

**Sistema de Indicadores de la Librería  
de la Comunidad Valenciana**  
Año 2010

**Generalitat Valenciana  
Conselleria de Cultura i Esport**

*Barcelona, octubre de 2011*



**Sistema de Indicadores de la Librería  
de la Comunidad Valenciana**  
Año 2010

**Generalitat Valenciana  
Conselleria de Cultura i Esport**

*Barcelona, octubre de 2011*

**Dirección**

Miquel Flamarich

**Coordinación**

Bea Ferrer

**Técnicos**

Maria Barbal

Alba Camps

Teresa Chavete

Marc Ferrer

Martí Puigbó

Guillem Vich

David Vidal

Alberto Villar

*Índice*

	<i>páginas</i>
<b>1. Introducción</b> .....	1
<b>1.1. Objetivos del estudio</b> .....	2
<b>1.2. Objeto y estructura del trabajo</b> .....	4
<b>2. Resultados de los Indicadores de Gestión de la Librería. Año 2010 (basados en la consulta directa a las librerías)</b> .....	6
<b>2.1. Introducción</b> .....	7
<b>2.2. Perfil de la librería</b> .....	8
(Tipología y nivel de agremiación)	
<b>2.3. Dimensión y recursos de la librería</b> .....	15
(Ventas, superficie, recursos humanos y tiempo de trabajo)	
<b>2.4. Productividad de la librería</b> .....	27
(Ratios de ventas por superficie y tiempo trabajado y de tiempo trabajado por superficie)	
<b>2.5. El libro y la librería</b> .....	32
(Superficie detallada, composición de las ventas, lengua de publicación, canal de compra, realización de actividades)	
<b>2.6. Gestión de la librería</b> .....	55
(Distribución del trabajo por tareas, sistemas de pedido, descuento, composición de existencias, novedades, estoc, devoluciones, grado de informatización y utilización de herramientas telemáticas –incluido el SINLI-, innovaciones realizadas, venta de lectores de libro electrónico y conocimiento y aplicación de normas CSL)	
<b>3. Resultados de los Indicadores de Gestión Económica de la Librería. Año 2009 (basados en la información depositada en el registro mercantil)</b> .....	123
<b>3.1. Introducción</b> .....	124
<b>3.2. Datos generales de la empresa</b> .....	126
<b>3.3. Análisis de los ingresos</b> .....	128
(Promedio de ventas diarias y estimación del coste de las ventas)	
<b>3.4. Análisis de los gastos</b> .....	131
(Compras, gastos de personal y otros gastos)	
<b>3.5. Análisis de la liquidez</b> .....	137
(Ratios de liquidez, tesorería, disponibilidad y fondo de	

maniobra)

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

## **1.) Introducción**

## 1.1. Objetivos del estudio

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

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

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

Concretamente, el estudio tiene un triple objetivo:

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

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

- **Hacer un seguimiento de la evolución de las principales magnitudes económicas de las empresas del sector de las librerías en la Comunidad Valenciana.** Con los datos obtenidos se elabora este informe sectorial.

- Profundizar en el conocimiento de la economía de la librería, para **proponer líneas de mejora de su gestión y de sus estrategias empresariales.**

## 1.2. Objeto y estructura del trabajo

Para hacer posible un análisis comparativo entre librerías similares, se ha mantenido la clasificación de los establecimientos utilizada el año 2006 que, en comparación con la de estudios anteriores, divide el grupo de librerías grandes (es decir que tienen una facturación anual en libros superior a los 600.000 €) en dos categorías, resultando la siguiente clasificación -utilizada para la presente edición (2010)-:

- **Librerías muy grandes:** superior a 1.500.000 €. <sup>1</sup>
- **Librerías grandes:** entre 600.000 € y 1.500.000 €.
- **Librerías medianas-grandes:** entre 300.000 € y 600.000 €.
- **Librerías medianas-pequeñas:** entre 150.000 € y 300.000 €.

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

Los resultados que a continuación se presentan provienen de dos fuentes informativas:

- La **consulta directa a las librerías**, realizada los meses de mayo y junio de 2011, en referencia a la actividad registrada durante el año 2010. Esta consulta se dirige a la librería en tanto que establecimiento comercial.
- La **extracción de datos del registro mercantil**, depositados por la librería, en tanto que empresa (titular de la librería). Estos datos se extraen a finales de año

---

<sup>1</sup> La información obtenida para la Comunidad Valenciana debe tratarse con cautela, debido al bajo número de consultas realizadas en los diferentes segmentos. En particular, y dado que la información disponible respecto a las librerías muy grandes es únicamente de dos establecimientos, se ha optado por incluirlos en los resultados globales pero sin dar resultados para el segmento.

(2010) sobre el ejercicio anterior (2009) para recoger la máxima información disponible.

Con la finalidad de que el presente documento sea –además de una exposición de información para el análisis- un instrumento para la mejora de la toma de decisiones se ha estructurado en capítulos independientes que facilitan su consulta, como puede verse en el índice. Básicamente, estos capítulos contemplan:

- **El análisis de los principales resultados** que se presenta, en dos capítulos principales (el 2 con los resultados de la consulta directa a las librerías y el 3 con los resultados extraídos del registro mercantil). Cada apartado consta de un breve texto en el que se intenta reflejar los resultados más relevantes, gráficos con los resultados de los últimos cinco años y tablas comparativas con los resultados de todas las ediciones del estudio (información elaborada durante el periodo 2002-2010, excepto para aquellas preguntas incluidas en versiones posteriores del cuestionario, que figuran a partir del año de su incorporación). También se incluye, cuando es necesario, la descripción del contenido y metodología de elaboración de cada uno de los indicadores.
- **El anexo de la metodología del trabajo** contiene una breve descripción de la metodología utilizada, el cuestionario utilizado, la respuesta global de las librerías y el nivel de respuesta conseguido para cada indicador.

**2.) Resultados de los Indicadores de Gestión Económica  
de la Librería - Año 2010**  
*(basado en la consulta directa a las librerías)*

## 2.1. Introducción

El análisis de los resultados de los Indicadores de Gestión Económica de la Librería, elaborados a partir de la consulta directa a las librerías, se ha estructurado en los siguientes cinco apartados:

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

## 2.2. Perfil de la librería

### *Las librerías según su tipología*

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

#### Clasificación de las librerías por tipologías

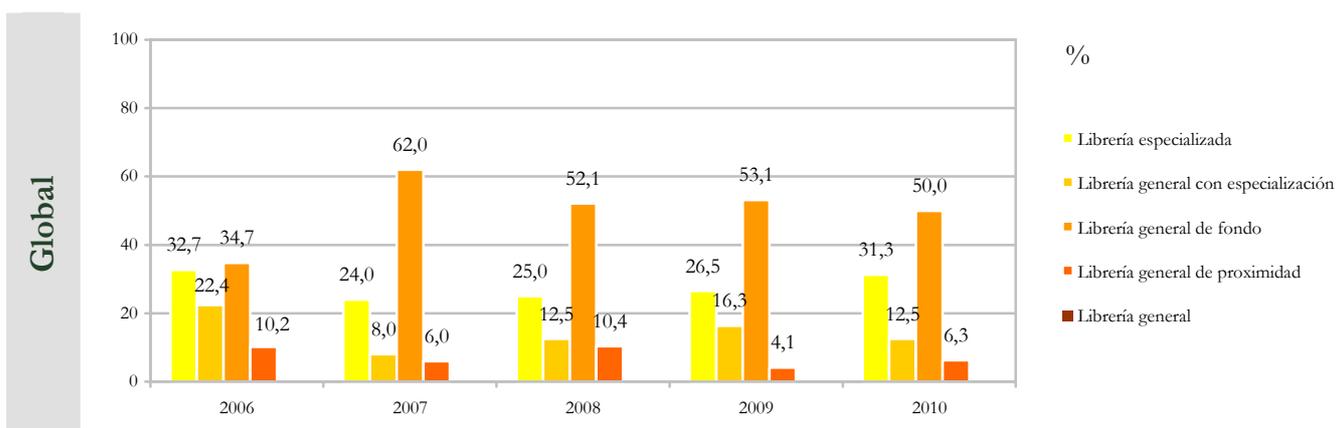
Diversidad temática de la oferta y dimensión del fondo de libros		Tipología de librería
Tiene de 1 a 3 materias o secciones que concentran...	más del 60% de las ventas	<b>Especializada</b>
	entre el 30% y el 60% de las ventas	<b>General con especialización</b>
No hay 3 materias o secciones que concentren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

Globalmente consideradas, la tipología de librería que tiene una presencia dominante en la Comunidad Valenciana es la de las librerías generales de fondo (50,0%). A continuación, se posicionan las librerías especializadas (31,3%), las librerías generales con especialización (12,5%) y las librerías generales de proximidad (6,3%). En relación con los establecimientos encuestados, el año 2009, se observa un descenso de las librerías generales de fondo y de las librerías generales con especialización, a favor –relativamente– de los otros tipos de librerías. Movimientos que se tendrán que observar, atentamente, pues en el marco de los últimos cuatro años podrían indicar un cambio de composición en las librerías valencianas. Cambio que solo podría asegurarse con la reedición del mapa de librerías del año 2002.

