

**Sistema de Indicadores de la Librería
de la Comunidad Valenciana**
Año 2007

**Generalitat Valenciana
Conselleria de Cultura i Esport**

Barcelona, abril de 2009



CONSELLERIA DE CULTURA
I ESPORT

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

Año 2007

**Generalitat Valenciana
Conselleria de Cultura i Esport**

Barcelona, abril de 2009

Dirección

Xavier Cubeles

Técnicos

Laura Bordera, Patricia Bustos, Neus Carreras,

Júlia Cabrera, Laura Díaz, Daniel González,

Marta León, Laura López, Marc Navarro,

Joel Pasqual, Gemma Pereira,

Helena Quesada, Elisabeth Ramírez

Bea Ferrer (*coordinación*)

Índice

	<i>páginas</i>
1. Introducción	1
1.1. Objetivos del estudio	2
1.2. Objeto y estructura del trabajo	3
1.3. Notas sobre la metodología del estudio	5
1.4. La respuesta de las librerías	7
2. Principales resultados. Año 2007	8
2.1. Resultados de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería	9
2.1.1. Introducción	10
2.1.2. Perfil de la librería	12
2.1.3. Dimensión y recursos	18
2.1.4. Productividad de la librería	28
2.1.5. El libro y la librería	32
2.1.6. Gestión de la librería	41
Anexo 1.) Datos estadísticos 2002-2007	70
A.1. Datos estadísticos de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la librería	72
A.1.1. Datos básicos de la librería	73
A.1.1.1. La tipología de establecimientos	74
A.1.1.2. El grado de pertenencia a gremios y asociaciones de librereros	76
A.1.1.3. La superficie	78
A.1.1.4. Los recursos humanos y los horarios de apertura al público	81
A.1.2. Ventas de la librería	83
A.1.3. Ratios básicas de funcionamiento de la librería	95
A.1.4. Datos de gestión de la librería	97

A.2. Datos estadísticos de la Ficha B de Indicadores de Gestión Económica de la librería	124
A.2.1. Datos generales	125
A.2.2. Datos económicos y ratios de funcionamiento de la librería	126
A.2.2.1. Análisis de los ingresos	127
A.2.2.2. Análisis de los gastos	130
A.2.2.3. Análisis de la liquidez	133
A.2.2.4. Análisis de los activos	136
A.2.2.5. Análisis del endeudamiento	141
A.2.2.6. Análisis del margen y del valor añadido bruto	144
A.2.2.7. Análisis de la rentabilidad	146
Anexo 2.) Metodología del trabajo	148
a. Niveles de respuesta	150
b. Fichas enviadas a las librerías	157
Anexo 3.) Estructura y descriptivo de la base de datos de trabajo	184

1.) Introducción

1.1. Objetivos del estudio

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

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

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

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

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

1.2. Objeto y estructura del trabajo

- Para hacer posible un análisis comparativo entre librerías similares, se ha mantenido la clasificación de establecimiento utilizada al año anterior, que modificaba la de años anteriores como consecuencia de la división del grupo de librerías grandes (es decir que tienen una facturación anual en libros superior a los 600.000 €) en dos categorías. Así, la clasificación de librerías utilizada para la presente edición del estudio es la siguiente:
 - ***Librerías muy grandes***: superior a 1.500.000 €
 - ***Librerías grandes***: entre 600.000 € y 1.500.000 €
 - ***librerías medianas-grandes***: facturación anual en libros entre 300.000 € y 600.000 €
 - ***librerías medianas-pequeñas***: facturación anual en libros entre 150.000 € y 300.000 €

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

- El plan de trabajo establecido para el año 2008 se ha fijado como objetivo avanzar el calendario de realización de la encuesta a los meses de mayo/junio (que, en años anteriores, se hacía durante octubre/noviembre). Con ello, se pueden disponer de los datos anuales con una mayor anticipación en el tiempo.

De acuerdo con este plan, se ha elaborado la **Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería**, que contiene la información básica de la librería considerándola como establecimiento comercial.

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

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

1.3. Notas sobre la metodología del estudio

- Como consecuencia de los resultados obtenidos del Mapa de Librerías de España (2005), **el trabajo se ha centrado en el segmento de las librerías “independientes”, por lo que se han excluido del análisis los grandes almacenes (El Corte Inglés, ya excluido en años anteriores), y las grandes superficies especializadas en ocio y cultura / grandes cadenas de librerías (FNAC, Casa del Libro y Crisol). Este cambio responde a la necesidad de mejorar la calidad de la información obtenida, sobretodo, en el grupo de las librerías “independientes” grandes.**

- Respecto la metodología de trabajo, cabe destacar las siguientes cuestiones:
 - a) **El procedimiento de obtención de la información** utilizado el año 2008 para la Ficha A ha consistido en obtener los datos mediante consulta telefónica.

 - b) **El contenido del cuestionario se ha mantenido sin cambios sustanciales** respecto del utilizado el año anterior.

 - c) **El documento de presentación de los resultados** mantiene la misma estructura de años anteriores:
 - **El análisis de los principales resultados** se presenta en un primer apartado mediante gráficos y un breve texto con las conclusiones más importantes del estudio.

- **El anexo de datos estadísticos** recoge el conjunto de la información histórica acumulada, así como la descripción de cada uno de los indicadores elaborados en la presente edición del trabajo.

- **El anexo de metodología del trabajo** contiene el nivel de respuesta conseguido para cada pregunta, y los modelos de las fichas entregadas a las librerías (donde aparecen las medias obtenidas para cada valor o indicador).

1.4. La respuesta de las librerías

- El censo de librerías sobre el que se elabora el Sistema de Indicadores de Gestión Económica de la Librería 2007 está constituido por el conjunto de librerías que han contestado el cuestionario. Hay que destacar que la relación de librerías que responden de un año a otro no coincide exactamente. En consecuencia, la elevada singularidad de estos establecimientos puede dar lugar a ciertas disparidades entre los datos obtenidos entre los distintos años (sobre todo en el grupo de librerías grandes).

Cuadro 1.

Nivel de respuesta–Ficha A. Según el tamaño de la librería. 2007

Comunidad Valenciana	Ficha A (librerías)
Librerías/empresas que responden	50
- Librerías muy grandes	3
- Librerías grandes	12
- Librerías medianas-grandes	16
- Librerías medianas-pequeñas	19
Librerías/empresas que no responden	69
TOTAL	119
% de respuesta	42,0

- Debe destacarse que en el caso de la Comunidad Valenciana se ha obtenido respuesta de los datos de la Ficha A de tan sólo 3 librerías del grupo de establecimientos muy grandes, por lo que éstos se han excluido del estudio dado el bajo valor estadístico de la información.

2.) Principales resultados.

Año 2007

2.1.) Resultados de la Ficha A
de Indicadores de Gestión Económica de la Librería

2.1.1. Introducción

- El Análisis de los resultados de la Ficha A de Indicadores de Gestión Económica de la Librería se ha estructurado en los siguientes apartados:
 - **Perfil de la librería:** tipología de establecimientos y grado de pertenencia al gremio/asociaciones.
 - **Dimensión y recursos:** ventas, evolución interanual de las ventas, superficie, dimensión del fondo de libros, empleados y tiempo de apertura de la librería.
 - **Productividad de la librería:** ventas/superficie, ventas en libros/superficie en libros, ventas/meses trabajados y meses/superficie.
 - **El libro y la librería:** proporción de la superficie ocupada por el producto libro, composición de las ventas de la librería (según la lengua de publicación, la materia de los libros, y según el canal de compra utilizado por los clientes), y evolución de las ventas según el tipo de producto.

- **Gestión de la librería:** distribución del trabajo realizado en la librería por tareas funcionales, sistemas de pedido a proveedores, descuento otorgado por los proveedores, número de distribuidores con los que trabaja la librería, composición de las existencias, sistema de recepción de novedades, devoluciones, disponibilidad de servicio de pedido a los clientes, cantidad de pedidos gestionados mensualmente, disponibilidad de servicio de telecompra, grado de informatización y programa utilizado, uso del correo electrónico y de bases de datos telemáticas, utilización y valoración del SINLI, realización de otras actividades relacionadas con el libro (edición, distribución e imprenta/artes gráficas), organización de actividades de dinamización de la lectura/culturales y, finalmente, introducción de innovaciones radicales o relevantes en la empresa.

2.1.2. Perfil de la librería

A) 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 en los términos establecidos en la Tabla 1.

Tabla 1

Clasificación de las librerías por tipologías

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

- Según los datos obtenidos, la tipología de librería que tiene una presencia dominante en la Comunidad Valenciana es la de las librerías generales de fondo (62,0%). A continuación hay las librerías especializadas (24,0%), las librerías generales con especialización (8,0%) y finalmente, con tan sólo el 6,0% de los establecimientos encuestados, la librerías generales de proximidad (Gráfico 1).

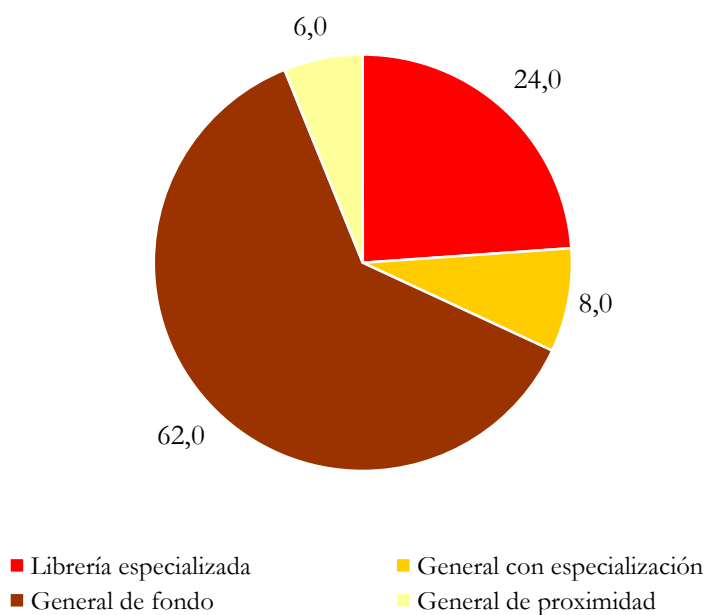
Debe suponerse que la proporción de librerías generales de proximidad es mucho mayor si se consideran las librerías pequeñas (con unas ventas en libros inferiores a 150.000 € anuales), no incluidas en el presente estudio.

- Si se toma en consideración el tamaño de la librería, pueden realizarse las siguientes observaciones:
 - La mayoría de las librerías grandes (el 66,7%) forman parte de la tipología de librerías generales de fondo. El 33,3% de las librerías grandes son especializadas.
 - En los grupos de librerías medianas (grandes y pequeñas), la tipología de establecimiento que obtiene un porcentaje mayor es el de las librerías generales de fondo: el 62,5% de las medianas grandes y el 57,9% de las medianas pequeñas.
 - No se han identificado librerías generales de proximidad en los grupos de establecimientos encuestados de tamaño grande y mediano grande, ya que todas ellas son librerías medianas pequeñas (las cuales representan 10,5% del total de este grupo).

Gráfico 1

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

Total Librerías.



B) Las librerías según el grado de pertenencia al gremio/asociaciones

- En el apartado relativo al asociacionismo sectorial de libreros, aproximadamente el 85% de las librerías valencianas encuestadas declaran pertenecer a algún gremio/asociación. Globalmente consideradas, no se aprecian cambios relevantes respecto de los datos de los años anteriores (Gráfico 2).
- El grado de asociacionismo es algo superior en las librerías de mayor tamaño: el 75% en las librerías grandes y el 94% en las medianas-grandes, y del 73,7% en las medianas-pequeñas. No obstante, y respecto del año anterior, se observa un aumento de las librerías grandes que no pertenecen a ningún gremio o asociación (el 16,7% el 2007, porcentaje que era del 0,0% el 2006) (Ver Cuadro 2 en el Anexo 1 de datos estadísticos).
- La mayor parte de las librerías (un 77,1%) declaran ser miembros de la CEGAL (porcentaje ligeramente superior al del año anterior, que era del 71,5%). En concreto, un 70,8% del total de librerías encuestadas afirma pertenecer simultáneamente al Gremio Provincial de Libreros correspondiente y a la CEGAL, y un 6,3% sólo a la CEGAL.

Las librerías que declaran pertenecer sólo al gremio provincial de libreros únicamente representan el 8,3% del total (Gráfico 2).

Gráfico 2

**Porcentaje de librerías según el grado de pertenencia al gremio/asociaciones.
Año 2007.**

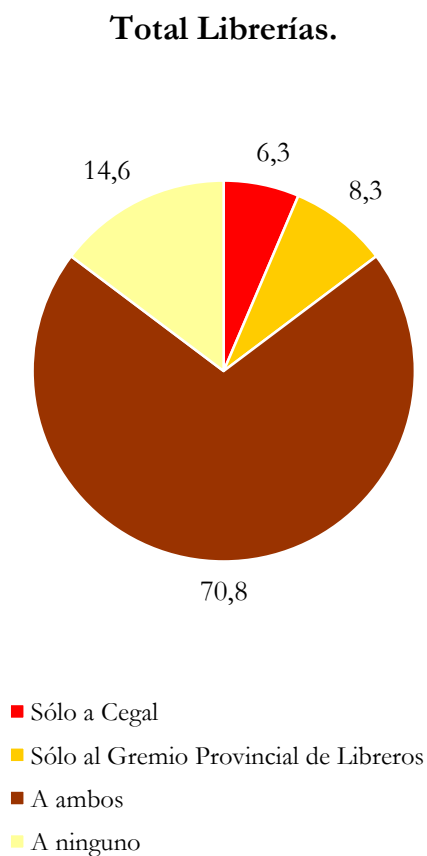


Gráfico 3.

Porcentaje de librerías que declaran pertenecer “únicamente” al Gremio Provincial de Libreros. Años 2002-2007. Por tamaño.

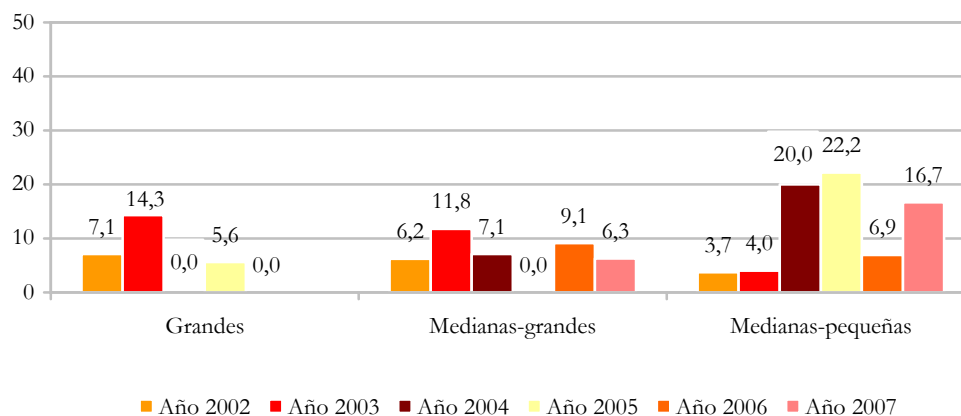
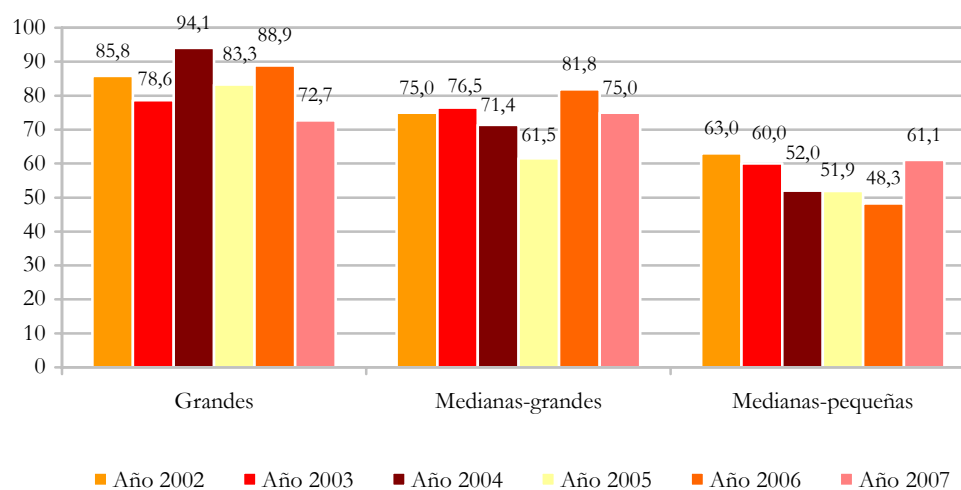


Gráfico 4.

Porcentaje de librerías que declaran pertenecer al Gremio Provincial de Libreros y a CEGAL. Años 2002-2007. Por tamaño.



2.1.3. Dimensión y recursos

- A continuación se presentan los principales datos relativos a la dimensión y a los recursos de las librerías (del Gráfico 5 al 12). Concretamente, las variables o indicadores considerados son:
 - Ventas (Gráfico 5).
 - Evolución interanual de las ventas (Gráfico 6).
 - Superficie del establecimiento (Gráfico 7).
 - Dimensión del fondo de libros (Gráfico 8).
 - Trabajadores de la librería (Gráfico 9).
 - Meses trabajados en la librería (Gráfico 10).
 - Horas de apertura semanal (Gráfico 11).
 - Días de apertura semanal (Gráfico 12).

- En este apartado del estudio debe señalarse nuevamente que, respecto del año 2005 y anteriores, el trabajo se ha centrado en el segmento de las librerías “independientes”². Lógicamente, este cambio en la metodología del estudio incide sobretodo en los datos de las librerías grandes.

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

² Por lo tanto, los datos de dicho año no incluyen la información relativa a grandes almacenes (El Corte Inglés, ya excluido en años anteriores), y a las grandes superficies especializadas en ocio y cultura / grandes cadenas de librerías (FNAC, Casa del Libro y Crisol).

- Del año 2006 al 2007, existe una evolución de ligero crecimiento / estancamiento del promedio de las ventas anuales en libros de las librerías grandes y medianas-grandes, mientras que en las medianas-pequeñas se observa un notable aumento de dicho indicador (Gráfico 5).
 - Concretamente, y comparando los datos del 2007 con los del 2006, el valor promedio de las ventas en libros de las librerías grandes pasan de 886,1 miles de € a 899,0 miles de € (una cantidad que, sin embargo, es inferior a la de los años 2005 y anteriores).
 - En el grupo de librerías medianas grandes, el promedio de ventas de 2007 es de 396,2 miles de € (ligeramente por encima a las cifras de 2005 y 2006, pero por debajo de la que se obtuvo el año 2004).
 - Finalmente, y respecto de las librerías medianas pequeñas, hay un apreciable incremento de las ventas respecto del año 2006, situándose dicha cantidad en 224,9 miles de € (en unos términos muy parecidos a los de 2002, y superiores a los del resto de años analizados).
- La respuesta relativa a la evolución interanual de las ventas (Gráfico 6) permite observar igualmente que el grupo en el que hay una mayor proporción de librerías que declaran tener unas ventas superiores de un año al otro es el de las medianas pequeñas (57,9%).

Por el contrario, los establecimientos grandes y medianos grandes encuestados declaran mayoritariamente que han tenido unas ventas iguales a las del año anterior: el 58,3% de las grandes y 62,5% de las medianas-grandes.

- El promedio de la superficie ocupada por libros de las librerías grandes el año 2007 (207,5 m²) es sensiblemente inferior al del año anterior (246,1 m²). En el caso de las librerías medianas-grandes, que del 2002 al 2004 era de aproximadamente 150 m², se recupera a 178,4 m² el 2007, mientras que en el de las medianas pequeñas se observa un cierto estancamiento respecto de los valores obtenidos en las anteriores ediciones del estudio (cerca de 135 m² el 2002 y 2003, 114,2 m² el 2004, 96,1 m² el 2005, 84,9 m² el 2006 y 87,2 m² el 2007) (Gráfico 7).
- Los datos obtenidos de la dimensión del fondo de libros de las librerías indican que la mayoría de las librerías grandes (83,3%) disponen el año 2007 de un fondo de más de 10.000 ejemplares (siendo el 50,0% del total de este grupo las que tienen más de 25.000 ejemplares), situándose dicho porcentaje en un valor muy parecido al que se obtuvo el año 2004 (Gráfico 8).

En el resto de grupos de librerías, la dotación de libros tiende a ser inferior a medida que decrece el tamaño del establecimiento. No obstante, se continua observando que hay una proporción notable de librerías medianas grandes las cuales, a pesar de tener un nivel relativamente bajo de ventas, cuentan con un amplio fondo de ejemplares (el 64,3% de estas librerías declaran tener más de 10.000 ejemplares); este porcentaje es del 20,0% en las medianas-pequeñas.

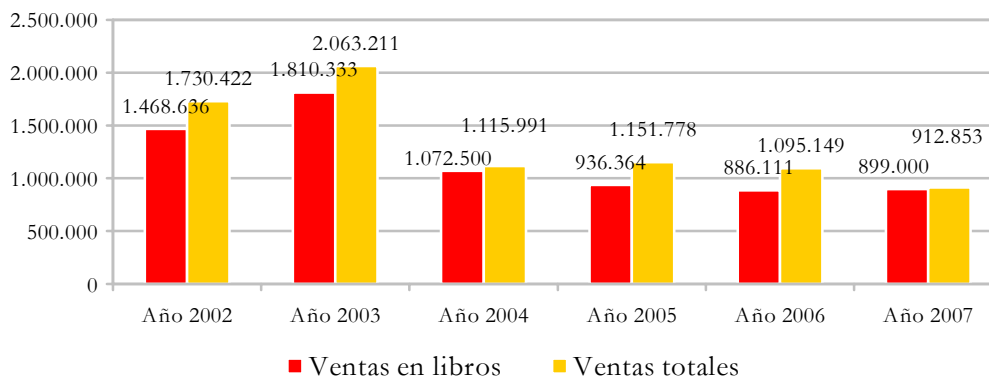
- El año 2007 parece que hay una cierta disminución respecto del 2006 en el apartado de la cantidad de factor trabajo que se utiliza en las librerías grandes y medianas grandes (número de empleados y meses trabajados). Concretamente, los datos obtenidos del año 2007 son los siguientes:
 - Librerías grandes: 4,4 empleados fijos, 0,7 eventuales y un total de 47,3 meses trabajados (64,4 el año anterior).
 - Librerías medianas grandes: 2,9 empleados fijos, 0,3 eventuales y un total de 31,9 meses trabajados (34,4 el 2006).

Por el contrario, en el grupo de las librerías medianas pequeñas, se observa un aumento de la dotación de recursos humanos: 3,1 empleados fijos (2,5 el año anterior), 0,1 eventuales (0,2 el año 2006) y un total de 32,0 meses trabajados (28,0 el 2006).

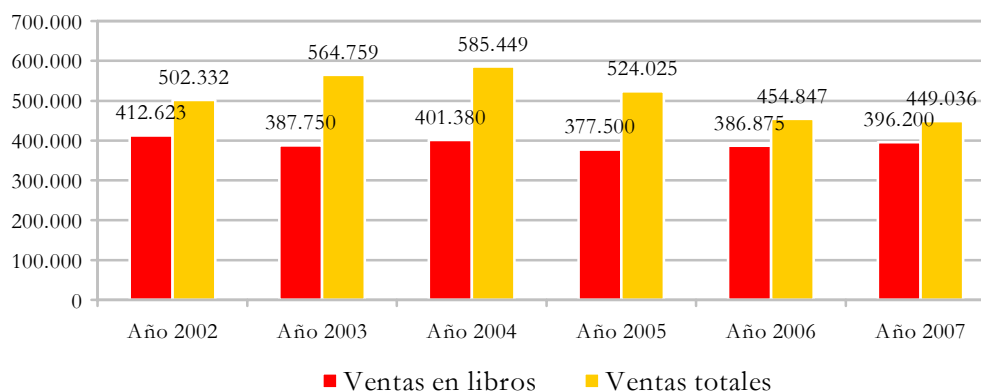
- En general, respecto a los indicadores relativos al tiempo de apertura de los establecimientos, no se observan cambios destacables en los valores promedio obtenidos de la consulta, con excepción de las siguientes cuestiones:
 - En las librerías grandes, el promedio de tiempo de apertura semanal el año 2007 ha sido de 43,5 horas semanales (mientras que en los años anteriores se situaba alrededor de las 50 horas). En los establecimientos de tamaño mediano (grandes y pequeñas), dicho promedio se mantiene en aproximadamente 45 horas semanales (Gráfico 11).
 - En todos los grupos de librerías se mantiene un promedio de aproximadamente 6 días de apertura a la semana (Gráfico 12).

Gráfico 5.
Ventas en libros y ventas totales (euros). Años 2002-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

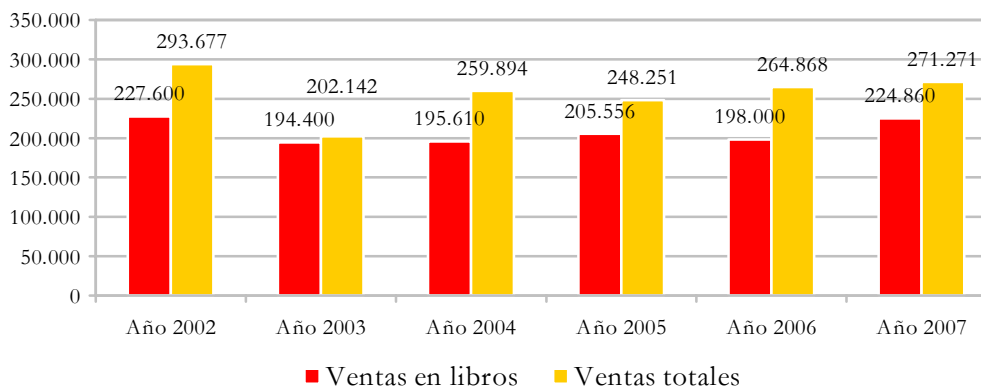
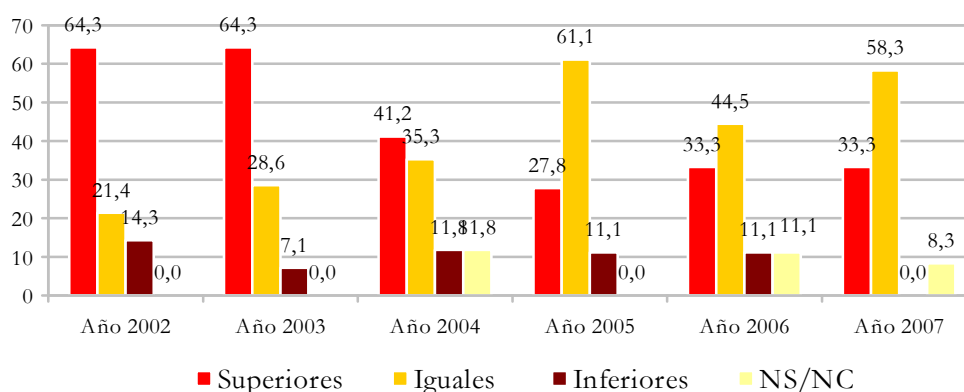


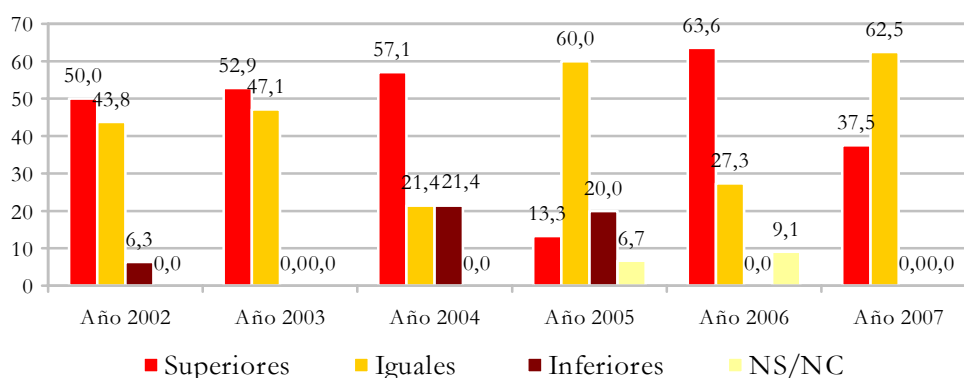
Gráfico 6.

