88	27.785,58	480.246,73	16,08
	2006	698.501,66	28.833,76	425.478,35	15,95
<b>Grandes</b>	<b>2008</b>	<b>186.790,08</b>	<b>9.036,44</b>	<b>96.381,39</b>	<b>16,87</b>
	2007	182.858,64	8.279,01	98.549,72	16,18
	2006	179.926,51	8.739,60	102.067,68	16,07
	2005	397.166,34	15.541,26	252.375,82	15,91
	2004	400.847,84	16.305,00	250.092,98	16,30
	2003	321.352,80	15.853,60	175.908,90	16,07
	2002	256.750,70	18.061,20	138.585,40	n.d.
	2001	449.898,80	43.382,60	301.169,80	n.d.
	2000	260.495,50	17.639,70	n.d.	n.d.
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2008</b>	<b>89.899,69</b>	<b>6.412,20</b>	<b>57.546,70</b>	<b>16,77</b>
	2007	78.682,81	5.450,09	44.857,93	14,78
	2006	77.165,68	4.965,56	47.922,73	14,44
	2005	83.670,76	5.156,47	49.264,26	15,41
	2004	82.264,33	5.723,58	49.301,09	15,01
	2003	74.406,00	6.440,20	47.978,80	14,24
	2002	66.313,10	5.156,30	41.984,90	n.d.
	2001	97.006,60	7.244,30	54.124,10	n.d.
	2000	86.522,80	5.402,90	n.d.	n.d.
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2008</b>	<b>47.708,49</b>	<b>3.570,05</b>	<b>29.318,69</b>	<b>17,56</b>
	2007	40.775,26	2.771,34	27.353,16	16,36
	2006	35.404,03	2.077,55	26.132,44	14,81
	2005	50.359,39	3.071,44	33.560,85	18,72
	2004	46.382,40	3.198,59	38.651,84	17,25
	2003	38.497,40	2.700,50	25.900,90	14,35
	2002	49.464,40	3.802,10	33.122,70	n.d.
	2001	41.900,70	1.532,00	12.085,90	n.d.
	2000	33.027,10	3.150,80	n.d.	n.d.

### 3.5. Análisis de la liquidez

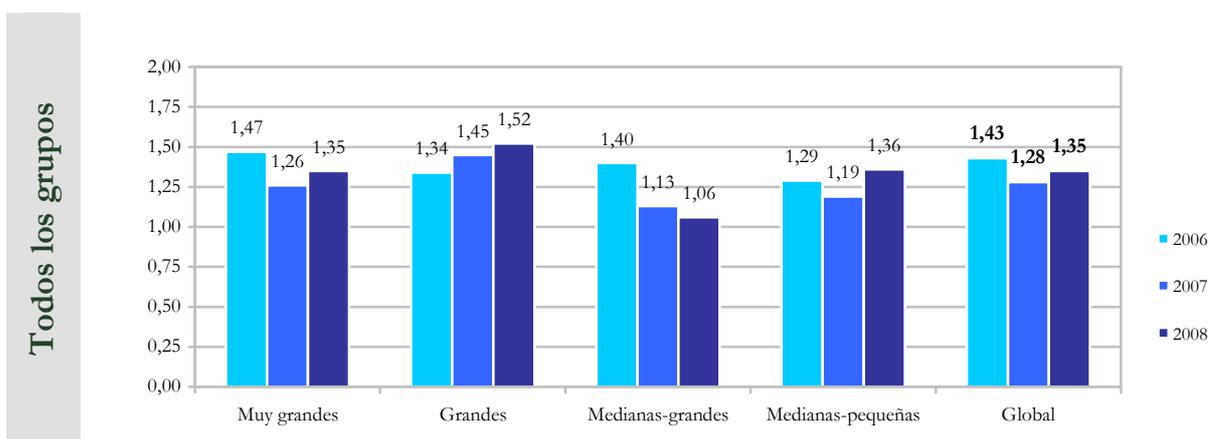
#### Presentación

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 liquidez

La ratio de liquidez<sup>9</sup> analizada obtiene unos valores sensiblemente bajos respecto de las cifras de referencia consideradas, habitualmente, para estas ratios.

Ninguno de los grupos de librerías obtiene una ratio de liquidez igual o próxima a 2,0 (cifra de referencia, en este caso) y, en general, sus valores están entre 1,06 y 1,52. No obstante, tanto globalmente, como en cada uno de los grupos (excepto el de las librerías medianas-grandes) se mejora la ratio, respecto al 2007.



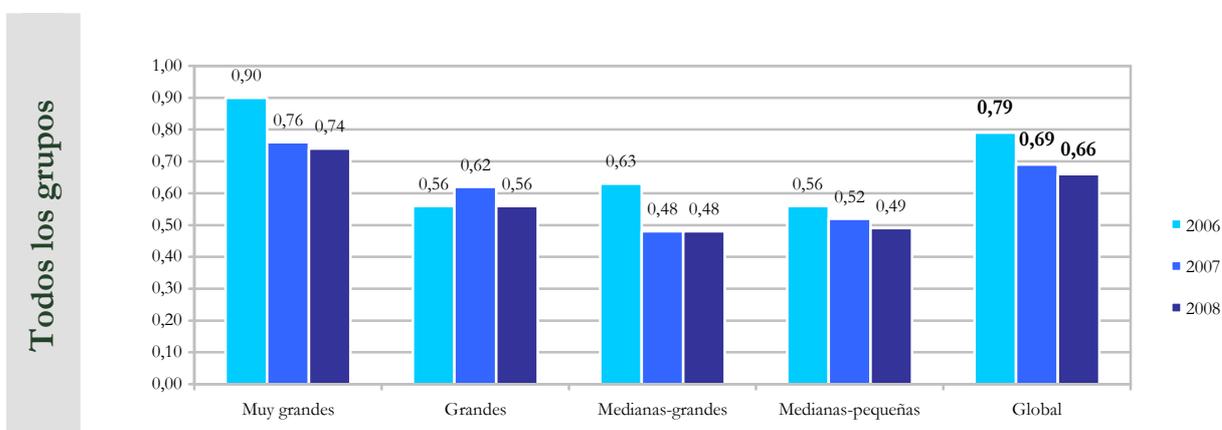
<sup>9</sup> La ratio de liquidez es el resultado del cociente del *activo circulante por el pasivo exigible a corto plazo*. Habitualmente, se considera que, para que la empresa no tenga tensiones respecto de su liquidez, el valor de esta ratio debe ser próximo a 2,0. Puede haber problemas de liquidez (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 tesorería*

La ratio de tesorería analizada obtiene –como se ha expresado con la ratio de liquidez– unos valores sensiblemente bajos, respecto de las cifras de referencia consideradas, habitualmente, para esta ratio.

El valor de la ratio de tesorería<sup>10</sup> (0,66) también se sitúa por debajo del valor de referencia –que es de 1,0–, oscilando entre el 0,74 de las muy grandes y el 0,48 de las medianas-grandes. Se observa una tendencia general por la que la diferencia respecto del valor de referencia tiende a incrementarse a medida que disminuye el tamaño de la librería. Esta situación se puede explicar, básicamente, porque las partidas de acreedores a corto plazo (sobre todo proveedores) pueden tener un elevado peso relativo dado el importante papel que tienden a tener los proveedores como financiadores de las existencias de la librería.