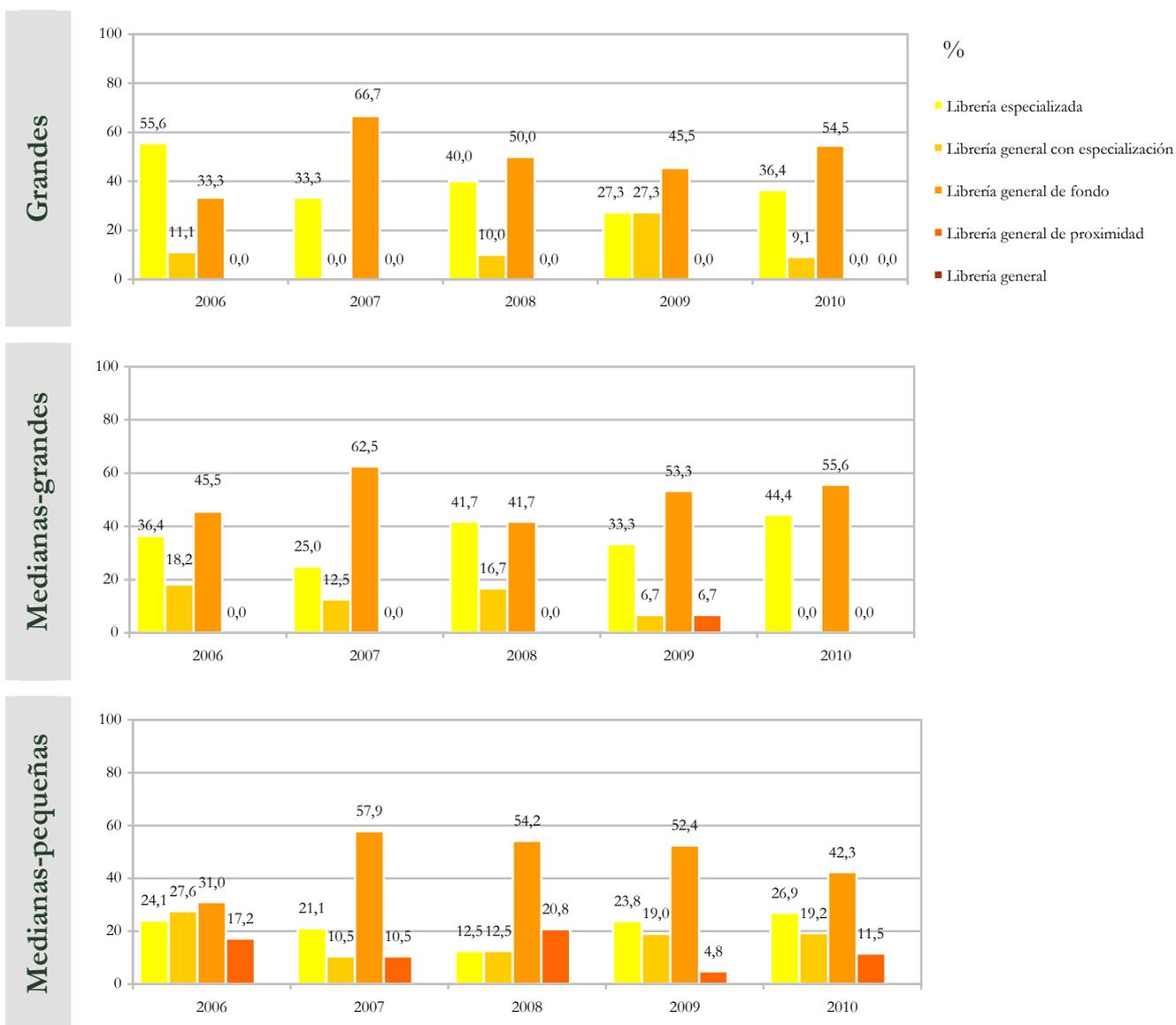
2.2. Perfil de la librería

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

- Las librerías generales de fondo son mayoritarias en los tres grupos de librerías. Representando el 54,5% de las grandes, el 55,6% de la medianas-grandes y el 42,3% de las medianas-pequeñas.
- Las librerías especializadas obtienen la mejor representación en el grupo de las medianas-grandes (44,4%), reduciendo su presencia en el grupo de las grandes al 36,4% y en el de las medianas-pequeñas al 26,9%.
- Las librerías generales con especialización están representadas en un 19,2% en el grupo de las medianas-pequeñas y en un 9,1% en el grupo de las grandes.
- Las librerías generales de proximidad sólo están representadas, con un 11,5% en el grupo de las medianas-pequeñas.



2.2. Perfil de la librería



2.2. Perfil de la librería

	%	Especializadas	Generales con especialización	Generales de fondo	Generales de proximidad	Total
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>31,3</b>	<b>12,5</b>	<b>50,0</b>	<b>6,3</b>	<b>100,0</b>
	2009	26,5	16,3	53,1	4,1	100,0
	2008	25,0	12,5	52,1	10,4	100,0
	2007	24,0	8,0	62,0	6,0	100,0
	2006	32,7	22,4	34,7	10,2	100,0
	2005	16,7	21,7	61,7		100,0
	2004	23,2	16,1	60,7		100,0
	2003	25,0	16,1	58,9		100,0
	2002	28,1	22,8	49,1		100,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>36,4</b>	<b>9,1</b>	<b>54,5</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	27,3	27,3	45,0	0,0	100,0
	2008	40,0	10,0	50,0	0,0	100,0
	2007	33,3	0,0	66,7	0,0	100,0
	2006	55,6	11,1	33,3	0,0	100,0
	2005	16,7	33,3	50,0		100,0
	2004	17,6	23,5	58,8		100,0
	2003	7,1	21,4	71,4		100,0
	2002	35,7	35,7	28,6		100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>44,4</b>	<b>0,0</b>	<b>55,6</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	33,3	6,7	53,3	6,7	100,0
	2008	41,7	16,7	41,7	0,0	100,0
	2007	25,0	12,5	62,5	0,0	100,0
	2006	36,4	18,2	45,5	0,0	100,0
	2005	13,3	6,7	80,0		100,0
	2004	14,3	14,3	71,4		100,0
	2003	23,5	17,6	58,8		100,0
	2002	18,8	25,0	56,3		100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>26,9</b>	<b>19,2</b>	<b>42,3</b>	<b>11,5</b>	<b>100,0</b>
	2009	23,8	19,0	52,4	4,8	100,0
	2008	12,5	12,5	54,2	20,8	100,0
	2007	21,1	10,5	57,9	10,5	100,0
	2006	24,1	27,6	17,2	31,0	100,0
	2005	18,5	22,2	59,3		100,0
	2004	32,0	12,0	56,0		100,0
	2003	36,0	12,0	52,0		100,0
	2002	29,6	14,8	55,6		100,0

2.2. Perfil de la librería

*Las librerías según su grado de pertenencia a gremios/asociaciones*

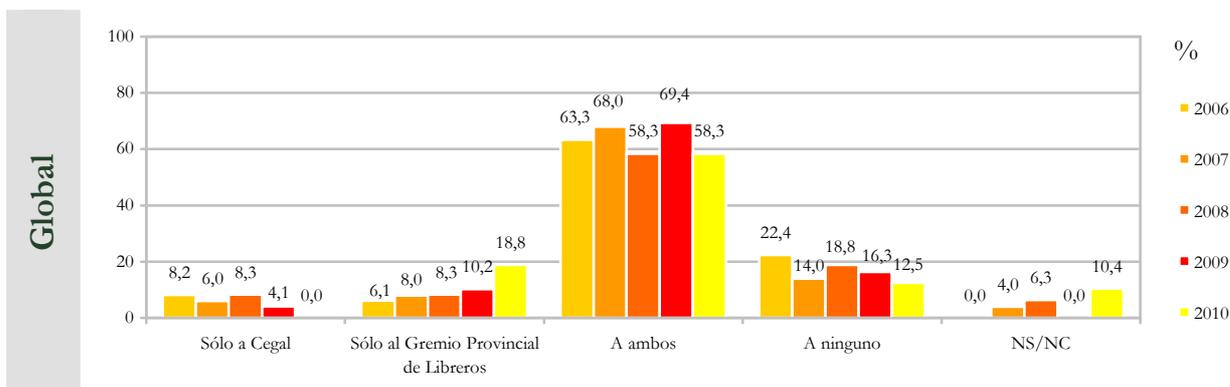
En segundo lugar, se presenta la distribución del conjunto de librerías encuestadas según el grado de pertenencia de éstas a gremios o asociaciones. Concretamente, se definen cuatro grandes categorías:

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

Lo primero a destacar es que el 77,1% de las librerías valencianas encuestadas declaran pertenecer a algún gremio/asociación. Globalmente consideradas, se aprecia un cierto descenso, respecto de los datos de los años anteriores, determinado básicamente por el comportamiento de las librerías grandes.

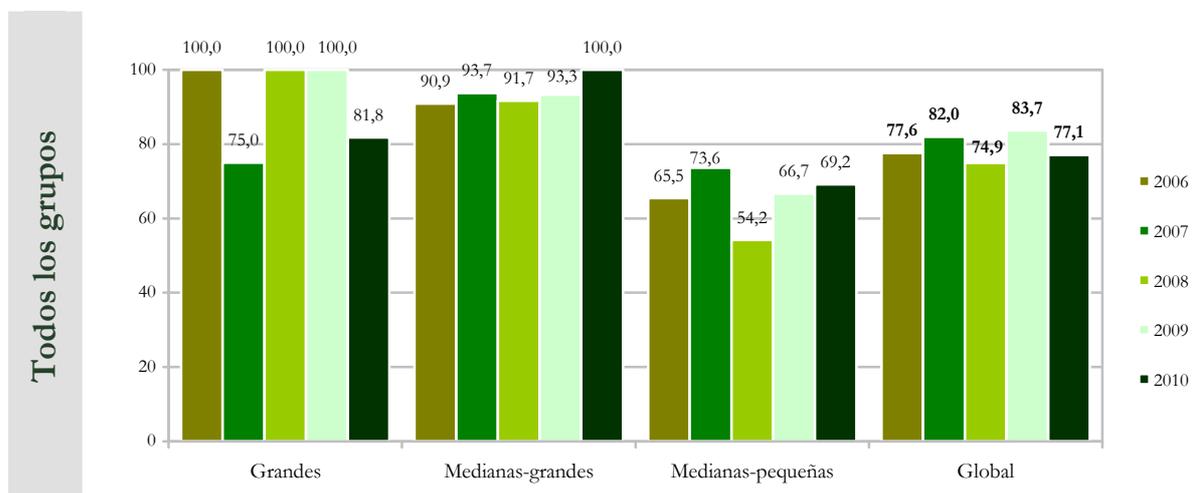
El grado de asociacionismo es superior en las librerías medianas-grandes (100,0%) y en las grandes (81,8%) que en las medianas-pequeñas (69,2%). Respecto del año anterior, se observa un aumento en el asociacionismo de las librerías medianas-grandes y de las medianas-pequeñas, aumentos que no pueden compensar el descenso registrado en las librerías grandes.

La mayor parte de las librerías (un 58,3%) declaran ser miembros de la CEGAL (porcentaje inferior al del año anterior, que era del 73,5%). Las librerías que declaran pertenecer sólo al gremio provincial de libreros representan, en el 2010, el 18,8% del total.