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

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

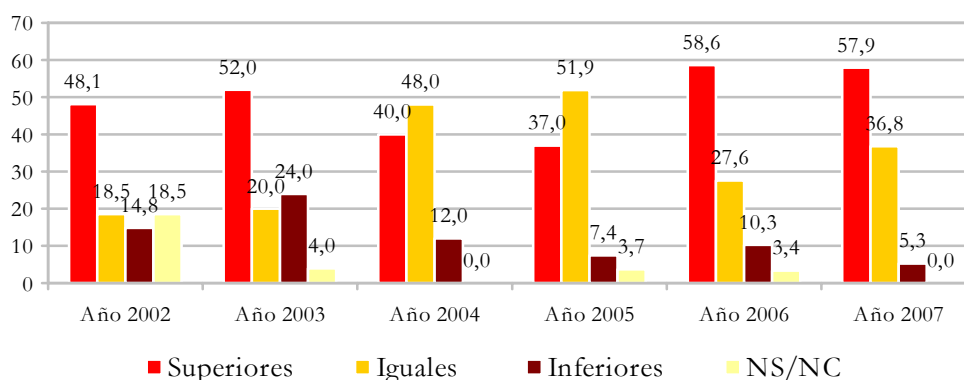
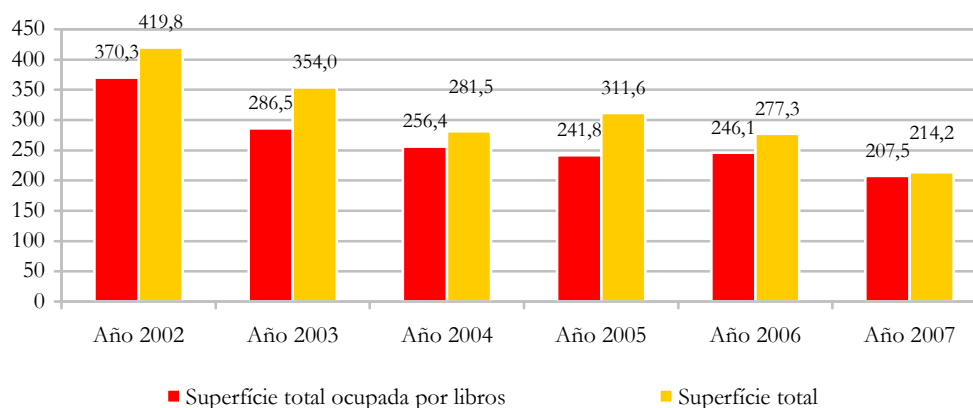
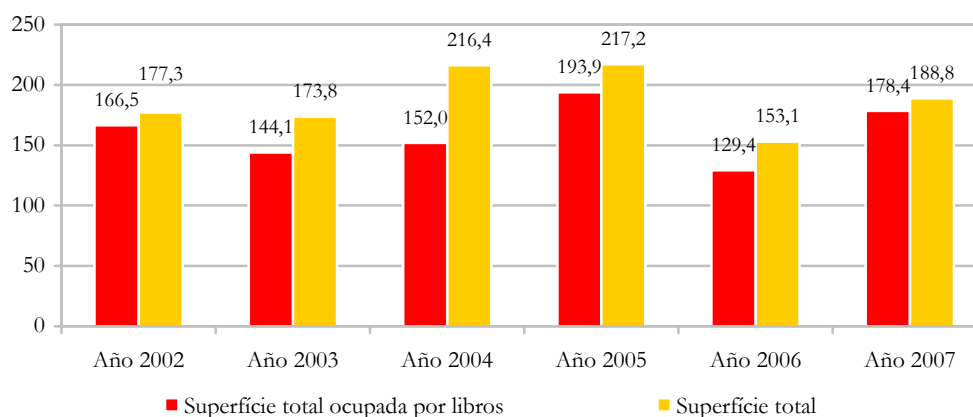


Gráfico 7.
Superficie de la librería (m²). Años 2002-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

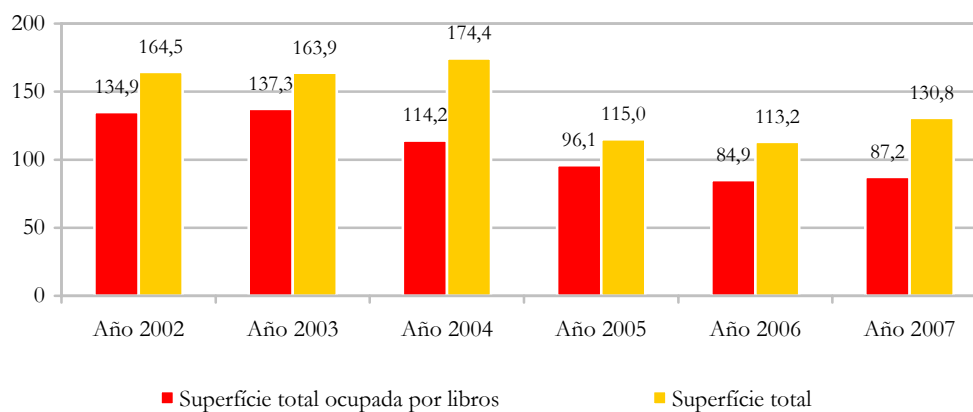
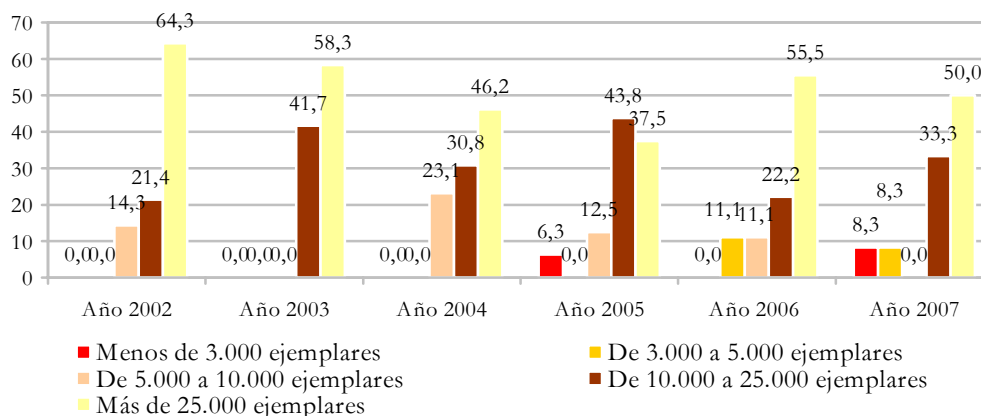


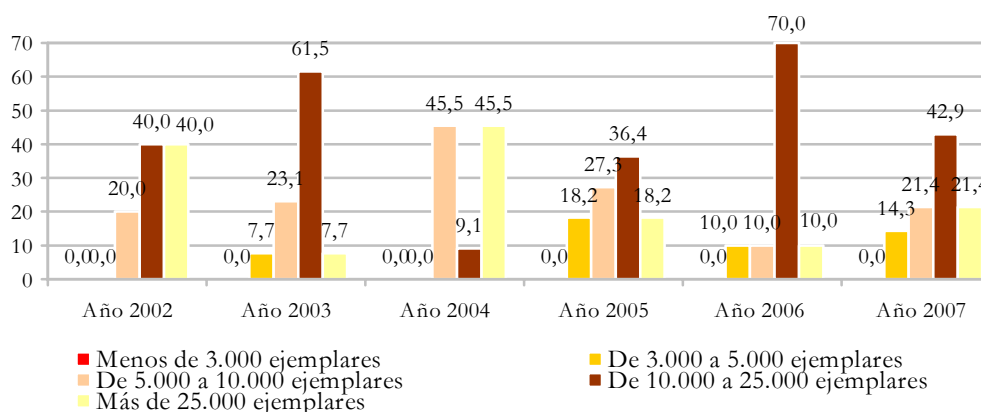
Gráfico 8.

Porcentaje de librerías según la dimensión del fondo de libros. Años 2002-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

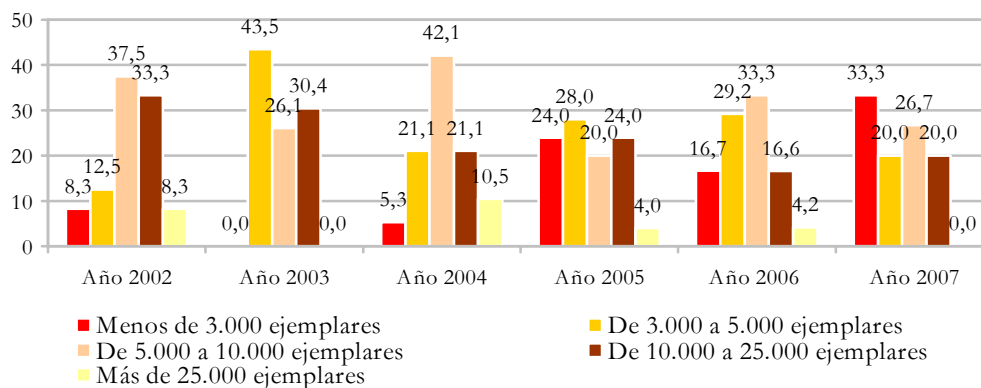
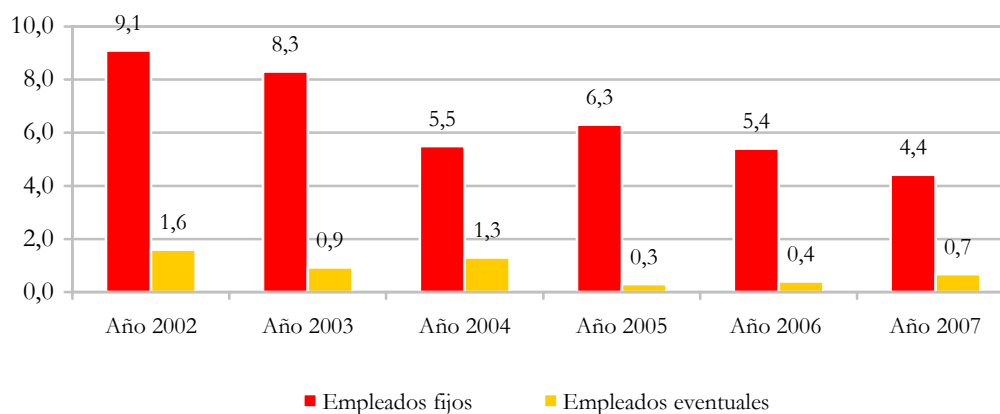


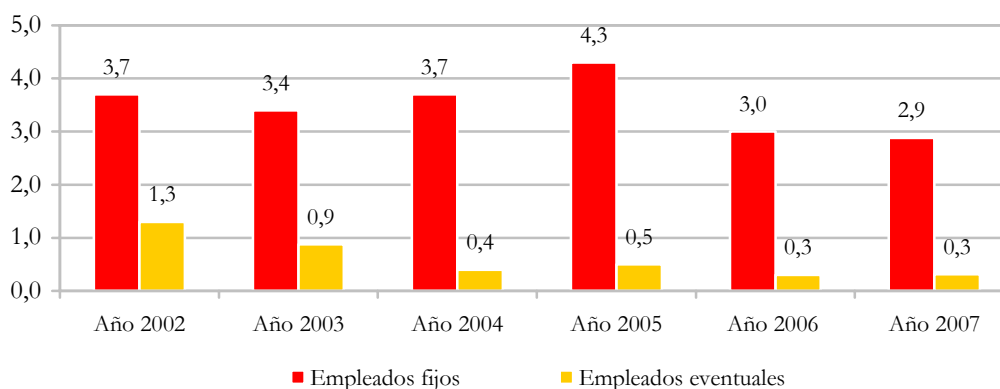
Gráfico 9

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

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

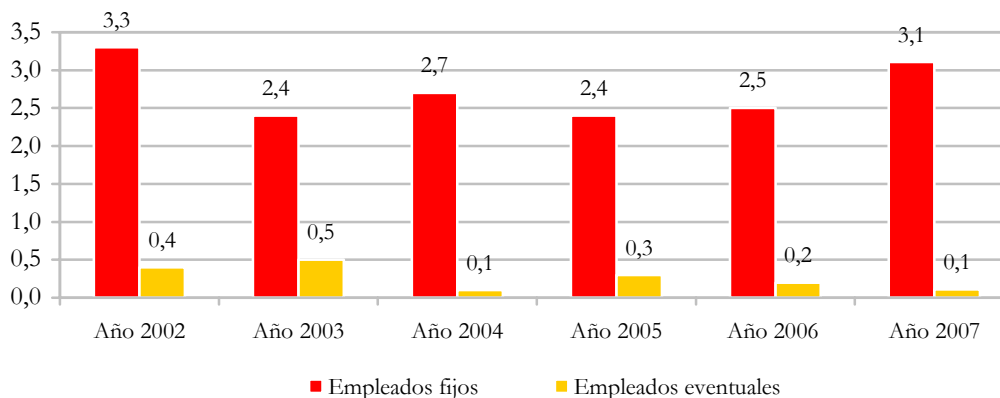


Gráfico 10.

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

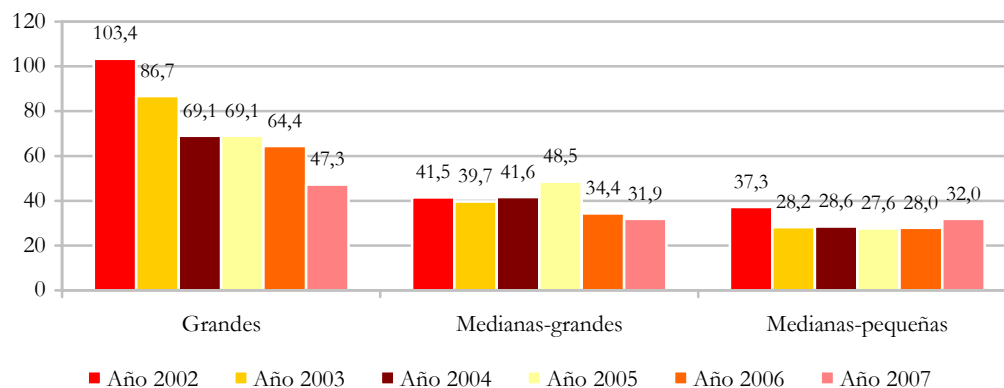


Gráfico 11.

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

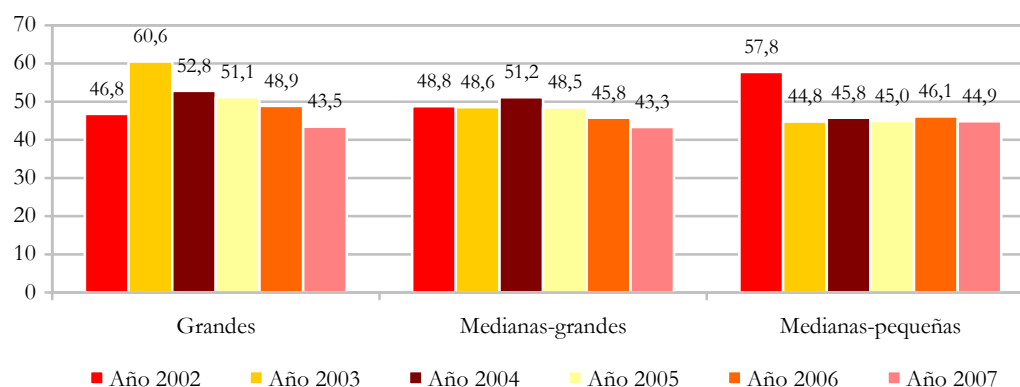
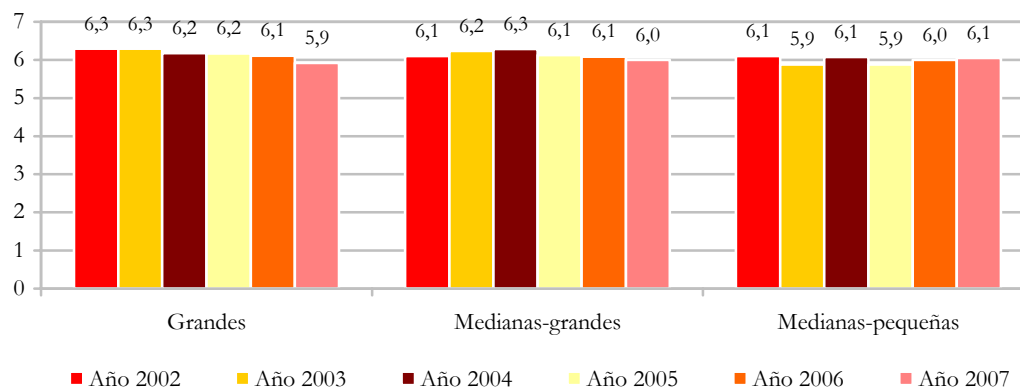


Gráfico 12.

Días de apertura semanal de la librería. Años 2002-2007. Por tamaño.



2.1.4. Productividad de la librería

- Los ratios referentes a la productividad de la librería de la Comunidad Valenciana el año 2007 permiten observar que el tamaño de las empresas genera ciertas economías de escala, como se manifiesta en el análisis de los siguientes ratios:
 - Ventas totales/superficie total (Gráfico 13).
 - Ventas en libros / superficie en libros (Gráfico 14).
 - Ventas totales /meses trabajados (Gráfico 15).

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

Además, desde la perspectiva de la evolución temporal de estos datos (del 2006 al 2007), se observa una apreciable mejora de la productividad en las librerías grandes. Por el contrario, en el caso de las medianas (grandes y pequeñas), se constata una cierta disminución de estos indicadores de productividad, hecho que se podría explicar fundamentalmente por el aumento de la superficie en los establecimientos encuestados (en el caso de las medianas grandes), y por un aumento de la cantidad de trabajo asignado (en el de las medianas pequeñas).

- Por otro lado, el ratio referente a la relación entre la cantidad de trabajo (meses) y la superficie del establecimiento (m^2), requiere un análisis diferenciado (Gráfico 16), ya que en este caso se ha observado en el pasado una cierta tendencia a que las librerías de mayor dimensión requieran de una mayor cantidad de trabajo por m^2 .

Este hecho parece ser indicativo de que al incrementarse el tamaño de la librería en términos de superficie (y, probablemente, de fondo de libros), tienden a incrementarse los costes de personal, con los consiguientes problemas de mejora de la productividad de las empresas.

Los últimos años, parecía que las diferencias entre grupos de librerías por este concepto se reducían en el caso de los establecimientos de la Comunidad Valenciana, obteniéndose valores cercanos a 0,22 meses/m² los años 2005 y 2006 de promedio en todos los casos. No obstante, para el año 2007, se constata una notable disminución del valor de este ratio en el grupo de librerías medianas grandes, que se sitúa en 0,17 meses/m² (el más bajo del período 2002-2007).

Gráfico 13.

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

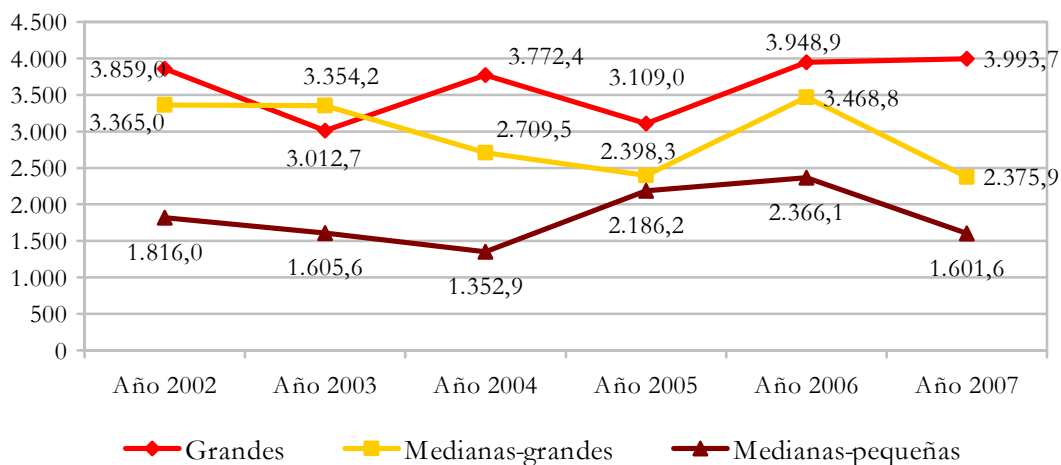
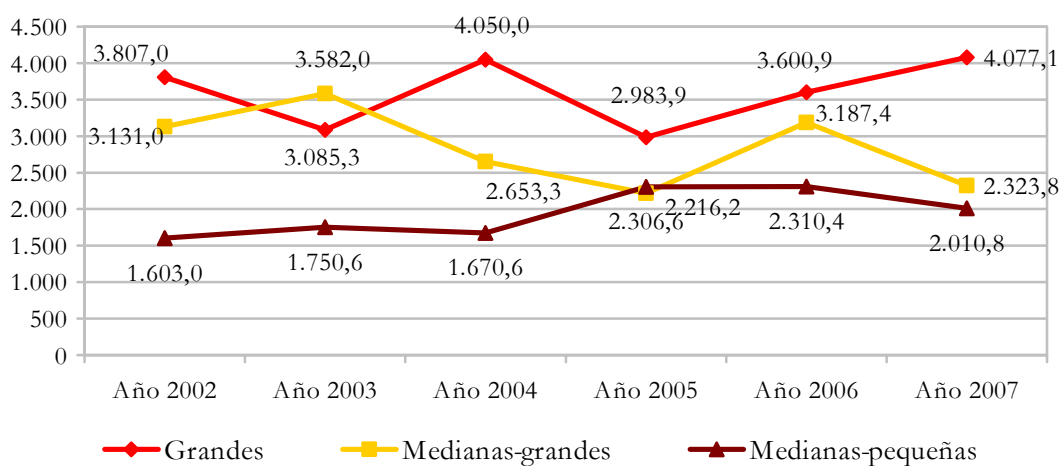
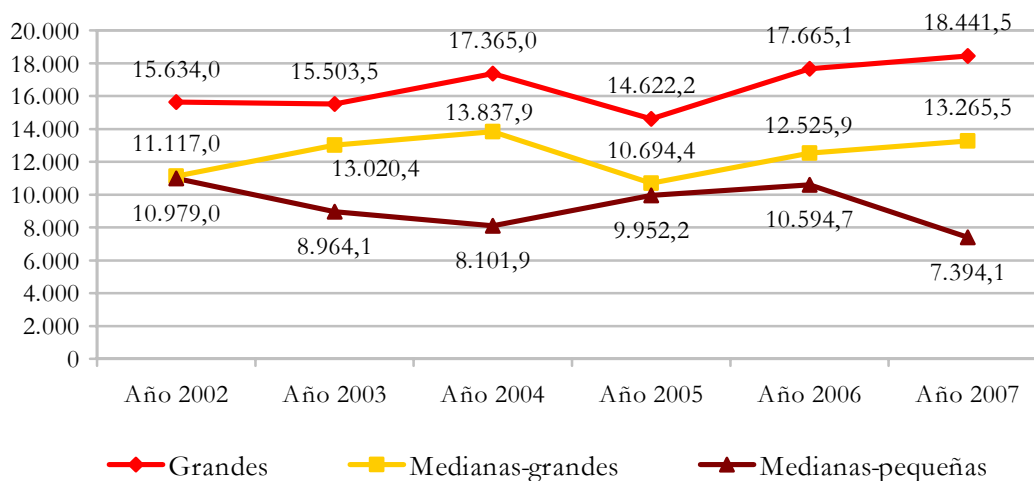


Gráfico 14.

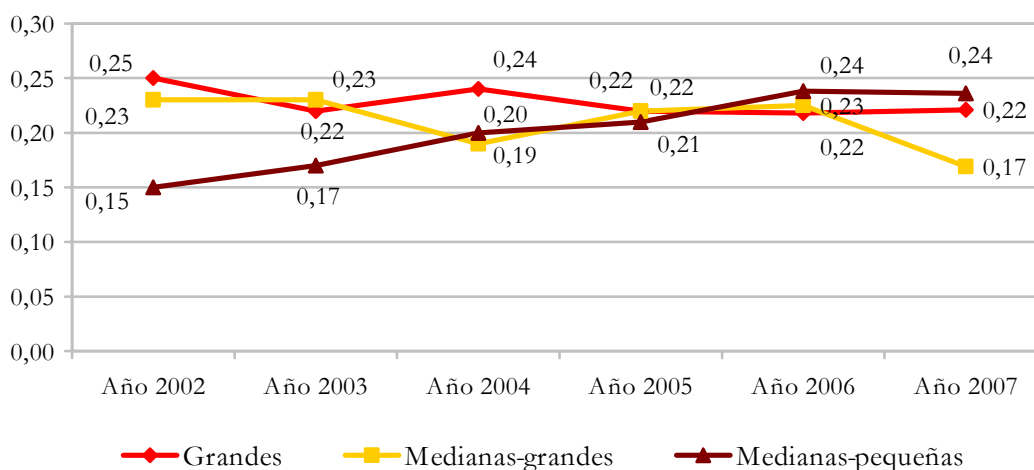
**Ratio de ventas de libros y superficie ocupada por libros (euros/m²).
Años 2002-2007. Por tamaño.**



**Gráfico 15. Ratio de ventas totales y meses trabajados (euros/meses).
Años 2002-2007. Por tamaño.**



**Gráfico 16.
Ratio de meses totales trabajados y superficie total (meses/m²).
Años 2002-2007. Por tamaño.**



2.1.5. El libro y la librería

- El peso del libro respecto del conjunto del negocio de las librerías grandes y medianas grandes de la Comunidad Valenciana se sitúa el año 2007 entre el 90% y el 100%, tanto en términos de superficie (Gráfico 17) como de ventas (Gráfico 18).

Es de destacar la disminución de la importancia relativa de la superficie ocupada por el libro en las librerías medianas pequeñas del año 2006 al 2007 que, respectivamente, pasa de representar el 76,4% del espacio total al 67,5%. Por el contrario, el peso del producto libro respecto de las ventas totales de estos establecimientos se mantiene en aproximadamente el 75% ambos años.

No obstante, todavía se puede afirmar que la especialización en el producto libro es, para este tipo de establecimientos, un elemento fundamental de su estrategia (siendo el resto de bienes o servicios prestados de carácter estrictamente complementario).

- El año 2007, el porcentaje de ventas de libros en valenciano (y en otras lenguas oficiales en España diferentes del castellano) representan aproximadamente entre el 10% y el 20% de las ventas de las librerías, valores que son muy parecidos a los del año anterior (Gráfico 19).

Para el conjunto de España, contemplando sólo las comunidades autónomas con más de una lengua oficial: Illes Balears, Catalunya, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco, este porcentaje se sitúa el año 2007 entre el 20% y el 30% (en la misma línea que años anteriores).

- El análisis de las ventas de libros según el tipo de producto indica que, en general, el peso del libro de “prescripción colectiva” (libro de texto escolar y libro universitario) se reduce considerablemente el 2007 respecto el 2006: aproximadamente, entre un 20% y un 30% de las ventas totales de los establecimientos grandes y medianos se corresponden con esta clase de productos el 2007 (porcentajes que el 2006 se situaron entre el 35% y el 45%). Ello se explica, sobretodo, por el notable decrecimiento experimentado en el caso del libro escolar en todos los grupos, y también del universitario en las medianas (Gráfico 20):
 - En las librerías grandes, el libro escolar pasa de representar el 26,9% de las ventas el 2006, al 15,3% el 2007 (porcentaje que todavía es ligeramente superior al del 2005 y años anteriores). Esta variación es compensada en parte por el incremento experimentado por las ventas de libro universitario (que pasan del 9,7% al 15,4%, cifra muy parecida a la de los años 2003 y 2004).
 - En las librerías medianas grandes también se observa una fuerte disminución del peso relativo de las ventas de libro escolar, que pasan del 32,3% el año 2006 al 21,4% el 2007. En esta ocasión, sin embargo, esta variación también va acompañada de una reducción de la cuota de ventas correspondientes al libro universitario (que pasa del 14,4% al 8,9% respectivamente).
 - Por último, hay las librerías medianas pequeñas, en las que la reducción del porcentaje de ventas de libro escolar se da igualmente del año 2006 al 2007, pero de forma más moderada: 28,3% y 22,2% respectivamente. Sin embargo, en este grupo hay una fuerte caída de las ventas de libro universitario, que pasa de representar el 8,2% de las ventas el 2006 al 0,4% el 2007.

- En la línea de los años anteriores, las ventas de libros el año 2007 en el propio local de la librería representan más del 90% del total de las ventas en las librerías valencianas (al igual que en las del conjunto de España). Por lo tanto, el resto de canales sólo tienen una importancia significativa en términos de ventas en el grupo de librerías de mayor tamaño (Gráfico 21).
- Las respuestas obtenidas sobre la evolución interanual de las ventas según las tipologías de productos reflejan que esta fuerte disminución de las ventas de libro escolar responde, en gran medida, a los elevados porcentajes de establecimientos que declaran no vender este tipo de productos (Gráfico 22). Según se observa en el Cuadro 9 del Anexo de datos estadísticos, estos porcentajes aumentan considerablemente del año 2006 al 2007 en todos los grupos de librerías.

Gráfico 17.
Porcentaje de la superficie ocupada por libros sobre la superficie total.
Años 2002-2007.
Por tamaño.

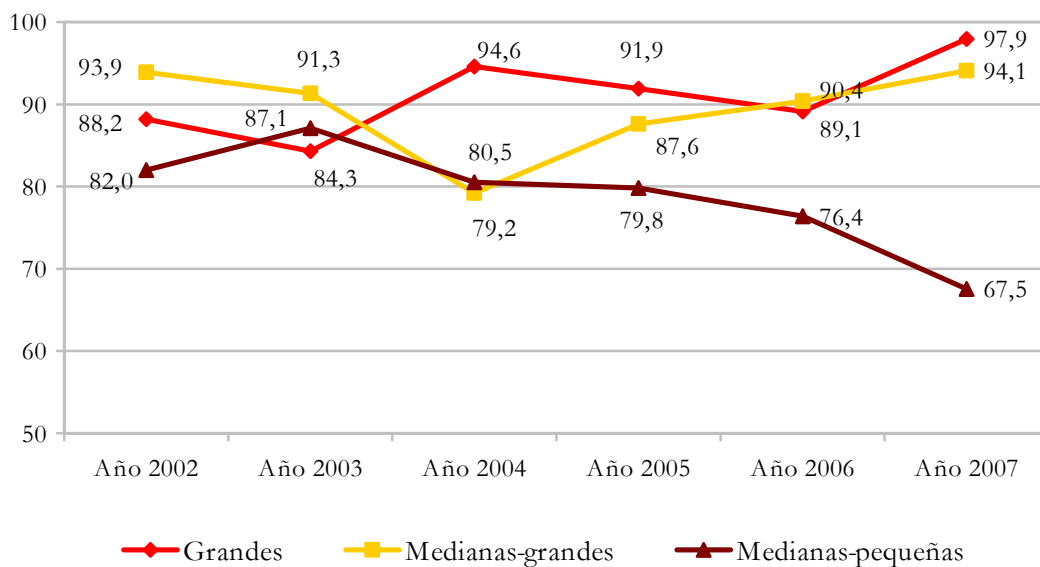
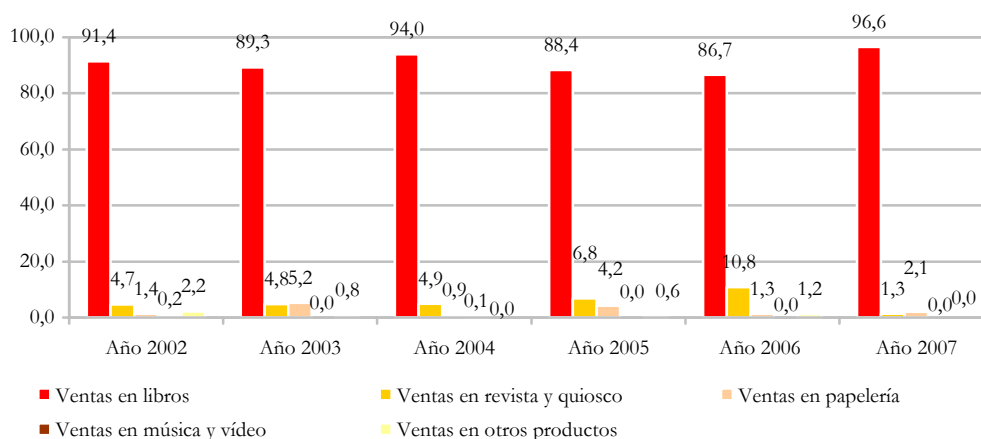


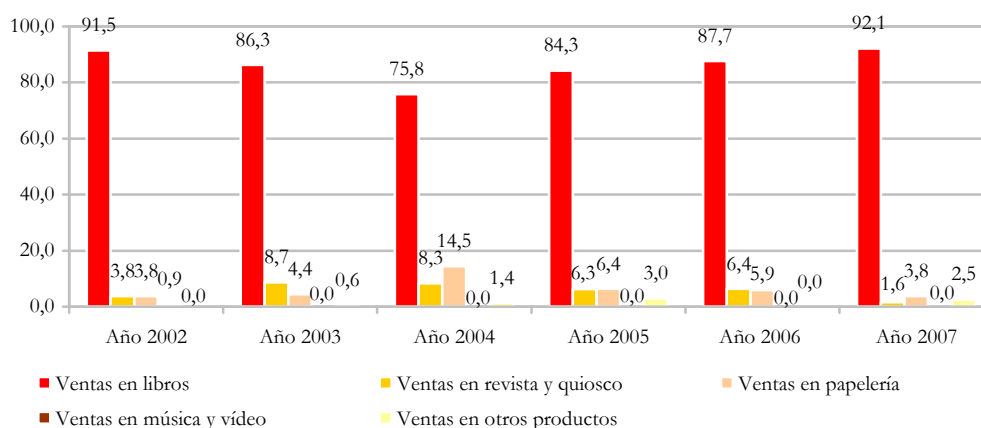
Gráfico 18.