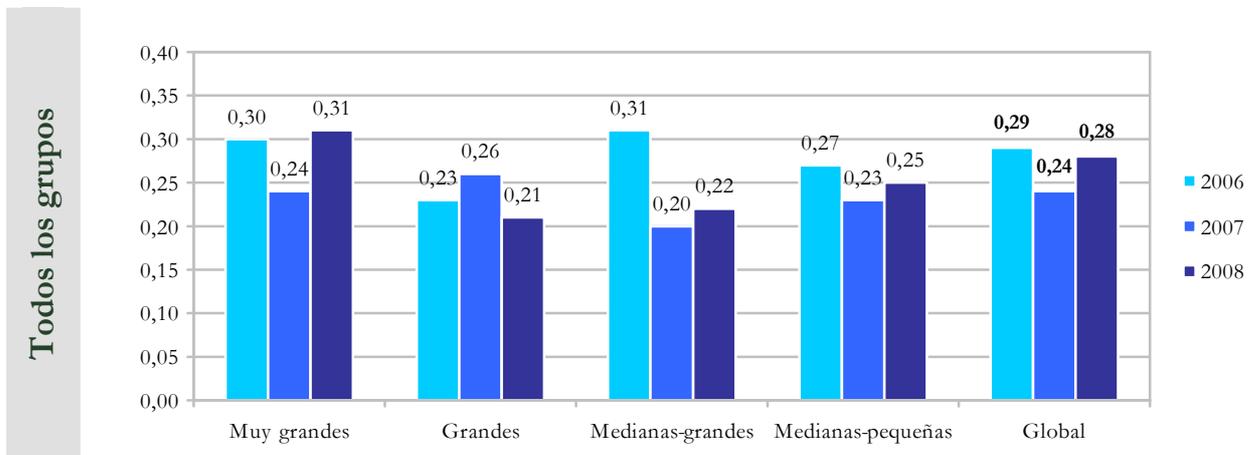
<sup>10</sup> La ratio de tesorería se obtiene del cociente del *activo realizable y el activo disponible por el pasivo exigible a corto plazo*. El valor de referencia debe aproximarse a 1,0. Si el valor es muy inferior a 1,0 puede indicar problemas de liquidez (y riesgo de suspensión de pagos) y, por 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*

La ratio de disponibilidad<sup>11</sup> se sitúa en 0,28 más cerca del valor de referencia –que es de 0,3- que en el año 2007.

Las librerías muy grandes son las que obtienen la ratio de referencia, mientras que las librerías de los otros grupos se encuentran por debajo del valor de referencia.



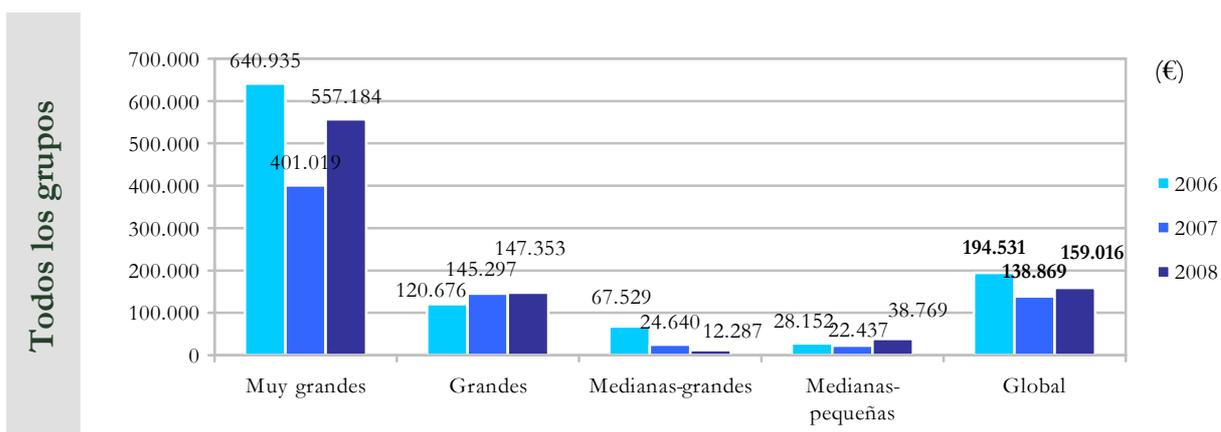
<sup>11</sup> La ratio de disponibilidad se obtiene del cociente del *activo disponible por el pasivo exigible a corto plazo*. El valor de referencia de la ratio es 0,3. La empresa puede tener problemas para realizar sus pagos si el valor es muy inferior a 0,3 y, por el contrario, puede existir un “exceso” de recursos disponibles si éste es muy superior a 0,3.

## 3.5. Análisis de la liquidez

*Análisis del fondo de maniobra*

Para concluir este apartado, indicar que el Fondo de Maniobra<sup>12</sup> tiene valores positivos en general, excepto en el segmento de las librerías grandes que aumenta.

Globalmente, el fondo de maniobra se incrementa, respecto al 2007. Durante el 2008, las librerías muy grandes aumentan considerablemente el fondo, mientras que el aumento en las grandes y medianas-pequeñas es proporcionalmente mucho más moderado y en las medianas-grandes se registra un descenso del fondo de maniobra, por segundo año consecutivo.



<sup>12</sup> 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

*Todas las ratios de liquidez<sup>13</sup>*

		Ratio de liquidez	Ratio de tesorería	Ratio de disponibilidad	Fondo de maniobra (Eur.)
<b>Global</b>	<b>2008</b>	<b>1,35</b>	<b>0,66</b>	<b>0,28</b>	<b>159.016,30</b>
	2007	1,28	0,69	0,24	138.868,97
	2006	1,43	0,79	0,29	194.531,18
<b>Muy grandes</b>	<b>2008</b>	<b>1,35</b>	<b>0,74</b>	<b>0,31</b>	<b>557.183,80</b>
	2007	1,26	0,76	0,24	401.018,52
	2006	1,47	0,90	0,30	640.934,88
<b>Grandes</b>	<b>2008</b>	<b>1,52</b>	<b>0,56</b>	<b>0,21</b>	<b>147.352,90</b>
	2007	1,45	0,62	0,26	145.296,96
	2006	1,34	0,56	0,23	120.676,48
<b>Medianas -grandes</b>	<b>2008</b>	<b>1,06</b>	<b>0,48</b>	<b>0,22</b>	<b>12.286,84</b>
	2007	1,13	0,48	0,20	24.640,27
	2006	1,40	0,63	0,31	67.528,69
<b>Medianas -pequeñas</b>	<b>2008</b>	<b>1,36</b>	<b>0,49</b>	<b>0,25</b>	<b>38.769,08</b>
	2007	1,19	0,52	0,23	22.436,93
	2006	1,29	0,56	0,27	28.151,60

<sup>13</sup> Debe señalarse que, en el caso de las librerías, un valor bajo de las ratios de liquidez (muy inferior a 2) y de tesorería (muy inferior a 1), puede ser consecuencia de un elevado peso relativo de las partidas de acreedores a corto plazo (sobre todo proveedores, que pueden contribuir a financiar la empresa). Por lo tanto, los datos de estas ratios deberán contrastarse con los obtenidos en los demás indicadores de liquidez elaborados (disponibilidad y fondo de maniobra).

### 3.6. Análisis de los activos

#### *Volumen y rotación de existencias*

Durante el año 2008, se observa una ligera disminución en el volumen de existencias iniciales y medias, mientras que las existencias finales se incrementan, en relación al año 2007.

Globalmente, la rotación del promedio de existencias, durante el 2008, se ha situado en 5,3, dos décimas inferior al año anterior. Las librerías muy grandes disminuyen, en relación al 2007, cinco décimas situándose en 6,2, las librerías grandes disminuyen una décima, situándose en 4,1, las medianas-grandes aumentan un punto pasando de 4,3 a 5,3 y las medianas-pequeñas se mantienen en el 3,0.

El promedio de días para vender las existencias se ha situado, globalmente, en 94,8. Hay diferencias notables entre los diferentes grupos de librerías, a modo de ejemplo mientras una librería muy grande obtiene una media de 80,2 días, una librería mediana-pequeña obtiene una media de 163,7 para vender las existencias.

Estos indicadores son fundamentales en la gestión de cualquier comercio, ya que permiten 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 de rotación, mayores serán las ventas realizadas con las existencias disponibles.