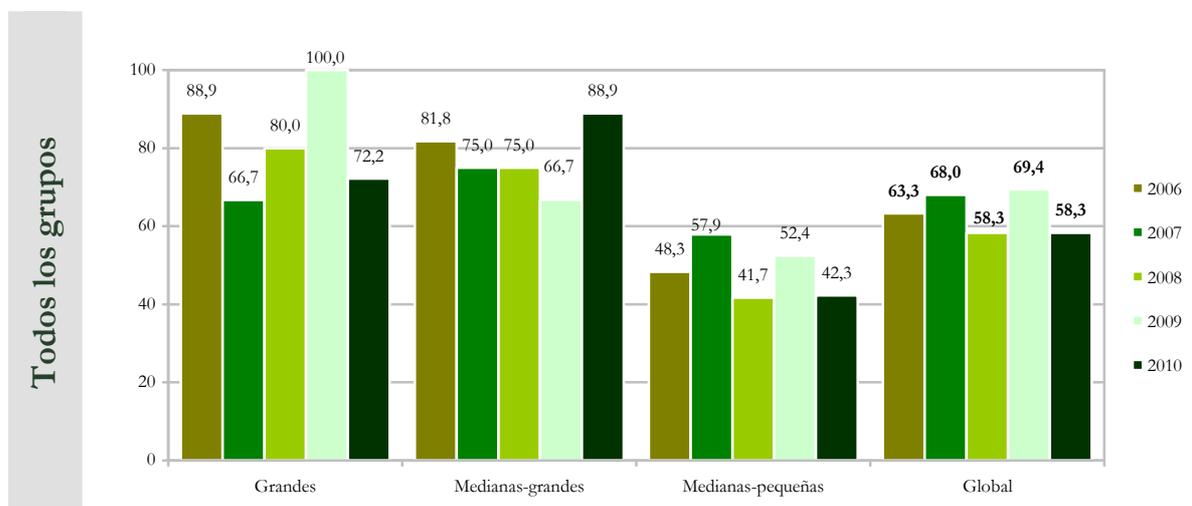


2.2. Perfil de la librería

% de librerías que declaran pertenecer a alguna asociación.



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



2.2. Perfil de la librería

		Pertenencia a algún gremio o asociación						
		A alguna asociación o gremio de librereros	A CEGAL	Al gremio provincial de librereros	A ambos	A ninguno	Ns/Nc	Total
		%						
Global	2010	77,1	0,0	18,8	58,3	12,5	10,4	100,0
	2009	83,7	4,1	10,2	69,4	16,3	0,0	100,0
	2008	74,9	8,3	8,3	58,3	18,8	6,3	100,0
	2007	82,0	6,0	8,0	68,0	14,0	4,0	100,0
	2006	77,6	8,2	6,1	63,3	22,4	0,0	100,0
	2005	78,4	5,0	11,7	61,7	18,3	3,3	100,0
	2004	85,7	5,4	10,7	69,6	14,3	0,0	100,0
	2003	87,5	8,9	8,9	69,6	10,7	1,8	100,0
	2002	80,7	3,5	5,3	71,9	19,3	0,0	100,0
Grandes	2010	81,8	0,0	9,1	72,7	9,1	9,1	100,0
	2009	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	20,0	80,0	0,0	0,0	100,0
	2007	75,0	8,3	0,0	66,7	16,7	8,3	100,0
	2006	100,0	11,1	0,0	88,9	0,0	0,0	100,0
	2005	94,4	5,6	5,6	83,3	5,6	0,0	100,0
	2004	94,1	0,0	0,0	94,1	5,9	0,0	100,0
	2003	100,0	7,1	14,3	78,6	0,0	0,0	100,0
	2002	92,9	0,0	7,1	85,7	7,1	0,0	100,0
Medianas-grandes	2010	100,0	0,0	11,1	88,9	0,0	0,0	100,0
	2009	93,3	13,3	13,3	66,7	6,7	0,0	100,0
	2008	91,7	8,3	8,3	75,0	8,3	0,0	100,0
	2007	93,7	12,5	6,3	75,0	9,3	0,0	100,0
	2006	90,9	0,0	9,1	81,8	9,1	0,0	100,0
	2005	66,7	13,3	0,0	53,3	20,0	13,3	100,0
	2004	78,6	0,0	7,1	71,4	21,4	0,0	100,0
	2003	88,2	0,0	11,8	76,5	11,8	0,0	100,0
	2002	93,7	12,5	0,3	75,0	6,3	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2010	69,2	0,0	26,9	42,3	15,4	15,4	100,0
	2009	66,7	0,0	14,3	52,4	33,3	0,0	100,0
	2008	54,2	8,3	4,2	41,7	33,3	12,5	100,0
	2007	73,6	0,0	15,8	57,9	21,1	5,3	100,0
	2006	65,5	10,3	6,9	48,3	34,5	0,0	100,0
	2005	74,1	0,0	22,2	51,9	25,9	0,0	100,0
	2004	84,0	12,0	20,0	52,0	16,0	0,0	100,0
	2003	80,0	16,0	4,0	60,0	16,0	4,0	100,0
	2002	66,7	0,0	3,7	63,0	33,3	3,7	100,0

### 2.3. Dimensión y recursos

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

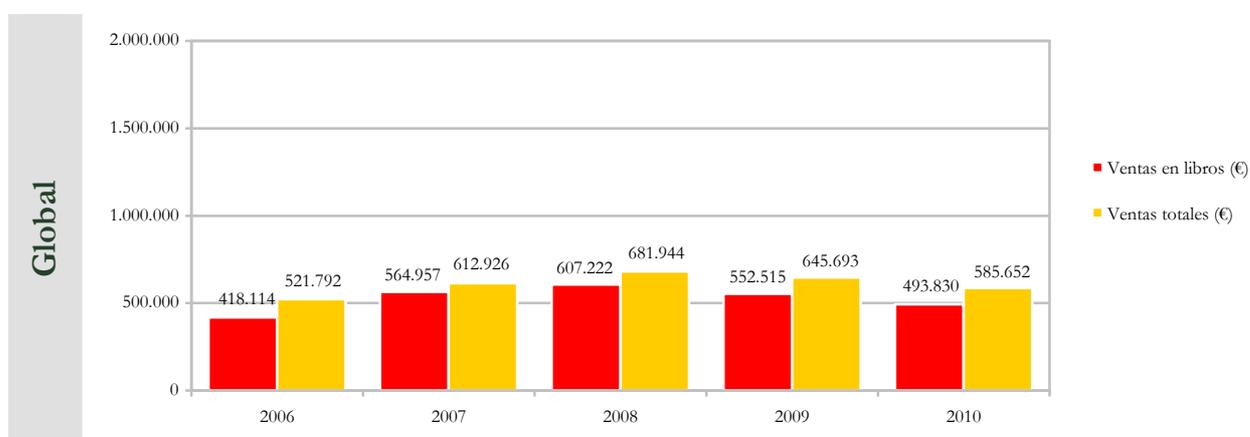
- Ventas (totales y de libros).
- Superficie (total y ocupada por libros).
- Trabajadores (fijos y eventuales).
- Meses trabajados (computo anual por el total de empleados).
- Horas de apertura semanal.
- Días de apertura semanal.

#### *Ventas*

Durante el año 2010 y en referencia al año 2009, se registra un descenso tanto de las ventas generales como de las ventas de libros, por segundo año consecutivo. Descenso que se produce en los tres grupos de librerías, en cuanto a las ventas generales (grandes, medianas-grandes y medianas-pequeñas) y en dos de los tres grupos en cuanto a ventas de libros (grandes y medianas-grandes). Asimismo, a nivel general se observa un ligero aumento del porcentaje de las ventas de libros, respecto a las ventas generales -por segundo año consecutivo-, situándose en el 2010, en el 87,8%, este aumento viene determinado por los incrementos en las librerías medianas-grandes y medianas-pequeñas, no por las librerías grandes en las que las ventas de libros pierden peso, respecto a las ventas generales.

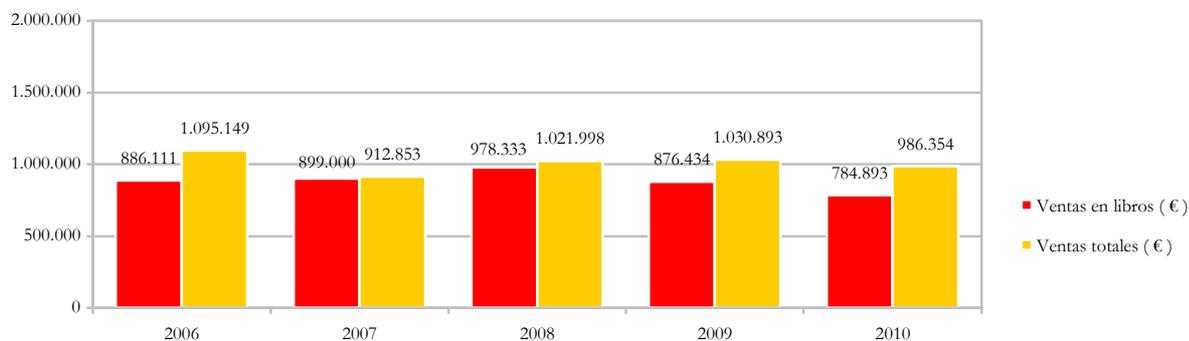
- Concretamente, y comparando los datos del 2010 con los del 2009, la cifra media de las ventas en libros de las librerías grandes pasa de 876.434,00€ a 784.892,86€.
- En el grupo de librerías medianas-grandes, el promedio de ventas en libros de 2010 es de 353.750,00€ cuando en el 2009 fue de 376.111,11€.

- Las librerías medianas-pequeñas, son el único segmento que durante el 2010, aumenta su cifra media de ventas, pasando de los 202.830,18€ en el 2009, a los 204.641,20€ actuales. También es el segmento en el que la presencia del libro, en referencia a la cifra media global de ventas, aumenta más su participación, respecto al 2009.