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

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

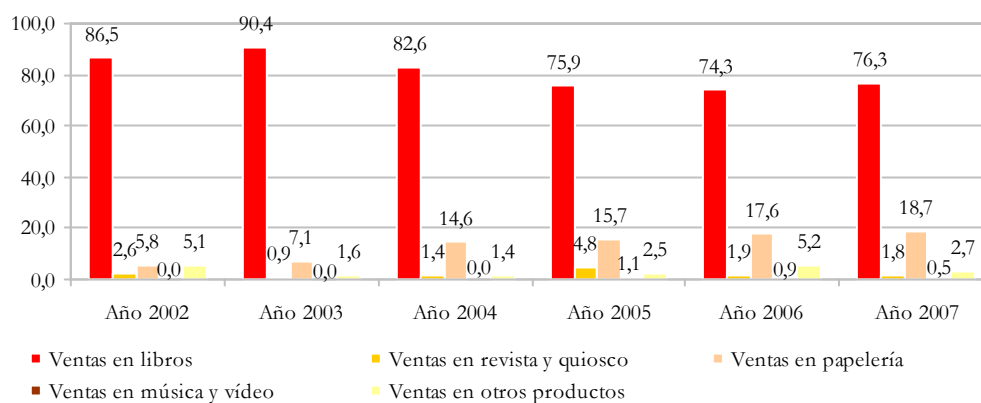
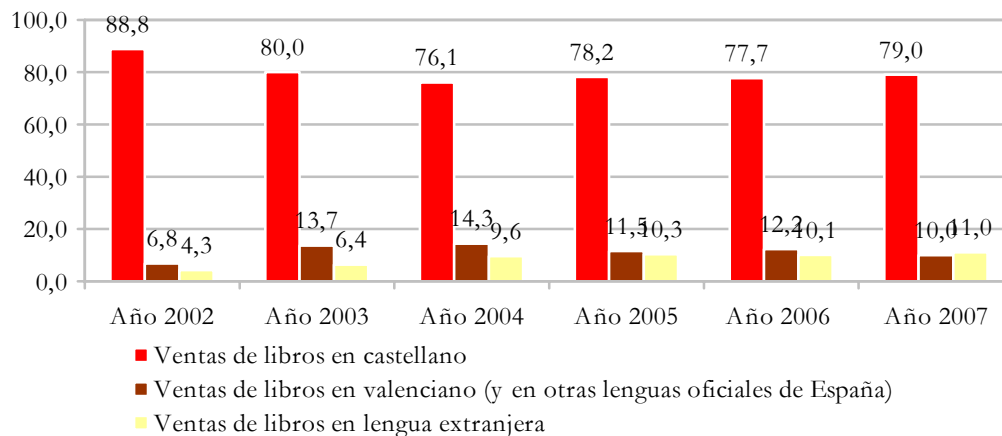


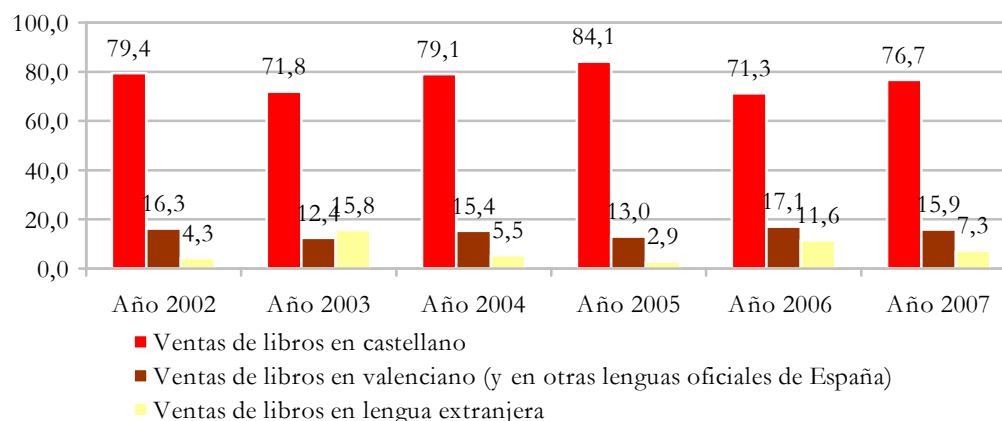
Gráfico 19.

Porcentaje de ventas según la lengua de publicación. Años 2002-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

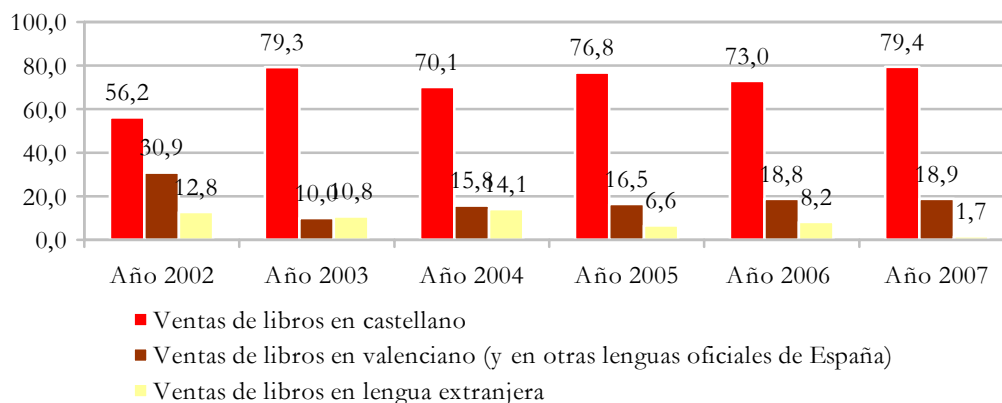
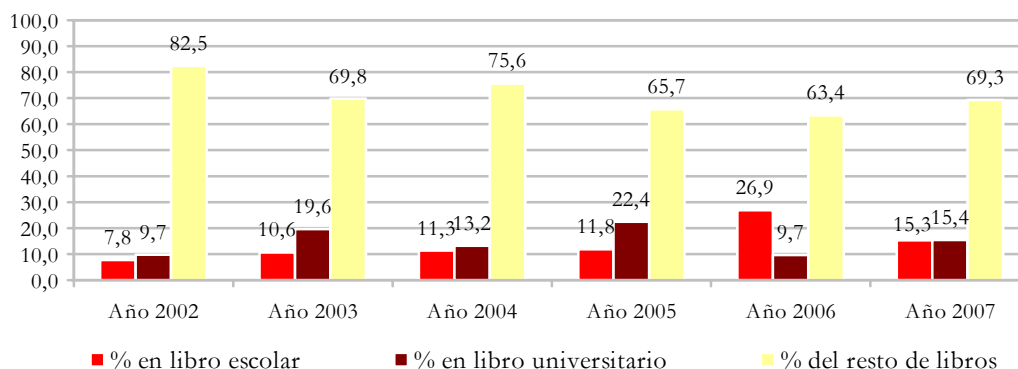


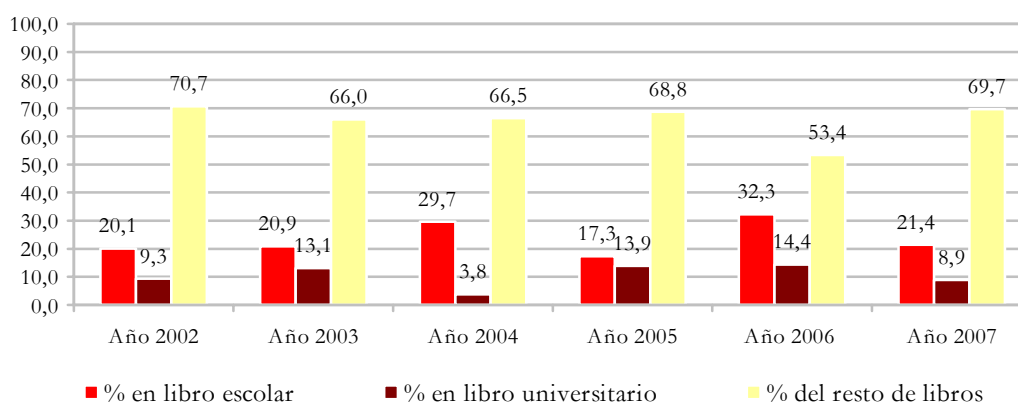
Gráfico 20.

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

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

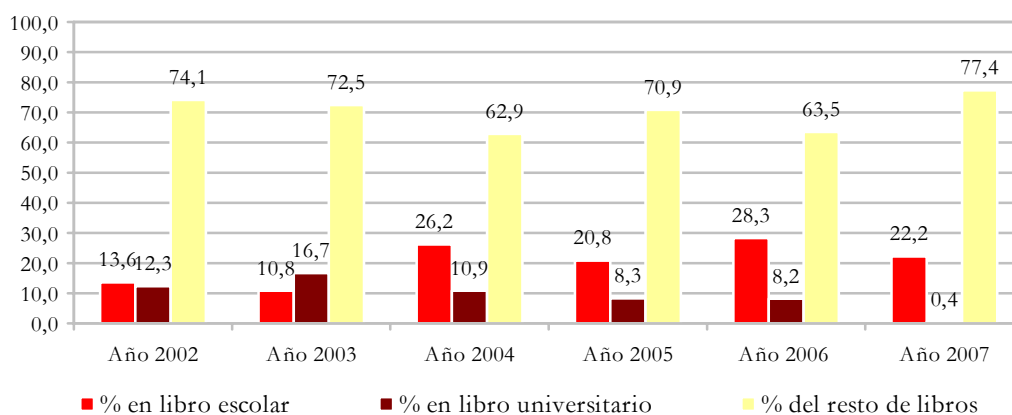
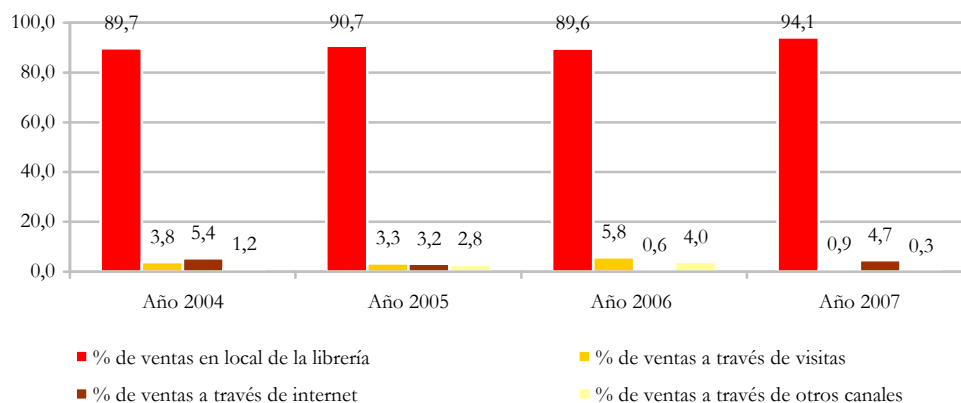


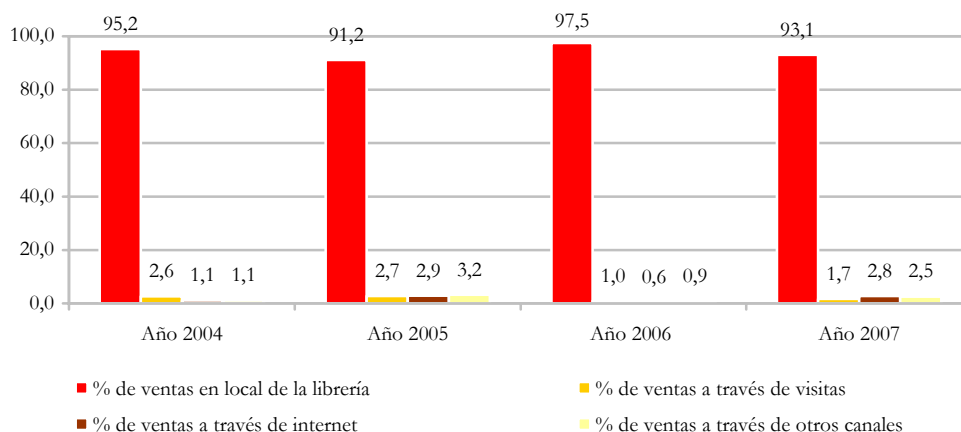
Gráfico 21.

Composición de las ventas según el canal de compra utilizado por el cliente. Años 2004-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

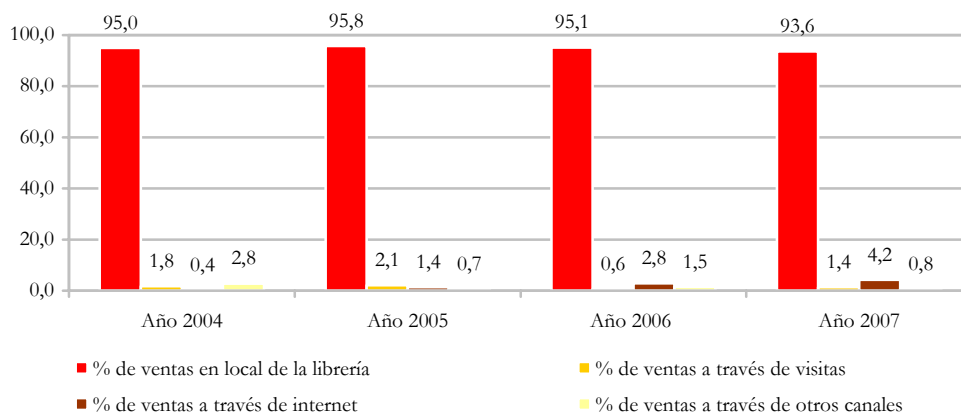
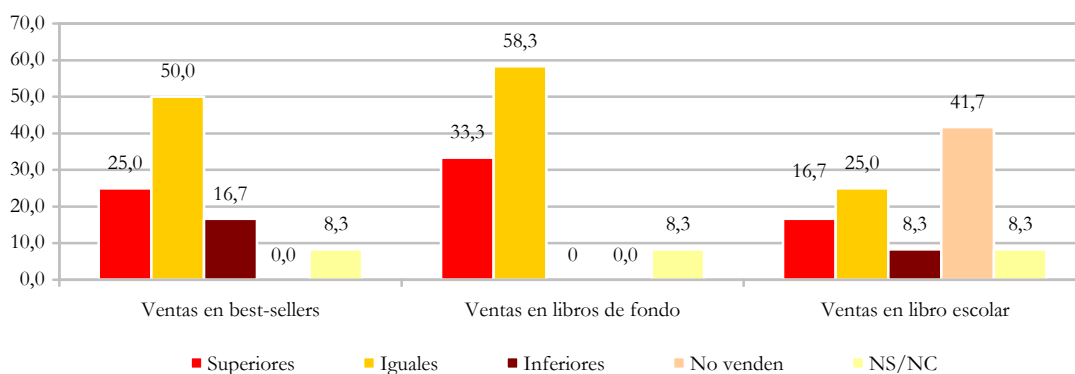


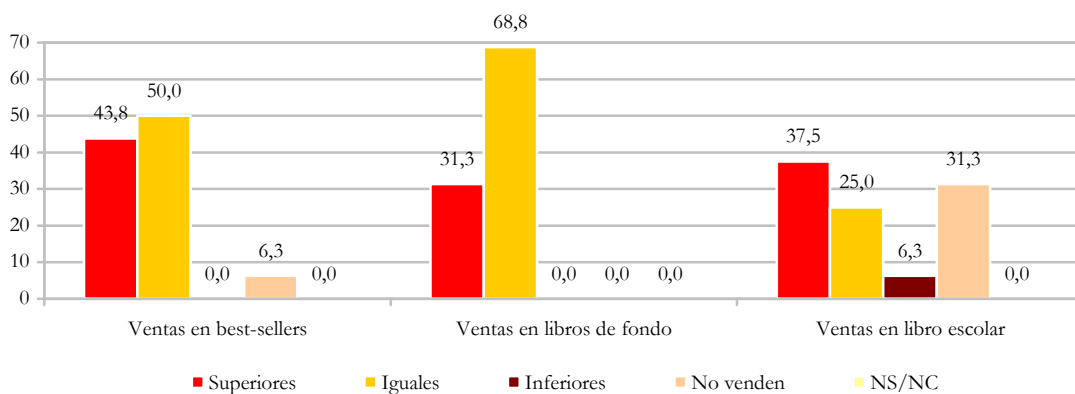
Gráfico 22.

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

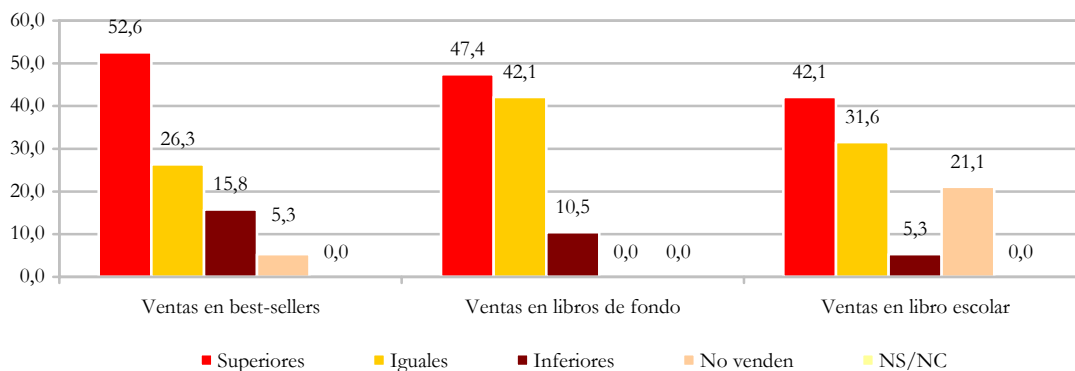
A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas



2.1.6. Gestión de la librería

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

- **Distribución del trabajo de la librería por tareas funcionales** (Gráfico 23): en general la respuesta obtenida del año 2007 sobre la distribución por tareas o funciones del trabajo realizado en la librería presenta ciertos cambios a destacar respecto de la situación del año 2006.

El principal cambio observado hace referencia a la notable disminución del tiempo dedicado a las ventas, a la atención al cliente y al marketing por parte de las librerías grandes y medianas grandes. En las librerías grandes, el año 2007 se destina a estas tareas el 44,7% del tiempo total de trabajo (frente al 51,7% del 2006); en las medianas grandes, dicho porcentaje pasa del 53,5% al 42,8%. En ambos grupos de librerías, se produce un aumento del tiempo destinado a las tareas de dirección general y gestión administrativa, que asciende al 21,6% en las grandes (13,9% el año anterior) y al 28,7% en las medianas grandes (el 18,0% el año 2006). Así mismo, es de destacar que aproximadamente un tercio del trabajo de las librerías se mantiene dedicado a labores relativas a la gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones.

Ciertamente, será necesario prestar una atención especial a la futura evolución de esta cuestión en las librerías de mayor tamaño de la Comunidad Valenciana, dados los efectos que una disminución del tiempo dedicado a la venta de libros puede tener sobre la productividad y la rentabilidad de estos comercios.

En el grupo de librerías de tamaño mediano pequeño, la distribución del tiempo de trabajo por tareas sigue en unas proporciones bastante similares a las del año 2006. En concreto, el 2007 se dedica el 52,8% a las ventas, a la atención al cliente y al marketing, el 26,6% a la gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones, y el 20,6% a las tareas de dirección general y gestión administrativa.

- **Sistemas de pedido** (Gráfico 24): Del año 2003 al 2007, se continua observando una clara tendencia en las librerías grandes y medianas pequeñas de la Comunidad Valenciana de progresiva reducción de los pedidos realizados mediante el fax (cuyo porcentaje decrece en ambos grupos, situándose entre el 20% y el 35% del total de los establecimientos el año 2007). Paralelamente, hay un incremento de los pedidos realizados a través de Internet (que han aumentado los últimos tres años), sobretodo en el caso de las librerías grandes (45,6%). En las medianas pequeñas, el teléfono se mantiene como principal sistema de comunicación con los proveedores (34,3%).

Esta tendencia de sustitución del fax por el ordenador módem como medio de comunicación con los proveedores, parece haberse detenido desde el año 2006 en el grupo de las librerías medianas grandes. Por un lado, el uso del fax se mantiene fuertemente del año 2006 al 2007 (del 47,1% al 45,5%). Por otro lado, la utilización del ordenador módem pasa al 20,8% el 2007 (cifra muy parecida a la del año 2005, que fue del 20,3%). Deberá prestarse una atención especial a esta cuestión en años venideros, ya que la información disponible refleja una lenta introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en este grupo de librerías.

- **Porcentaje de descuento otorgado por los proveedores** (Gráfico 25): al igual que en los años anteriores, se observa que el porcentaje de descuento decrece al disminuir el tamaño de la librería, aunque disminuyen las diferencias existentes en este sentido (del 29,7% de las grandes, al 28,8% de las medianas-pequeñas).
- **Número de distribuidores** (Gráfico 26): la cantidad de distribuidores con los que trabaja la librería muestra una evolución bastante estable del año 2002 al 2007 en el grupo de librerías medianas pequeñas (aproximadamente un total de 30).

La situación respecto de este tema en el grupo de las librerías medianas grandes el año 2007 varía significativamente al pasar de un promedio de 29,2 distribuidores el 2006, a 54,3 el 2007 (cifra muy parecida a la del año 2002 para este mismo grupo de librerías).

En las grandes se constata una tendencia de decrecimiento de la cantidad de empresas distribuidoras con las que trabajan las librerías, que el año 2007 es de 72,7 de promedio (frente a 85,6 el 2006, 91,5 el 2005 y 161,3 el 2004).

- **Composición de las existencias** (Gráfico 27): en general, se mantiene (sin cambios relevantes) un elevado peso del porcentaje de existencias compradas (entre el 70% y el 80%) frente a las que se disponen en régimen de depósito. Al igual que en años anteriores, la proporción de las existencias compradas el 2007 es menor a medida que decrece el tamaño de la librería (en la misma línea de lo que ocurre en el conjunto de España).

- **Sistema de recepción de novedades** (Gráfico 28): al igual que el año 2006, la mayoría de las novedades recibidas el 2007 por parte de las librerías grandes y medianas grandes son suministradas mediante los servicios automáticos de novedades ofrecidos por los proveedores (entre el 70% y el 80%). El resto de novedades (es decir, entre el 20% y el 30%) se obtiene por pedido expreso de la propia librería.

Debe señalarse que estos porcentajes de novedades recibidas a través de servicios automáticos en el caso de la Comunidad Valenciana son sensiblemente superiores a los que se dan para al conjunto de España (y que se sitúa, con ciertas diferencias según el grupo de librerías, entre 50% y el 60%).

Por el contrario, la situación que se da en el grupo de las librerías medianas pequeñas el año 2007 presenta un elevado grado de paralelismo con la del conjunto de España: el 54,2% por servicio automático del proveedor, y el 45,8% restante por pedido expreso.

- **Promedio del porcentaje estimado de devoluciones hechas al año sobre el total de ejemplares recibidos** (Gráfico 29): la proporción de devoluciones realizadas por parte de las librerías medianas pequeñas (que son las que utilizan en menor medida el servicio automático de novedades), decrece ligeramente del año 2006 al 2007 (respectivamente, del 36,4% al 33,9%).

En cambio, este porcentaje aumenta sensiblemente en el resto de librerías de mayor tamaño: del 27,1% al 30,2% en las librerías grandes, y del 30,4% al 43,9% en las medianas grandes.

- **Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes** (Gráficos 30 y 31): casi la totalidad de las librerías grandes y medianas pequeñas encuestadas ofrecen servicio de pedidos a los clientes. Debe remarcar que el año 2007 la proporción de librerías medianas grandes que disponen de este servicio pasa del 100,0% al 75,0%.

La cantidad de pedidos totales gestionados mensualmente por las librerías es muy variable, aunque se observa un mayor nivel de actividad en este sentido por parte de las librerías de mayor tamaño: el 50,0% de las librerías grandes (el 77,8% el año 2006) declaran haber realizado más de 300 pedidos al mes durante el año 2007.

- **Disponibilidad de servicio de telecompra** (Gráfico 32): el 50% de las librerías grandes y medianas grandes de la Comunidad Valenciana ofrecen servicio de telecompra, porcentaje que es del 33,3% en el caso de las medianas-pequeñas.

Las fuertes oscilaciones que se dan en la respuesta de esta pregunta del año 2002 al 2007, reflejan las dificultades que hay en el mantenimiento de este servicio en las librerías valencianas.

- **Grado de informatización de las existencias** (Gráficos 33 y 34): casi la totalidad de las librerías grandes y medianas de la Comunidad Valenciana tienen informatizadas las existencias.

Aproximadamente dos tercios de las librerías utilizan un programa adquirido.

- **Utilización de Internet y de otros recursos telemáticos** (correo electrónico, acceso a bases de datos y SINLI). Al igual que en años anteriores, en el cuestionario utilizado se ha preguntado sobre un amplio abanico de temas relativos a esta cuestión:
 - **Utilización del correo electrónico** (Gráfico 35), práctica que se generaliza aumentando, además, la frecuencia de su utilización (especialmente en las librerías medianas grandes).
 - **Utilización de bases de datos de descarga telemática** (Gráfico 36): la Agencia del ISBN es, en general, la fuente de información utilizada por una mayor parte de librerías para la descarga telemática de referencias de libros.
 - **Utilización y valoración del SINLI** (Gráficos 37, 38 y 39). Del año 2004 al 2007 prosigue la tendencia de incremento del porcentaje de librerías que utilizan el SINLI en la Comunidad Valenciana, excepto en el grupo de las librerías grandes. Concretamente, en estas librerías de mayor tamaño, se pasa del 55,6% (2006) al 41,7% (2007), mientras que en las medianas-grandes hay un notable incremento (del 36,4% al 43,8%), al igual que en las medianas pequeñas (del 34,5% al 42,1%).

Este decrecimiento en el grado de utilización del SINLI por parte de las librerías grandes valencianas debería ser objeto de análisis y reflexión, con el objetivo de desarrollar las medidas oportunas que incentiven un cambio de tendencia.

Finalmente, debe destacarse la muy elevada frecuencia de utilización del SINLI en todas las librerías que disponen de dicho sistema

(Gráfico 38), así como la alta consideración de este sistema como muy útil e indispensable para una óptima gestión de la librería en el futuro (Gráfico 39).

- **Motivos de no utilización del SINLI** (Gráfico 40). En esta pregunta se han considerado los siguientes opciones de respuesta:

- Se mantienen unos elevados porcentajes de librerías que declaran no conocer el SINLI: el 28,6% de las librerías valencianas grandes, el 22,2% de las medianas grandes, y el 36,4% de las medianas pequeñas (todos ellos porcentajes superiores a los del 2006, excepto en el caso de las medianas grandes).
- Entre el 9% y el 15% de las librerías declaran no utilizar el SINLI por disponer de un programa informático que sea incompatible con dicho sistema (porcentajes que, excepto en el caso de las librerías grandes, son inferiores a los de 2006).
- El 42,9% de las librerías grandes, el 33,3% de las medianas grandes y el 27,3% de las medianas pequeñas afirman conocer el SINLI y prevén instalarlo próximamente.
- Conocen el SINLI, pero no les interesa, aproximadamente una quinta parte de las librerías, excepto en el grupo de librerías grandes en el que no se registra ninguna respuesta en este sentido.

- **Realización por parte de las librerías de otras actividades relacionadas con el sector del libro** (edición, distribución e imprenta/artes gráficas). Sobre esta cuestión cabe señalar las siguientes observaciones para el año 2007 (Gráfico 41):
 - Las actividades de edición y de distribución son aquellas que realizan una mayor proporción de librerías: el 16,7% de las grandes (en relación con ambas actividades), el 12,5% de las medianas grandes (también en los dos tipos de actividad), y el 21,1% (en relación con la edición) y el 5,3% (con la distribución) de las medianas pequeñas.
 - Sólo se identifican librerías que realizan actividades de imprenta / artes gráficas de libros en el grupo de establecimientos medianos pequeños (el 5,3%).

- **Actividades de dinamización de la lectura realizadas por las librerías** (Gráfico 42). El análisis de los datos obtenidos el año 2007 en este apartado del cuestionario, permite constatar que -en general- hay una disminución de los porcentajes de librerías de la Comunidad Valenciana que desarrollan actividades de dinamización de la lectura. Más concretamente, cabe destacar las siguientes cuestiones:
 - La presentación de libros se mantiene como la actividad de dinamización de la lectura realizada por una mayor proporción de establecimientos: el 66,7% de las librerías grandes (88,9% el año 2006), el 62,5% de las medianas-grandes (72,7% el 2006), y el 44,4% de las medianas-pequeñas (55,2% el 2006).

- En años anteriores, aparecía en segundo lugar la publicación de catálogos, que ha seguido una evolución muy negativa durante el período. Los datos de 2007 son los siguientes: el 41,7% de las librerías grandes, el 12,5% de las medianas-grandes, y sólo el 5,6% de las medianas-pequeñas.
- El resto de actividades de dinamización de la lectura (cuenta-cuentos, animación de la lectura, campañas en las escuelas, y otras actividades) son promovidas por una proporción menor de establecimientos (en general, inferiores al 40% del total, con diferencias según el tipo de actividad y el grupo de librerías considerado).

No obstante, el porcentaje de librerías que desarrollan este tipo de actividades decrece del 2006 al 2007 en todos los casos, excepto en relación con las de animación de la lectura y las campañas escolares promovidas por parte de las librerías medianas pequeñas.

- **Otras actividades culturales realizadas por las librerías** (Gráfico 43). Las exposiciones y los premios han sido la tipología de actividad cultural que del 2002 al 2006 han realizado una mayor parte de librerías (entre un 10% y un 50% del total, con diferencias según el grupo de librerías). El año 2007, sin embargo, también se da una fuerte disminución en el desarrollo de este tipo de actividades. Los conciertos y el cine-forum siguen siendo promovidos por muy bajos porcentajes de establecimientos.

Consecuentemente, debe remarcar que se observa una clara tendencia a la disminución de estas otras actividades culturales realizadas por parte de las librerías, al igual que se da con las actividades de dinamización de

la lectura. Ante estos hechos, es recomendable hacer un seguimiento de la cuestión en el futuro, a efectos de establecer los mecanismos que aseguren la preservación de la función cultural de la librería en el futuro (más allá de la venta de libros).

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

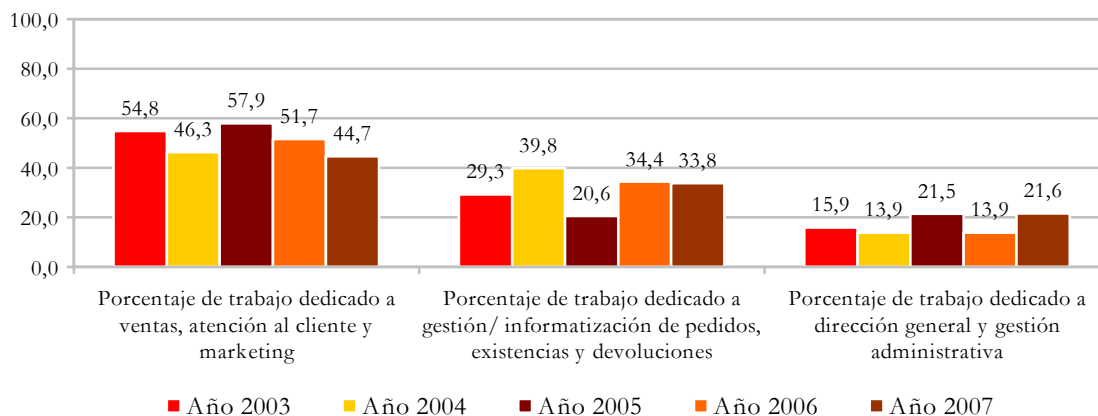
(Gráfico 44):

- Una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno era, el año 2006, el ámbito en el que hubo una mayor proporción de librerías que declararon haber desarrollado procesos de innovación relevantes (aproximadamente, entre un 45% y un 80% de los casos). El año 2007, estos porcentajes se sitúan en todos los casos por debajo del 15%.
- La introducción de mejoras en las técnicas de exposición de los libros, y el cambio en la distribución por materias se mantienen, por el contrario, en unas proporciones similares a las del año 2006 (aproximadamente el 25% y el 50% de los establecimientos), excepto en el grupo de las librerías grandes en las que los porcentajes de librerías que implementan medidas innovadoras en estos ámbitos ha disminuido fuertemente (entre el 15% y el 25%).
- La diversificación y mejora en las formas de pago es el ámbito de innovación que ha sido objeto de atención por parte de una menor proporción de librerías (entre el 0% y el 15% del total, según el grupo de librerías considerado).