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

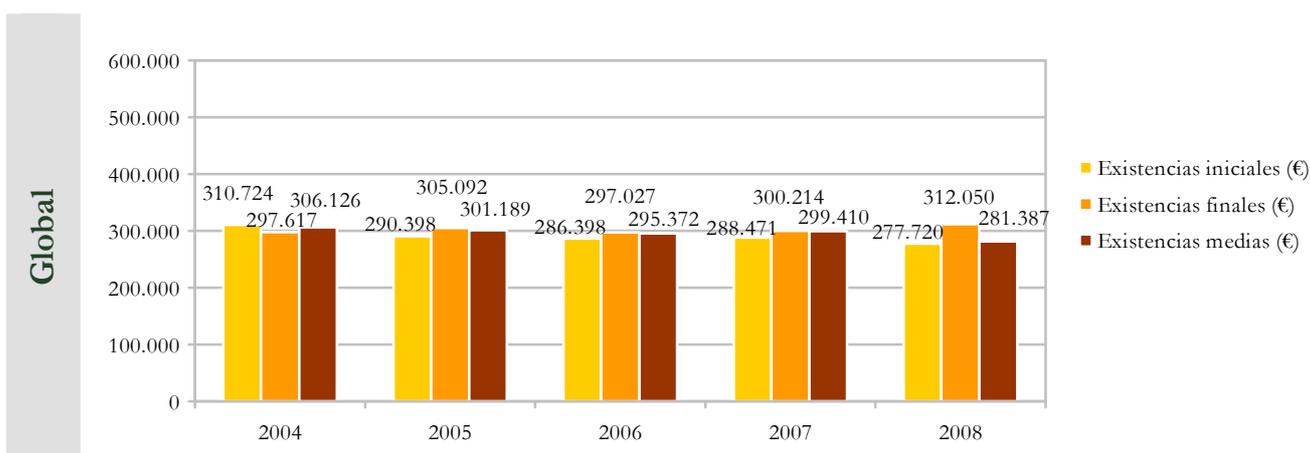
En este apartado se profundiza, en primer lugar, en el análisis de las existencias de la librería, constituidas por el conjunto de bienes y materiales que la librería posee, previamente, a la realización de las ventas. Así, se presentan las existencias de las librerías en términos monetarios. A efectos del análisis comparativo entre librerías, hay

3.6. Análisis de los activos

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 de existencias medias<sup>14</sup>.
- Rotación media de las existencias<sup>15</sup>.
- Número de días para vender las existencias<sup>16</sup>:

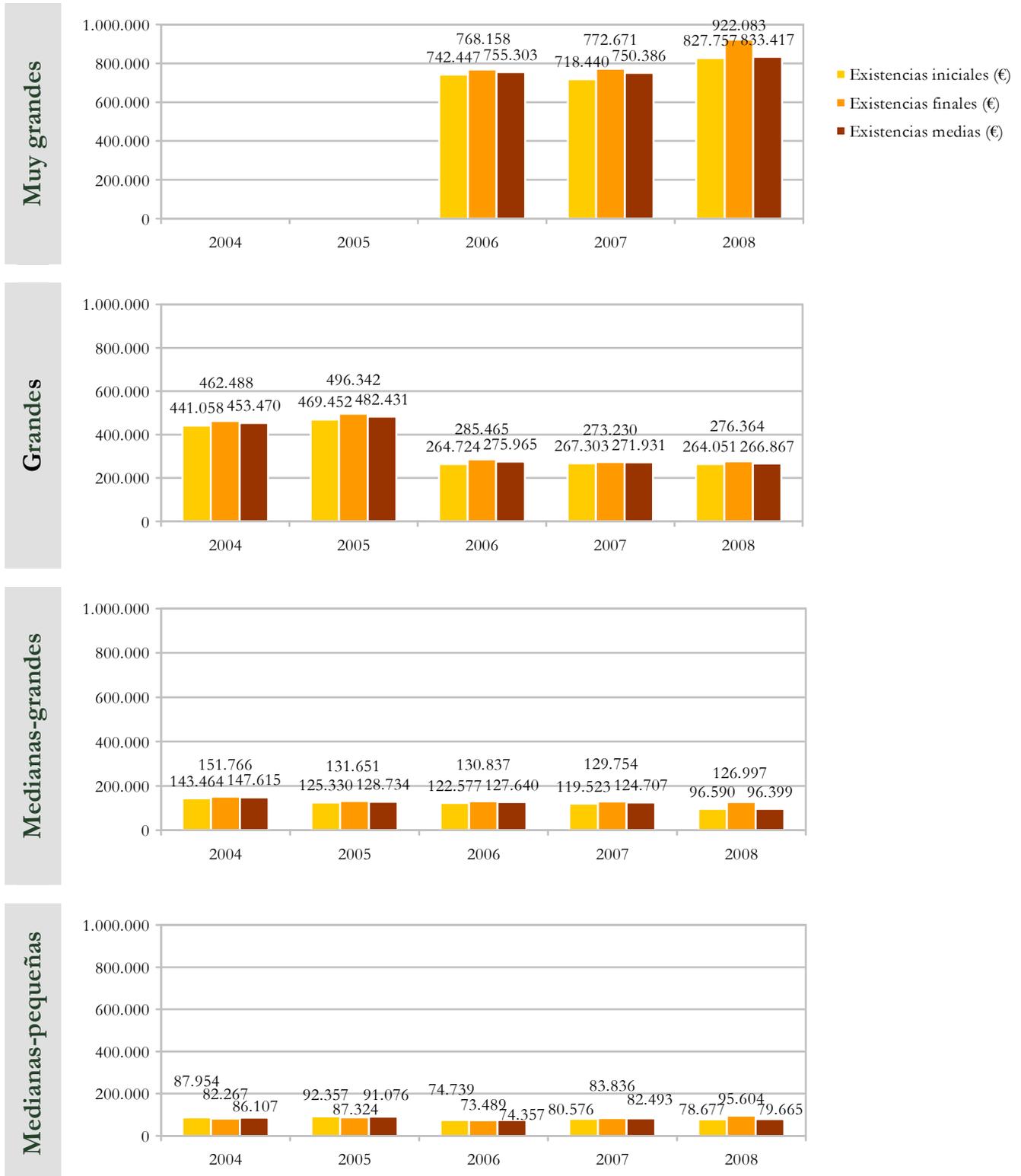


<sup>14</sup> El volumen medio de existencias se obtiene del cociente de las existencias iniciales más las existencias finales, entre 2.

<sup>15</sup> La rotación media de las existencias se obtiene del cociente de las ventas totales entre los estocs medios. La rotación de las existencias expresa el número de veces que la empresa vende, de promedio, sus existencias anualmente. En general, una rotación media de estocs elevada puede suponer unas ventas más elevadas. De forma contraria, una tasa de rotación inferior puede significar que la empresa dispone de una gran cantidad de artículos de venta difícil. Hay que tener en cuenta que la fórmula de cálculo de la rotación media de las existencias utilizada este año es igual a la del año 2001 (el año 2000 se establecía la relación entre el coste de las ventas y los estocs medios).

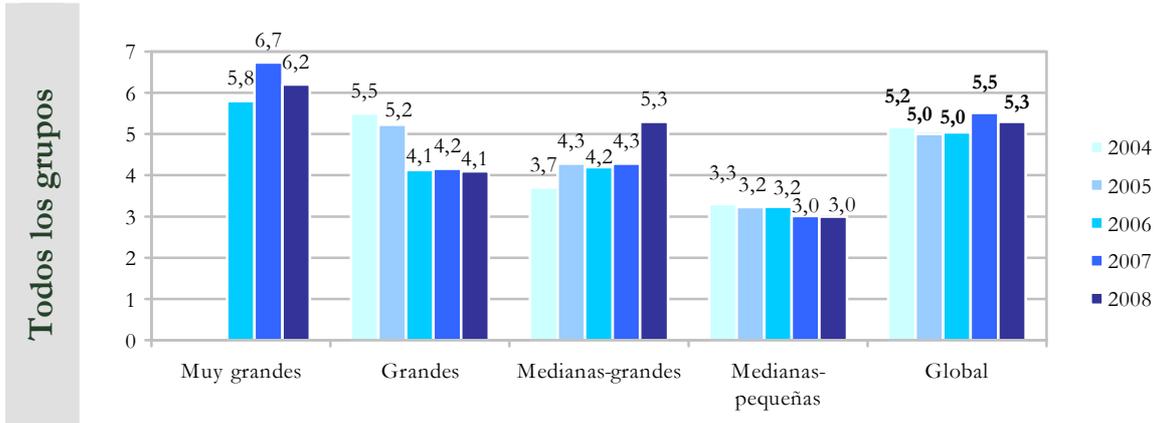
<sup>16</sup> El cálculo del número de días para vender las existencias se obtiene del cociente de las existencias medias entre las compras totales por 360 (días). También en este caso hay que señalar que la fórmula de cálculo es la misma que la utilizada en ediciones precedentes y se diferencia de la del año 2000 (que partía de la relación entre el coste de las ventas y los estocs medios).