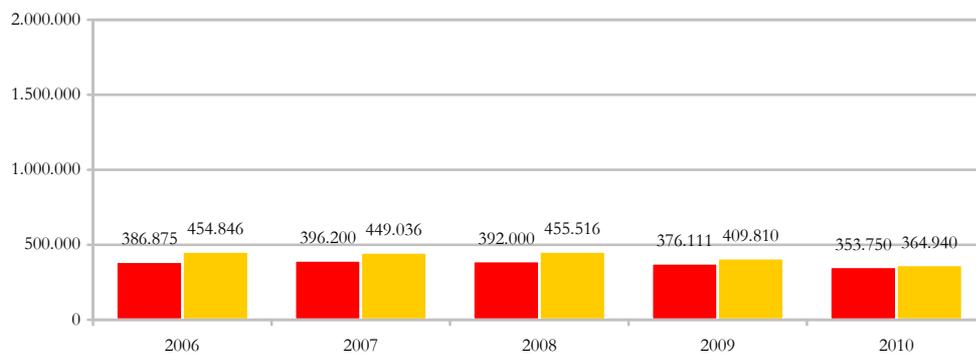


2.3. Dimensión y recursos

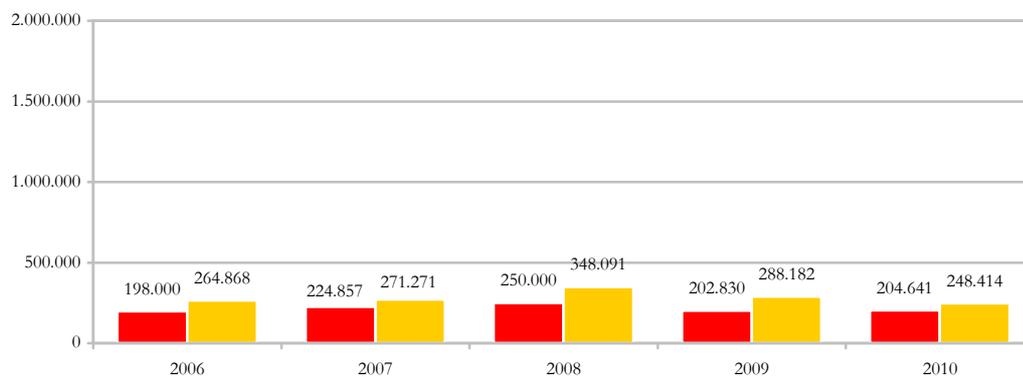
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.3. Dimensión y recursos

	%	Ventas medias		% del libro sobre las ventas totales
		Totales netas (euro.)	En libros netas (euro.)	
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>585.652,15</b>	<b>493.830,22</b>	<b>87,8</b>
	2009	645.692,83	552.514,75	86,0
	2008	681.994,22	607.222,22	85,6
	2007	612.926,25	564.957,48	86,3
	2006	521.792,37	418.114,29	79,6
	2005	713.319,21	568.091,00	82,0
	2004	597.228,22	502.534,88	84,2
	2003	929.940,49	790.333,33	88,9
2002	896.209,13	749.378,66	87,5	
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>986.354,11</b>	<b>784.892,86</b>	<b>87,9</b>
	2009	1.030.893,08	876.434,00	89,0
	2008	1.021.998,05	978.333,33	97,5
	2007	912.852,81	899.000,00	96,6
	2006	1.095.149,02	886.111,11	86,7
	2005	1.151.778,06	936.363,85	88,4
	2004	1.115.991,37	1.072.500,00	94,0
	2003	2.063.211,48	1.810.333,33	89,3
2002	1.730.422,03	1.468.636,36	87,1	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>364.939,93</b>	<b>353.750,00</b>	<b>96,0</b>
	2009	409.809,94	376.111,11	93,2
	2008	455.516,38	392.000,00	92,3
	2007	449.035,68	396.200,00	92,1
	2006	454.846,49	386.875,00	87,7
	2005	524.025,14	377.500,00	84,3
	2004	585.448,80	401.384,62	75,8
	2003	564.759,39	387.750,00	86,3
2002	502.332,09	412.622,63	91,9	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>248.414,17</b>	<b>204.641,20</b>	<b>84,4</b>
	2009	288.181,88	202.830,18	78,8
	2008	348.091,34	250.000,00	76,1
	2007	271.270,94	224.856,50	76,3
	2006	264.867,77	198.000,00	74,3
	2005	248.251,16	205.555,56	75,9
	2004	259.893,48	195.611,11	82,6
	2003	202.141,50	194.400,00	90,4
2002	293.676,57	227.600,00	84,9	

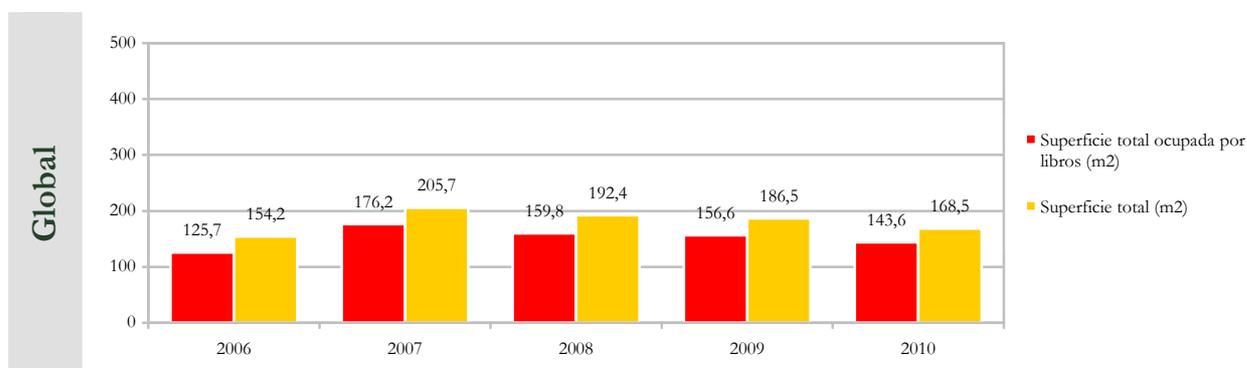
2.3. Dimensión y recursos

*Superficie*

Globalmente, el porcentaje de la superficie ocupada por libros, respecto a la superficie general, durante el 2010, aumenta ligeramente pasando del 85,1% al 85,8%. No obstante, este aumento no se debe a un aumento de la superficie dedicada a libros sino al descenso más pronunciado de la superficie total, en relación al descenso de la superficie dedicada a libros. Por segmentos de librerías el comportamiento es diferente: en las librerías grandes aumenta ligerísimamente la superficie total y disminuye también ligerísimamente la superficie dedicada al libro; en las librerías medianas-grandes disminuye notablemente tanto la superficie general, como la dedicada al libro; y en las medianas-pequeñas disminuye la superficie total, pero aumenta la superficie dedicada al libro, pasando el porcentaje de la superficie ocupada por el libro a representar el 82,4%, cuando en el 2009 era del 74,3%.

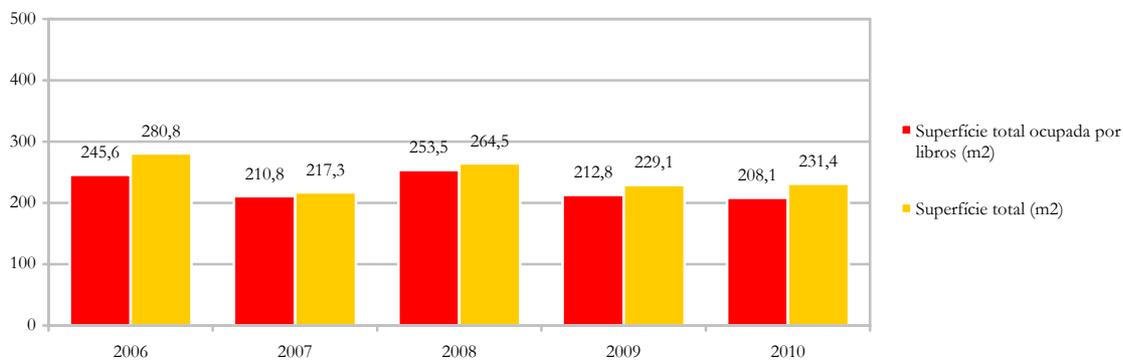
El análisis de la superficie de la librería proporciona un indicador del tamaño del establecimiento, y constituye un factor clave de desarrollo del negocio. Concretamente, la superficie de la librería limita las posibilidades de exposición y almacenaje de libros, al tiempo que se constata una tendencia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

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

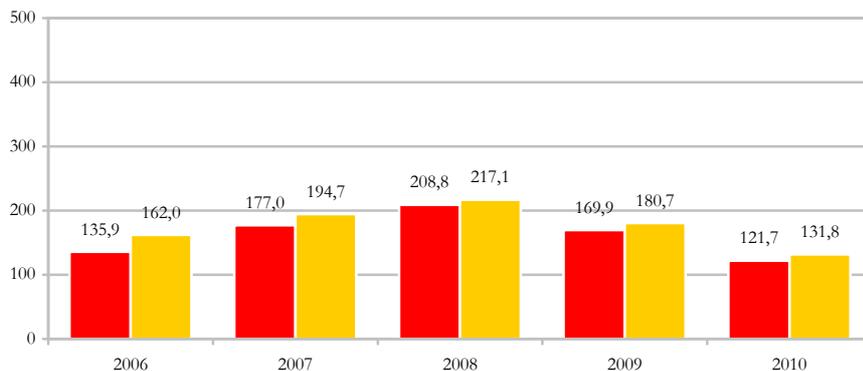


2.3. Dimensión y recursos

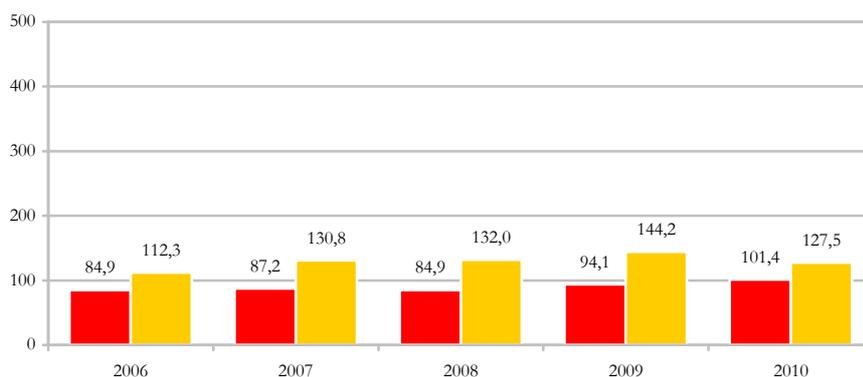
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.3. Dimensión y recursos

	%	Superficie total media (m <sup>2</sup> )	Superficie total ocupada por libros media (m <sup>2</sup> )	Porcentaje de la superficie total ocupada por libros
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>168,5</b>	<b>143,6</b>	<b>85,8</b>
	2009	186,5	156,6	85,1
	2008	192,4	159,8	81,2
	2007	205,7	176,2	85,9
	2006	154,2	125,7	82,2
	2005	193,6	165,3	86,1
	2004	209,5	167,7	84,8
	2003	212,7	177,2	88,2
2002	241,7	205,2	87,4	
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>231,4</b>	<b>208,1</b>	<b>88,4</b>
	2009	229,1	212,8	92,2
	2008	264,5	253,5	95,4
	2007	217,3	210,8	98,2
	2006	280,8	245,6	87,8
	2005	271,4	241,8	91,9
	2004	281,5	256,4	94,6
	2003	349,8	294,4	87,5
2002	420,6	363,2	87,3	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>131,8</b>	<b>121,7</b>	<b>92,0</b>
	2009	180,7	169,9	94,7
	2008	217,1	208,8	97,8
	2007	194,7	177,0	93,7
	2006	162,0	135,9	89,4
	2005	230,7	193,9	87,6
	2004	183,7	144,7	79,1
	2003	170,1	148,0	90,7
2002	177,3	162,0	93,5	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>127,5</b>	<b>101,4</b>	<b>82,4</b>
	2009	144,2	94,1	74,3
	2008	132,0	84,9	68,6
	2007	130,8	87,2	71,9
	2006	112,3	84,9	77,8
	2005	118,7	96,1	81,3
	2004	169,8	114,2	80,5
	2003	169,4	135,3	86,9
2002	185,4	145,7	83,0	