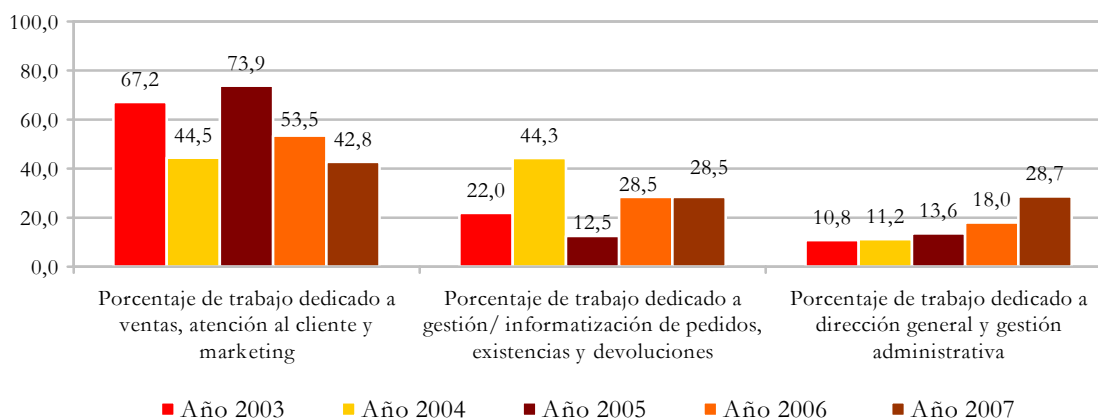
Gráfico 23.

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

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

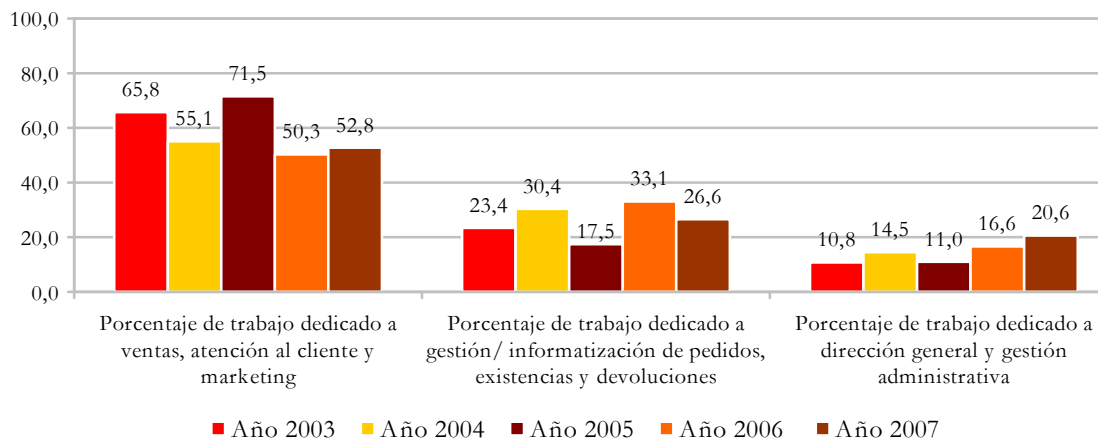
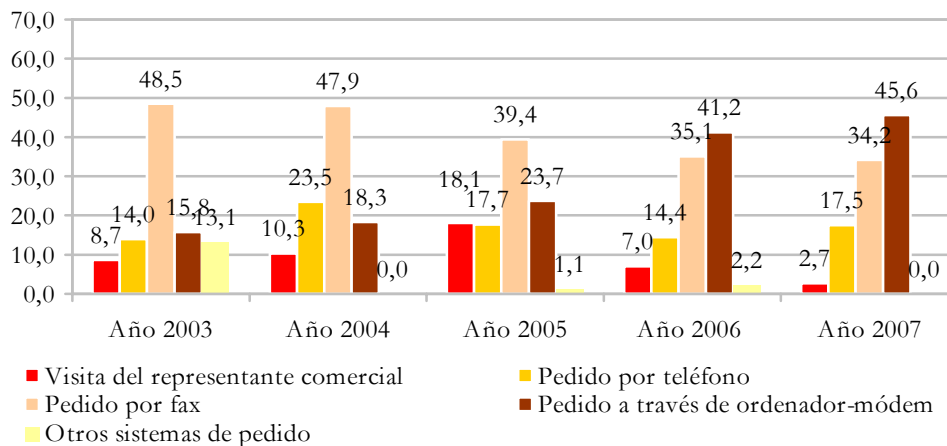


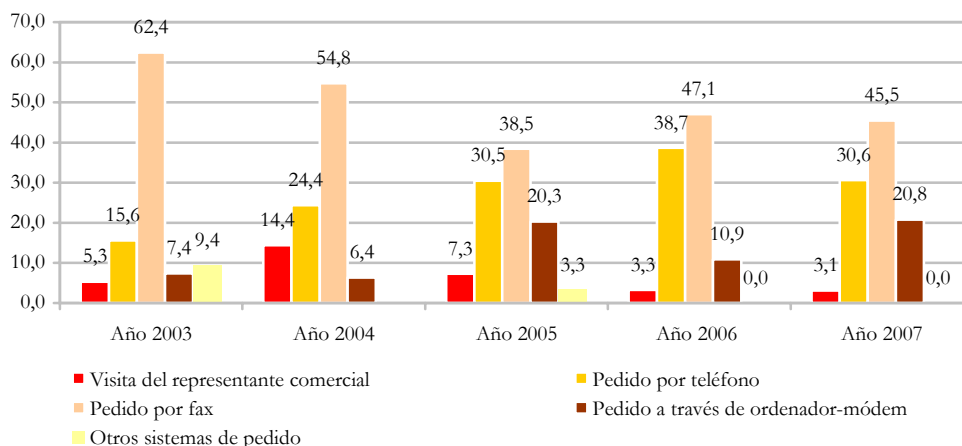
Gráfico 24.

Porcentaje de librerías según el sistema de pedidos a los proveedores. Años 2003-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

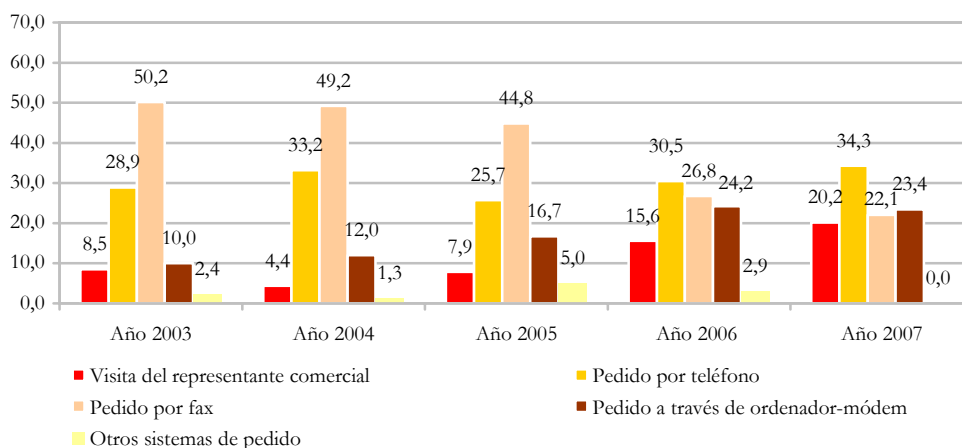


Gráfico 25.
Promedio del porcentaje de descuento otorgado por los proveedores.
Años 2002-2007. Por tamaño.

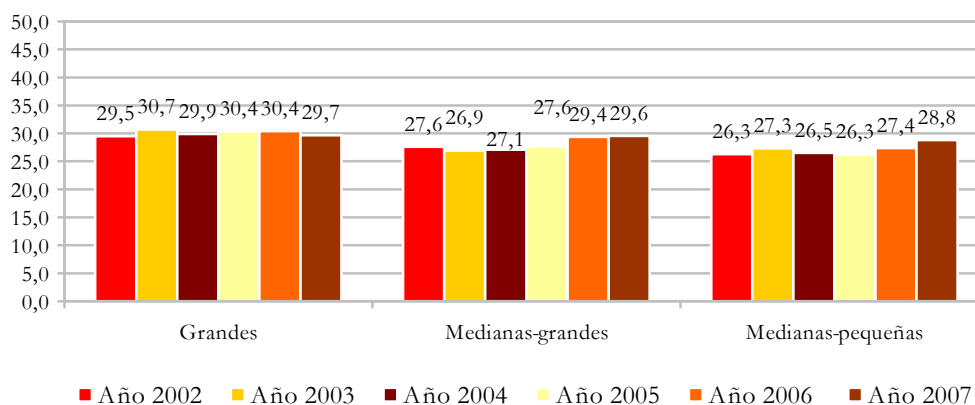


Gráfico 26.
Promedio del número de distribuidores con los que trabaja la librería.
Años 2002-2007. Por tamaño.

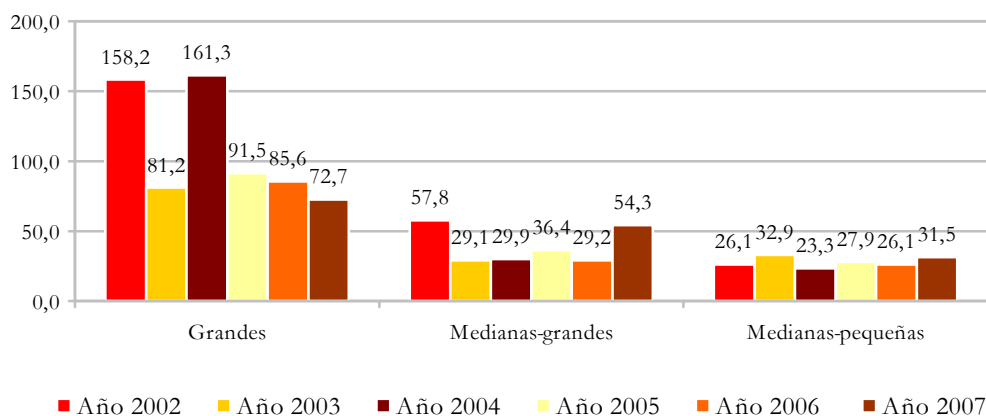
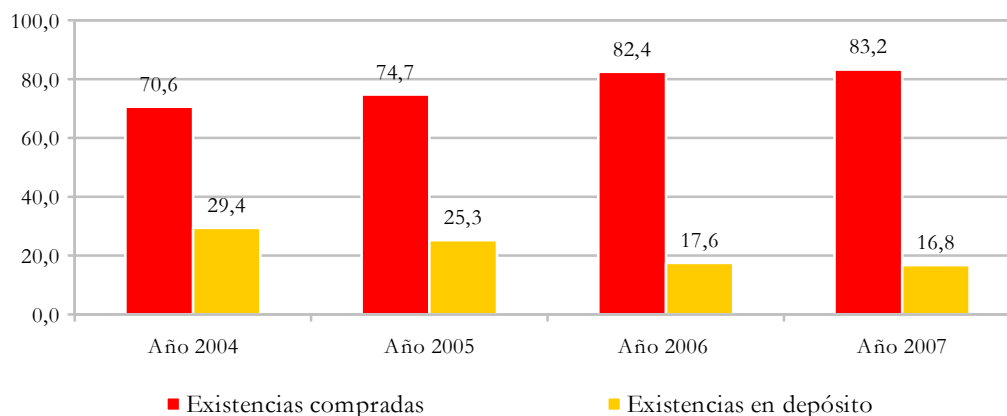


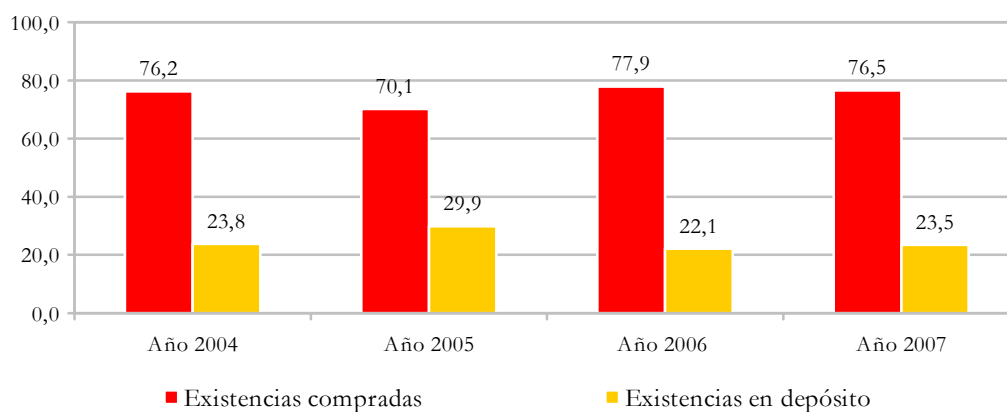
Gráfico 27.

Promedio de la composición de las existencias. Años 2004-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

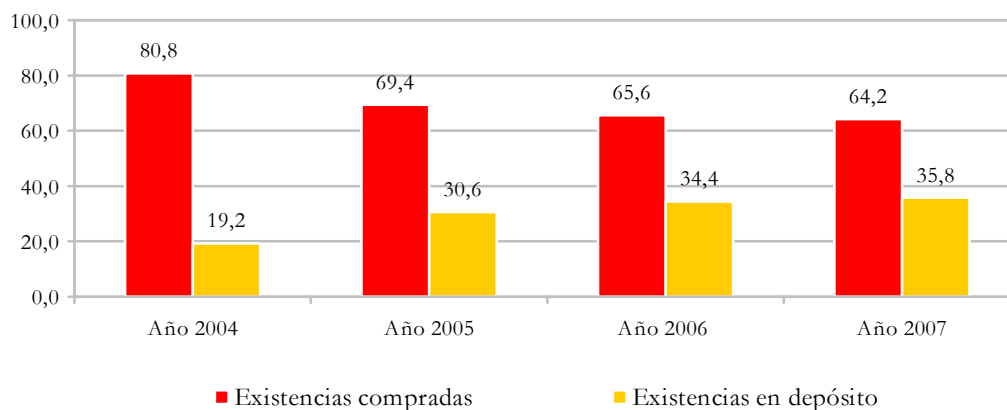
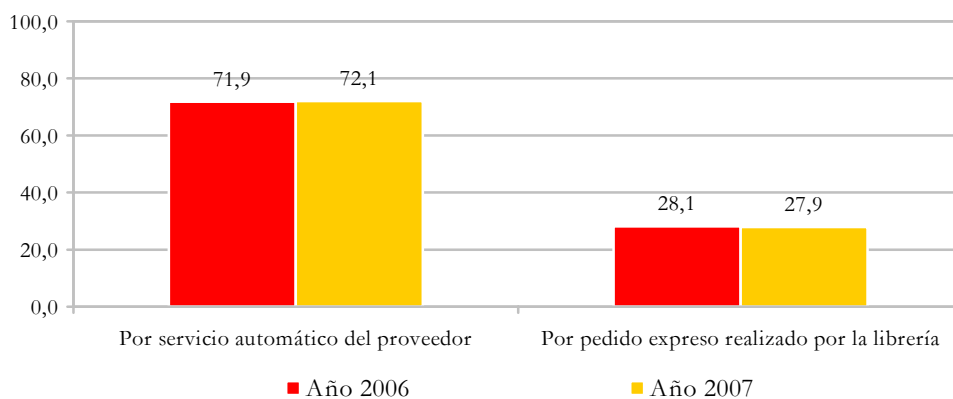


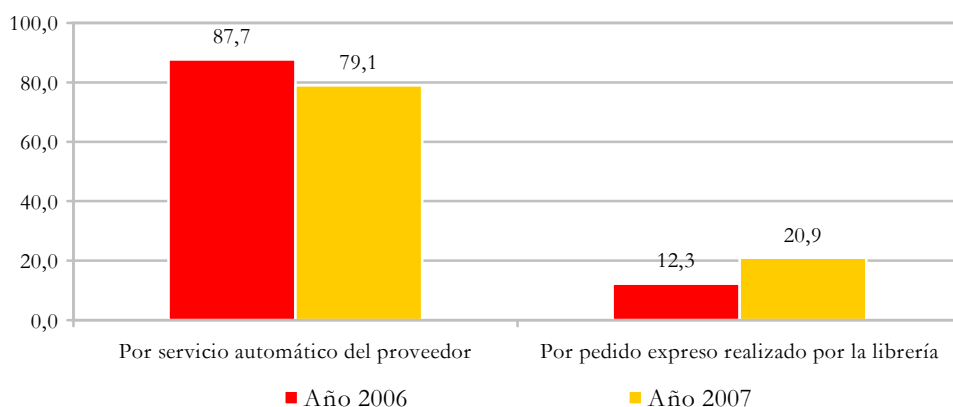
Gráfico 28

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

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

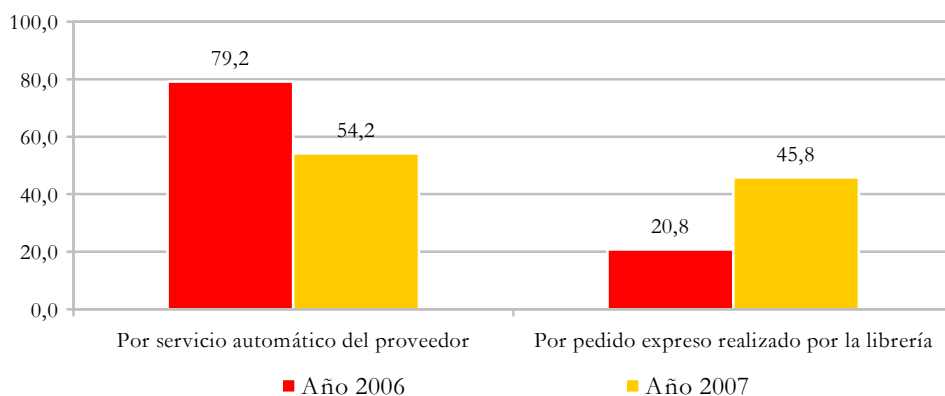


Gráfico 29.

Promedio del porcentaje estimado de devoluciones hechas al año sobre el total de ejemplares recibidos. Por tamaño. Años 2006-2007.

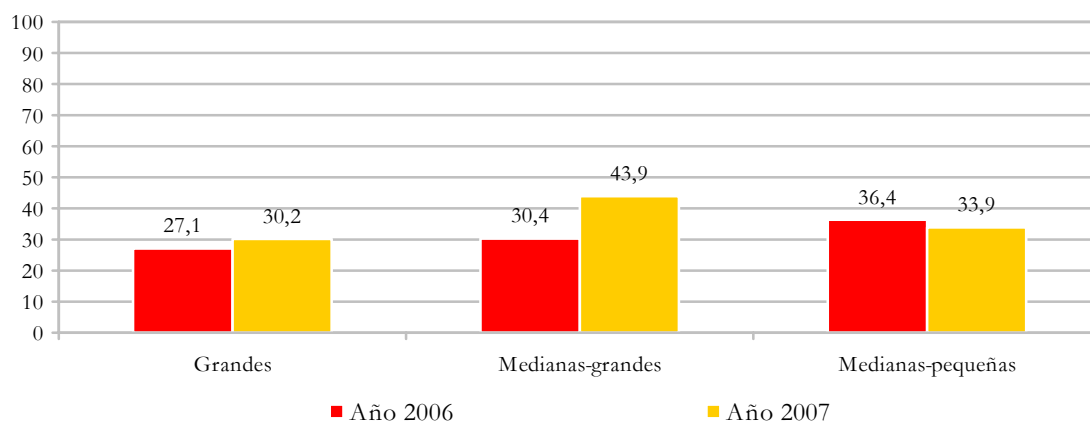


Gráfico 30.

Porcentaje de librerías según disponibilidad de servicio de pedido a los clientes. Años 2002-2007. Por tamaño.

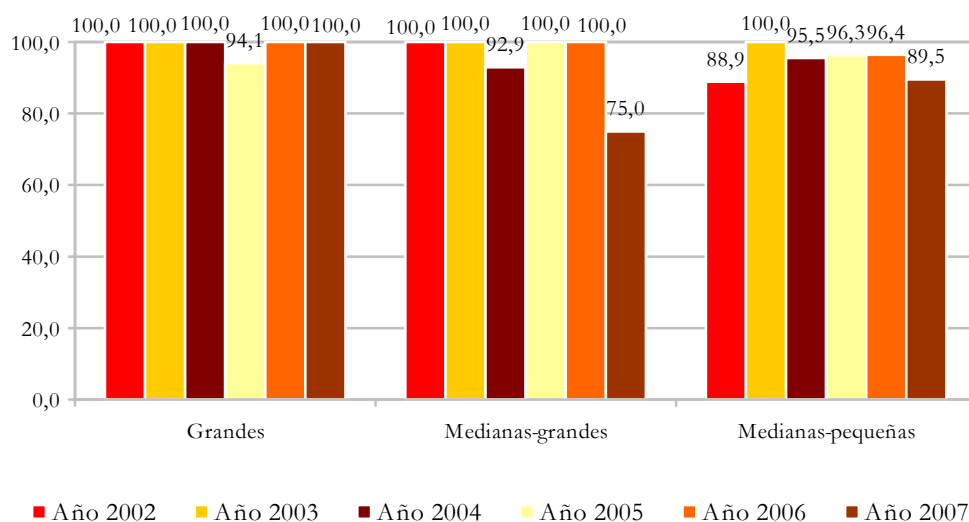
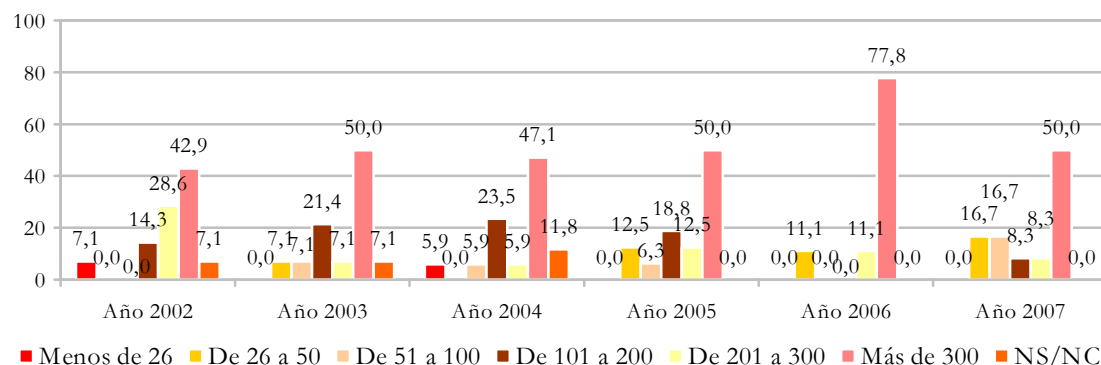


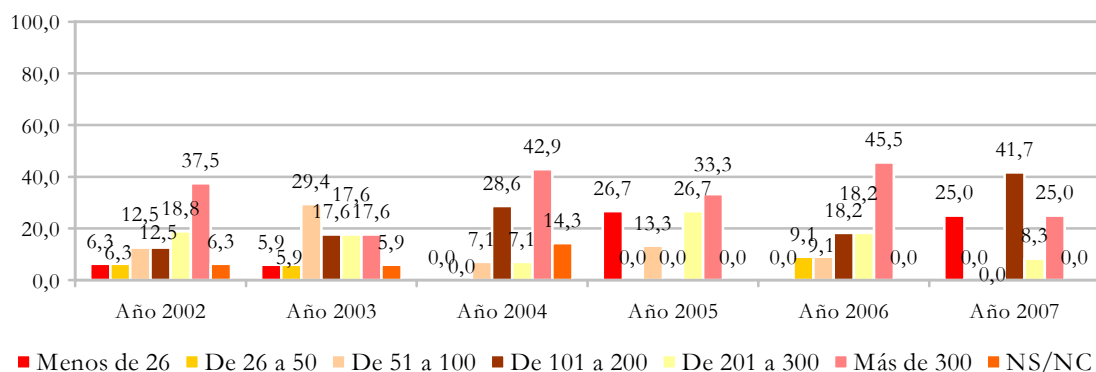
Gráfico 31.

Porcentaje de librerías según la cantidad de pedidos gestionados mensualmente. Años 2002-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

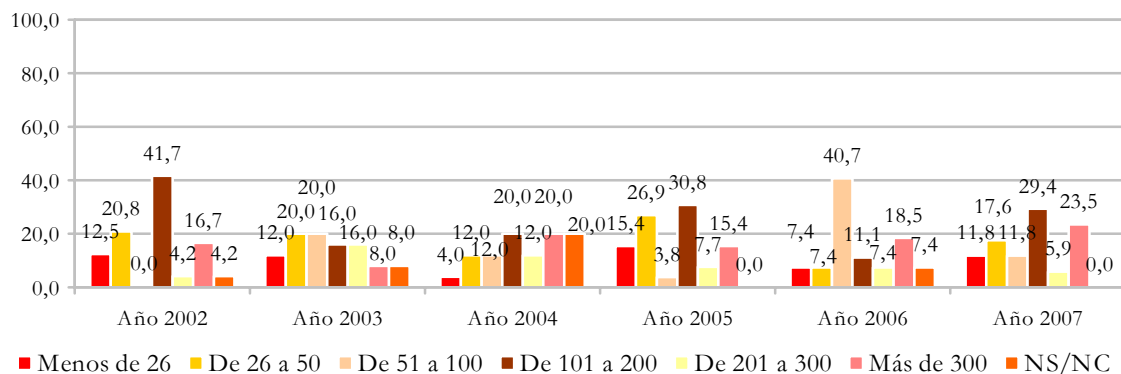


Gráfico 32.
Porcentaje de librerías según la disponibilidad de servicio de telecompra.
Años 2002-2007. Por tamaño.

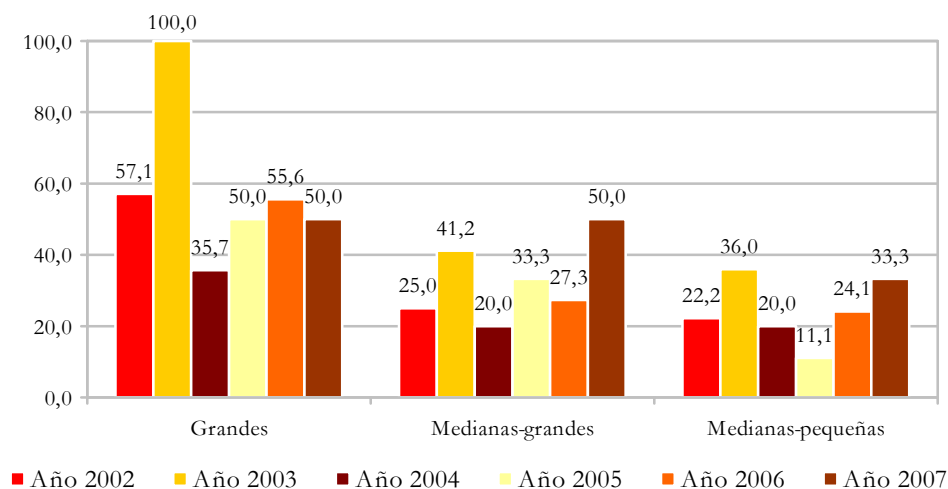


Gráfico 33.
Porcentaje de librerías según el grado de informatización de la gestión/ existencias. Años 2002-2007. Por tamaño.

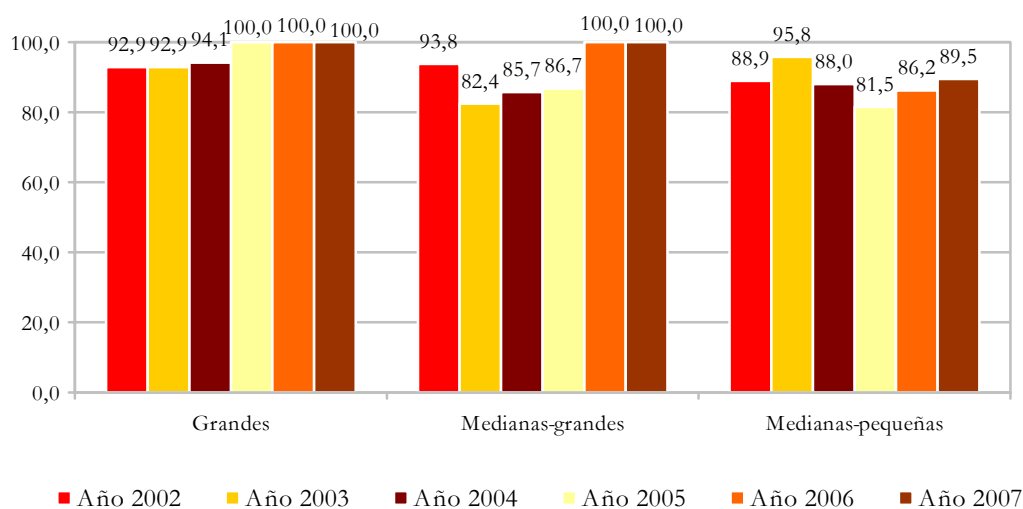
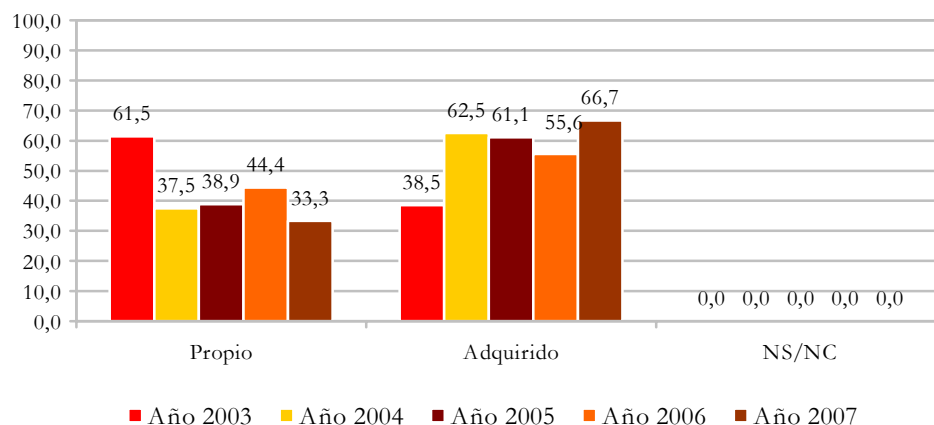


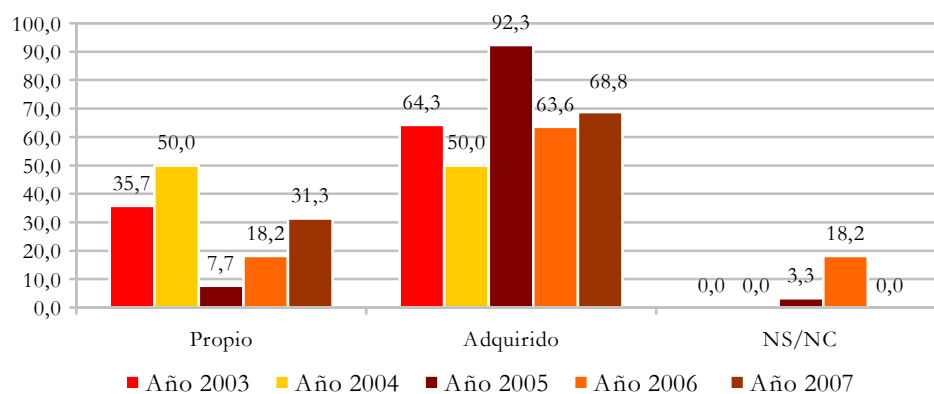
Gráfico 34.