3.6. Análisis de los activos

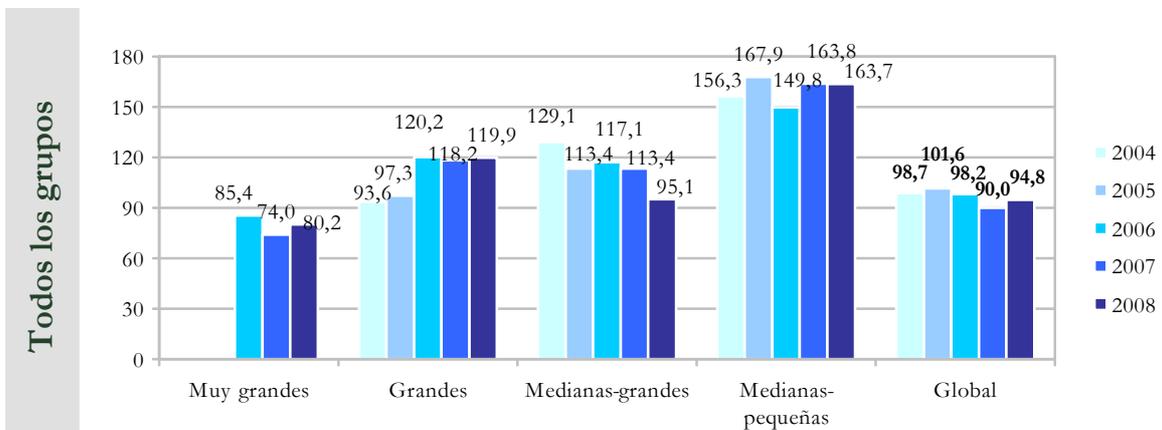


3.6. Análisis de los activos

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



**Días para vender las existencias. Años 2004-2008.**  
**Por tamaño de la librería.**



3.6. Análisis de los activos

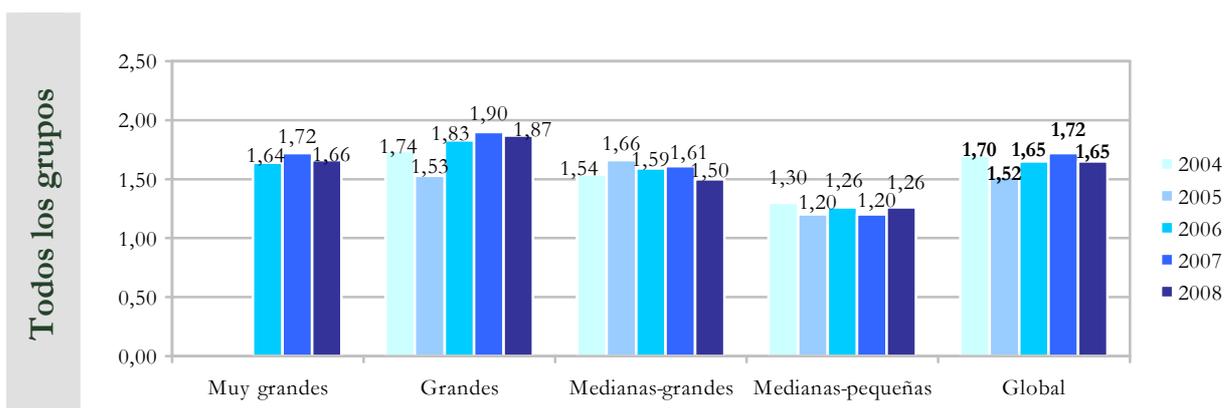
	(media)	Existencias iniciales (Eur.)	Existencias finales (Eur.)	Existencias medias (Eur.)	Rotación del promedio de existencias <sup>17</sup>	Días para vender las existencias (días)
Global	<b>2008</b>	<b>277.720,05</b>	<b>312.049,84</b>	<b>281.386,71</b>	<b>5,3</b>	<b>94,8</b>
	2007	288.471,29	300.214,06	299.410,39	5,5	90,0
	2006	286.397,62	297.026,52	295.371,73	5,0	98,2
	2005	290.397,72	305.092,35	301.188,80	5,0	101,6
	2004	310.724,29	297.617,31	306.126,47	5,2	98,7
	2003	279.466,76	277.843,26	280.202,05	4,5	112,0
	2002	212.822,76	247.242,36	230.032,56	4,5	106,9
	2001	369.520,05	343.099,54	356.309,80	4,5	108,8
	2000	268.635,26	308.840,27	304.767,90	3,9	125,1
Muy grandes	<b>2008</b>	<b>827.757,36</b>	<b>922.083,32</b>	<b>833.417,32</b>	<b>6,2</b>	<b>80,2</b>
	2007	718.439,97	772.671,27	750.386,01	6,7	74,0
	2006	742.447,41	768.158,48	755.302,94	5,8	85,4
Grandes	<b>2008</b>	<b>264.050,51</b>	<b>276.364,22</b>	<b>266.867,38</b>	<b>4,1</b>	<b>119,9</b>
	2007	267.303,26	273.230,23	271.930,92	4,2	118,2
	2006	264.723,88	285.464,72	275.965,11	4,1	120,2
	2005	469.452,23	496.341,89	482.431,26	5,2	97,3
	2004	441.058,48	462.487,90	453.470,30	5,5	93,6
	2003	422.070,60	418.082,20	421.593,20	6,3	120,8
	2002	314.792,30	373.562,70	344.177,50	5,2	92,7
	2001	498.298,30	467.381,70	482.840,00	3,7	133,4
	2000	422.608,10	462.358,90	442.483,40	2,8	127,1
Medianas-grandes	<b>2008</b>	<b>96.590,38</b>	<b>126.997,01</b>	<b>96.399,26</b>	<b>5,3</b>	<b>95,1</b>
	2007	119.522,87	129.754,34	124.706,94	4,3	113,4
	2006	122.577,20	130.836,60	127.639,79	4,2	117,1
	2005	125.329,85	131.651,07	128.734,28	4,3	113,4
	2004	143.464,01	151.766,42	147.615,21	3,7	129,1
	2003	144.210,40	150.354,80	147.282,60	5,4	146,7
	2002	118.898,30	129.731,80	124.315,00	3,8	122,4
	2001	160.807,10	129.349,90	145.078,50	3,1	166,9
	2000	141.359,40	154.584,70	147.972,10	3,8	93,5
Medianas-pequeñas	<b>2008</b>	<b>78.677,11</b>	<b>95.603,63</b>	<b>79.664,99</b>	<b>3,0</b>	<b>163,7</b>
	2007	80.576,13	83.836,04	82.493,24	3,0	163,8
	2006	74.738,69	77.489,38	74.357,23	3,2	149,8
	2005	92.356,54	87.323,83	91.076,04	3,2	167,9
	2004	87.953,54	82.267,16	86.107,07	3,3	156,3
	2003	99.845,50	90.065,20	95.073,80	4,0	180,3
	2002	83.098,00	88.273,40	85.685,70	3,7	139,9
	2001	107.530,40	117.368,40	112.449,40	2,9	165,6
	2000	85.181,80	92.717,10	88.949,40	2,8	130,5

<sup>17</sup> El año 2000, la Rotación del promedio de las existencias se calculó como la relación entre *el coste de las ventas y las existencias medias*, a diferencia de los ejercicios posteriores, en que es la relación entre *las ventas totales y las existencias medias*.