2.3. Dimensión y recursos

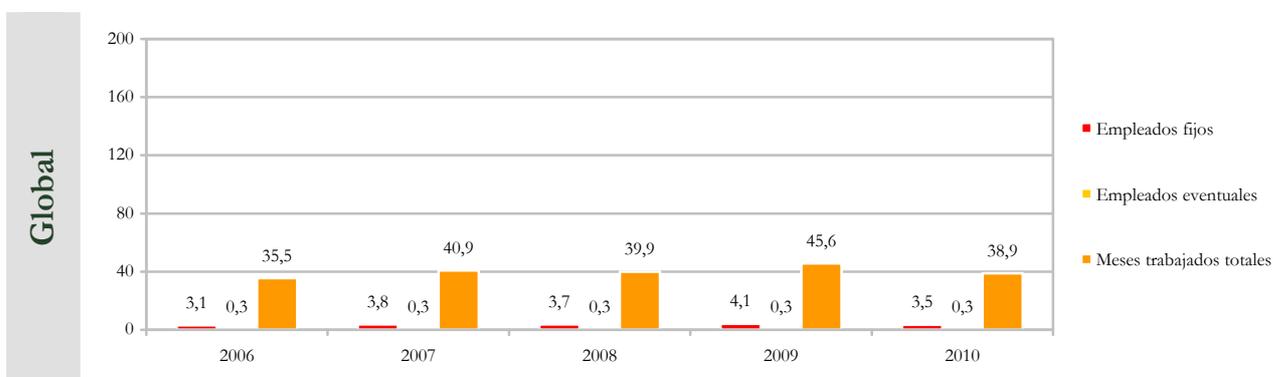
*Recursos humanos*

A nivel general, se observa un descenso, respecto a la situación del año 2009, en la cantidad de factor trabajo que se utiliza en las librerías (número de empleados y meses trabajados), que viene determinado, básicamente, por el comportamiento de las librerías medianas-grandes y medianas-pequeñas. Concretamente, los datos obtenidos del año 2010 son los siguientes:

- Librerías grandes: 5,3 empleados fijos, 0,3 eventuales y un total de 58,6 meses trabajados (53,3 el año anterior).
- Librerías medianas-grandes: 2,4 empleados fijos, 0,6 eventuales y un total de 27,9 meses trabajados (36,5 el año anterior).
- Librerías medianas-pequeñas: 2,7 empleados fijos, 0,2 eventuales y un total de 30,2 meses trabajados (36,6 el año anterior).

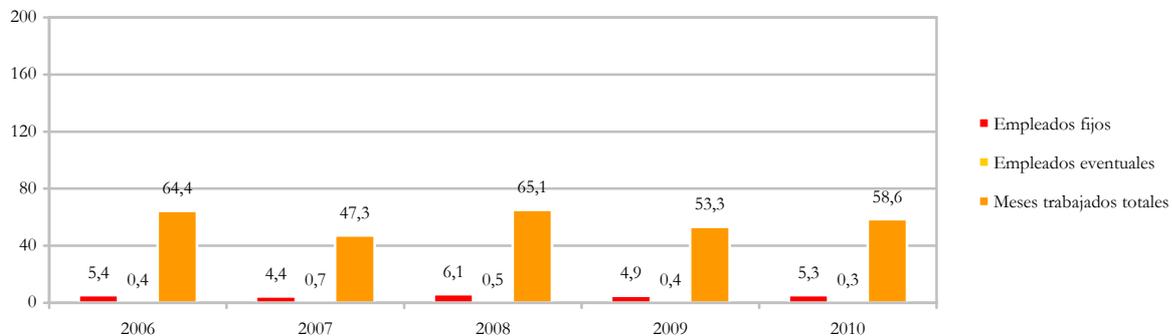
Mientras la dotación de recursos humanos fijos y meses trabajados aumentan en el grupo de las librerías grandes, en el 2010, ambos parámetros disminuyen en las librerías medianas (grandes y pequeñas).

El factor trabajo es decisivo para el funcionamiento óptimo de un establecimiento comercial de las características de una librería. La dotación de recursos humanos puede ser un indicador del tamaño de la empresa. No obstante, hay que tener en cuenta que la cantidad de empleados que una librería requiere, depende de la forma de organización del conjunto de los servicios de la empresa y, por tanto, pueden existir distintos niveles de productividad del trabajo.

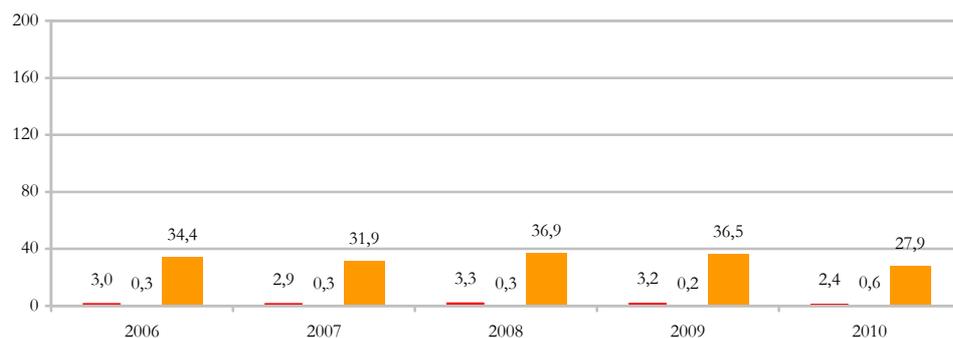


2.3. Dimensión y recursos

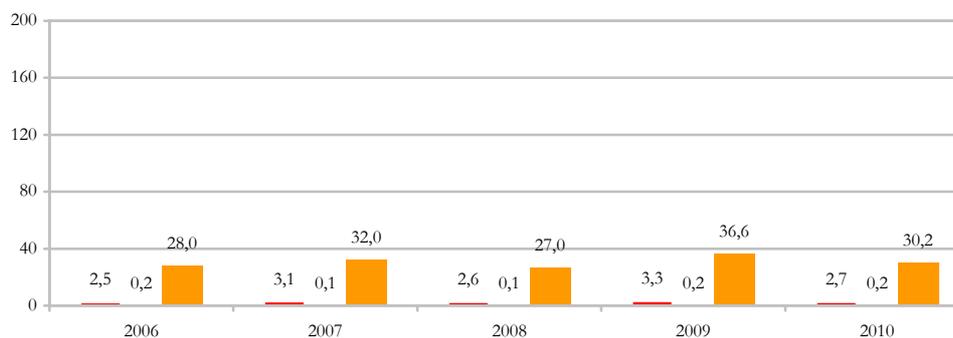
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.3. Dimensión y recursos de la librería

	%	Número medio de empleados		Media de meses trabajados
		Fijos	Eventuales	
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>3,5</b>	<b>0,3</b>	<b>38,9</b>
	2009	4,1	0,3	45,6
	2008	3,7	0,3	39,9
	2007	3,8	0,3	40,9
	2006	3,1	0,3	35,5
	2005	4,0	0,3	45,3
	2004	3,8	0,6	44,3
	2003	4,2	0,7	45,9
	2002	4,8	1,0	54,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>5,3</b>	<b>0,3</b>	<b>58,6</b>
	2009	4,9	0,4	53,3
	2008	6,1	0,5	65,1
	2007	4,4	0,7	47,3
	2006	5,4	0,4	64,4
	2005	6,3	0,3	69,1
	2004	5,5	1,3	69,1
	2003	8,3	0,9	86,7
	2002	9,1	1,6	103,4
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>2,4</b>	<b>0,6</b>	<b>27,9</b>
	2009	3,2	0,2	36,5
	2008	3,3	0,3	36,9
	2007	2,9	0,3	31,9
	2006	3,0	0,3	34,4
	2005	4,3	0,5	48,5
	2004	3,7	0,4	41,6
	2003	3,4	0,9	39,7
	2002	3,8	1,3	41,5
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>2,7</b>	<b>0,2</b>	<b>30,2</b>
	2009	3,3	0,2	36,6
	2008	2,6	0,1	27,0
	2007	3,1	0,1	32,0
	2006	2,5	0,2	28,0
	2005	2,4	0,3	27,6
	2004	2,7	0,1	28,6
	2003	2,4	0,5	28,2
	2002	3,3	0,4	37,2

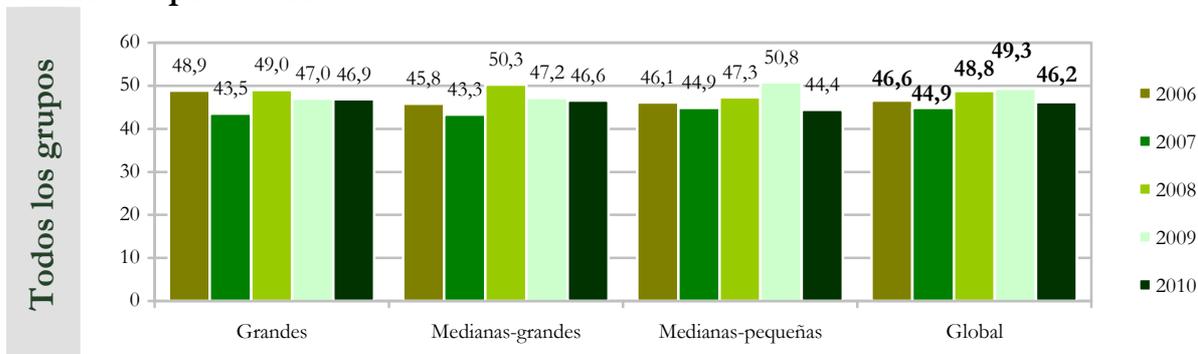
2.3. Dimensión y recursos

*Tiempo de apertura semanal*

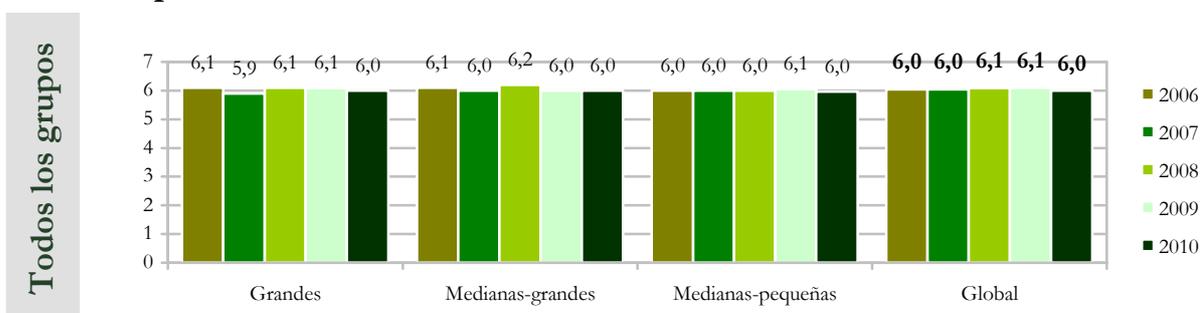
En general, respecto a los indicadores relativos al tiempo de apertura de los establecimientos, se observa un ligero descenso, respecto al año anterior. Descendiendo las horas de apertura semanal y los días de apertura en los tres grupos de librerías.