Porcentaje de librerías según el programa utilizado en el caso de tener informatizada la gestión/existencias. Años 2003-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

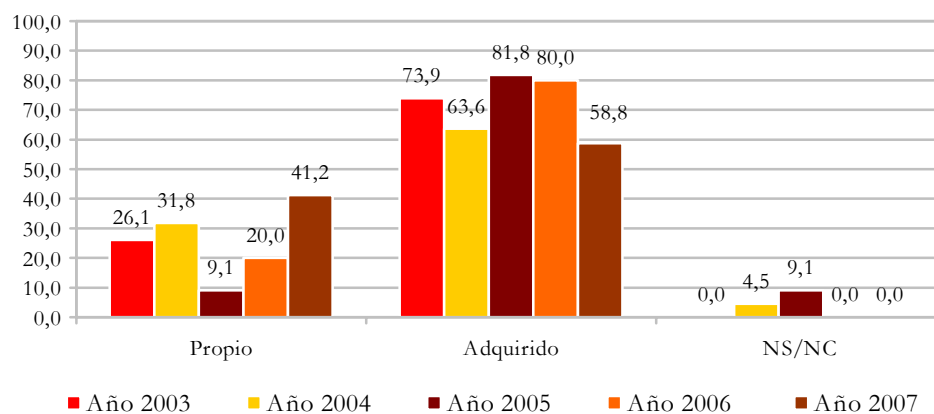
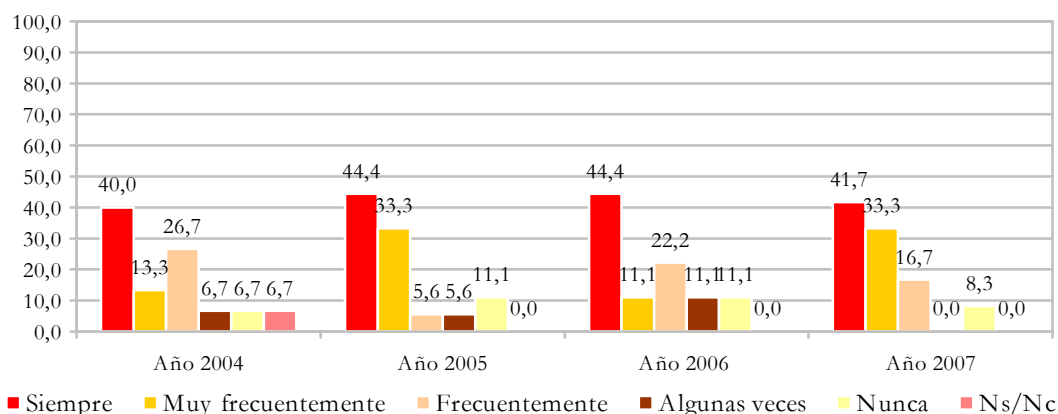


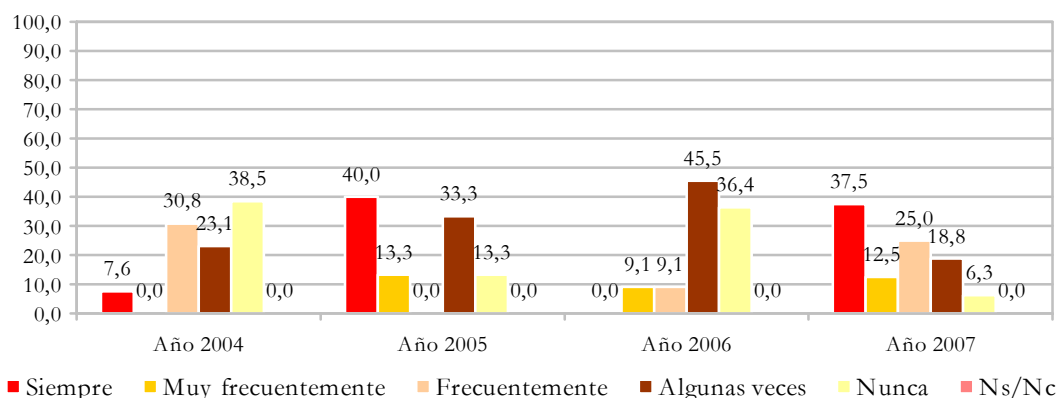
Gráfico 35.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de utilización del correo electrónico para comunicarse con los proveedores (en el caso de no utilizar SINLI). Años 2004-2007. Por tamaño.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

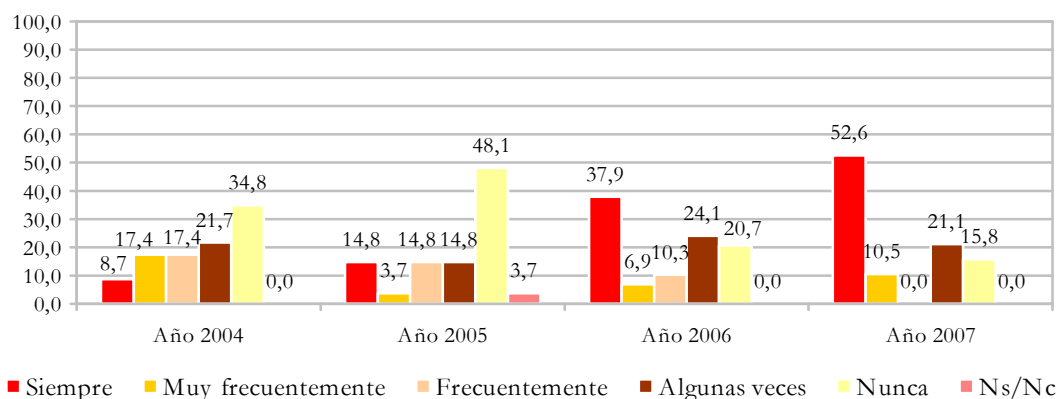
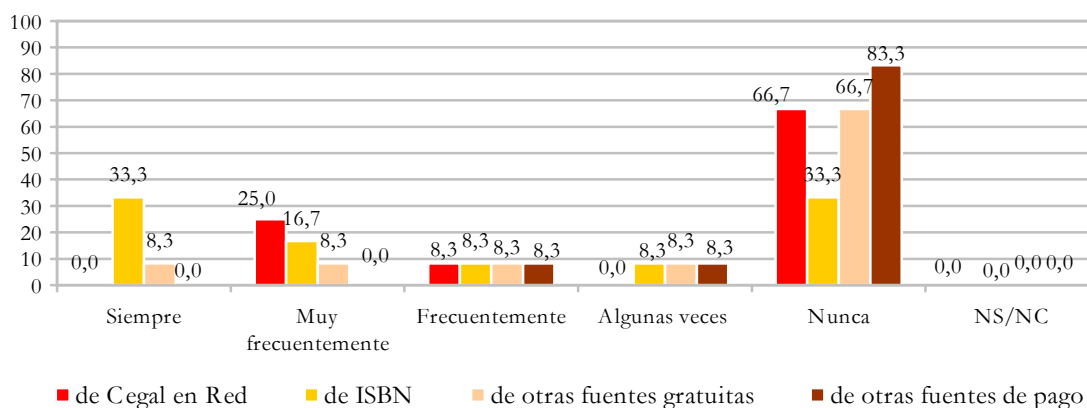


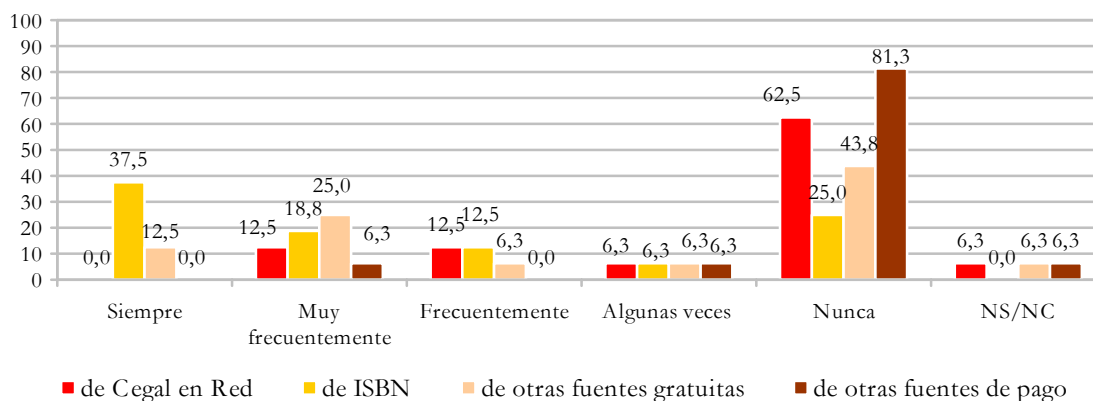
Gráfico 36

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

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

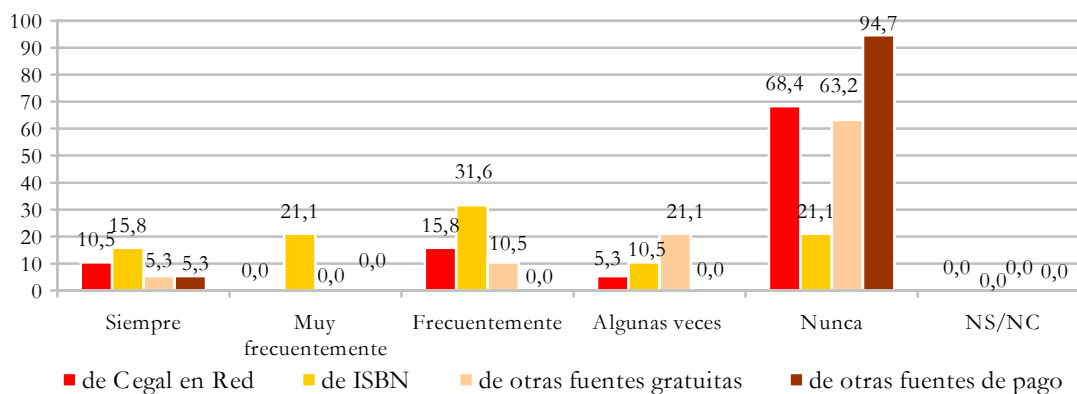
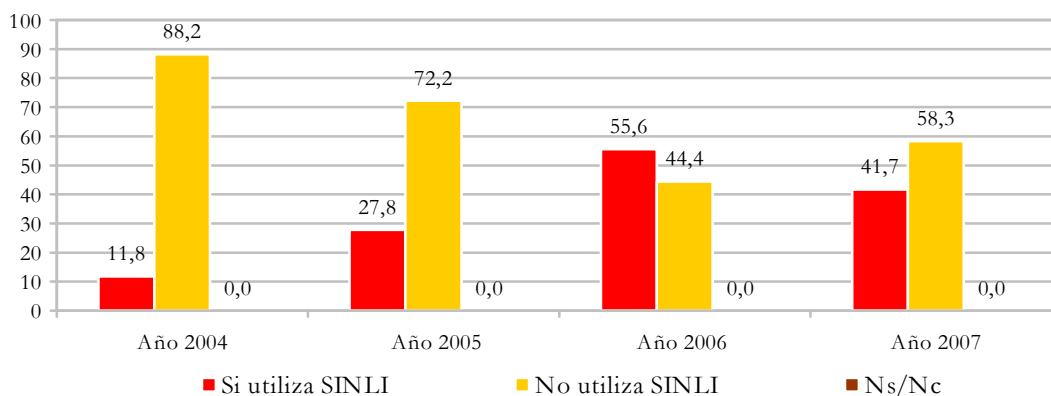


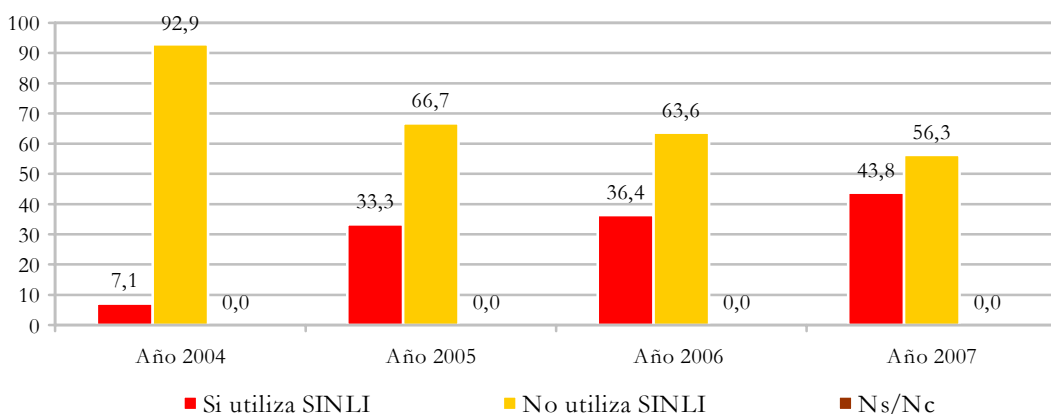
Gráfico 37.

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

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

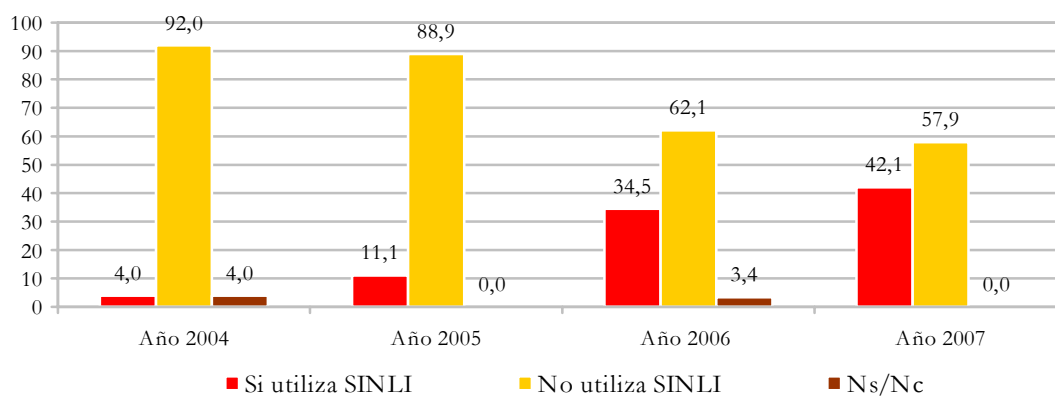
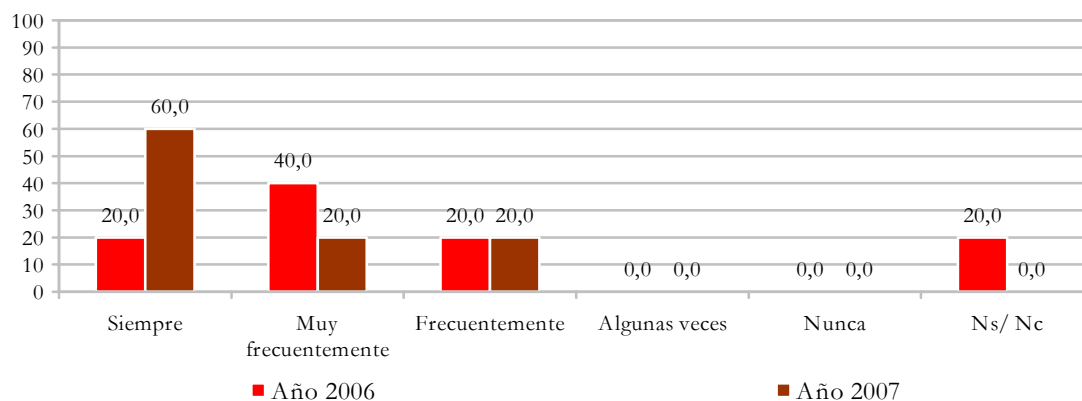


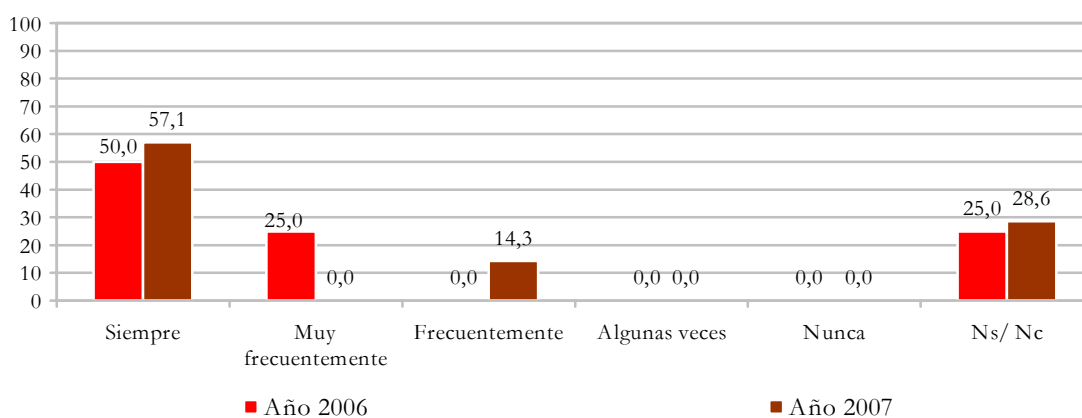
Gráfico 38.

Frecuencia de utilización del SINLI por parte de las librerías que lo utilizan. Por tamaño. Año 2006-2007.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

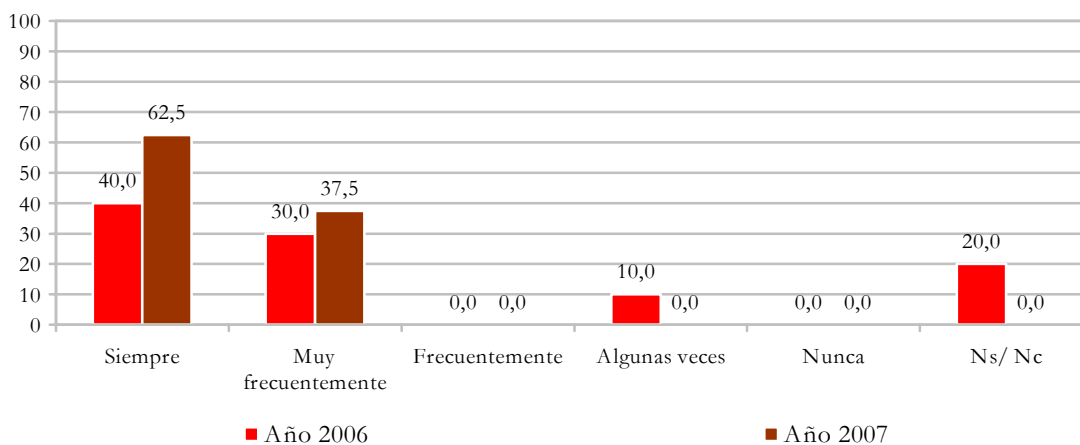


Gráfico 39.

Utilidad del SINLI como instrumento para una óptima gestión de la librería, según las librerías que lo utilizan en la actualidad (en %).

Según tamaño de la librería. Año 2007.

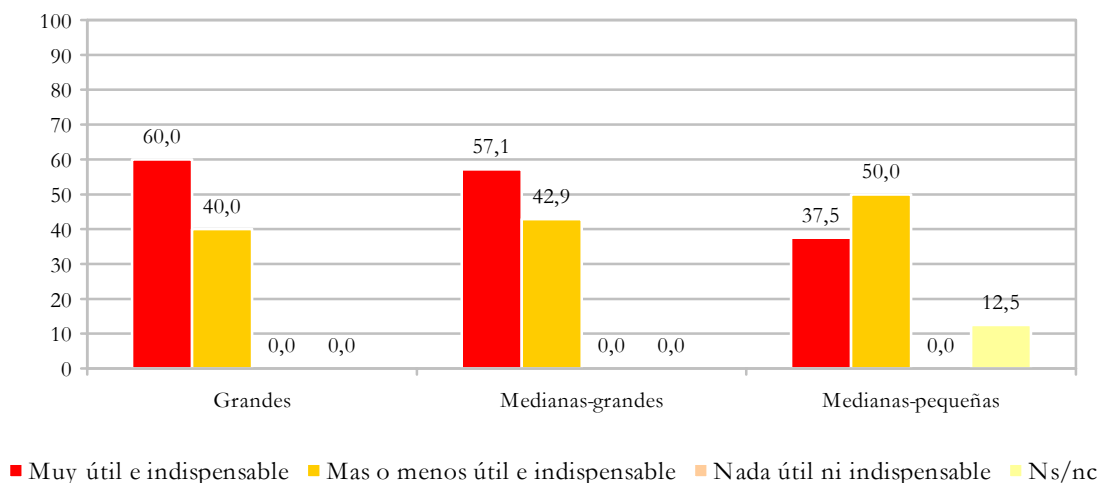
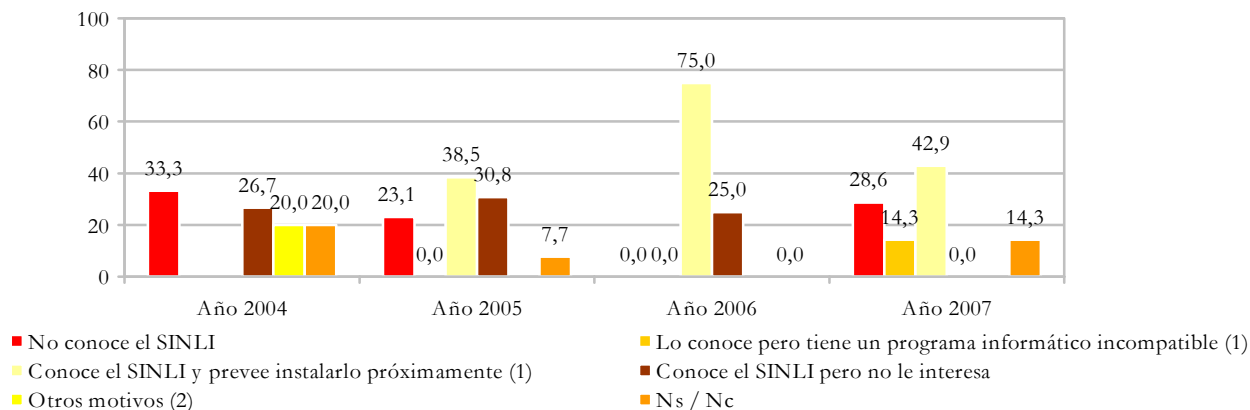


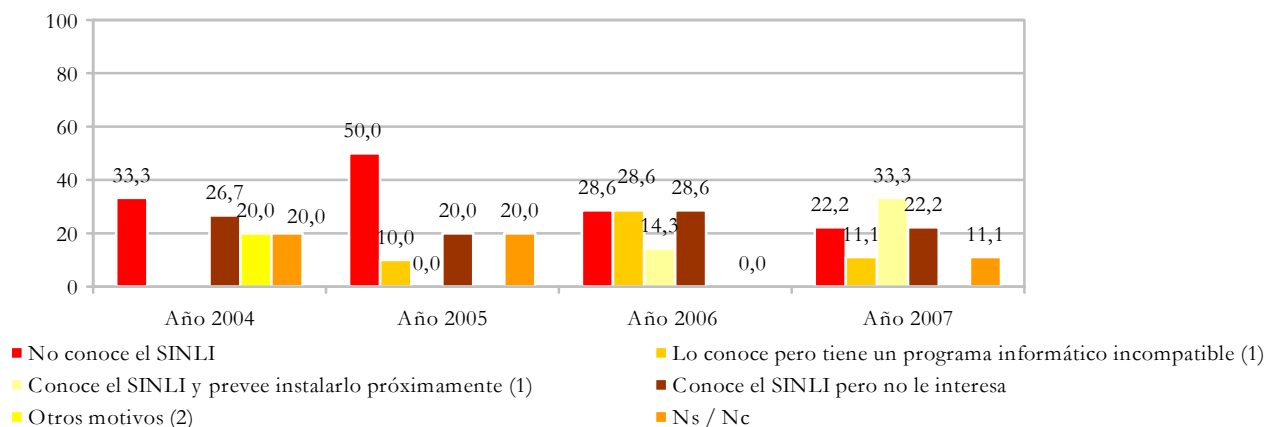
Gráfico 40.

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

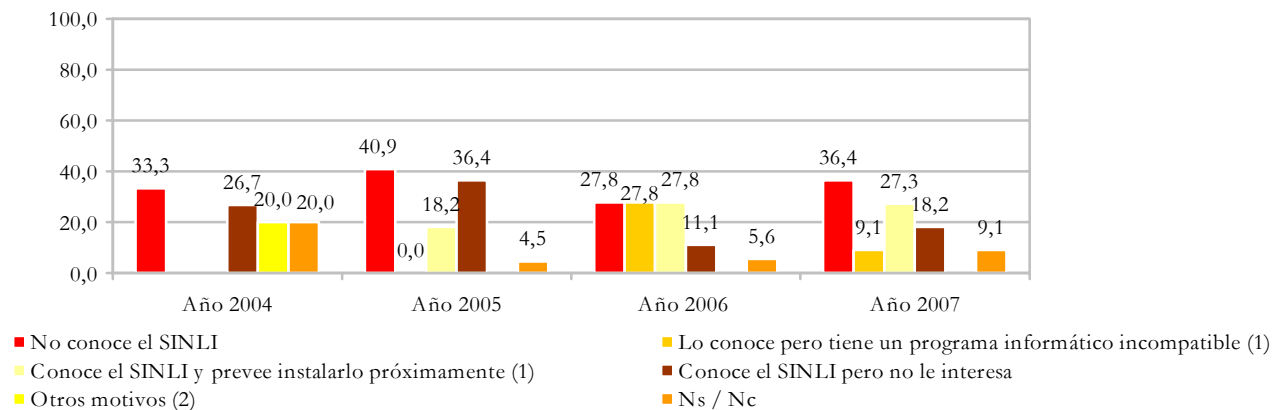
A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas



Nota: (1) Opciones de respuesta no contempladas el año 2004.

(2) Opción de respuesta no contemplada en los años 2005, 2006 y 2007.

Gráfico 41.

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

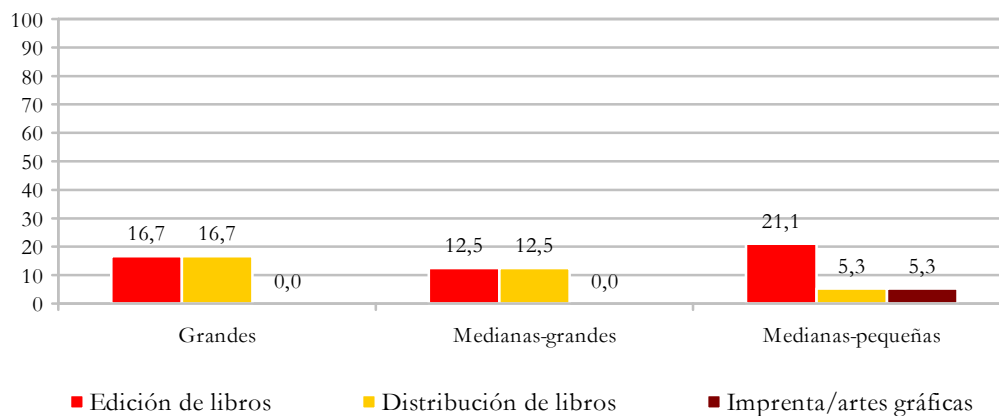
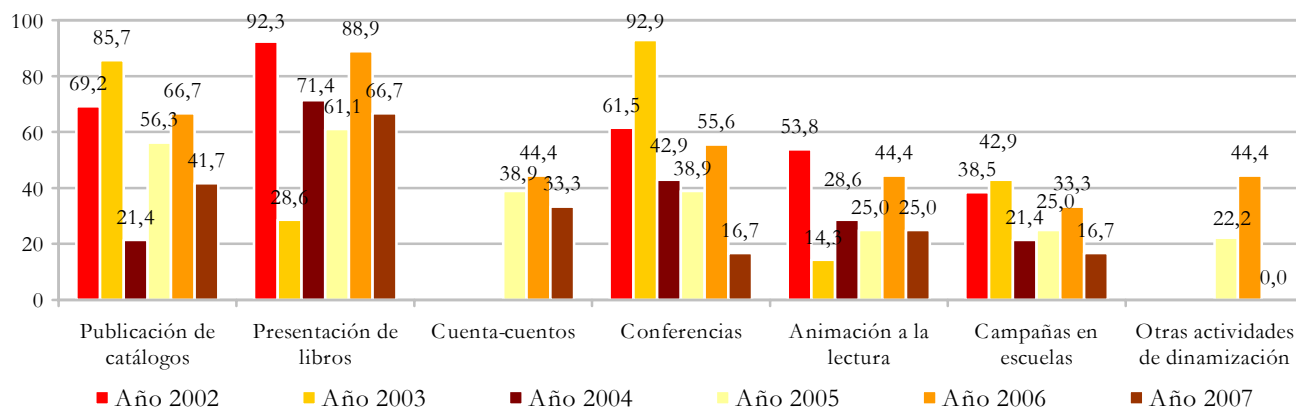


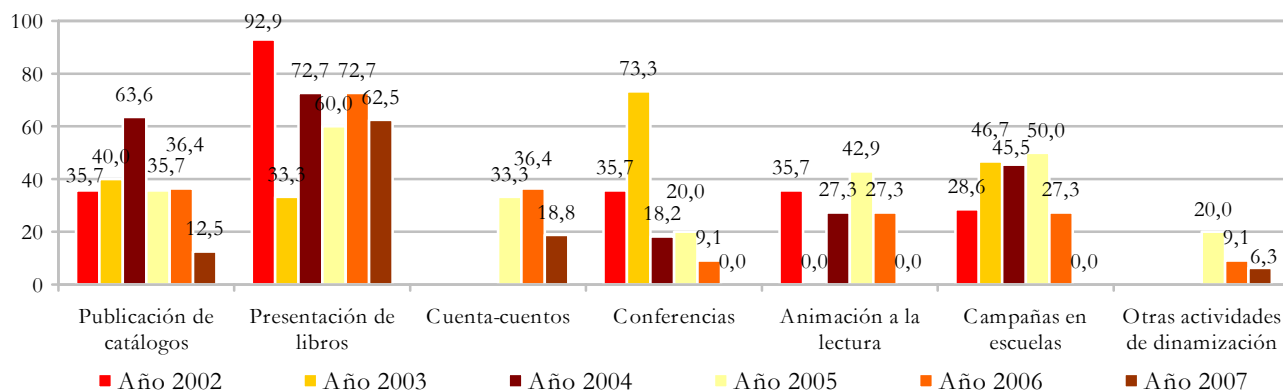
Gráfico 42.

Porcentaje de librerías según si organizan habitualmente actividades de dinamización de la lectura. Por tamaño. Años 2002-2007.