## 3.6. Análisis de los activos

*Rotación de activos*

A continuación, se ofrece la siguiente información: rotación de los activos totales<sup>18</sup>, rotación de los activos fijos<sup>19</sup> y rotación del activo circulante<sup>20</sup>. 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). 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.**

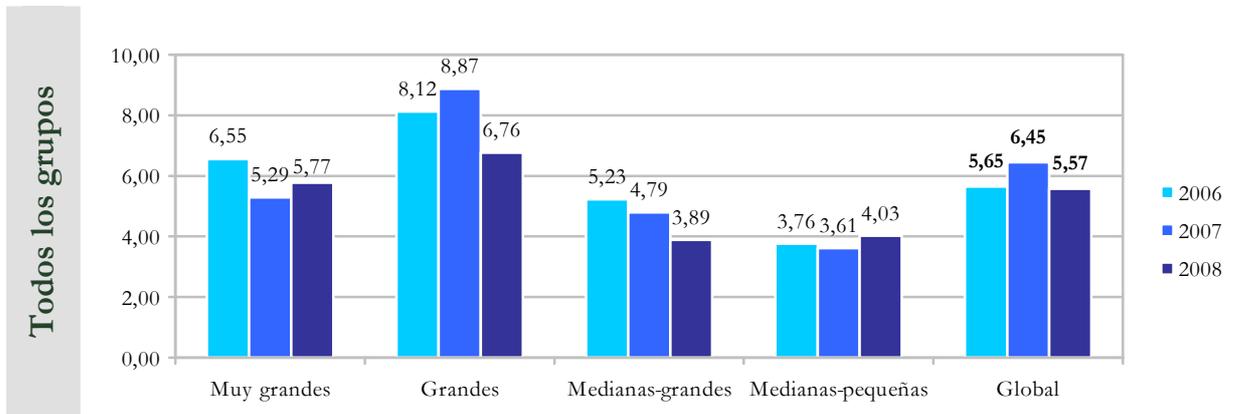
<sup>18</sup> La rotación de los activos totales indica la relación entre *las ventas totales netas y los activos totales* de la empresa. Refleja el rendimiento que se obtiene de los activos de forma que, a mayor rotación (a mayor valor de la *ratio*), más ventas se generan con los mismos activos.

<sup>19</sup> 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).

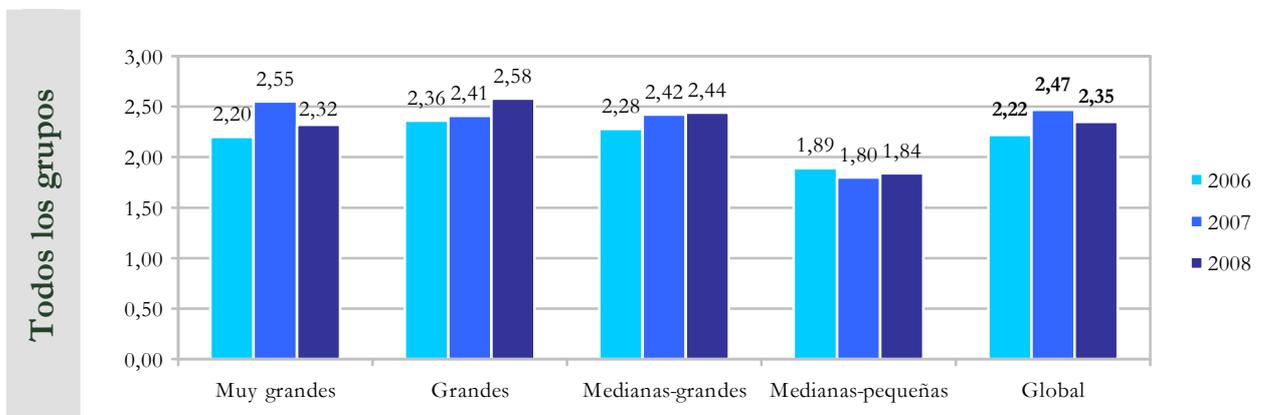
<sup>20</sup> La rotación del activo circulante se obtiene de dividir *las ventas totales netas por el activo circulante*. Igualmente, a mayor valor de la *ratio*, mayores ventas se realizan respecto de su activo circulante.

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
<b>Global</b>	<b>2008</b>	<b>1,65</b>	<b>5,57</b>	<b>2,35</b>
	2007	1,72	5,65	2,47
	2006	1,65	6,45	2,22
	2005	1,52	n.d.	n.d.
	2004	1,70	n.d.	n.d.
	2003	1,64	n.d.	n.d.
	2002	1,76	n.d.	n.d.
	2001	1,45	n.d.	n.d.
	2000	1,57	n.d.	n.d.
<b>Muy grandes</b>	<b>2008</b>	<b>1,66</b>	<b>5,77</b>	<b>2,32</b>
	2007	1,72	5,29	2,55
	2006	1,64	6,55	2,20
<b>Grandes</b>	<b>2008</b>	<b>1,87</b>	<b>6,76</b>	<b>2,58</b>
	2007	1,90	8,87	2,41
	2006	1,83	8,12	2,36
	2005	1,53	n.d.	n.d.
	2004	1,74	n.d.	n.d.
	2003	2,10	n.d.	n.d.
	2002	1,83	n.d.	n.d.
	2001	1,56	n.d.	n.d.
	2000	1,57	n.d.	n.d.
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2008</b>	<b>1,50</b>	<b>3,89</b>	<b>2,44</b>
	2007	1,61	4,79	2,42
	2006	1,59	5,23	2,28
	2005	1,66	n.d.	n.d.
	2004	1,54	n.d.	n.d.
	2003	2,03	n.d.	n.d.
	2002	1,70	n.d.	n.d.
	2001	1,02	n.d.	n.d.
	2000	1,56	n.d.	n.d.
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2008</b>	<b>1,26</b>	<b>4,03</b>	<b>1,84</b>
	2007	1,20	3,61	1,80
	2006	1,26	3,76	1,89
	2005	1,20	n.d.	n.d.
	2004	1,30	n.d.	n.d.
	2003	1,84	n.d.	n.d.
	2002	1,31	n.d.	n.d.
	2001	2,13	n.d.	n.d.
	2000	1,55	n.d.	n.d.

### 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 endeudamiento.**<sup>21</sup>
- **Ratio de calidad de la deuda.**<sup>22</sup>
- **Ratio de gastos financieros.**<sup>23</sup>
- **Ratio de autonomía financiera.**<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> 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.

<sup>22</sup> 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, el cual tiene un vencimiento más lejano).

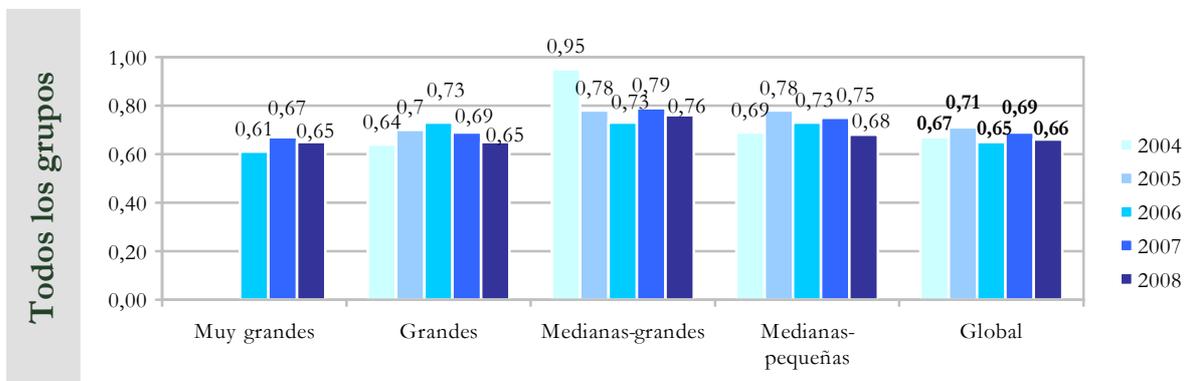
<sup>23</sup> La ratio de gastos financieros se obtiene del cociente de *los gastos financieros entre las ventas totales netas*. Esta relación entre los gastos financieros y las ventas totales netas es indicativa de la capacidad de la empresa para soportar su carga de endeudamiento. Los gastos financieros 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.