- En las librerías grandes, el promedio de tiempo de apertura semanal, en el año 2010, ha sido de 46,9 horas semanales –en el 2009 fue de 47,0-, en las librerías medianas-grandes el tiempo de apertura ha sido de 46,6 horas –en el 2009 fue de 47,2- y en las librerías medianas-pequeñas ha sido de 44,4 horas a la semana –en el 2009 fue de 50,8-.
- En los tres grupos de librerías se mantiene un promedio al entorno de los 6 días de apertura a la semana, aunque en los grupos de las librerías grandes y medianas-pequeñas bajan de los 6,1 días a los 6,0 mientras que en las librerías medianas-grandes se mantienen en los 6,0 días, respecto a los resultados registrados, en el 2009.

**Horas de apertura semanal.**



**Días de apertura semanal**



2.3. Dimensión y recursos

		Total horas de apertura semanales (media)	Total días de apertura semanal (media)
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>46,2</b>	<b>6,0</b>
	2009	49,3	6,1
	2008	48,8	6,1
	2007	44,9	6,0
	2006	46,6	6,0
	2005	47,7	6,0
	2004	49,3	6,2
	2003	49,9	6,1
	2002	46,8	6,1
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>46,9</b>	<b>6,0</b>
	2009	47,0	6,1
	2008	49,0	6,1
	2007	43,5	5,9
	2006	48,9	6,1
	2005	51,1	6,2
	2004	52,8	6,2
	2003	60,6	6,3
	2002	56,8	6,3
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>46,6</b>	<b>6,0</b>
	2009	47,2	6,0
	2008	50,3	6,2
	2007	43,3	6,0
	2006	45,8	6,1
	2005	48,5	6,1
	2004	51,2	6,3
	2003	48,6	6,2
	2002	48,8	6,1
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>44,4</b>	<b>6,0</b>
	2009	50,8	6,1
	2008	47,3	6,0
	2007	44,9	6,0
	2006	46,1	6,0
	2005	45,0	5,9
	2004	45,8	6,1
	2003	44,8	5,9
	2002	46,8	6,1

## 2.4. Productividad en la librería

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

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

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

Los comportamientos, comentados anteriormente, en ventas y en superficie han supuesto que durante el año 2010 se construya un escenario diferente al del 2009. Globalmente, las ventas totales por m<sup>2</sup> han aumentado, respecto al 2009, fruto de comportamientos distintos, pues mientras las librerías grandes han disminuido su ratio pasando de 4.259,9€/m<sup>2</sup> a 3.911,9€/m<sup>2</sup>, así como las librerías medianas-grandes pasando de 3.010,8€/m<sup>2</sup> a 2.673,6€/m<sup>2</sup>, las librerías medianas-pequeñas han aumentado su ratio pasando de 2.047,8€/m<sup>2</sup> a 2.897,2€/m<sup>2</sup>.

Las ventas de libros por superficie dedicada al libro, también han aumentado, pero muy ligeramente, fruto de un comportamiento similar al comentado para las ventas generales, pero más moderado. El grupo de las librerías grandes y el de las medianas-grandes disminuyen su ratio y el de las medianas-pequeñas lo aumentan, respecto al año 2009. Así, las librerías grandes pasan de 3.910,8€/m<sup>2</sup> a 3.573,3€/m<sup>2</sup>, las medianas-grandes pasan de 2.953,8€/m<sup>2</sup> a 2.724,3€/m<sup>2</sup> y las librerías medianas-pequeñas aumentan de 2.268,2€/m<sup>2</sup> a 2.615,7€/m<sup>2</sup>.

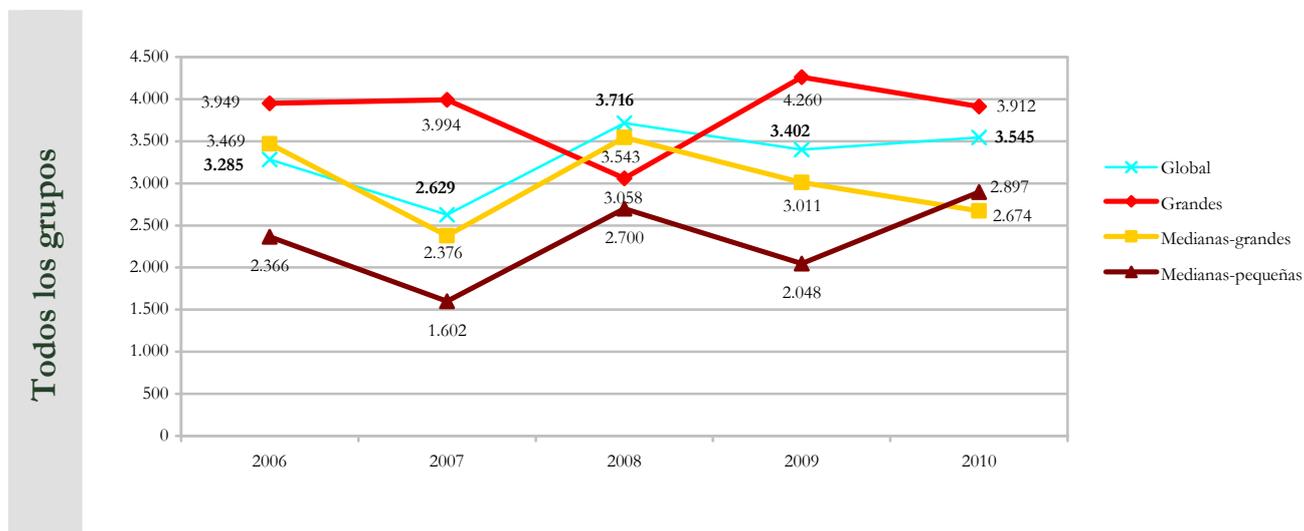
La ratio de ventas totales por meses trabajados, guarda un cierto paralelismo con las anteriores, observándose globalmente un aumento provocado por el incremento de la ratio en el grupo de las librerías medianas-pequeñas (que pasan de 6.155,3€/mes a 7.670,7€/mes) y que el descenso de las librerías grandes (que pasan de 18.985,1€/mes a 16.478,5€/mes) y de las librerías medianas-grandes (que pasan de 14.407,4€/mes a 13.642,6€/mes) no pueden impedir dicho aumento general.

Por otro lado, la ratio referente a la relación entre la cantidad de trabajo (meses) y la superficie del establecimiento ( $m^2$ ), requiere un análisis diferenciado, ya que como se ha observado, en el pasado, puede existir una desviación en el sentido de que las librerías de mayor dimensión requieran de una mayor cantidad de trabajo por  $m^2$ . Este hecho parece ser indicativo de que al incrementarse el tamaño de la librería en términos de superficie (y, probablemente, de fondo de libros), tiendan a incrementarse los costes de personal, con los consiguientes problemas de mejora de la productividad de las empresas.

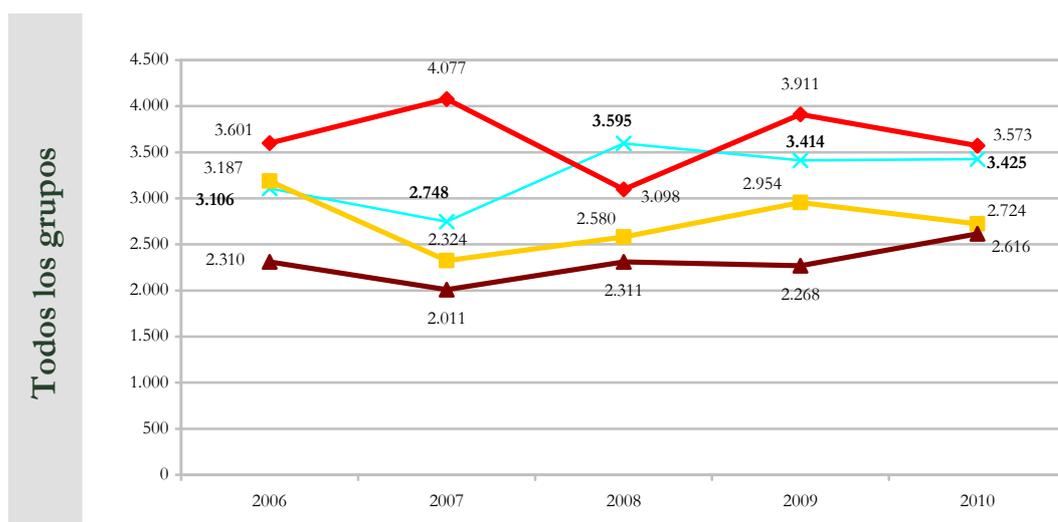
En los últimos años, parecía que las diferencias entre grupos de librerías por este concepto se reducían, en el caso de los establecimientos de la Comunidad Valenciana, obteniéndose valores cercanos a 0,22 meses/ $m^2$  los años 2005 y 2006 de promedio en todos los casos. No obstante, el año 2007, se constató una notable disminución del valor de esta ratio en el grupo de librerías medianas-grandes, que se situaba en 0,17 meses/ $m^2$  y que en el 2008 se mantuvo en 0,18 meses/ $m^2$ , al mismo tiempo que las librerías grandes aumentaban la ratio hasta el 0,25 meses/ $m^2$ , manteniéndose las diferencias. En el año 2009, se dio un proceso de homogeneización al aumentar la ratio las librerías medianas-grandes de 0,18 a 0,20 y de las medianas-pequeñas pasando de 0,20 a 0,25 meses/ $m^2$  (siendo la del 2009 la ratio más alta registrada), en cambio las librerías grandes redujeron su ratio de 0,25 a 0,23 meses/ $m^2$ , situándolas este valor entre las librerías medianas-pequeñas y medianas-grandes. Durante el año 2010, las librerías grandes se vuelven a situar en 0,25 meses/ $m^2$  (aumentando dos décimas, respecto al 2009) y las medianas-grandes y las medianas-pequeñas se sitúan ambas en 0,21 (las primeras por aumentar una décima, y las segundas por disminuir cuatro, respecto al 2009).