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

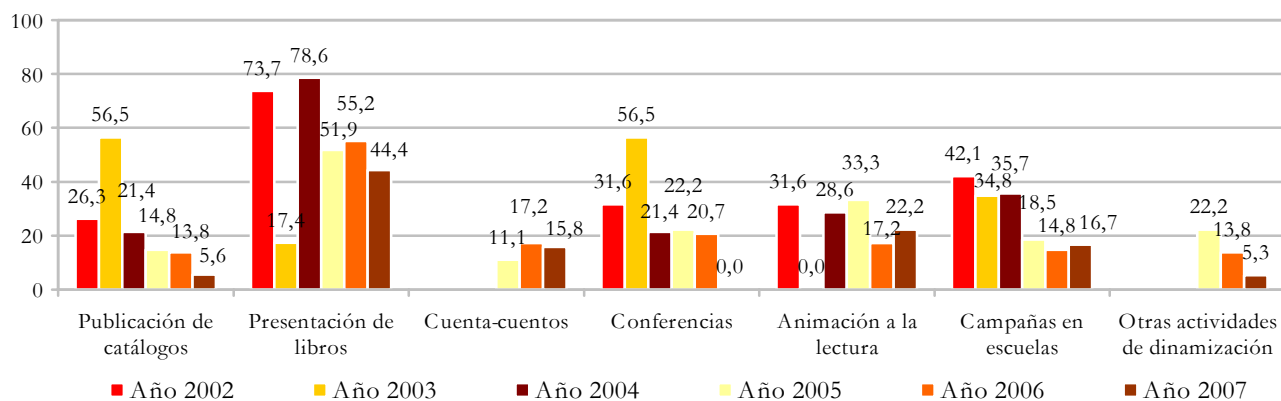
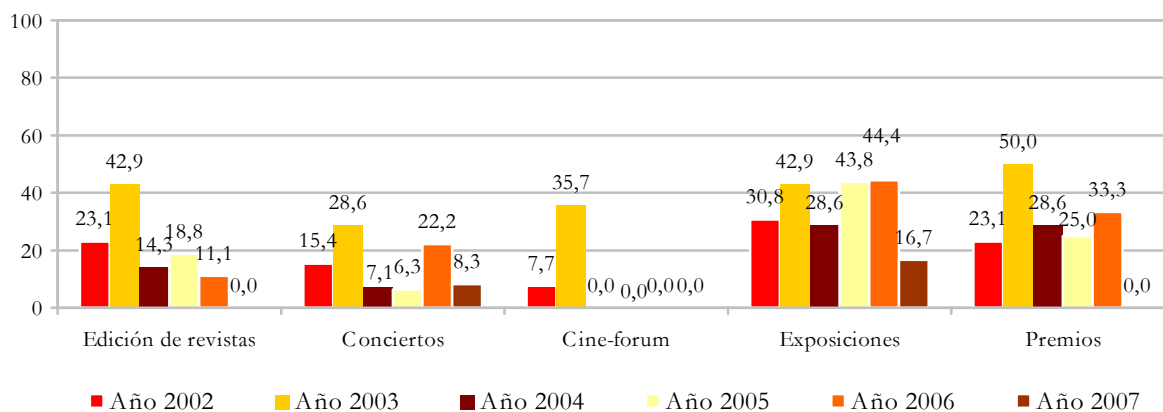


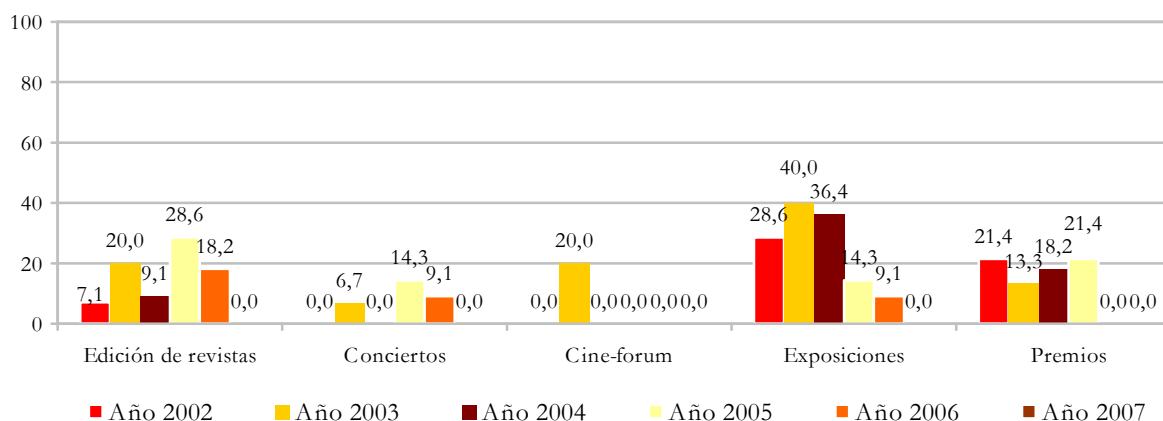
Gráfico 43.

**Porcentaje de librerías que realizan otras actividades culturales.
Años 2002-2007. Por tamaño.**

A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas

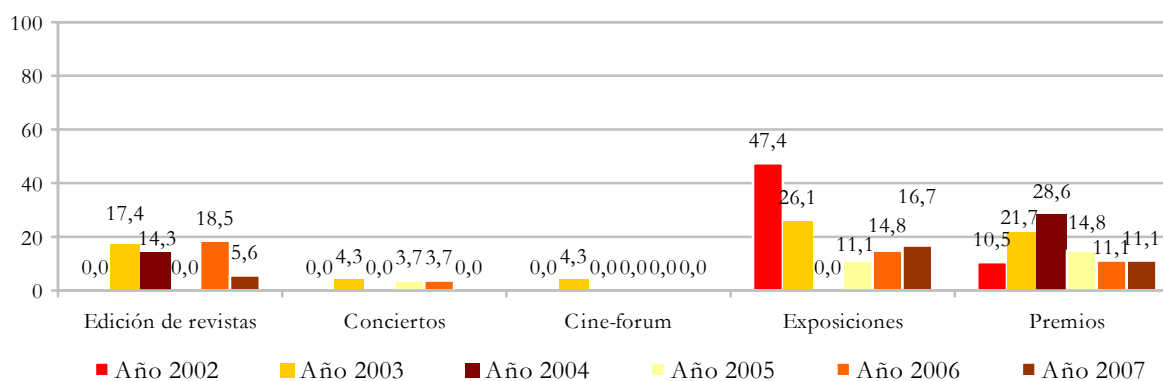
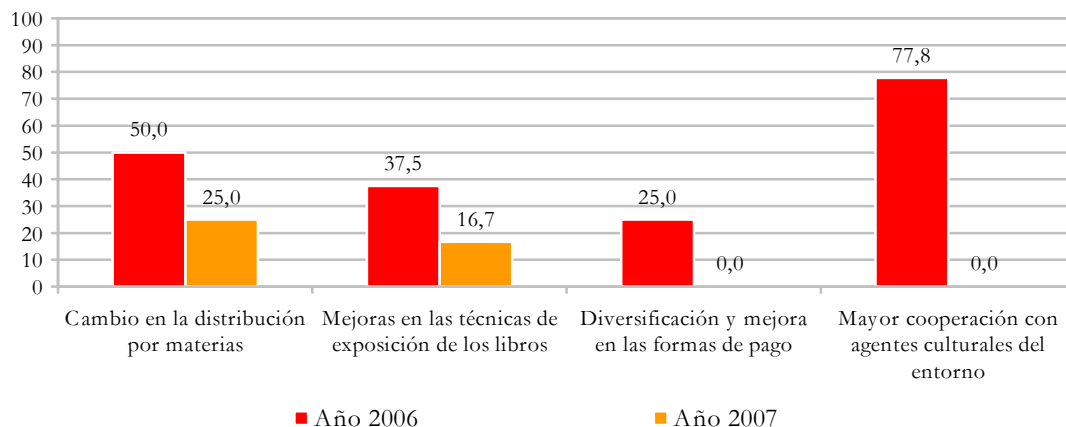


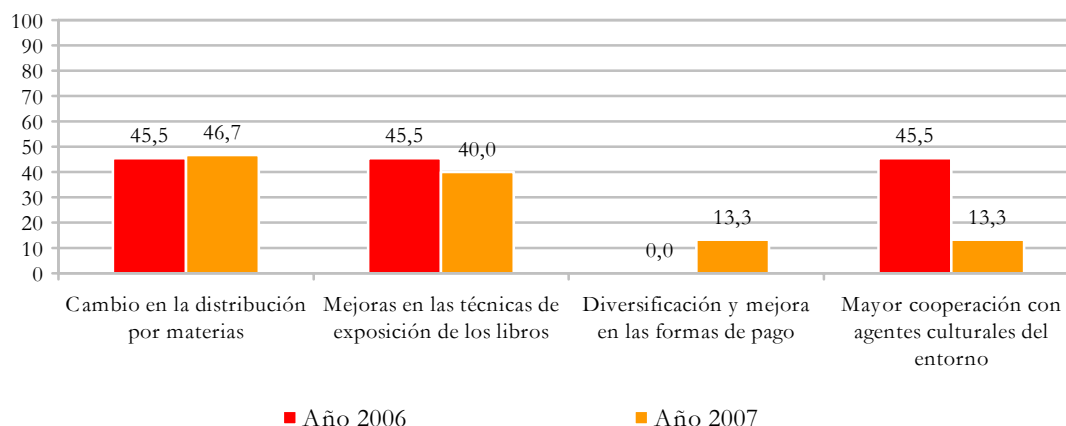
Gráfico 44.

Porcentaje de librerías que en el último año han introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa. Años 2006-2007. Por tamaño.

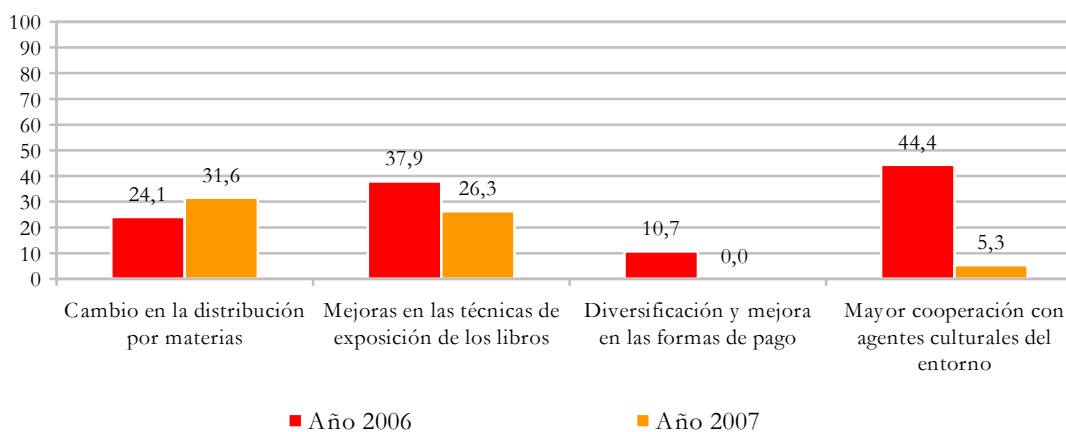
A) Librerías grandes



B) Librerías medianas-grandes



C) Librerías medianas-pequeñas



Anexo 1.) Datos estadísticos 2002-2007

Presentación

- El compendio de datos estadísticos del sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión Económica de la librería contiene:
 - a) Por un lado, el conjunto de la información elaborada durante el periodo 2002-2007.
 - b) Por otro lado, la descripción del contenido y la metodología de elaboración de cada uno de los indicadores (que coincide con el Manual de interpretación de los resultados que se envía a las librerías junto con las fichas correspondientes).
- La estructura de presentación de los datos se corresponde con la de cada una de las Fichas A y B entregadas a las librerías.

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

A.1.1. Datos básicos de la librería

- La primera parte de la *Ficha A de Indicadores de Gestión Económica* comprende cuatro cuestiones fundamentales que definen el perfil básico de la librería:
 - La **tipología de establecimientos**.
 - La **pertenencia a asociaciones gremiales**.
 - La **superficie**.
 - Los **recursos humanos** y los **horarios de apertura al público**.

A.1.1.1. La tipología de librería

- En primer lugar, se analiza la distribución del conjunto de librerías encuestadas según una tipología de establecimientos elaborada en base a **la cantidad de libros del fondo y al grado de diversidad temática de la oferta de libros**. La respuesta de esta pregunta se ha sistematizado, por primera vez, de acuerdo en los términos establecidos en la tabla del apartado 2.1.2. Perfil de la librería y que se resumen en:
 - **Librería especializada**
 - **Librería general con especialización**
 - **Librería general de fondo**
 - **Librería general de proximidad**

Cuadro 1.

Tipologías de librería (en %).

Según el tamaño de la librería. 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Especializadas	35,7	7,1	17,6	16,7	55,6	33,3
Generales con especialización	35,7	21,4	23,5	33,3	11,1	0,0
Generales de proximidad	28,6	71,4	58,8	50,0	0,0	0,0
Generales de fondo					33,3	66,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Especializadas	18,8	23,5	14,3	13,3	36,4	25,0
Generales con especialización	25,0	17,6	14,3	6,7	18,2	12,5
General de proximidad	56,3	58,8	71,4	80,0	0,0	0,0
General de fondo					45,5	62,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Especializadas	29,6	36,0	32,0	18,5	24,1	21,1
Generales con especialización	14,8	12,0	12,0	22,2	27,6	10,5
General de proximidad	55,6	52,0	56,0	59,3	17,2	10,5
General de fondo					31,0	57,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A.1.1.2. El grado de pertenencia a gremios y asociaciones de librereros.

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

Cuadro 2.

Nivel de agremiación de las librerías (en %).

Según el tamaño de la librería. 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Al Gremio Provincial de Libreros	7,1	14,3	0,0	5,6	0,0	0,0
A CEGAL	0,0	7,1	0,0	5,6	11,1	8,3
A ambos	85,8	78,6	94,1	83,3	88,9	66,7
A ninguno	7,1	0,0	5,9	5,6	0,0	16,7
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Al Gremio Provincial de Libreros	6,2	11,8	7,1	0,0	9,1	6,3
A CEGAL	12,5	0,0	0,0	13,3	0,0	12,5
A ambos	75,0	76,5	71,4	53,3	81,8	75,0
A ninguno	6,3	11,8	21,4	20,0	9,1	6,3
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	13,3	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Al Gremio Provincial de Libreros	3,7	4,0	20,0	22,2	6,9	15,8
A CEGAL	0,0	16,0	12,0	0,0	10,3	0,0
A ambos	63,0	60,0	52,0	51,9	48,3	57,9
A ninguno	33,3	16,0	16,0	25,9	34,5	21,1
Ns/Nc	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0	5,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A.1.1.3. La superficie

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

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

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

Cuadro 3.
Superficie de la librería.
Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Superficie de acceso al público (m ²)	276,9	265,8	205,3	257,4	205,6	159,9
Superficie de almacén (m ²)	86,9	44,6	52,4	41,8	44,5	46,8
Otras superficies (m ²)	55,9	43,6	23,8	12,4	30,6	10,6
Superficie total (m ²)	419,8	354,0	281,5	311,6	277,3	214,2
Porcentaje superficie de acceso al público ocupada por libros (%)	89,3	89,6	97,2	90,4	90,0	97,5
Porcentaje superficie almacén ocupada por libros (%)	82,9	67,7	83,4	95,8	82,2	85,0
Porcentaje de superficie total ocupada por libros (%)	88,2	84,3	94,6	91,9	89,1	97,9

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Superficie de acceso al público (m ²)	136,9	127,8	128,2	172,5	119,5	161,3
Superficie de almacén (m ²)	35,6	33,2	52,4	33,0	33,0	29,2
Otras superficies (m ²)	4,8	12,8	35,7	11,7	9,5	4,1
Superficie total (m ²)	177,3	173,8	216,4	217,2	153,1	188,8
Porcentaje superficie de acceso al público ocupada por libros (%)	91,1	91,5	86,1	81,9	90,9	93,4
Porcentaje superficie almacén ocupada por libros (%)	88,9	77,5	50,8	65,7	79,8	84,7
Porcentaje de superficie total ocupada por libros (%)	93,9	91,3	79,2	87,6	90,4	94,1

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Superficie de acceso al público (m ²)	113,3	116,6	99,8	81,5	78,5	79,2
Superficie de almacén (m ²)	34,8	29,7	70,8	26,4	23,4	42,5
Otras superficies (m ²)	17,4	19,8	3,8	7,1	11,4	9,2
Superficie total (m ²)	164,5	163,9	174,4	115,0	113,2	130,8
Porcentaje superficie de acceso al público ocupada por libros (%)	80,3	90,5	82,3	82,1	75,6	68,6
Porcentaje superficie almacén ocupada por libros (%)	71,3	60,5	64,6	56,5	59,1	52,7
Porcentaje de superficie total ocupada por libros (%)	82,0	87,1	80,5	79,8	76,4	67,5

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

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

Cuadro 4.
Recursos humanos de la librería y meses trabajados.
Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Empleados fijos (personas)	9,1	8,3	5,5	6,3	5,4	4,4
Empleados eventuales (personas)	1,6	0,9	1,3	0,3	0,4	0,7
Meses trabajados (meses)	103,4	86,7	69,1	69,1	64,4	47,3
Total horas de apertura semanales (horas)	57,8	60,6	52,8	51,1	48,9	43,5
Total días de apertura semanal (días)	6,3	6,3	6,2	6,2	6,1	5,9

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Empleados fijos (personas)	3,7	3,4	3,7	4,3	3,0	2,9
Empleados eventuales (personas)	1,3	0,9	0,4	0,5	0,2	0,3
Meses trabajados (meses)	41,5	39,7	41,6	48,5	34,4	31,9
Total horas de apertura semanales (horas)	48,8	48,6	51,2	48,5	45,8	43,3
Total días de apertura semanal (días)	6,1	6,2	6,3	6,1	6,1	6,00

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Empleados fijos (personas)	3,3	2,4	2,7	2,4	2,5	3,1
Empleados eventuales (personas)	0,4	0,5	0,1	0,3	0,2	0,1
Meses trabajados (meses)	37,2	28,2	28,6	27,6	28,0	32,0
Total horas de apertura semanales (horas)	46,8	44,8	45,8	45,0	46,1	44,9
Total días de apertura semanal (días)	6,1	5,9	6,1	5,9	6,0	6,0

A.1.2. Ventas de la librería

- Este apartado contempla, en primer lugar, el volumen de ventas como indicador del **nivel de actividad de la empresa**. En segundo lugar, se observa la **composición de las ventas** tanto a nivel del artículo vendido, como a nivel de la lengua de publicación (en este último caso se hace referencia únicamente al artículo *libro*).

Concretamente, los indicadores elaborados en relación con las ventas son los siguientes:

- ventas **totales** y **ventas en libros**;
- **evolución interanual de las ventas**: ventas del año de estudio han sido superiores, iguales o inferiores a las del año anterior;
- **composición de las ventas según el artículo vendido**:
 - porcentaje de las ventas en libros
 - porcentaje de las ventas en otros artículos (revistas y quiosco, papelería, música y vídeo, y otros)
- **composición de las ventas según la lengua de publicación del libro** (castellano, otras lenguas oficiales en España, y lenguas extranjeras). Esta cuestión sólo se considera en las librerías ubicadas en Comunidades Autónomas con más de una lengua oficial (Balears, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco).

- **composición de las ventas en libros según la materia:** libros de texto escolar, de texto universitario, y resto de materias.
- **composición de las ventas en libros según el canal de compra utilizado por el cliente:** el propio local de la librería, a través de visitas, por Internet, y a través de otros canales.
- **distribución de las librerías según la dimensión del fondo de libros.**

Cuadro 5.
Ventas totales netas de la librería y ventas en libros.
Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Ventas totales netas (Eur.)	Ventas en libros netas (Eur.)	% del libro sobre las ventas totales
Grandes			
2002	1.730.422,00	1.468.636,40	91,4
2003	2.063.211,40	1.810.333,30	89,3
2004	1.115.991,40	1.072.500,00	94,0
2005	1.151.778,10	936.363,80	88,4
2006	1.095.149,00	886.111,10	86,7
2007	912.852,81	899.000,00	96,6
Medianas- grandes			
2002	502.332,10	412.622,60	91,5
2003	564.759,40	387.750,00	86,3
2004	585.448,80	401.380,00	75,8
2005	524.025,10	377.500,00	84,3
2006	454.846,50	386.875,00	87,7
2007	449.035,68	396.200,00	92,1
Medianas-pequeñas			
2002	293.676,60	227.600,00	86,4
2003	202.141,50	194.400,00	90,4
2004	259.893,50	195.610,00	82,6
2005	248.251,10	205.555,60	75,9
2006	264.867,80	198.000	74,3
2007	271.270,95	224.856,50	76,3

Cuadro 6.

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

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	64,3	64,3	41,2	27,8	33,3	33,3
Iguales	21,4	28,6	35,3	61,1	44,4	58,3
Inferiores	14,3	7,1	11,8	11,1	11,1	0,0
Ns/Nc	0,0	0,0	11,8	0,0	11,1	8,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	50,0	52,9	57,1	13,3	63,6	37,5
Iguales	43,8	47,1	21,4	60,0	27,3	62,5
Inferiores	6,3	0,0	21,4	20,0	0,0	0,0
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	6,7	9,1	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	48,1	52,0	40,0	37,0	58,6	57,9
Iguales	18,5	20,0	48,0	51,9	27,6	36,8
Inferiores	14,8	24,0	12,0	7,4	10,3	5,3
Ns/Nc	18,5	4,0	0,0	3,7	3,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 7.

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

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

Comunidad	Grandes				
Valenciana	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	57,2	29,4	27,8	22,2	25,0
Iguales	35,7	47,1	44,4	44,4	50,0
Inferiores	0,0	5,9	16,7	0,0	16,7
No venden	0,0	n.d.	11,1	22,2	0,0
Ns/Nc	7,1	17,6	0,0	11,1	8,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad	Medianas- grandes				
Valenciana	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	35,3	35,7	33,3	36,4	43,8
Iguales	41,2	42,9	26,7	45,5	50,0
Inferiores	0,0	14,3	20,0	0,0	0,0
No venden	0,0	n.d.	13,3	9,1	6,3
Ns/Nc	23,5	7,1	6,7	9,1	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad	Medianas-pequeñas				
Valenciana	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	20,0	36,0	22,2	31,0	52,6
Iguales	36,0	48,0	51,9	51,7	26,3
Inferiores	0,0	8,0	11,1	13,8	15,8
No venden	8,0	n.d.	11,1	0,0	5,3
Ns/Nc	36,0	8,0	3,7	3,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nota:

En el año 2004 Ns/Nc también incluye los valores de "No venden"

Cuadro 8.

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

Según el tamaño de la librería. Años 2003-2007

Comunidad Valenciana	Grandes				
	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	35,7	23,5	27,8	33,3	33,3
Iguales	42,9	52,9	50,0	55,6	58,3
Inferiores	14,3	17,6	22,2	11,1	0,0
No venden	0,0	n.d.	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	7,1	5,9	0,0	0,0	8,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes				
	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	17,6	21,4	13,3	63,6	31,3
Iguales	41,2	21,4	46,7	36,4	68,8
Inferiores	23,5	50,0	33,3	0,0	0,0
No venden	0,0	n.d.	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	17,6	7,1	6,7	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas				
	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	8,0	16,0	33,3	20,7	47,4
Iguales	52,0	72,0	51,9	62,1	42,1
Inferiores	8,0	12,0	7,4	10,3	10,5
No venden	0,0	n.d.	3,7	3,4	0,0
Ns/Nc	32,0	0,0	3,7	3,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nota:

En el año 2004 Ns/Nc también incluye los valores de "No venden"

Cuadro 9.

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

Comunidad Valenciana	Grandes				
	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	14,3	17,6	16,7	22,2	16,7
Iguales	42,9	41,2	16,7	33,3	25,0
Inferiores	14,3	23,5	11,1	11,1	8,3
No venden	0,0	n.d.	50,0	33,3	41,7
Ns/Nc	28,6	17,6	5,6	0,0	8,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes				
	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	5,9	14,3	20,0	54,5	37,5
Iguales	58,8	35,7	33,3	36,4	25,0
Inferiores	5,9	35,7	20,0	0,0	6,3
No venden	0,0	n.d.	20,0	9,1	31,3
Ns/Nc	29,4	14,3	6,7	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas				
	2003	2004	2005	2006	2007
Superiores	28,0	20,0	14,8	58,6	42,1
Iguales	12,0	44,0	25,9	20,7	31,6
Inferiores	20,0	24,0	22,2	3,4	5,3
No venden	0,0	n.d.	29,6	13,8	21,1
Ns/Nc	40,0	12,0	7,4	3,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nota:

En el año 2004 Ns/Nc también incluye los valores de "No venden"

Cuadro 10.

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

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas en libros	91,4	89,3	94,0	88,4	86,7	96,6
Ventas en revistas y quiosco	4,7	4,8	4,9	6,8	10,8	1,3
Ventas en papelería	1,4	5,2	0,9	4,2	1,3	2,1
Ventas en música y vídeo	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Ventas en otros artículos	2,2	0,8	0,0	0,6	1,2	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes				
	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas en libros	86,3	75,8	84,3	87,7	92,1
Ventas en revistas y quiosco	8,7	8,3	6,3	6,4	1,6
Ventas en papelería	4,4	14,5	6,4	5,9	3,8
Ventas en música y vídeo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ventas en otros artículos	0,6	1,4	3,0	0,0	2,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas en libros	86,5	90,4	82,6	75,9	74,3	76,3
Ventas en revistas y quiosco	2,6	0,9	1,4	4,8	1,9	1,8
Ventas en papelería	5,8	7,1	14,6	15,7	17,6	18,7
Ventas en música y vídeo	0,0	0,0	0,0	1,1	0,9	0,5
Ventas en otros artículos	5,1	1,6	1,4	2,5	5,2	2,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 11.

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

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Libros en castellano	88,8	80,0	76,1	78,2	77,7	79,0
Libros en valenciano	6,4	12,7	14,3	11,5	12,2	10,0
Libros en otras lenguas oficiales de España	0,4	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Libros en lengua extranjera	4,3	6,3	9,6	10,3	10,1	11,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Libros en castellano	79,4	71,8	79,1	84,1	71,3	76,7
Libros en valenciano	16,3	12,4	15,4	13,0	17,1	15,9
Libros en otras lenguas oficiales de España	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Libros en lengua extranjera	4,3	15,8	5,5	2,9	11,6	7,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Libros en castellano	56,2	79,3	70,1	76,8	72,9	79,4
Libros en valenciano	30,9	9,9	15,8	16,5	18,8	18,9
Libros en otras lenguas oficiales de España	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Libros en lengua extranjera	12,8	10,8	14,1	6,6	8,2	1,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 12.

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

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas en libros de texto escolar	7,8	10,6	11,3	11,8	26,9	15,3
Ventas en libros de texto universitario	9,7	19,6	13,2	22,4	9,7	15,4
Ventas en el resto de libros	82,5	69,8	75,6	65,7	63,4	69,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas en libros de texto escolar	20,1	20,9	29,7	17,3	32,3	21,4
Ventas en libros de texto universitario	9,3	13,1	3,8	13,9	14,3	8,9
Ventas en el resto de libros	70,7	66,0	66,5	68,9	53,4	69,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas en libros de texto escolar	13,6	10,8	26,2	20,8	28,3	22,2
Ventas en libros de texto universitario	12,3	16,7	10,9	8,3	8,2	0,4
Ventas en el resto de libros	74,1	72,5	62,9	70,9	63,5	77,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 13.

**Composición de las ventas de la librería según el canal de compra utilizado por el cliente (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2004-2007**

Comunidad Valenciana	Grandes			
	2004	2005	2006	2007
Ventas en el local de la librería	89,7	90,7	89,7	94,1
Ventas a través de visitas	3,8	3,3	5,8	0,9
Ventas por Internet	5,4	3,2	0,5	4,7
Ventas a través de otros canales	1,2	2,8	4,0	0,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes			
	2004	2005	2006	2007
Ventas en el local de la librería	95,2	91,1	97,5	93,1
Ventas a través de visitas	2,6	2,7	1,0	1,7
Ventas por Internet	1,1	2,9	0,6	2,7
Ventas a través de otros canales	1,1	3,2	0,9	2,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas			
	2004	2005	2006	2007
Ventas en el local de la librería	95,0	95,8	95,1	93,6
Ventas a través de visitas	1,8	2,1	0,6	1,4
Ventas por Internet	0,4	1,4	2,8	4,2
Ventas a través de otros canales	2,8	0,7	1,5	0,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 14.

**Porcentaje de librerías según la dimensión del fondo de libros (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.**

Comunidad	Grandes					
Valenciana	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Menos de 3.000 ejemplares	0,0	0,0	0,0	6,3	0,0	8,3
De 3.000 a 5.000 ejemplares	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	8,3
De 5.001 a 10.000 ejemplares	14,3	0,0	23,1	12,5	11,1	0,0
De 10.001 a 25.000 ejemplares	21,4	41,7	30,8	43,8	22,2	33,3
Más de 25.000 ejemplares	64,3	58,3	46,2	37,5	55,5	50,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad	Medianas- grandes					
Valenciana	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Menos de 3.000 ejemplares	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
De 3.000 a 5.000 ejemplares	0,0	7,7	0,0	18,2	10,0	14,3
De 5.001 a 10.000 ejemplares	20,0	23,1	45,5	27,3	10,0	21,4
De 10.001 a 25.000 ejemplares	40,0	61,5	9,1	36,4	70,0	42,9
Más de 25.000 ejemplares	40,0	7,7	45,5	18,2	10,0	21,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad	Medianas-pequeñas					
Valenciana	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Menos de 3.000 ejemplares	8,3	0,0	5,3	24,0	16,7	33,3
De 3.000 a 5.000 ejemplares	12,5	43,5	21,1	28,0	29,2	20,0
De 5.001 a 10.000 ejemplares	37,5	26,1	42,1	20,0	33,3	26,7
De 10.001 a 25.000 ejemplares	33,3	30,4	21,1	24,0	16,6	20,0
Más de 25.000 ejemplares	8,3	0,0	10,5	4,0	4,2	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A.1.3. *Ratios* básicas de funcionamiento de la librería

- La interrelación de los datos recopilados en los anteriores apartados de la presente *Ficha* permite elaborar ciertas ***ratios* básicas relativas a la gestión y situación económica** de la librería. Esta información posibilita una **primera aproximación al análisis comparativo de la productividad de las librerías**, es decir, de la relación entre la producción obtenida y los factores utilizados para su obtención durante un período determinado de tiempo.

- En concreto, las *ratios* básicas que se presentan son las siguientes:
 - **Meses trabajados / superficie total:** indicador del grado de dotación de recursos humanos respecto al espacio total del establecimiento;

 - **Ventas totales / superficie total:** indicador del grado de aprovechamiento de la superficie de la librería en relación con sus ventas totales;

 - **Ventas en libros / superficie total ocupada por libros:** indicador del grado de aprovechamiento de la superficie total de la librería ocupada por libros en relación con sus ventas totales en libros;

 - **Ventas totales / meses trabajados:** indicador del volumen de ventas totales con relación al total de meses trabajados.

Cuadro 15.

Ratios de actividades básicas de la librería.

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana		2002	2003	Grandes			
				2004	2005	2006	2007
Meses trabajados / superficie total	(meses / m ²)	0,25	0,22	0,24	0,22	0,22	0,22
Ventas totales / superficie total	(Eur. / m ²)	3.859,4	3.012,7	3.772,4	3.109,0	3.948,9	3.993,7
Ventas en libros / superficie total libro	(Eur. / m ²)	3.807,1	3.085,3	4.050,0	2.983,9	3.600,9	4.077,1
Ventas totales / meses trabajados	(Eur./meses)	15.634,2	15.503,5	17.365,0	14.622,2	17.665,1	18.441,5

Comunidad Valenciana		2002	2003	Medianas- grandes			
				2004	2005	2006	2007
Meses trabajados / superficie total	(meses / m ²)	0,23	0,23	0,19	0,22	0,23	0,17
Ventas totales / superficie total	(Eur. / m ²)	3.364,6	3.354,2	2.709,5	2.398,3	3.468,8	2.375,9
Ventas en libros / superficie total libro	(Eur. / m ²)	3.130,8	3.582,0	2.653,3	2.216,2	3.187,4	2.323,8
Ventas totales / meses trabajados	(Eur./meses)	11.116,6	13.020,4	13.837,9	10.694,4	12.525,9	13.265,5

Comunidad Valenciana		2002	2003	Medianas-pequeñas			
				2004	2005	2006	2007
Meses trabajados / superficie total	(meses / m ²)	0,15	0,17	0,20	0,21	0,24	0,24
Ventas totales / superficie total	(Eur. / m ²)	1.815,6	1.605,6	1.352,9	2.186,2	2.366,1	1.601,6
Ventas en libros / superficie total libro	(Eur. / m ²)	1.602,9	1.750,6	1.670,6	2.306,6	2.310,4	2.010,8
Ventas totales / meses trabajados	(Eur./meses)	10.978,6	8.964,1	8.101,9	9.952,2	10.594,7	7.394,1

A.1.4. Datos de gestión de la librería

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

Más concretamente, las cuestiones contempladas son:

- La **distribución aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas funcionales:** ventas, atención al cliente y marketing, gestión / informatización de pedidos, existencias y devoluciones, dirección general y gestión administrativa.
- Los **sistemas de pedido** utilizados por la librería (pedidos por teléfono, fax, ordenador-módem-fax, a través de representante comercial y otros sistemas).
- El **promedio del descuento** concedido por los proveedores.
- La **composición de las existencias:** de compra o en depósito.
- **Novedades recibidas según el sistema de recepción de éstas:** mediante servicio automático del proveedor, o por pedido expreso del librero.
- **Porcentaje estimado de devoluciones anuales sobre el total de ejemplares recibidos.**
- El **grado de informatización de la librería:** las nuevas tecnologías de la información tienen una progresiva presencia en las librerías. Estos equipamientos permiten una mejora de la **gestión del establecimiento**, muy

especialmente en el ámbito económico y logístico. En la presente ficha, se hace referencia concreta a los siguientes aspectos:

- informatización en la gestión de las existencias,
 - propiedad del software utilizado,
 - el programa utilizado por la librería.
-
- La **frecuencia de utilización de Internet** para comunicarse con proveedores.
 - La **frecuencia de acceso a Internet** para obtener información sobre Catálogos de Libros y bases de datos sobre productos (ISBN, ...)
 - El **grado de utilización del SINLI** por parte de las librerías y, en su caso, los motivos de su no utilización.
 - El **número de distribuidores de libros** con los que trabaja.
 - La **disponibilidad de servicio de pedido** a los clientes.
 - La **cantidad de pedidos** gestionados mensualmente.
 - La disponibilidad de **servicio de telecompra**.
 - La realización de **actividades de dinamización de la lectura y de otras actividades culturales** por parte de la librería.