<sup>24</sup> 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 del endeudamiento

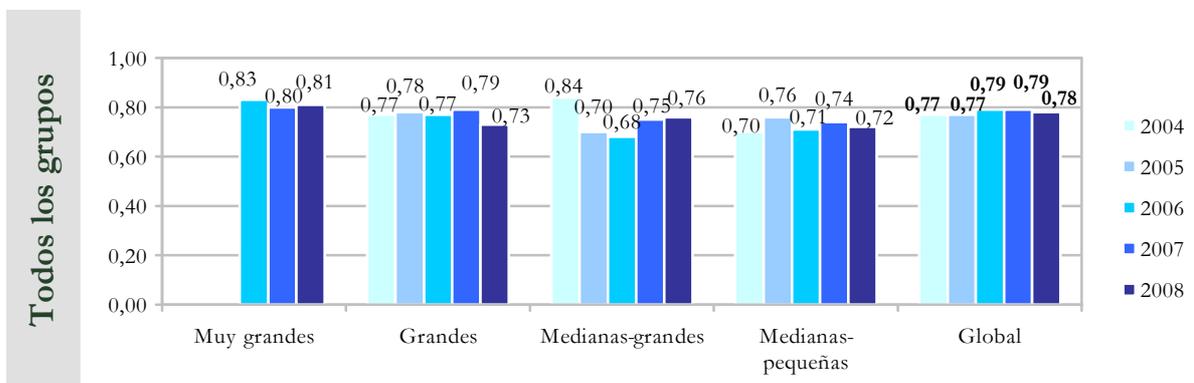
*Ratio de endeudamiento*

Un valor superior al 0,6 podría ser indicativo de la existencia de un excesivo endeudamiento. En este marco las librerías muy grandes y grandes (con un valor de 0,65, ambas) obtienen una mejor ratio que las librerías medianas-grandes con un valor de 0,76 y que las medianas-pequeñas con un valor de 0,68. Los cuatro grupos mejoran la ratio de endeudamiento, respecto el 2007 y hacen posible que globalmente esta se sitúe en 0,66.



*Ratio de la calidad de la deuda*

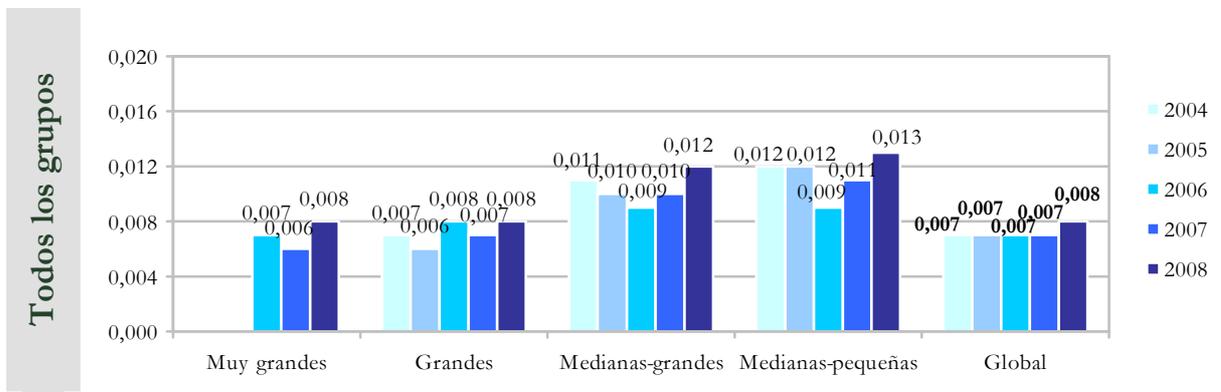
Este valor se sitúa en el 0,81 en las librerías muy grandes, en 0,73 en las grandes, en 0,76 en las medianas-grandes y en 0,72 en las medianas-pequeñas. Ello indica una situación similar a la de años precedentes. En las librerías medianas-pequeñas y grandes la deuda a corto plazo tiene una menor importancia relativa que en las librerías medianas-grandes y sobretodo que en las muy grandes.



3.7. Análisis del endeudamiento

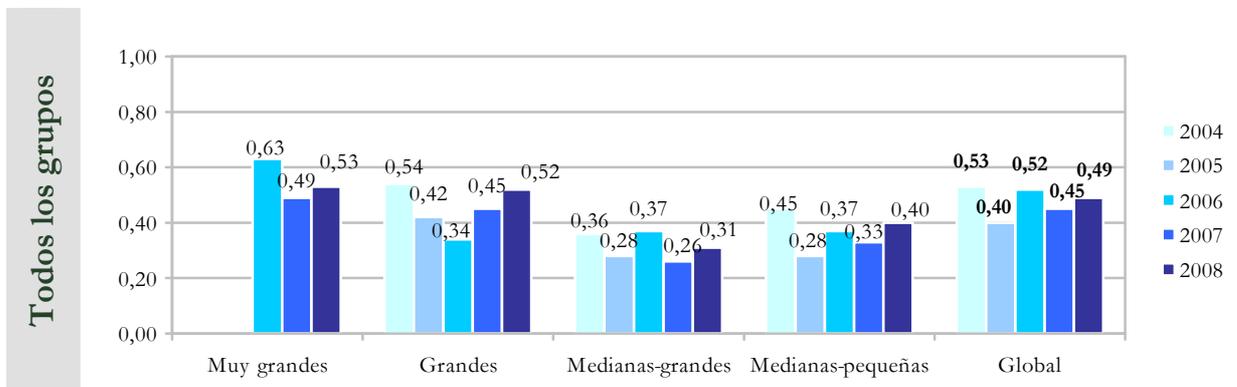
*Ratio de gastos financieros*

Aumenta en general y en cada uno de los grupos de librerías respecto al año 2007. Situándose entre el 0,008 en las librerías muy grandes y el 0,013 en las librerías medianas-pequeñas. Al ser, en todos los segmentos, un valor inferior a 0,04, cabe deducir que los gastos financieros de las librerías no son demasiado elevados.



*Ratio de autonomía financiera*

Los valores de referencia de esta ratio se sitúan entre 0,4 y 0,5. Así globalmente el conjunto de librerías se situaría en el nivel óptimo, aunque al contemplar las ratios por grupos se observa que las librerías muy grandes (0,53) y las librerías grandes (0,52) dispondrían de más capital que las librerías medianas-pequeñas (0,40) y que las librerías medianas-grandes (0,31).