2.4. Productividad en la librería

Ratio de ventas totales y superficie total (euros/m<sup>2</sup>).  
Años 2006-2010. Por tamaño.

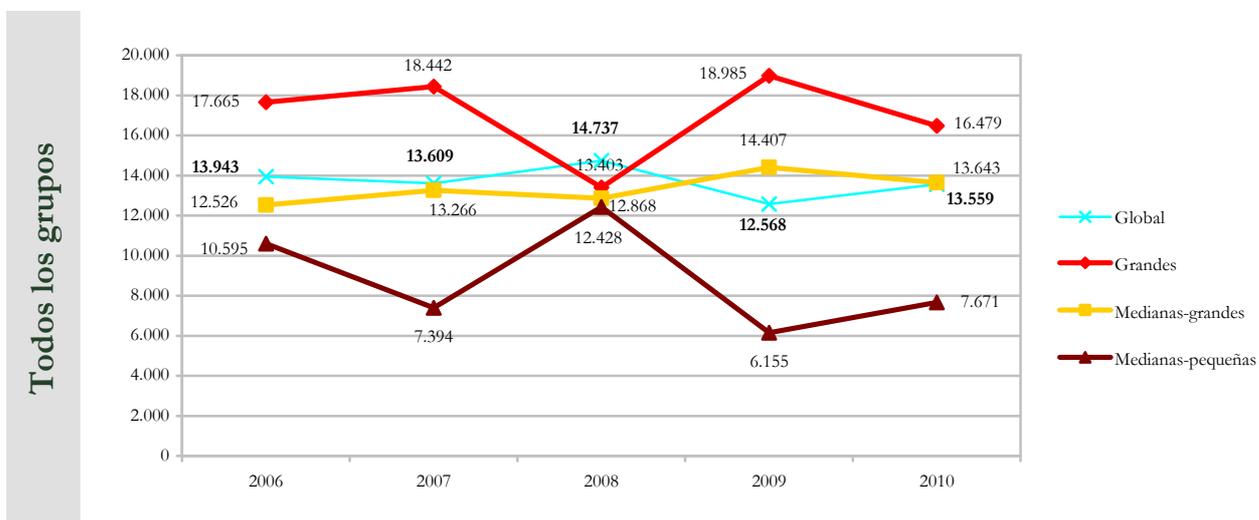


Ratio de ventas en libros y superficie ocupada por libros (euros/m<sup>2</sup>).  
Años 2006-2010. Por tamaño.

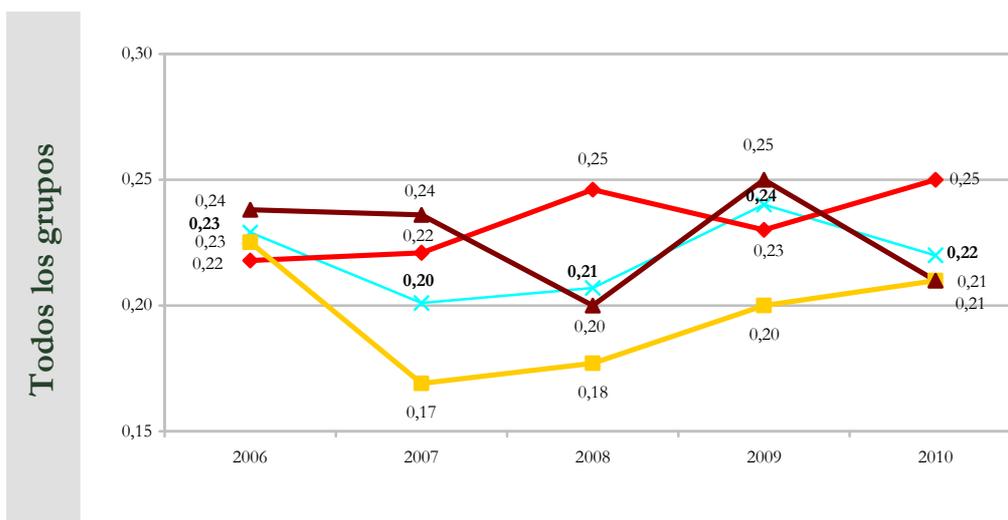


2.4. Productividad en la librería

Ratio de ventas totales y meses trabajados (euros/meses). Años 2006-2010.  
Por tamaño.



Ratio de meses totales trabajados y superficie total (meses/m<sup>2</sup>).  
Años 2006-2010. Por tamaño.



2.4. Productividad en la librería

	%	Ventas totales / superficie total (Eur. / m <sup>2</sup> )	Ventas en libros / superficie total libro (Eur. / m <sup>2</sup> )	Ventas totales / meses trabajados (Eur. / meses)	Meses trabajados / superficie total (meses / m <sup>2</sup> )
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>3.544,9</b>	<b>3.425,1</b>	<b>13.559,2</b>	<b>0,22</b>
	2009	3.402,3	3.413,5	12.568,2	0,24
	2008	3.716,3	3.595,1	14.737,0	0,21
	2007	2.628,9	2.748,2	13.609,4	0,20
	2006	3.284,7	3.105,9	13.943,3	0,23
	2005	2.820,9	2.718,8	13.040,6	0,22
	2004	2.640,2	3.029,3	13.652,3	0,22
	2003	2.799,4	2.743,0	17.340,1	0,21
	2002	3.356,1	3.268,8	14.455,1	0,23
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>3.911,9</b>	<b>3.573,3</b>	<b>16.478,5</b>	<b>0,25</b>
	2009	4.259,9	3.910,8	18.985,1	0,23
	2008	3.058,3	3.098,4	13.403,3	0,25
	2007	3.993,7	4.077,1	18.441,5	0,22
	2006	3.948,9	3.600,9	17.665,1	0,22
	2005	3.109,0	2.983,9	14.622,2	0,22
	2004	3.772,4	4.050,0	17.365,0	0,24
	2003	3.012,7	3.085,3	15.503,5	0,22
	2002	3.859,4	3.807,1	15.634,2	0,25
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>2.673,6</b>	<b>2.724,3</b>	<b>13.642,6</b>	<b>0,21</b>
	2009	3.010,8	2.953,8	14.407,4	0,20
	2008	3.543,3	2.579,6	12.867,7	0,18
	2007	2.375,9	2.323,8	13.265,5	0,17
	2006	3.468,8	3.187,4	12.525,9	0,23
	2005	2.398,3	2.216,2	10.694,4	0,22
	2004	2.709,5	2.653,3	13.837,9	0,19
	2003	3.354,2	3.582,0	13.020,4	0,23
	2002	3.364,6	3.130,8	11.116,6	0,23
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>2.897,2</b>	<b>2.615,7</b>	<b>7.670,7</b>	<b>0,21</b>
	2009	2.047,8	2.268,2	6.155,3	0,25
	2008	2.699,9	2.311,3	12.427,7	0,20
	2007	1.601,6	2.010,8	7.394,1	0,24
	2006	2.366,1	2.310,4	10.594,7	0,24
	2005	2.186,2	2.306,6	9.952,2	0,21
	2004	1.352,9	1.670,6	8.101,9	0,20
	2003	1.605,6	1.750,6	8.964,1	0,17
	2002	1.815,6	1.602,9	10.978,6	0,15

2.5. El libro y la librería

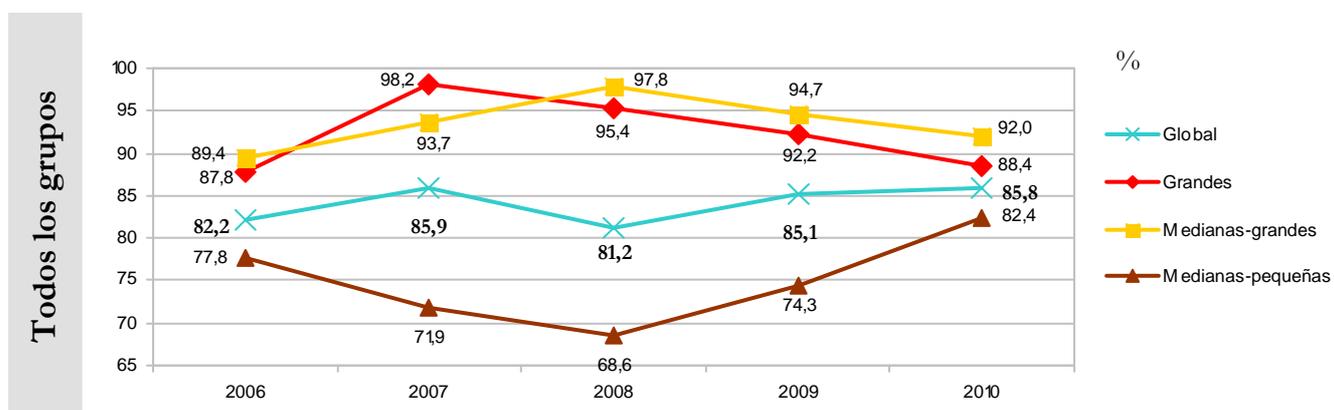
La relación libro-librería se estudia mediante las siguientes ratios:

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

*Superficie ocupada por libros*

El peso del libro respecto del conjunto del negocio, en general, en las librerías de la Comunidad Valenciana en el 2010, se mantiene muy alto, tanto en términos de superficie como de ventas, mejorando la presencia relativa, respecto a la superficie total, del 2009 (de 85,1% a 85,8%).

Los comportamientos en cuanto a la superficie ocupada por libros, respecto a la superficie total, son diferentes según el grupo de librerías. Así, las librerías medianas-grandes se sitúan en primera posición con un 92,0%, aunque disminuye su presencia, respecto al 2009. Las librerías grandes con un porcentaje también altísimo (88,4%) descienden, ligeramente, por tercer año consecutivo. En cambio, las librerías medianas-pequeñas aumentan su presencia (de 74,3% en el 2009 a 82,4% en el 2010), aunque aún son las que ocupan, relativamente, menos superficie en libros.