- **Introducción de innovaciones radicales en la empresa:** cambio en la distribución por materias/secciones de la librería, mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.), diversificación y mejora de las formas de pago/suscripción de los clientes, y mayor cooperación con los agentes culturales del entorno.

Cuadro 16.

**Distribución aproximada del trabajo realizado en la librería por tareas funcionales (en %).
Según el tamaño de la librería. Años 2003-2007.**

Comunidad Valenciana	Grandes				
	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas, atención al cliente y marketing	54,8	46,3	57,9	51,7	44,7
Gestión /informatización de pedidos, existencias y devoluciones	29,3	39,8	20,6	34,4	33,7
Dirección general y gestión administrativa	15,9	13,9	21,5	13,9	21,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes				
	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas, atención al cliente y marketing	67,2	44,5	73,9	53,5	42,8
Gestión /informatización de pedidos, existencias y devoluciones	22,0	44,3	12,5	28,5	28,5
Dirección general y gestión administrativa	10,8	11,2	13,6	18,0	28,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas				
	2003	2004	2005	2006	2007
Ventas, atención al cliente y marketing	65,8	55,1	71,5	50,3	52,8
Gestión /informatización de pedidos, existencias y devoluciones	23,4	30,4	17,5	33,1	26,6
Dirección general y gestión administrativa	10,8	14,5	11,0	16,6	20,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 17.

**Sistemas de pedido de la librería (en %).
Por tamaño de la librería. Años 2002-2007**

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Pedido a través de visita comercial	16,5	8,7	10,3	18,1	7,0	2,7
Pedido por teléfono	11,9	14,0	23,5	17,7	14,4	17,5
Pedido por fax	56,1	48,5	47,9	39,4	35,1	34,2
Pedido por ordenador-módem	15,4	15,8	18,3	23,7	41,2	45,6
Otros sistemas de pedido	0,0	13,1	0,0	1,1	2,2	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Pedido a través de visita comercial	8,9	5,3	14,4	7,3	3,3	3,1
Pedido por teléfono	19,8	15,6	24,4	30,5	38,7	30,6
Pedido por fax	60,7	62,4	54,8	38,5	47,1	45,5
Pedido por ordenador-módem	10,0	7,4	6,4	20,3	10,9	20,8
Otros sistemas de pedido	0,7	9,4	0,0	3,3	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Pedido a través de visita comercial	11,8	8,5	4,4	7,9	15,6	20,2
Pedido por teléfono	21,5	28,9	33,2	25,7	30,5	34,3
Pedido por fax	58,0	50,2	49,2	44,8	26,8	22,1
Pedido por ordenador-módem	5,7	10,0	12,0	16,7	24,2	23,4
Otros sistemas de pedido	3,0	2,4	1,3	5,0	2,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 18.

Análisis del descuento medio otorgado por los proveedores (en %).

Según el tamaño de la empresa. Años 2002-2007

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Descuento medio	29,5	30,7	29,9	30,4	30,4	29,7

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Descuento medio	27,6	26,9	27,1	27,6	29,4	29,6

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Descuento medio	26,3	27,3	26,5	26,3	27,4	28,8

Cuadro 19.

Composición de las existencias (en %).

Según el tamaño de la empresa. Años 2004-2007

Comunidad Valenciana	Grandes			
	2004	2005	2006	2007
Existencias compradas	70,6	74,7	82,4	83,2
Existencias en depósito	29,4	25,3	17,6	16,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes			
	2004	2005	2006	2007
Existencias compradas	76,2	70,1	77,9	76,5
Existencias en depósito	23,8	29,9	22,1	23,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas			
	2004	2005	2006	2007
Existencias compradas	80,8	69,4	65,6	64,2
Existencias en depósito	19,2	30,6	34,4	35,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 20.

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

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Por servicio automático de novedades del proveedor	71,9	72,1	87,7	79,1	79,2	54,2
Por pedido expreso realizado por la propia librería	28,1	27,9	12,3	20,9	20,8	45,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 21.

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

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Porcentaje de devoluciones	27,1	30,2	30,4	43,9	36,4	33,9

Cuadro 22.

Informatización de la gestión de las existencias de la librería (en %).

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	92,9	92,9	94,1	100,0	100,0	100,0
No	7,1	7,1	5,9	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	93,8	82,4	85,7	86,7	100,0	100,0
No	6,3	17,6	14,3	13,3	0,0	0,0
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	88,9	95,8	88,0	81,5	86,2	89,5
No	11,1	4,2	12,0	18,5	13,8	10,5
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 23.

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

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad	Grandes					
Valenciana	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Programa propio	69,2	61,5	37,5	38,9	44,4	33,3
Programa adquirido	30,8	38,5	62,5	61,1	55,6	66,7
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad	Medianas- grandes					
Valenciana	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Programa propio	40,0	35,7	50,0	7,7	18,2	31,2
Programa adquirido	53,3	64,3	50,0	92,3	63,6	68,8
Ns/Nc	6,7	0,0	0,0	0,0	18,2	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad	Medianas-pequeñas					
Valenciana	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Programa propio	33,3	26,1	31,8	9,1	20,0	41,2
Programa adquirido	62,5	73,9	63,6	81,8	80,0	58,8
Ns/Nc	4,2	0,0	4,5	9,1	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 24.

Frecuencia de utilización del correo electrónico para comunicarse con los proveedores (en caso de no usar el SINLI) (en %). Según el tamaño de la librería. Años 2004-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes			
	2004	2005	2006	2007
Siempre	42,9	44,4	44,4	41,7
Muy frecuentemente	14,3	33,3	11,1	33,3
Frecuentemente	28,6	5,6	22,2	16,7
Algunas veces	7,1	5,6	11,1	0,0
Nunca	7,1	11,1	11,1	8,3
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes			
	2004	2005	2006	2007
Siempre	7,6	40,0	0,0	37,5
Muy frecuentemente	0,0	13,3	9,1	12,5
Frecuentemente	30,8	0,0	9,1	25,0
Algunas veces	23,1	33,3	45,5	18,8
Nunca	38,5	13,3	36,4	6,3
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas			
	2004	2005	2006	2007
Siempre	8,7	14,8	37,9	52,6
Muy frecuentemente	17,4	3,7	6,9	10,5
Frecuentemente	17,4	14,8	10,3	0,0
Algunas veces	21,7	14,8	24,1	21,1
Nunca	34,8	48,1	20,7	15,8
Ns/Nc	0,0	3,7	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 25.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros: a través de CEGAL en RED (en %).

Según el tamaño de la librería. Año 2006-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Siempre	33,3	0,0	18,2	0,0	13,8	10,5
Muy frecuentemente (casi cada día)	0,0	25,0	9,1	12,5	0,0	0,0
Frecuentemente (alguna vez por semana)	22,2	8,3	0,0	12,5	0,0	15,8
Algunas veces (al mes)	11,1	0,0	0,0	6,3	3,4	5,3
Nunca	33,3	66,7	63,6	62,5	75,9	68,4
Ns/nc	0,0	0,0	9,1	6,3	6,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 26.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros: a través de ISBN (en %).

Según el tamaño de la librería. Año 2006-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Siempre	33,3	33,3	18,2	37,5	13,8	15,8
Muy frecuentemente (casi cada día)	0,0	16,7	9,1	18,8	0,0	21,1
Frecuentemente (alguna vez por semana)	22,2	8,3	0,0	12,5	0,0	31,6
Algunas veces (al mes)	11,1	8,3	0,0	6,3	3,4	10,5
Nunca	33,3	33,3	63,6	25,0	75,9	21,1
Ns/nc	0,0	0,0	9,1	0,0	6,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 27.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros: a través de otras fuentes gratuitas (DILVE, etc.) (en %).

Según el tamaño de la librería. Año 2006-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Siempre	33,3	8,3	18,2	12,5	13,8	5,3
Muy frecuentemente (casi cada día)	0,0	8,3	9,1	25,0	0,0	0,0
Frecuentemente (alguna vez por semana)	22,2	8,3	0,0	6,3	0,0	10,5
Algunas veces (al mes)	11,1	8,3	0,0	6,3	3,4	21,1
Nunca	33,3	66,7	63,6	43,8	75,9	63,2
Ns/nc	0,0	0,0	9,1	6,3	6,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 28.

Porcentaje de librerías según la frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros: a través de otras fuentes de pago (en %).

Según el tamaño de la librería. Año 2006-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Siempre	33,3	0,0	18,2	0,0	13,8	5,3
Muy frecuentemente (casi cada día)	0,0	0,0	9,1	6,3	0,0	0,0
Frecuentemente (alguna vez por semana)	22,2	8,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Algunas veces (al mes)	11,1	8,3	0,0	6,3	3,4	0,0
Nunca	33,3	83,3	63,6	81,3	75,9	94,7
Ns/nc	0,0	0,0	9,1	6,3	6,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 29.

Porcentaje de utilización del SINLI por parte de las librerías (en %).

Según el tamaño de la librería. Años 2004-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes			
	2004	2005	2006	2007
Si utiliza SINLI	11,8	27,8	55,6	41,7
No utiliza SINLI	88,2	72,2	44,4	58,3
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes			
	2004	2005	2006	2007
Si utiliza SINLI	7,1	33,3	36,4	43,8
No utiliza SINLI	92,9	66,7	63,6	56,3
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas			
	2004	2005	2006	2007
Si utiliza SINLI	4,0	11,1	34,5	42,1
No utiliza SINLI	92,0	88,9	62,1	57,9
Ns/Nc	4,0	0,0	3,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 30.

**Frecuencia de utilización del SINLI por parte de las librerías que la usan (en %).
Según tamaño de la librería. Años 2005-2007.**

Comunidad Valenciana	Grandes		
	2005	2006	2007
Siempre	40,0	20,0	60,0
Muy frecuentemente	20,0	40,0	20,0
Frecuentemente	0,0	20,0	20,0
Algunas veces	40,0	0,0	0,0
Nunca	0,0	0,0	0,0
Ns/nc	0,0	20,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes		
	2005	2006	2007
Siempre	20,0	50,0	57,1
Muy frecuentemente	40,0	25,0	0,0
Frecuentemente	20,0	0,0	14,3
Algunas veces	20,0	0,0	0,0
Nunca	0,0	0,0	0,0
Ns/nc	0,0	25,0	28,6
Total	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas		
	2005	2006	2007
Siempre	100,0	40,0	62,5
Muy frecuentemente	0,0	30,0	37,5
Frecuentemente	0,0	0,0	0,0
Algunas veces	0,0	10,0	0,0
Nunca	0,0	0,0	0,0
Ns/nc	0,0	20,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

Cuadro 31.

Utilidad del SINLI como instrumento para una óptima gestión de la librería, según las librerías que lo utilizan en la actualidad (en %). Según tamaño de la librería. Años 2005-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes		
	2005	2006	2007
Muy útil e indispensable	80,0	60,0	60,0
Mas o menos útil e indispensable	0,0	40,0	40,0
Nada útil ni indispensable	0,0	0,0	0,0
Ns/nc	20,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes		
	2005	2006	2007
Muy útil e indispensable	60,0	75,0	57,1
Mas o menos útil e indispensable	0,0	25,0	42,9
Nada útil ni indispensable	40,0	0,0	0,0
Ns/nc	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas		
	2005	2006	2007
Muy útil e indispensable	100,0	50,0	37,5
Mas o menos útil e indispensable	0,0	50,0	50,0
Nada útil ni indispensable	0,0	0,0	0,0
Ns/nc	0,0	0,0	12,5
Total	100,0	100,0	100,0

Cuadro 32.

Porcentaje de librerías que no usan el SINLI según si disponen de ordenador en el establecimiento (en %).

Según tamaño de la librería. Años 2004-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes			
	2004	2005	2006	2007
Dispone de ordenador	100,0	100,0	100,0	100,0
No dispone de ordenador	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes			
	2004	2005	2006	2007
Dispone de ordenador	92,3	100,0	100,0	100,0
No dispone de ordenador	7,7	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas			
	2004	2005	2006	2007
Dispone de ordenador	100,0	91,7	100,0	100,0
No dispone de ordenador	0,0	8,3	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 33.

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

Comunidad Valenciana	Grandes			
	2004	2005	2006	2007
No conoce el SINLI	33,3	23,1	0,0	28,6
Lo conoce pero tiene un programa informático incompatible	n.d.	0,0	0,0	14,3
Conoce el SINLI y prevee instalarlo próximamente	n.d.	38,5	75,0	42,9
Conoce el SINLI pero no le interesa	26,7	30,8	25,0	0,0
Otros motivos	20,0	n.d.	0,0	0,0
NS/NC	20,0	7,7	0,0	14,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes			
	2004	2005	2006	2007
No conoce el SINLI	50,0	50,0	28,6	22,2
Lo conoce pero tiene un programa informático incompatible	n.d.	10,0	28,6	11,1
Conoce el SINLI y prevee instalarlo próximamente	n.d.	0,0	14,3	33,3
Conoce el SINLI pero no le interesa	41,7	20,0	28,6	22,2
Otros motivos	8,3	n.d.	0,0	0,0
NS/NC	0,0	20,0	0,0	11,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas			
	2004	2005	2006	2007
No conoce el SINLI	65,2	40,9	27,8	36,4
Lo conoce pero tiene un programa informático incompatible	n.d.	0,0	27,8	9,1
Conoce el SINLI y prevee instalarlo próximamente	n.d.	18,2	27,8	27,3
Conoce el SINLI pero no le interesa	8,7	36,4	11,1	18,2
Otros motivos	21,7	n.d.	0,0	0,0
NS/NC	4,3	4,5	5,6	9,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 34.

Número de distribuidores de libros con los que trabaja (en %)

Según el tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Número de distribuidores	158,2	81,2	161,3	91,5	85,6	72,7

Comunidad Valenciana	Medianas-grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Número de distribuidores	57,8	29,1	29,9	36,4	29,2	54,3

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Número de distribuidores	26,1	32,9	23,3	27,9	26,1	31,5

Cuadro 35.

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

Por tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	100,0	100,0	100,0	94,1	100,0	100,0
No	0,0	0,0	0,0	5,9	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	100,0	100,0	92,9	100,0	100,0	75,0
No	0,0	0,0	7,1	0,0	0,0	25,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	88,9	100,0	95,5	96,3	96,4	89,5
No	11,1	0,0	4,5	3,7	3,6	10,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 36.

Cantidad de pedidos gestionados mensualmente (en %).

Por tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Menos de 26 pedidos	7,1	0,0	5,9	0,0	0,0	0,0
De 26 a 50 pedidos	0,0	7,1	0,0	12,5	11,1	16,7
De 51 a 100 pedidos	0,0	7,1	5,9	6,3	0,0	16,7
De 101 a 200 pedidos	14,3	21,4	23,5	18,8	0,0	8,3
De 201 a 300 pedidos	28,6	7,1	5,9	12,5	11,1	8,3
Más de 300 pedidos	42,9	50,0	47,1	50,0	77,8	50,0
Ns/Nc	7,1	7,1	11,8	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Menos de 26 pedidos	6,3	5,9	0,0	26,7	0,0	25,0
De 26 a 50 pedidos	6,3	5,9	0,0	0,0	9,1	0,0
De 51 a 100 pedidos	12,5	29,4	7,1	13,3	9,1	0,0
De 101 a 200 pedidos	12,5	17,6	28,6	0,0	18,2	41,7
De 201 a 300 pedidos	18,8	17,6	7,1	26,7	18,2	8,3
Más de 300 pedidos	37,5	17,6	42,9	33,3	45,5	25,0
Ns/Nc	6,3	5,9	14,3	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Menos de 26 pedidos	12,5	12,0	4,0	15,4	7,4	11,8
De 26 a 50 pedidos	20,8	20,0	12,0	26,9	7,4	17,6
De 51 a 100 pedidos	0,0	20,0	12,0	3,8	40,7	11,8
De 101 a 200 pedidos	41,7	16,0	20,0	30,8	11,1	29,4
De 201 a 300 pedidos	4,2	16,0	12,0	7,7	7,4	5,9
Más de 300 pedidos	16,7	8,0	20,0	15,4	18,5	23,5
Ns/Nc	4,2	8,0	20,0	0,0	7,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 37.

Disponibilidad de servicio de telecompra (en %).

Por tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	57,1	100,0	35,7	50,0	55,6	50,0
No	42,9	0,0	64,3	38,9	44,4	50,0
Ns/Nc	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	25,0	41,2	20,0	33,3	27,3	50,0
No	56,3	58,8	80,0	66,7	72,7	50,0
Ns/Nc	18,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sí	22,2	36,0	20,0	11,1	24,1	33,3
No	70,4	64,0	80,0	81,5	72,4	66,7
Ns/Nc	7,4	0,0	0,0	7,4	3,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Cuadro 38.

Librerías que realizan actividades relacionadas con el libro (en%).

Por tamaño. Años 2005-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes		
	2005	2006	2007
Edita	11,1	33,3	16,7
Distribuye	16,7	0,0	16,7
Imprenta	0,0	0,0	0,0

Comunidad Valenciana	Medianas – grandes		
	2005	2006	2007
Edita	26,7	9,1	12,5
Distribuye	33,3	0,0	12,5
Imprenta	6,7	0,0	0,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas		
	2005	2006	2007
Edita	11,1	17,2	21,1
Distribuye	14,8	13,8	5,3
Imprenta	3,7	0,0	5,3

Cuadro 39.

**Librerías que organizan habitualmente actividades de dinamización de la lectura (en %).
Por tamaño. Años 2002-2007.**

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Publicación de catálogos	69,2	85,7	21,4	56,3	66,7	41,7
Presentación de libros	92,3	28,6	71,4	61,1	88,9	66,7
Cuenta cuentos	-	-	-	38,9	44,4	33,3
Conferencias	61,5	92,9	42,9	38,9	55,6	16,7
Animación a la lectura	53,8	14,3	28,6	25,0	44,4	25,0
Campañas en escuelas	38,5	42,9	21,4	25,0	33,3	16,7
Otras actividades de dinamización	-	-	-	22,2	44,4	0,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Publicación de catálogos	35,7	40,0	63,6	35,7	36,4	12,5
Presentación de libros	92,9	33,3	72,7	60,0	72,7	62,5
Cuenta cuentos	-	-	-	33,3	36,4	18,8
Conferencias	35,7	73,3	18,2	20,0	9,1	0,0
Animación a la lectura	35,7	0,0	27,3	42,9	27,3	0,0
Campañas en escuelas	28,6	46,7	45,5	50,0	27,3	0,0
Otras actividades de dinamización	-	-	-	20,0	9,1	6,3

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Publicación de catálogos	26,3	56,5	21,4	14,8	13,8	5,6
Presentación de libros	73,7	17,4	78,6	51,9	55,2	44,4
Cuenta cuentos	-	-	-	11,1	17,2	15,8
Conferencias	31,6	56,5	21,4	22,2	20,7	0,0
Animación a la lectura	31,6	0,0	28,6	33,3	17,2	22,2
Campañas en escuelas	42,1	34,8	35,7	18,5	14,8	16,7
Otras actividades de dinamización	-	-	-	22,2	13,8	5,3

Cuadro 40.

Librerías que realizan otras actividades culturales (en %).

Por tamaño de la librería. Años 2002-2007.

Comunidad Valenciana	Grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Edición de revistas	23,1	42,9	14,3	18,8	11,1	0,0
Conciertos	15,4	28,6	7,1	6,3	22,2	8,3
Cine-forum	7,7	35,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Exposiciones	30,8	42,9	28,6	43,8	44,4	16,7
Premios	23,1	50,0	28,6	25,0	33,3	0,0

Comunidad Valenciana	Medianas- grandes					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Edición de revistas	7,1	20,0	9,1	28,6	18,2	0,0
Conciertos	0,0	6,7	0,0	14,3	9,1	0,0
Cine-forum	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Exposiciones	28,6	40,0	36,4	14,3	9,1	0,0
Premios	21,4	13,3	18,2	21,4	0,0	0,0

Comunidad Valenciana	Medianas-pequeñas					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Edición de revistas	0,0	17,4	14,3	0,0	18,5	5,6
Conciertos	0,0	4,3	0,0	3,7	3,7	0,0
Cine-forum	0,0	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Exposiciones	47,4	26,1	0,0	11,1	14,8	16,7
Premios	10,5	21,7	28,6	14,8	11,1	11,1

Cuadro 41.

Porcentaje de librerías que en el último año han introducido alguna innovación relevante o radical en la empresa (en % afirmativo).

Según el tamaño de la librería. Año 2006-2007.

	Grandes		Medianas-grandes		Medianas-pequeñas	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Un cambio en la distribución por materias / secciones de la librería	50,0	25,0	45,5	46,7	24,1	31,6
Una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.)	37,5	16,7	45,5	40,0	37,9	26,3
Una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de clientes	25,0	0,0	0,0	13,3	10,7	0,0
Una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.)	77,8	0,0	45,5	13,3	44,4	5,3

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

A.2.1. Datos generales

- En este apartado de datos generales se consideran el **número de puntos de venta que tiene una misma empresa.**

Cuadro 42.

**Análisis del número de puntos de venta de las empresas (en %).
Según el tamaño de la empresa. Años 2003-2006.**

	Dispone de más de un punto de venta	Sólo dispone de un punto de venta
Grandes		
2003	62,5	37,5
2004	55,6	44,4
2005	57,1	42,9
2006	25,0	75,0
Medianas-Grandes		
2003	0,0	100,0
2004	0,0	100,0
2005	0,0	100,0
2006	0,0	100,0
Medianas-pequeñas		
2003	20,0	80,0
2004	0,0	100,0
2005	0,0	100,0
2006	0,0	100,0

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

- El resultado de cualquier actividad empresarial se obtiene de la diferencia entre **ingresos** percibidos y **gastos** realizados. La evolución de estas dos variables determina el sentido positivo o negativo del resultado de la gestión económica de la librería. En consecuencia, un análisis detallado de dichas variables aporta información de gran importancia para el negocio.

- Este apartado de la *Ficha B de Indicadores de Gestión de la Librería* tiene por objeto el estudio de las cinco cuestiones siguientes:
 - **análisis de los ingresos;**
 - **análisis de los gastos;**
 - **análisis de la liquidez;**
 - **análisis de la gestión de los activos;**
 - **análisis del endeudamiento;**
 - **análisis del margen bruto;**
 - **análisis de la rentabilidad.**

- Esta información tiene, como interés prioritario, el análisis comparativo de las magnitudes promedio del sector con los datos particularizados de cada librería. Este análisis se ha proporcionado de forma confidencial e individualizada a cada empresa (ver Modelos de Fichas en el Anexo 2).

- Sin embargo, **el estudio agregado a ámbito sectorial de este apartado del trabajo permite identificar ciertas cuestiones clave relativas a las características económicas del negocio librero, y compararlas con el conjunto del comercio minorista en España.**

A.2.2.1. Análisis de los ingresos

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

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

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

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

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

- **Estimación del coste de un día medio de ventas.** Esta *ratio* indica el reparto diario de la estimación realizada anteriormente del coste de las ventas.

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

Cuadro 43.
Análisis de los ingresos de la librería.
Según el tamaño de la empresa. Años 2003-2006.

	Promedio de ventas diarias (Euro/día)	Promedio del coste diario de las ventas en libros (Euro/ día)	Estimación del coste de los libros vendidos (Euro)
Muy grandes			
2006	6.307,01	4.288,77	1.543.955,43
Grandes			
2003	3.575,80	2.506,50	902.328,80
2004	7.542,59	5.229,32	1.882.556,64
2005	3.931,04	2.736,25	985.051,64
2006	3.061,08	2.125,55	765.199,36
Medianas-Grandes			
2003	1.205,10	887,50	319.483,50
2004	1.369,56	968,83	348.777,95
2005	1.330,86	953,45	343.243,17
2006	1.143,17	785,68	282.845,37
Medianas-pequeñas			
2003	513,80	374,80	134.939,10
2004	502,25	364,07	131.063,81
2005	465,01	337,54	121.516,02
2006	520,33	372,97	134.270,65

A.2.2.2. Análisis de los gastos

- El desarrollo de la actividad propia de la librería exige realizar una serie de gastos, cuya buena gestión tiene efectos directos sobre el resultado de la empresa. La cuenta de gastos de la librería se compone de un amplio abanico de conceptos, de forma que su análisis se ha estructurado en dos apartados:
 - **Análisis de las compras:** gastos correspondientes al aprovisionamiento de las mercancías (libros y otros productos) adquiridos para ser vendidos en la librería. Más concretamente se analizan los siguientes aspectos:
 - **volumen de compras totales;**
 - **volumen de compras en libros;**
 - **importancia relativa de las compras en libros;**
 - **Análisis de otros gastos:** resto de conceptos de gasto por los que la librería ha contraído la obligación de pagar una cierta cantidad de dinero.

Más concretamente, se analiza:

- **volumen de los gastos de personal;**
- **volumen de los gastos financieros;**
- **volumen de los otros gastos de explotación;**
- **porcentaje de los gastos en personal sobre los ingresos totales.**

Cuadro 44.
Compras de la librería.
Según el tamaño de la empresa. Años 2003-2006.

	Compras totales (Euro)	Compras en libros (Euro)	Importancia de las compras en libros (%)
Muy grandes			
2006	1.874.914,45	1.649.924,72	88,0
Grandes			
2003	1.130.380,30	963.211,00	85,2
2004	1.937.692,20	1.912.658,60	98,7
2005	1.188.683,30	1.065.259,50	89,6
2006	820.113,96	732.162,46	89,3
Medianas-Grandes			
2003	452.303,70	333.023,80	73,6
2004	491.709,60	380.652,40	77,4
2005	447.855,20	365.238,50	81,6
2006	504.084,73	324.948,93	64,5
Medianas-pequeñas			
2003	198.587,60	134.573,90	67,8
2004	172.359,30	125.842,20	73,0
2005	152.656,00	123.679,80	81,0
2006	246.941,72	141.674,65	57,4

Cuadro 45.

Otros gastos de la librería.

Según el tamaño de la empresa. Años 2003-2006.

	Gastos de personal (Euro)	Gastos financieros (Euro)	Otros gastos de explotación	% Gastos de personal sobre ingresos totales
Muy grandes				
2006	358.559,25	1.517,64	177.681,13	13,90
Grandes				
2003	228.735,20	7.924,90	98.525,40	15,13
2004	431.776,30	11.405,50	247.700,50	15,7
2005	218.306,70	4.174,50	135.185,80	13,77
2006	232.063,49	11.204,33	128.261,09	18,78
Medianas-Grandes				
2003	75.237,80	3.487,50	44.277,00	12,78
2004	69.542,90	4.437,10	42.959,50	11
2005	86.016,80	4.489,90	36.011,50	14,78
2006	86.374,74	1.855,10	36.976,49	13,68
Medianas-pequeñas				
2003	45.684,00	4.074,40	23.927,00	16,54
2004	45.692,10	2.742,50	36.944,20	18,52
2005	32.763,00	1.883,20	18.240,30	15,82
2006	53.544,49	3042,02	26.201,72	16,53

A.2.2.3. Análisis de la liquidez

- Los indicadores de liquidez de las empresas permiten diagnosticar las posibilidades de afrontar los pagos a corto plazo (y por lo tanto, el riesgo de incurrir en situación de suspensión de pagos). Para ello, los indicadores elaborados reflejan la relación existente entre el valor del activo líquido de la empresa (activo circulante, tesorería y activo disponible) y el valor de las deudas. En concreto, se han elaborado las siguientes ratios:

- **Liquidez.** Es igual a la división entre el activo circulante por el pasivo exigible a corto plazo. Habitualmente se considera que, para que la empresa no tenga tensiones respecto de su liquidez, el valor de esta ratio debe ser próximo a 2: puede haber problemas de liquidez (y riesgo de suspensión de pagos) si el valor es muy inferior a 2 y, por el contrario, puede evidenciarse que hay un activo circulante “ocioso” si éste es muy superior a 2.

$$\text{Ratio de liquidez} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Exigible a corto plazo}}$$

- **Tesorería.** Es igual al activo realizable más el activo disponible dividido por el pasivo exigible a corto plazo. En este caso, e indicativamente, la ratio debe tener un valor próximo a 1: puede haber problemas de liquidez (y riesgo de suspensión de pagos) si el valor es muy inferior a 1 y, por el contrario, puede existir un “exceso” de activos líquidos si éste es muy superior a 1.

$$\text{Ratio de tesorería} = \frac{\text{Activo realizable y activo disponible}}{\text{Exigible a corto plazo}}$$

- **Disponibilidad.** Es la relación entre el activo disponible y el pasivo exigible a corto plazo. En este caso, el valor indicativo de la ratio es 0,3: la empresa puede tener problemas para realizar sus pagos si el valor es muy inferior a 0,3 y, por el contrario, puede existir un “exceso” de recursos disponibles si éste es muy superior a 0,3.

$$\text{Ratio de disponibilidad} = \frac{\text{Activo disponible}}{\text{Exigible a corto plazo}}$$

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

$$\text{Ratio del fondo de maniobra} = \text{Activo circulante} - \text{Exigible a corto plazo}$$

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

Cuadro 46.

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

	Ratio de liquidez	Ratio de tesorería	Ratio de disponibilidad	Fondo de maniobra (Eur.)
Muy grandes				
2006	1,60	1,15	0,71	522.180,64
Grandes				
2006	1,46	0,26	0,11	174.560,05
Medianas-grandes				
2006	2,23	0,67	0,22	151.857,63
Medianas-pequeñas				
2006	1,04	0,29	0,16	6.210,64

A.2.2.4. Análisis de los activos

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- **Rotación del activo circulante.** Resulta de dividir las ventas por el activo circulante. Igualmente, a mayor valor de la *ratio*, mayores ventas se realizan respecto de su activo circulante.

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

La comparación de los valores obtenidos en las tres *ratios* anteriores permite conocer la existencia de posibles diferencias en el rendimiento que se obtiene de los diferentes componentes del activo de la empresa (fijo y circulante).

Cuadro 47.

Existencias de la librería, rotación y días para venderlas.

Según el tamaño de la empresa. Años 2003-2006.

	Existencias iniciales (Euro)	Existencias finales (Euro)	Existencias medias (Euro)	Rotación del promedio de existencias	Días para vender las existencias (días)
Muy grandes					
2006	343.993,65	390.888,81	367.441,23	7,02	70,55
Grandes					
2003	362.380,10	410.907,60	386.643,90	6,79	141,32
2004	511.471,60	500.431,50	505.951,60	5,44	94
2005	295.888,20	314.702,70	305.295,40	5,19	92,46
2006	413.314,86	454.481,46	433.898,16	2,85	190,47
Medianas –grandes					
2003	173.179,30	164.843,60	169.011,40	5,08	149,44
2004	171.417,60	184.405,40	177.911,50	3,54	129,1
2005	167.732,80	164.764,60	171.890,60	3,46	136,96
2006	174.231,04	192.284,47	183.257,76	3,45	130,88
Medianas-pequeñas					
2003	90.953,50	96.316,10	93.634,80	4,2	181,84
2004	94.004,20	99.919,00	96.961,60	2,54	202,52
2005	87.338,50	74.919,20	84.674,30	2,34	214,81
2006	119.827,57	109.061,95	119.790,36	2,82	169,21

Cuadro 48.