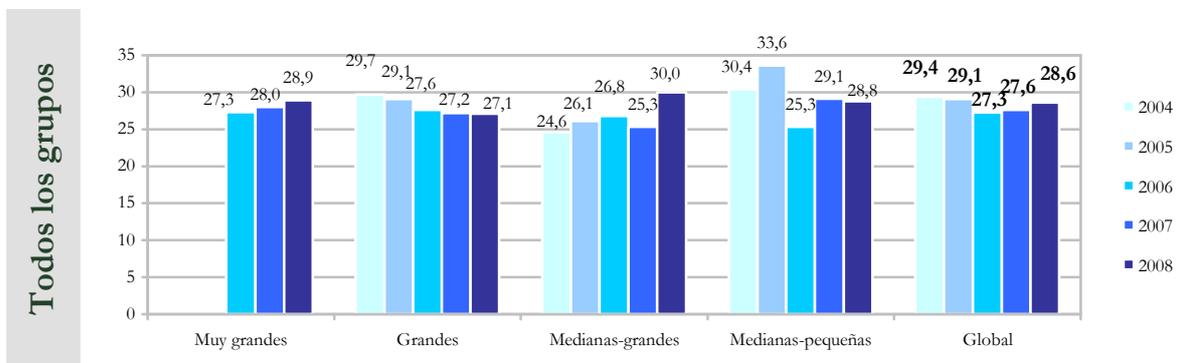
3.7. Análisis del endeudamiento

		Ratio de endeudamiento	Ratio de calidad de la deuda	Ratio de gastos financieros	Ratio de autonomía financiera
Global	2008	<b>0,66</b>	<b>0,78</b>	<b>0,008</b>	<b>0,49</b>
	2007	0,69	0,79	0,007	0,45
	2006	0,65	0,79	0,007	0,52
	2005	0,71	0,77	0,007	0,40
	2004	0,67	0,77	0,007	0,53
	2003	0,71	0,76	0,009	0,41
	2002	0,67	0,77	0,011	0,49
	2001	0,49	0,71	0,016	0,59
	2000	0,40	0,79	0,009	0,91
Muy grandes	2008	<b>0,65</b>	<b>0,81</b>	<b>0,008</b>	<b>0,53</b>
	2007	0,67	0,80	0,006	0,49
	2006	0,61	0,83	0,007	0,63
Grandes	2008	<b>0,65</b>	<b>0,73</b>	<b>0,008</b>	<b>0,52</b>
	2007	0,69	0,79	0,007	0,45
	2006	0,73	0,77	0,008	0,34
	2005	0,7	0,78	0,006	0,42
	2004	0,64	0,77	0,007	0,54
	2003	0,71	0,83	0,008	0,57
	2002	0,66	0,77	0,010	0,52
	2001	0,68	0,72	0,017	0,48
	2000	0,52	0,80	0,009	0,85
Medianas-grandes	2008	<b>0,76</b>	<b>0,76</b>	<b>0,012</b>	<b>0,31</b>
	2007	0,79	0,75	0,010	0,26
	2006	0,73	0,68	0,009	0,37
	2005	0,78	0,70	0,010	0,28
	2004	0,95	0,84	0,011	0,36
	2003	0,72	0,86	0,012	0,70
	2002	0,73	0,78	0,011	0,37
	2001	0,32	0,80	0,010	2,63
	2000	0,44	0,79	0,009	1,12
Medianas-pequeñas	2008	<b>0,68</b>	<b>0,72</b>	<b>0,013</b>	<b>0,40</b>
	2007	0,75	0,74	0,011	0,33
	2006	0,73	0,71	0,009	0,37
	2005	0,78	0,76	0,012	0,28
	2004	0,69	0,70	0,012	0,45
	2003	0,88	0,80	0,011	0,85
	2002	0,73	0,81	0,012	0,36
	2001	0,65	0,54	0,007	0,53
	2000	0,45	0,70	0,010	1,34

3.8. Análisis del margen bruto

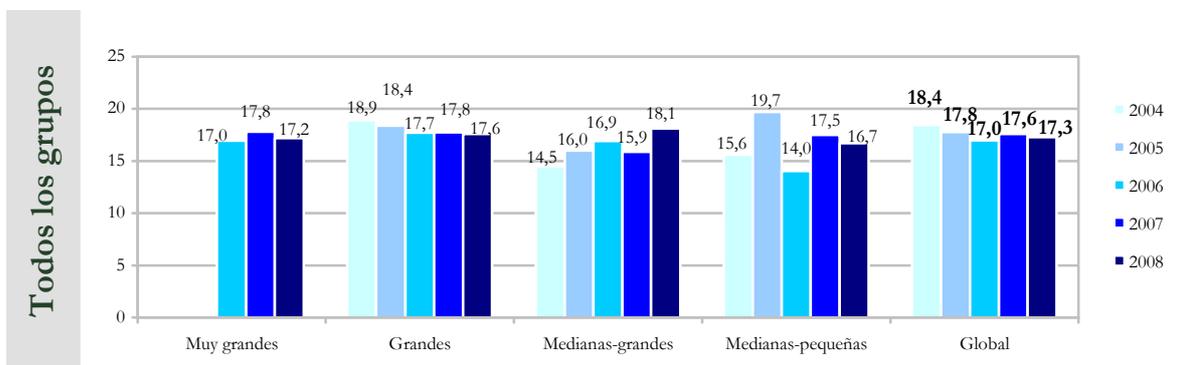
*Margen bruto*

El porcentaje del margen bruto<sup>25</sup> de las librerías registrado, el año 2008, para el conjunto de las librerías es del 28,6%, ligeramente superior al del año 2007. Las que obtienen el porcentaje más alto son las librerías medianas-grandes (30,0%) y las que obtienen el porcentaje más bajo son las librerías grandes. No se observa una relación entre el tamaño de la librería y el margen bruto de ésta.



*Valor añadido sobre total de ventas*

El porcentaje del valor añadido, respecto del total de las ventas<sup>26</sup> se sitúa en el 17,3%, ligeramente más bajo que en el año 2007. Las librerías medianas-grandes obtienen el porcentaje más alto (18,1%), seguidas por las librerías grandes (17,6%), las muy grandes (17,2%) y las medianas-pequeñas (16,7%).



<sup>25</sup> 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.

<sup>26</sup> 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	<b>2008</b>	<b>414.194,78</b>	<b>28,6</b>	<b>250.796,73</b>	<b>17,3</b>
	2007	432.576,34	27,6	275.577,15	17,6
	2006	393.066,82	27,3	244.957,10	17,0
	2005	426.077,54	29,1	267.486,00	17,8
	2004	455.405,52	29,4	285.784,98	18,4
	2003	338.370,96	27,8	229.729,50	18,9
	2002	282.432,80	25,6	180.828,77	16,4
	2001	456.802,03	27,5	229.407,05	13,8
Muy grandes	<b>2008</b>	<b>1.435.498,68</b>	<b>28,9</b>	<b>852.361,09</b>	<b>17,2</b>
	2007	1.397.343,05	28,0	889.310,75	17,8
	2006	1.196.850,12	27,3	742.538,01	16,9
Grandes	<b>2008</b>	<b>300.426,15</b>	<b>27,1</b>	<b>195.008,32</b>	<b>17,6</b>
	2007	307.320,45	27,2	200.491,72	17,8
	2006	309.291,35	27,6	198.484,07	17,7
	2005	727.246,32	29,1	459.329,24	18,4
	2004	731.223,35	29,7	464.825,37	18,9
	2003	561.426,40	26,8	385.517,40	17,9
	2002	453.203,00	25,9	296.556,40	16,9
	2001	663.804,10	27,7	322.159,70	13,4
Medianas-grandes	<b>2008</b>	<b>160.997,10</b>	<b>30,0</b>	<b>97.038,20</b>	<b>18,1</b>
	2007	134.909,84	25,3	84.601,82	15,9
	2006	143.370,65	26,8	90.482,36	16,9
	2005	140.677,89	26,1	86.257,16	16,0
	2004	133.493,01	24,6	78.468,34	14,5
	2003	135.871,70	26,8	87.892,90	17,0
	2002	111.566,60	23,4	64.425,40	13,5
	2001	161.825,30	25,6	93.443,30	14,8
Medianas-pequeñas	<b>2008</b>	<b>78.194,75</b>	<b>28,8</b>	<b>45.306,02</b>	<b>16,7</b>
	2007	74.077,75	29,1	44.482,23	17,5
	2006	60.819,54	25,3	33.710,48	14,0
	2005	90.378,93	33,6	53.066,25	19,7
	2004	81.761,10	30,4	41.812,43	15,6
	2003	65.409,50	25,6	39.508,70	14,9
	2002	85.534,30	26,6	48.310,50	15,0
	2001	99.719,70	28,9	80.525,90	23,4

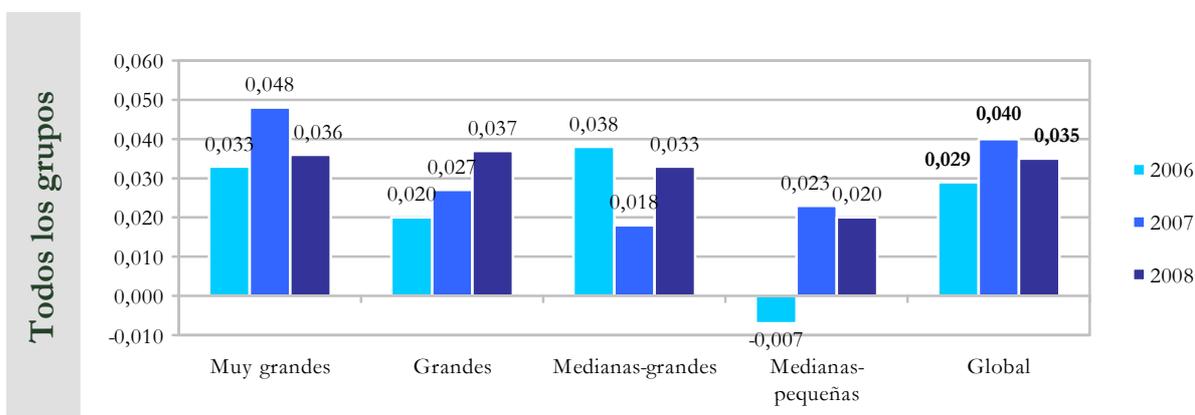
## 3.9. Análisis de la rentabilidad

*Rentabilidad económica*

La rentabilidad de la empresa requiere, lógicamente, la consecución de un resultado anual positivo de la cuenta de explotación (ganancias y pérdidas) y, en general, que éste tenga un valor lo más elevado posible.