Productividad y rotación de los activos de la librería.

Según el tamaño de la empresa. Años 2003-2006.

	Rotación de los activos totales	Rotación del activo fijo	Rotación del activo circulante
Muy grandes			
2006	1,76	35,24	1,86
Grandes			
2003	1,86	-	-
2004	1,64	-	-
2005	2,00	-	-
2006	1,54	5,00	2,23
Medianas –grandes			
2003	2,49	-	-
2004	1,54	-	-
2005	1,50	-	-
2006	-	-	-
Medianas-pequeñas			
2003	1,72	-	-
2004	1,39	-	-
2005	1,49	-	-
2006	1,12	2,42	2,07

A.2.2.5. Análisis del endeudamiento

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

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

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

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

- **Ratio de gastos financieros.** Esta relación entre los gastos financieros y las ventas totales netas es indicativa de la capacidad de la empresa para soportar su carga de endeudamiento. Los gastos financieros son gastos fijos que la empresa tiene que pagar con la tesorería (procedente de las ventas). En general, si el valor de la ratio es superior a 0,05 indica que los gastos financieros son excesivos en relación con la cifra de ventas; si éste se encuentra entre 0,04 y 0,05, ello indica que hay que actuar con prudencia; finalmente, hay que interpretar que los gastos financieros no son excesivos si el valor de la *ratio* es inferior a 0,04.

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

- **Ratio de autonomía financiera.** En general los valores correspondientes a esta *ratio* tienen que situarse entre el 0,4 y el 0,5. Estos valores indican que la empresa está suficientemente capitalizada y que su endeudamiento no es excesivo (en otras palabras, que no le falta capital ni le sobran deudas). Si el valor es superior, la empresa puede encontrarse ante una situación de capital excesivo que quizá infrutiliza, por cuya razón no obtiene una rentabilidad óptima.

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

Cuadro 49.
Endeudamiento de la librería.
Según el tamaño de la librería. Años 2003-2006.

	<i>Ratio de endeudamiento</i>	<i>Ratio de calidad de la deuda</i>	<i>Ratio de gastos financieros</i>	<i>Ratio de autonomía financiera</i>
Muy grandes				
2006	0,60	0,99	0,001	0,67
Grandes				
2003	0,74	0,86	0,006	0,46
2004	0,6	0,78	0,004	0,66
2005	0,74	0,89	0,003	0,35
2006	0,79	0,60	0,009	0,27
Medianas –grandes				
2003	0,68	0,93	0,006	0,72
2004	0,76	0,64	0,007	0,31
2005	0,7	0,69	0,008	0,42
2006	0,51	0,80	0,003	0,97
Medianas-pequeñas				
2003	0,81	0,74	0,018	0,41
2004	0,7	0,83	0,011	0,43
2005	0,88	0,79	0,009	0,14
2006	0,72	0,72	0,009	0,39

A.2.2.6. Análisis del margen y del valor añadido bruto

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

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

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

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

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

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

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

- **Porcentaje del valor añadido.**

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

Cuadro 50.

Margen bruto y valor añadido bruto.

Según el tamaño de la librería. Años 2003-2006.

	Margen bruto	Ratio del margen bruto	Valor añadido	Ratio del valor añadido
Muy grandes				
2006	705.224,98	27,33	526.026,20	20,39
Grandes				
2003	380.403,80	25,02	281.878,40	18,13
2004	812.642,90	29,55	553.536,90	20,13
2005	396.596,84	25,02	257.236,46	16,23
2006	415.707,30	33,64	276.241,88	22,35
Medianas –grandes				
2003	129.641,30	24,27	85.364,20	15,31
2004	140.418,10	22,21	93.021,50	14,72
2005	133.980,33	23,03	93.478,95	16,07
2006	127.260,96	20,16	88.429,36	14,01
Medianas-pequeñas				
2003	77.179,70	28,27	53.252,70	18,95
2004	74.382,10	30,15	34.695,40	14,06
2005	54.393,94	26,27	34.270,43	16,55
2006	77.070,70	23,79	47.826,96	14,76

A.2.2.7. Análisis de rentabilidad

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

- **Rentabilidad económica:** es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total. Esta ratio permite conocer la productividad del activo de la empresa, de manera que un incremento de su valor indica que sus activos ganan en rentabilidad (o viceversa). Este hecho puede ser consecuencia de un aumento de la rotación de su activo (al incrementarse las ventas, o reducirse el activo), o bien por un aumento del margen de las ventas (por incrementarse el descuento obtenido por la librería de los proveedores, o reducirse los costes de la empresa).

$$\text{Ratio de rentabilidad económica} = \frac{\text{Beneficio antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total}}$$

- **Beneficios sobre ventas:** muestra el beneficio bruto (antes de impuestos), generados por la empresa como proporción de su cifra de negocio.

$$\text{Ratio de beneficios sobre ventas} = \frac{\text{Beneficio antes de impuestos}}{\text{Ventas totales}}$$

Cuadro 51.

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

	Rentabilidad económica	% de beneficios sobre ventas
Muy grandes		
2006	0,097	5,595
Grandes		
2006	0,026	1,228
Medianas-grandes		
2006	0,003	0,495
Medianas-pequeñas		
2006	-0,033	-3,784

Anexo 2.) Metodología del trabajo

Presentación

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

a.) Niveles de respuesta

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

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
Tipología de la librería	---	100,0	100,0	100,0
Asociación a la que pertenece la librería	---	91,7	100,0	94,7
Organiza actividades de dinamización como:				
- Presentaciones de libros	---	100,0	100,0	100,0
- Cuenta-cuentos	---	100,0	100,0	100,0
- Conferencias	---	100,0	100,0	100,0
- Publicación de catálogos	---	100,0	100,0	100,0
- Animación en escuelas	---	100,0	100,0	100,0
- Otras actividades	---	100,0	100,0	100,0
Edita libros	---	100,0	100,0	100,0
Distribuye libros	---	100,0	100,0	100,0
Realiza actividades de imprenta o artes gráficas	---	100,0	100,0	100,0
Superficie de acceso al público	---	91,7	93,8	89,5
Superficie de almacén	---	91,7	93,8	89,5
Otras superficies	---	91,7	93,8	89,5
Superficie total	---	100,0	100,0	89,5
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de acceso	---	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de almacén	---	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie total	---	100,0	100,0	100,0
Número de trabajadores fijos	---	100,0	100,0	100,0
Número de trabajadores eventuales	---	100,0	100,0	100,0
Número de meses trabajados por el total de los trabajadores	---	100,0	100,0	100,0
Número de días semanales de apertura de la librería	---	100,0	100,0	100,0
Número de horas semanales de apertura de la librería	---	100,0	100,0	100,0

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

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
	Ventas totales (euro)	---	100,0	100,0
Ventas de libros (euro)	---	58,3	62,5	42,1
Distribución de ventas por productos	---	100,0	100,0	100,0
Composición de las ventas en libros	---	100,0	100,0	94,7
Distribución del tiempo de trabajo por funciones	---	91,7	87,5	84,2
Distribución de las ventas según la lengua de publicación	---	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de descuento otorgado por los proveedores	---	100,0	100,0	100,0
Evolución de las ventas del último año	---	91,7	100,0	100,0
Evolución de las ventas de best-sellers	---	91,7	100,0	100,0
Evolución de las ventas de libro de fondo	---	91,7	100,0	100,0
Evolución de las ventas de libro escolar	---	91,7	100,0	100,0
Ventas según el canal de compra	---	100,0	100,0	100,0
Meses trabajados / superficie total (meses/ m ²)	---	100,0	100,0	89,5
Ventas totales / superficie total (euro/ m ²)	---	58,3	62,5	42,1
Ventas en libros / superficie total en libros (euro/ m ²)	---	58,3	62,5	42,1
Ventas totales/ meses trabajados (euro / meses)	---	58,3	62,5	42,1
Distribución según el sistema de pedido	---	100,0	100,0	94,7
Sistema de recepción de novedades	---	100,0	100,0	100,0
Ejemplares en estoc	---	100,0	87,5	78,9
Composición de las existencias	---	100,0	93,8	100,0
Devoluciones anuales	---	91,7	68,8	73,7

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

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
	Informatización de la gestión de la librería	---	100,0	100,0
Tipología de programa	---	100,0	100,0	100,0
Utilización del SINLI	---	100,0	100,0	100,0
Innovación en la distribución por materias en el último año	---	100,0	93,8	100,0
Innovación por mejora de técnicas de exposición en el último año	---	100,0	93,8	100,0
Innovación por diversificación de las formas de pago en el último año	---	100,0	93,8	100,0
Innovación por mayor cooperación con agentes culturales en el último año	---	100,0	93,8	100,0
Número de distribuidores	---	75,0	43,8	68,4
Realización de actividades	---	100,0	100,0	94,7
Servicio de pedido a clientes	---	100,0	100,0	100,0
Cantidad de pedidos a clientes gestionada	---	100,0	100,0	100,0
Servicio de telecompra a clientes	---	100,0	75,0	94,7

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %) para el conjunto de España.
Por indicadores de la Ficha. Año 2007**

Descripción	Muy grandes	Grandes	Medianas - grandes	Medianas - pequeñas
	Tipología de la librería	100,0	100,0	100,0
Asociación a la que pertenece la librería	97,6	94,3	96,9	98,1
Organiza actividades de dinamización como:				
- Presentaciones de libros	100,0	100,0	100,0	100,0
- Cuenta-cuentos	100,0	100,0	100,0	100,0
- Conferencias	100,0	100,0	100,0	100,0
- Publicación de catálogos	100,0	100,0	100,0	100,0
- Animación en escuelas	100,0	100,0	100,0	100,0
- Otras actividades	100,0	100,0	100,0	100,0
Edita libros	100,0	100,0	100,0	100,0
Distribuye libros	100,0	100,0	100,0	100,0
Realiza actividades de imprenta o artes gráficas	100,0	100,0	100,0	100,0
Superficie de acceso al público	100,0	97,6	97,4	96,2
Superficie de almacén	100,0	97,6	97,4	95,8
Otras superficies	100,0	97,6	97,4	96,2
Superficie total	100,0	99,2	97,9	96,6
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de acceso	100,0	100,0	97,9	99,2
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de almacén	100,0	100,0	97,9	98,5
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie total	100,0	100,0	97,4	97,7
Número de trabajadores fijos	100,0	100,0	99,5	99,2
Número de trabajadores eventuales	100,0	100,0	99,5	99,2
Número de meses trabajados por el total de los trabajadores	100,0	100,0	99,5	99,2
Número de días semanales de apertura de la librería	100,0	100,0	99,5	99,6
Número de horas semanales de apertura de la librería	100,0	100,0	98,4	96,6

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %) para el conjunto de España.
Por indicadores de la Ficha. Año 2007 (Continuación)**

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

**Ficha A. Nivel de respuesta de las librerías (en %) para el conjunto de España.
Por indicadores de la Ficha. Año 2007 (Continuación)**

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

b.) Fichas enviadas a las librerías

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

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
Referencia	Numérico	Referencia del cuestionario
Nomlib	Texto	Nombre completo de la librería
Vía	Texto	Vía donde se encuentra la librería
Númvia	Texto	Número de vía donde se encuentra la librería
CP	Texto	Código postal de la librería
Municipio	Texto	Municipio de la librería
Provincia	Texto	Provincia de la librería
CCAA	Texto	Comunidad Autónoma de la librería
Teléfono	Texto	Número de teléfono de la librería
Fax	Texto	Número de fax de la librería
Mail	Texto	Correo electrónico de la librería
Web	Texto	Página web de la librería
Persona	Texto	Nombre de la persona que contesta
Apcontesta	Texto	Apellidos de la persona que contesta
Cargo_contesta	Texto	Cargo de la persona que contesta
Nomresp	Texto	Nombre de la persona responsable de la librería
Apresp	Texto	Apellidos de la persona responsable de la librería
Cargo_resp	Texto	Cargo de la persona responsable de la librería
Nomempr	Texto	Nombre de la empresa a la que pertenece la librería
Titular	Numérico	El titular de la librería es: 1 = Persona jurídica , 2 = Persona física , 9 = NS/NC
Sociedad	Numérico	Si el titular de la librería es una persona jurídica, de que tipo de sociedad se trata: 0 = no se trata de una persona jurídica, sino física 1 = Sociedad anónima 2 = Sociedad limitada 3 = Otras 9 = NS/NC
Munsede	Texto	Municipio de la sede principal de la empresa
Añofund	Texto	Año de fundación de la librería
Numlib	Numérico	Si la empresa cuenta con más de 1 librería, indicar el número total. 9 =NS/NC
nomlib1	Texto	Nombre de la librería A
nomlib2	Texto	Nombre de la librería B
nomlib3	Texto	Nombre de la librería C
nomlib4	Texto	Nombre de la librería D
munsede	Texto	Municipio de la librería A
munlib2	Texto	Municipio de la librería B
munlib3	Texto	Municipio de la librería C
munlib4	Texto	Municipio de la librería D

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

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

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

Campo	Tipo	Descripción del campo																				
Código ³	Numérico	Código de referencia de la librería																				
Tipo	Numérico	Tipo de librería: 1 = librería especializada 2 = librería general con especialización 3 = librería general de fondo 4 = librería general de proximidad 9 = NS/NC																				
Espe1	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado: <table border="1"> <thead> <tr> <th>idesp</th> <th>especialización</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Ciencias filosóficas, filosofía</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Religión</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Ciencias sociales</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Generalidades</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Ciencias puras</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Tecnología</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Artes, recreación</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>Lenguajes, lingüística y literatura</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>Ciencias auxiliares de la historia</td> </tr> </tbody> </table>	idesp	especialización	1	Ciencias filosóficas, filosofía	2	Religión	3	Ciencias sociales	4	Generalidades	5	Ciencias puras	6	Tecnología	7	Artes, recreación	8	Lenguajes, lingüística y literatura	9	Ciencias auxiliares de la historia
idesp	especialización																					
1	Ciencias filosóficas, filosofía																					
2	Religión																					
3	Ciencias sociales																					
4	Generalidades																					
5	Ciencias puras																					
6	Tecnología																					
7	Artes, recreación																					
8	Lenguajes, lingüística y literatura																					
9	Ciencias auxiliares de la historia																					
Espe2	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado igual que Espe1.																				
Espe3	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado igual que Espe1.																				
Espe4	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado igual que Espe1.																				
Tamaño	Numérico	Tamaño de la librería por tramos de facturación en ¤ 1 = menos de 150.000 ¤ 2 = de 150.000 a 300.000 ¤ 3 = de 300.000 a 600.000 ¤ 4 = de 600.000 a 1.500.000 ¤ 5 = más de 1.500.000 ¤ 9 = NS/NC																				

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

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
CEGAL	Numérico	Pertenencia a CEGAL: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Gremprov	Numérico	Pertenencia al Gremio Provincial de librerías: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Edita	Numérico	Entre las actividades que realiza relacionadas con el libro, está la edición: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Distribuye	Numérico	Entre las actividades que realiza relacionadas con el libro, está la distribución: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Imprenta	Numérico	Entre las actividades que realiza relacionadas con el libro, está la imprenta: 1= Sí 2= No 9= NS/NC
Supacc	Numérico	Superficie en m ² del área de acceso al público
nnsupac	Numérico	Indica si el campo Supacc ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Supalm	Numérico	Superficie en m ² del almacén
nssupalm	Numérico	Indica si el campo Supalm ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Ressup	Numérico	Superficie en m ² de la resta de la librería
nsressup	Numérico	Indica si el campo Ressup ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Suptot	Numérico	Superficie en m ² del total de la librería

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

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

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

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

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
distrdirecc	Numérico	Tiempo en meses destinado a las tareas de dirección general y gestión administrativa. Puede contestarse este campo o el siguiente.
distrdireccporc	Numérico	Porcentaje sobre el total de tiempo trabajado, destinado a las tareas de dirección general y gestión administrativa
nsdistrdirecc	Numérico	Indica si el campo Distrdirecc o Distrdireccporc ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
distrtot	Numérico	Tiempo total en meses trabajado por el conjunto de trabajadores de la librería
distrtotperc	Numérico	El porcentaje total de tiempo trabajado, en caso de haber contestado porcentualmente debe ser la suma de los tres anteriores y por tanto 100%.
nsdistrtot	Numérico	Indica si el campo Distrtot o Distrtotperc ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Días	Numérico	Número de días semanales de apertura de la librería
nsdia	Numérico	Indica si el campo Días ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Horas	Numérico	Número de horas semanales de apertura de la librería
nshora	Numérico	Indica si el campo Horas ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Ventlib	Numérico	% de ventas en libros
Ventrev	Numérico	% de ventas en revista y quiosco
Ventpap	Numérico	% de ventas en papelería
Ventmus	Numérico	% de ventas en música i vídeo
Venot	Numérico	% de ventas en otros productos
Prodesp	Texto	Especificación de otros productos

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
nsprod	Numérico	Indica si los campos Ventlib, Ventrev, Ventpap, Ventmus y Venot ha sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrán indicada una respuesta)
complibesc	Numérico	% de ventas en libros escolares
complibuni	Numérico	% de ventas en libros universitarios
complibreto	Numérico	% de ventas en otras materias de libros
complibttotal	Numérico	Suma de los % de ventas de libros escolares, universitarios y resto de materias. Debe sumar 100%.
nscomplib	Numérico	Indica si los campos complibesc, complibuni, complibreto y complibttotal ha sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrán indicada una respuesta)
Ventas	Numérico	Ventas totales netas en libros al año en miles de euros
nsventa	Numérico	Indica si el campo Ventas ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Descuento	Numérico	Promedio, en porcentaje, del descuento otorgado por proveedores
nsdesc	Numérico	Indica si el campo Descuento ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Devol	Numérico	Promedio, en porcentaje, de las devoluciones efectuadas por las librerías
nsdevol	Numérico	Indica si el campo Devol ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Ventcas	Numérico	Porcentaje de libros vendidos en castellano
Ventval	Numérico	Porcentaje de libros vendidos en valenciano
Ventatot	Numérico	Porcentaje de libros vendidos en otras lenguas oficiales del Estado
Ventex	Numérico	Porcentaje de libros vendidos en lengua extranjera

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
nslengua	Numérico	Indica si los campos Ventcas, Ventval, Ventatot y Ventex ha sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrán indicada una respuesta)
Evolventas	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas totales 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventbest	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas de best-sellers 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventlibfon	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas de libro de fondo 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Ventlibesc	Numérico	Evolución de las ventas en relación con las del año anterior: ventas de libro escolar 1 = Superiores 2 = Iguales 3 = Inferiores 9 = Ns/nc
Numaprox	Numérico	Número de distribuidores con los que trabaja la librería
nsnumaprox	Numérico	Indica si el campo Distrib ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Pedvis	Numérico	% de pedidos mediante la visita del representante
Pedtel	Numérico	% de pedidos por teléfono
Pedfax	Numérico	% de pedidos por fax
Pedord	Numérico	% de pedidos por ordenador-modem
Pedot	Numérico	% de pedidos mediante otros sistemas
Pedesp	Texto	Especificación de otros sistemas de pedido

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
nspedido	Numérico	Indica si los campos Pedvis, Pedtel, Pedfax, Pedord y Pedot ha sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrán indicada una respuesta)
Dimfonlib	Numérico	Dimensión del fondo de libros: 1= Menos de 3.000 ejemplares 2= De 3.000 a 5.000 ejemplares 3= De 5.001 a 10.000 ejemplares 4= De 10.001 a 25.000 ejemplares 5= Más de 25.000 ejemplares 9= NS/NC
Activpublica	Numérico	Realiza publicación de catálogos: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
Activedicion	Numérico	Realiza edición de revistas: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivConc	Numérico	Realiza conciertos: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivPresen	Numérico	Realiza presentaciones de libros: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
ActivConfer	Numérico	Organiza conferencias: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
ActivCine	Numérico	Organiza cine-forum: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivAnim	Numérico	Realiza actividades de animación a la lectura: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivCampa	Numérico	Realiza campañas en escuelas: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivExpo	Numérico	Organiza exposiciones: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
nsActiv	Numérico	Indica si han sido contestados los campos anteriores referentes a las actividades de la librería: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrá indicada una respuesta)
Activpremios	Numérico	Organiza premios: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
Activpremiostxt	Texto	Detalle de la convocatoria de los premios
Activcuentos	Numérico	Organiza actividades de cuenta-cuentos en la librería: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
Otrasact	Numérico	Organiza otras actividades de dinamización de la lectura en la librería: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
Otrasactiv	Texto	Especificación de las otras actividades de dinamización de la lectura realizadas en la librería.
Servpedido	Numérico	Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes: 1 = sí 2 = no 9 = NS/NC
Servpedidonum	Numérico	Número de pedidos gestionados mensualmente: 1= Menos de 26 pedidos 2= De 26 a 50 pedidos 3= De 51 a 100 pedidos 4= De 101 a 200 pedidos 5= De 201 a 300 pedidos 6= Más de 300 pedidos 9= NS/NC
Servtelecomp	Numérico	Disponibilidad de servicio de telecomp: 1 = sí 2 = no 9 = NS/NC
Informat	Numérico	Gestión informatizada de las existencias: 1 = sí 2 = no 9 = NS/NC

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
Programa	Numérico	Utilización de tipo de programa: 1 = propio 2 = adquirido 9 = NS/NC
Mailprov	Numérico	Frecuencia de utilización del correo electrónico para comunicarse con los proveedores en caso de no utilizar el SINLI: 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
SINLI	Numérico	Utilización del SINLI en sus relaciones con distribuidores / editores: 1 = Sí , 2 = No , 9 = NS/NC En caso de no usar el SINLI, las siguientes preguntas referentes a la utilización del programa quedaran en blanco o en 0.
FrecSinli	Numérico	Contestar únicamente en caso de haber respondido afirmativamente a SINLI. Frecuencia con que utiliza el SINLI: 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
Sinliuti	Numérico	Contestar únicamente en caso de haber respondido afirmativamente a SINLI. De cara al futuro, cree que el SINLI como instrumento para una óptima gestión de la librería será progresivamente: 1 = muy útil e indispensable 2 = más o menos útil e indispensable 3 = nada útil ni indispensable 9 = NS/NC
NoSINLI	Numérico	Contestar únicamente los que han respondido negativamente a SINLI. Motivos para no utilizar el SINLI en sus relaciones con distribuidores / editores: 1 = No dispone de ordenador 2 = Sí dispone de ordenador 9 = Ns/nc

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
FrecISBN	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: ISBN 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
FrecGratis	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: otras fuentes gratuitas (DILVE, etc.) 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
FrecPago	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: otras fuentes de pago 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
P29a	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: un cambio en la distribución por materias/ secciones de la librería. 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
P29b	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.) 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
P29c	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de los clientes. 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
P29d	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.) 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
Código ⁴	Numérico	Código de referencia de la empresa.
CCAA	Texto	Comunidad Autónoma donde se encuentra la empresa.
Obs	Texto	Observaciones sobre los datos
Fecha	Fecha	Fecha de cierre a la que van referidos los datos de balance.
Moneda	Numérico	Unidades en que se encuentran los datos de balance y cuenta de pérdidas y ganancias en la nota del Registro Mercantil. 1 = en Euros 2 = en miles de Euros
Tipdoc	Numérico	Tipo de documentación: 1 = Normal 2 = Abreviada 3 = Personalizada
Ocfijact	Numérico	Número de ocupados fijos en la empresa en el año 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
Ocfijant	Numérico	Número de ocupados fijos en la empresa en el año 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
Oceveact	Numérico	Número de ocupados eventuales en la empresa en el año 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
Oceveant	Numérico	Número de ocupados eventuales en la empresa en el año 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
Octotact	Numérico	Número de ocupados totales en la empresa en el año 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
Octotant	Numérico	Número de ocupados totales en la empresa en el año 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
<i>Datos de balance: datos del activo</i>		
ACDNEact	Numérico	Valor de los Accionistas por desembolsos no exigidos en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
ACDNEant	Numérico	Valor de los Accionistas por desembolsos no exigidos en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
INMact	Numérico	Valor del inmovilizado total en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
INMant	Numérico	Valor del inmovilizado total en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
IMIMATact	Numérico	Valor del inmovilizado inmaterial del ejercicio en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
IMIMATant	Numérico	Valor del inmovilizado inmaterial del ejercicio en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
IMMATact	Numérico	Valor del inmovilizado material del ejercicio en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
IMMATant	Numérico	Valor del inmovilizado material del ejercicio en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.

⁴ El código es una referencia numérica asignada a cada una de las librerías que han contestado el cuestionario, creado a efectos de garantizar la absoluta confidencialidad de los datos proporcionados.

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
IMFINact	Numérico	Valor del inmovilizado financiero del ejercicio en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
IMFINant	Numérico	Valor del inmovilizado financiero del ejercicio en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
GASact	Numérico	Valor de los gastos a distribuir en varios ejercicios en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
GASant	Numérico	Valor de los gastos a distribuir en varios ejercicios en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
ACact	Numérico	Valor del Activo Circulante total en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
ACant	Numérico	Valor del Activo Circulante total en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
Eact	Numérico	Valor total de las existencias en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
Eant	Numérico	Valor total de las existencias en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
DEUDact	Numérico	Valor total de los deudores en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
DEUDant	Numérico	Valor total de los deudores en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
CLIact	Numérico	Valor total de los clientes por ventas en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
CLiant	Numérico	Valor total de los clientes por ventas en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
DEUEGact	Numérico	Valor de las empresas del grupo, deudoras en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
DEUEGant	Numérico	Valor de las empresas del grupo, deudoras en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
DEUEAact	Numérico	Valor de las empresas asociadas, deudoras en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
DEUEAant	Numérico	Valor de las empresas asociadas, deudoras en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
INVFINact	Numérico	Valor de las inversiones financieras temporales del ejercicio en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
INVFINant	Numérico	Valor de las inversiones financieras temporales del ejercicio en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
APCTact	Numérico	Valor de las acciones propias a corto plazo en el ejercicio 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
APCTant	Numérico	Valor de las acciones propias a corto plazo en el ejercicio 2005. Si no se conoce, aparece 9999.

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
TESact	Numérico	Valor de la tesorería en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
TESant	Numérico	Valor de la tesorería en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
ACTIVOact	Numérico	Valor total del Activo en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
ACTIVOant	Numérico	Valor total del Activo en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
<i>Datos de balance: datos del pasivo</i>		
FPact	Numérico	Valor de los fondos propios en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
FPant	Numérico	Valor de los fondos propios en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
PYGact	Numérico	Valor de las pérdidas y ganancias en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
PYGant	Numérico	Valor de las pérdidas y ganancias en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
INGDact	Numérico	Valor de los ingresos a distribuir en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
INGDant	Numérico	Valor de los ingresos a distribuir en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
PROLPact	Numérico	Valor de las provisiones a largo plazo en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
PROLPant	Numérico	Valor de las provisiones a largo plazo en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
ACLPact	Numérico	Valor de los acreedores a largo plazo en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
ACLPant	Numérico	Valor de los acreedores a largo plazo en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
ACCPact	Numérico	Valor de los acreedores a corto plazo en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
ACCPant	Numérico	Valor de los acreedores a corto plazo en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
PROVEact	Numérico	Valor de los acreedores comerciales en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
PROVEant	Numérico	Valor de los acreedores comerciales en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
PROCPact	Numérico	Valor de las provisiones a corto plazo en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
PROCPant	Numérico	Valor de las provisiones a corto plazo en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
PASIVOact	Numérico	Valor del total del pasivo en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
PASIVOant	Numérico	Valor del total del pasivo en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
<i>Datos de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias: Debe</i>		
COMPact	Numérico	Valor de los consumos de explotación en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
COMPant	Numérico	Valor de los consumos de explotación en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
GPERSact	Numérico	Valor de los gastos de explotación en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
GPERSant	Numérico	Valor de los gastos de explotación en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
DOTAMact	Numérico	Valor de las dotaciones para amortizaciones en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
DOTAMant	Numérico	Valor de las dotaciones para amortizaciones en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
VPROVTact	Numérico	Valor de las variaciones de provisiones de tráfico en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
VPROVTant	Numérico	Valor de las variaciones de provisiones de tráfico en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
OGEXact	Numérico	Valor de los otros gastos de explotación en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
OGEXant	Numérico	Valor de los otros gastos de explotación en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
SVEXact	Numérico	Valor de los servicios exteriores en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
SVEXant	Numérico	Valor de los servicios exteriores en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
TRIBact	Numérico	Valor de los tributos en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
TRIBant	Numérico	Valor de los tributos en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
OGGCact	Numérico	Valor de los otros gastos de gestión corriente en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
OGGCant	Numérico	Valor de los otros gastos de gestión corriente en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
DOTACact	Numérico	Valor de las dotaciones al fondo de reversión en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
DOTACant	Numérico	Valor de las dotaciones al fondo de reversión en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
BAllact	Numérico	Valor de los beneficios de explotación en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
BAllant	Numérico	Valor de los beneficios de explotación en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
GFINact	Numérico	Valor de los gastos financieros en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
GFINant	Numérico	Valor de los gastos financieros en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
RFINPact	Numérico	Valor del resultado financiero del ejercicio en el 2006 (positivo). Si no se conoce, aparece 9999.
RFINPant	Numérico	Valor del resultado financiero del ejercicio en el 2005 (positivo). Si no se conoce, aparece 9999.
BAIact	Numérico	Valor de los beneficios antes de impuestos en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
BAIant	Numérico	Valor de los beneficios antes de impuestos en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
BAOact	Numérico	Valor de los beneficios por actividades ordinarias en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
BAOant	Numérico	Valor de los beneficios por actividades ordinarias en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
REBact	Numérico	Valor del resultado del ejercicio (beneficios) en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
REBant	Numérico	Valor del resultado del ejercicio (beneficios) en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
<i>Datos de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias: Haber</i>		
VTOTact	Numérico	Importe de la cifra de negocios en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
VTOTant	Numérico	Importe de la cifra de negocios en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
OIEact	Numérico	Valor de los otros ingresos de explotación en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
OIEant	Numérico	Valor de los otros ingresos de explotación en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
PAIIact	Numérico	Valor de las pérdidas de explotación en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
PAIIant	Numérico	Valor de las pérdidas de explotación en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
INGFIact	Numérico	Valor de los ingresos financieros en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
INGFIant	Numérico	Valor de los ingresos financieros en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
INGPAact	Numérico	Valor de los ingresos por participaciones en capital en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
INGPAant	Numérico	Valor de los ingresos por participaciones en capital en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
INGVAact	Numérico	Valor de los ingresos por valores negociables en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
INGVAant	Numérico	Valor de los ingresos por valores negociables en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
OINGact	Numérico	Valor de los otros intereses e ingresos financieros en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
OINGant	Numérico	Valor de los otros intereses e ingresos financieros en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
RFINNact	Numérico	Valor del resultado financiero del ejercicio en el 2006 (negativo). Si no se conoce, aparece 9999.
RFINNant	Numérico	Valor del resultado financiero del ejercicio en el 2005 (negativo). Si no se conoce, aparece 9999.
RAOPact	Numérico	Valor del resultado de las actividades ordinarias (pérdidas) en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
RAOPant	Numérico	Valor del resultado de las actividades ordinarias (pérdidas) en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
PAIact	Numérico	Valor de las pérdidas antes de impuestos en el 2006. Si no se conoce, aparece 9999.
PAIant	Numérico	Valor de las pérdidas antes de impuestos en el 2005. Si no se conoce, aparece 9999.
REPact	Numérico	Valor del resultado del ejercicio en el 2006 (pérdidas). Si no se conoce, aparece 9999.
REPant	Numérico	Valor del resultado del ejercicio en el 2005 (pérdidas). Si no se conoce, aparece 9999.