La ratio de rentabilidad económica<sup>27</sup> 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).

Globalmente, en el 2008, esta ratio se ha situado en 0,035 disminuyendo su valor, respecto al 2007, que fue de 0,040. Todos los grupos de librerías obtienen un valor positivo. Las diferencias que se observan entre las librerías muy grandes (0,036), grandes (0,037), medianas-grandes (0,033) y medianas-pequeñas (0,020) pueden responder a diversas razones: por un aumento de la rotación de su activo (al incrementarse las ventas, o reducirse el activo), y/o por un aumento del margen de sus ventas (por incrementarse el descuento obtenido por la librería de los proveedores, o reducirse los costes de la empresa).

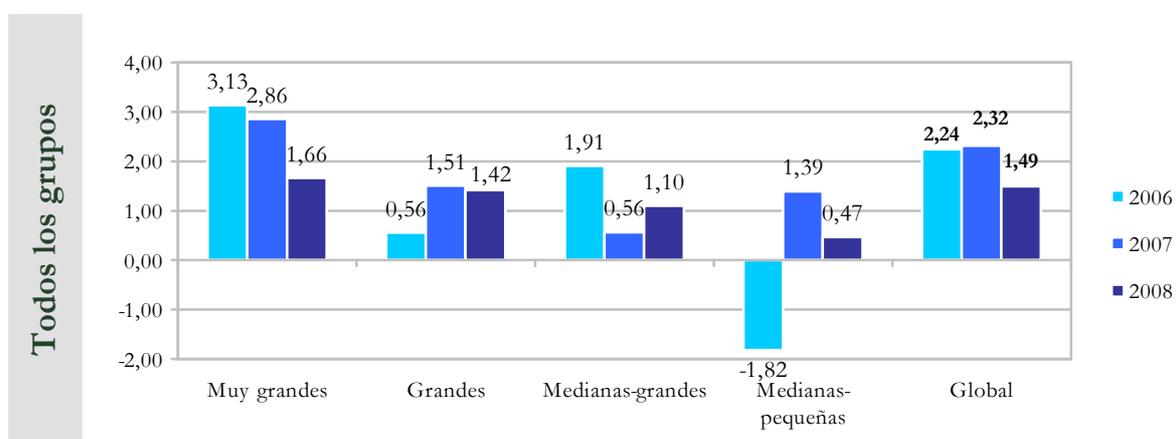


<sup>27</sup> La ratio de rentabilidad económica se define como la relación entre en *beneficio – antes de intereses e impuestos-* y el *activo total*.

## 3.9. Análisis de la rentabilidad

*Beneficios sobre ventas*

Los beneficios sobre ventas<sup>28</sup> muestran el beneficio bruto (antes de impuestos), generado por la empresa, como proporción de su cifra de negocio, situándose en el 2008 en 1,49%, cuando en el 2007 fue de 2,32%. Conforme decrece el tamaño de la librería, también decrecen los beneficios sobre ventas, así en las librerías muy grandes ha sido de 1,66%, en las grandes de 1,42%, en las medianas-grandes de 1,10% y en las librerías medianas-pequeñas de 0,47%.



<sup>28</sup> 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	<b>0,035</b>	<b>1,494</b>
	2007	0,040	2,317
	2006	0,029	2,244
Muy grandes	2008	<b>0,036</b>	<b>1,661</b>
	2007	0,048	2,857
	2006	0,033	3,133
Grandes	2008	<b>0,037</b>	<b>1,416</b>
	2007	0,027	1,507
	2006	0,020	0,560
Medianas -grandes	2008	<b>0,033</b>	<b>1,102</b>
	2007	0,018	0,561
	2006	0,038	1,910
Medianas -pequeñas	2008	<b>0,020</b>	<b>0,470</b>
	2007	0,023	1,391
	2006	-0,007	-1,820

## **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 adelantar 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. 173 librerías (esto es, el 26,9% del total de respuestas) han utilizado el formulario web para contestar, mientras 4 librerías han contestado por fax o correo electrónico y el resto 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 <sup>29</sup>
- Librerías muy grandes	281	47	± 4,65 %
- Librerías grandes		128	
- Librerías medianas-grandes	370	180	± 5,35 %
- Librerías medianas-pequeñas	781	287	± 4,70 %
<b>Total</b>	<b>1.432</b>	<b>642</b>	<b>± 2,93 %</b>

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.

<sup>29</sup> 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).

**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
Baleares (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
<b>Total</b>	<b>642</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**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
- Librerías muy grandes	281	41	± 7,74 %
- Librerías grandes		64	
- Librerías medianas-grandes	370	57	± 12,20 %
- Librerías medianas-pequeñas	781	60	± 12,41 %
<b>Total</b>	<b>1.432</b>	<b>222</b>	<b>± 6,17 %</b>

**c). Cuestionario**

# SISTEMA DE INDICADORES ESTADÍSTICOS Y DE GESTIÓN DE LA LIBRERÍA EN ESPAÑA

Ref empresa: .....

## AÑO 2009

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: <input type="text"/>	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:

	Sí	No	NS/NC
A CEGAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Al Gremio Provincial/local de Libreros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 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:

<input type="checkbox"/> Tiene de 1 a 3 materias o secciones que concentran ...	}	<input type="checkbox"/> más del 60% de las ventas ( <i>librería especializada</i> )
		<input type="checkbox"/> entre el 30% y el 60% de las ventas ( <i>librería general con especialización</i> )
<input type="checkbox"/> No hay 3 materias o secciones que concentren más del 30% de las ventas y ...	}	<input type="checkbox"/> tiene un fondo de más de 3.000 títulos ( <i>librería general de fondo</i> )
		<input type="checkbox"/> tiene un fondo de menos de 3.000 títulos ( <i>librería general de proximidad</i> )

### 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

### 9. Superficie total de la librería (en m<sup>2</sup>)

(lugar donde se hace el pedido)	Principal (1 opción)	Segundarias (varias opc.)	% ventas	Superficie área de acceso al público / ventas			
En el establecimiento comercial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...%	..... m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/>	ns/nc	
A domicilio/visitas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...%	..... m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/>	ns/nc	
Por internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...%	Resto superficie (oficinas)	..... m <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/>	ns/nc
Otros canales (correo, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...%	Superficie total (suma)	..... m <sup>2</sup>	<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 estoc (no de títulos)	
Existencias compradas	___ %	<input type="checkbox"/> De 10.001 a 15.000	
Existencias en depósito	___ %	<input type="checkbox"/> Menos de 1.500	<input type="checkbox"/> De 15.001 a 25.000
Total existencias (suma de los anteriores = 100)	100 %	<input type="checkbox"/> De 1.501 a 3.000	<input type="checkbox"/> De 25.001 a 40.000
<input type="checkbox"/> NS/NC		<input type="checkbox"/> De 3.001 a 5.000	<input type="checkbox"/> Más de 40.000
		<input type="checkbox"/> De 5.001 a 10.000	<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

<b>22. Indique aproximadamente el % de novedades que recibe según el sistema de recepción de éstas:</b>		
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

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 (en %).  
Por indicadores de la Ficha. 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. 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 <sup>2</sup> )	93,9	95,7	99,2	92,8	94,1
Ventas totales / superficie total (euro/ m <sup>2</sup> )	49,8	57,4	67,2	53,9	39,4
Ventas en libros / superficie total en libros (euro/ m <sup>2</sup> )	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. 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. Año 2008**  
**Por indicadores de la ficha**

<b>Descripción</b>	<b>Global</b>	<b>Muy grandes</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas - grandes</b>	<b>Medianas - pequeñas</b>
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. Año 2008**  
**Por indicadores de la ficha. (Continuación)**

<b>Descripción</b>	<b>Global</b>	<b>Muy grandes</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas - grandes</b>	<b>Medianas - pequeñas</b>
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