2.5. El libro y la librería

	%	Superficie de acceso al público (m <sup>2</sup> )	Superficie de almacén (m <sup>2</sup> )	Otras superficies (m <sup>2</sup> )	Superficie total (m <sup>2</sup> )	Porcentaje superficie de acceso al público ocupada por libros (%)	Porcentaje superficie almacén ocupada por libros (%)	Porcentaje de superficie total ocupada por libros (%)
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>128,5</b>	<b>31,1</b>	<b>8,9</b>	<b>168,5</b>	<b>87,5</b>	<b>66,1</b>	<b>85,8</b>
	2009	148,3	31,9	6,3	186,5	85,1	73,8	85,1
	2008	156,2	32,3	3,9	192,4	81,6	64,1	81,2
	2007	156,8	40,1	8,8	205,7	86,7	72,2	85,9
	2006	110,2	29,1	15,0	154,2	82,6	67,8	82,2
	2005	152,7	32,9	7,9	193,6	86,4	74,3	86,1
	2004	140,1	58,9	10,5	209,5	89,0	67,5	84,8
	2003	153,1	35,5	24,3	212,7	90,8	66,6	88,2
2002	169,7	46,6	25,4	241,7	86,7	77,9	87,4	
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>173,2</b>	<b>40,0</b>	<b>18,2</b>	<b>231,4</b>	<b>91,3</b>	<b>77,6</b>	<b>88,4</b>
	2009	180,9	29,1	19,1	229,1	94,9	91,3	92,2
	2008	224,0	38,5	2,0	264,5	98,3	91,9	95,4
	2007	159,9	46,8	10,6	217,3	98,2	92,3	98,2
	2006	205,6	44,5	30,6	280,8	88,8	80,0	87,8
	2005	220,9	41,3	9,1	271,4	90,4	95,8	91,9
	2004	205,3	52,4	23,8	281,5	97,2	83,4	94,6
	2003	258,2	45,9	45,7	349,8	89,6	67,7	87,5
2002	283,3	77,5	59,8	420,6	88,4	81,5	87,3	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>110,1</b>	<b>16,1</b>	<b>5,6</b>	<b>131,8</b>	<b>90,0</b>	<b>77,8</b>	<b>92,0</b>
	2009	145,9	31,2	3,7	180,7	93,0	91,3	94,7
	2008	169,9	37,8	9,4	217,1	96,7	87,8	97,8
	2007	161,3	29,2	4,1	194,6	93,0	83,7	93,7
	2006	119,5	33,0	9,5	162,0	90,0	77,8	89,4
	2005	190,7	30,0	10,0	230,7	85,9	65,7	87,6
	2004	126,7	48,7	8,3	183,7	86,6	50,8	79,1
	2003	125,4	34,4	10,4	170,1	93,2	74,3	90,7
2002	136,9	35,6	4,8	177,3	90,5	88,2	93,5	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>88,3</b>	<b>34,1</b>	<b>5,1</b>	<b>127,5</b>	<b>84,6</b>	<b>57,7</b>	<b>82,4</b>
	2009	108,4	33,8	2,0	144,2	73,1	54,1	74,3
	2008	99,5	29,6	2,9	132,0	67,8	48,2	68,6
	2007	79,2	42,5	9,2	130,8	74,0	54,8	71,9
	2006	77,2	22,9	12,2	112,3	77,8	60,2	77,8
	2005	84,1	28,7	5,9	118,7	83,8	64,0	81,3
	2004	98,9	69,1	1,7	169,8	84,1	64,6	80,5
	2003	116,6	30,9	22,4	169,4	89,8	61,0	86,9
2002	128,1	36,8	20,5	185,4	83,0	68,5	83,0	

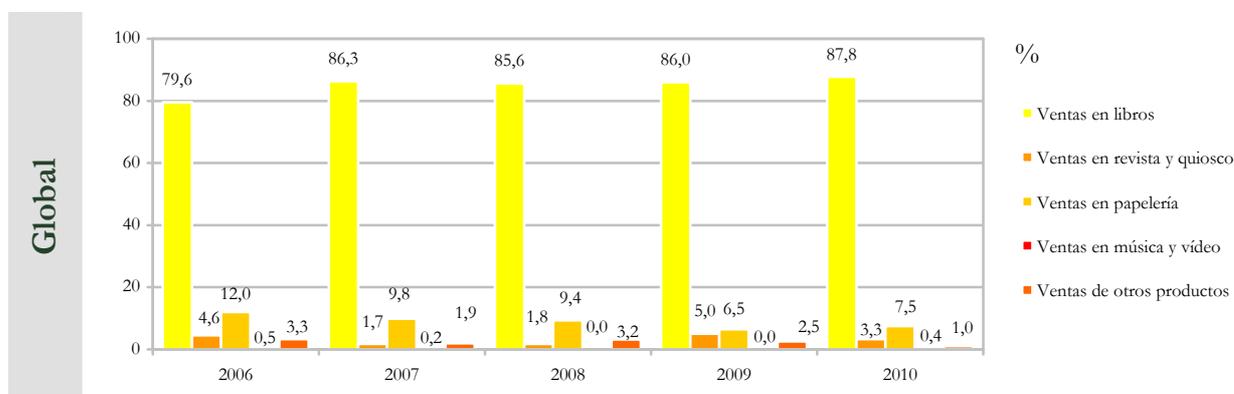
2.5. El libro y la librería

*Composición de las ventas, según tipo de producto*

El producto libro aumenta su participación en las ventas, respecto a 2009 en general y sigue siendo la razón de ser y el elemento fundamental de la estrategia de las librerías (siendo el resto de bienes o servicios prestados de carácter estrictamente complementario).

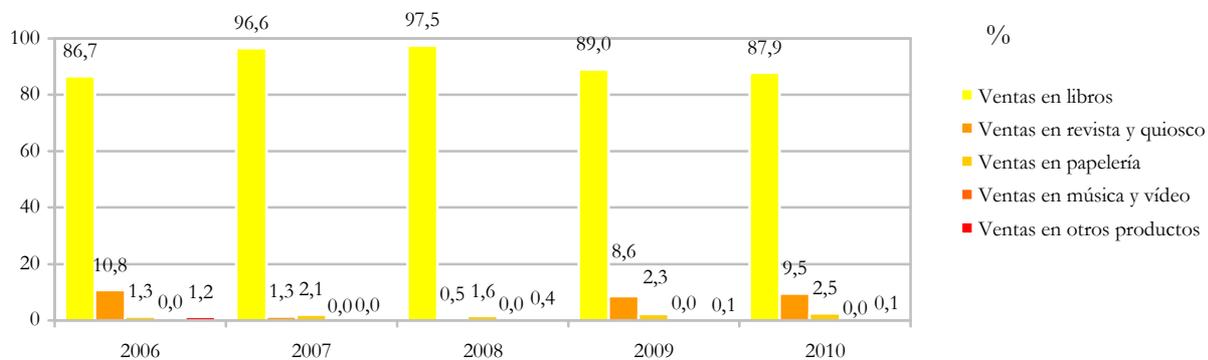
Durante el 2010, el porcentaje de ventas alcanza el 87,8% que es el más alto de los últimos años.

Este aumento registrado durante el 2010, viene determinado en primer lugar, por las librerías medianas-pequeñas y en segundo lugar, por las medianas-grandes, ya que las librerías grandes experimentan un retroceso en el porcentaje de ventas de libros.

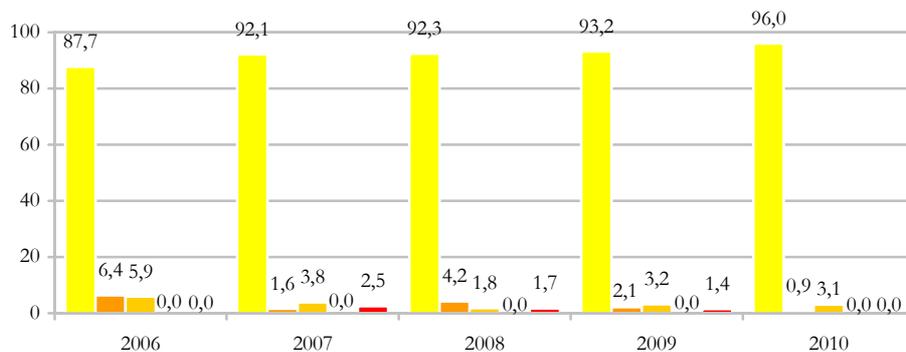


2.5. El libro y la librería

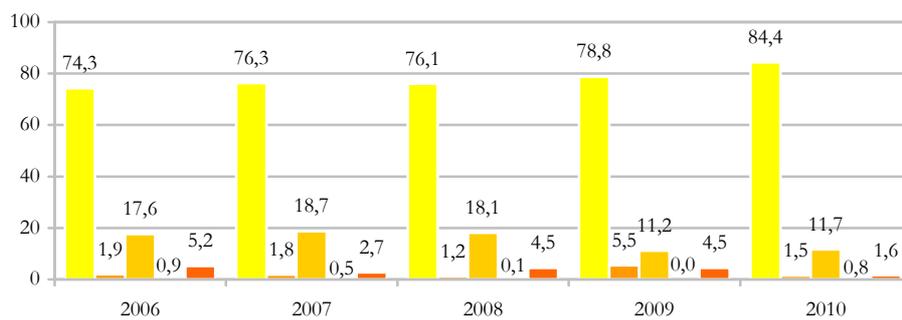
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

	%	Ventas en					Total
		Libros	Revistas y quiosco	Papelería	Música y vídeo	Otros artículos	
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>87,8</b>	<b>3,3</b>	<b>7,5</b>	<b>0,4</b>	<b>1,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	86,0	5,0	6,5	0,0	2,5	100,0
	2008	85,6	1,8	9,4	0,0	3,2	100,0
	2007	86,3	1,7	9,8	0,2	1,9	100,0
	2006	79,6	4,6	12,0	0,5	3,3	100,0
	2005	82,1	5,8	9,6	0,5	2,0	100,0
	2004	84,2	4,2	10,6	0,0	1,0	100,0
	2003	88,9	4,2	5,8	0,0	1,1	100,0
2002	87,5	3,8	6,7	0,5	1,5	100,0	
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>87,9</b>	<b>9,5</b>	<b>2,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	89,0	8,6	2,3	0,0	0,1	100,0
	2008	97,5	0,5	1,6	0,0	0,4	100,0
	2007	96,6	1,3	2,1	0,0	0,0	100,0
	2006	86,7	10,8	1,3	0,0	1,2	100,0
	2005	88,4	6,8	4,2	0,0	0,6	100,0
	2004	94,0	4,9	0,9	0,1	0,0	100,0
	2003	89,3	4,8	5,2	0,0	0,8	100,0
2002	87,1	7,5	2,4	0,3	2,7	100,0	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>96,0</b>	<b>0,9</b>	<b>3,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	93,2	2,1	3,2	0,0	1,4	100,0
	2008	92,3	4,2	1,8	0,0	1,7	100,0
	2007	92,1	1,6	3,8	0,0	2,5	100,0
	2006	87,7	6,4	5,9	0,0	0,0	100,0
	2005	84,3	6,3	6,4	0,0	3,0	100,0
	2004	75,8	8,3	14,5	0,0	1,4	100,0
	2003	86,3	8,7	4,4	0,0	0,6	100,0
2002	91,9	3,8	4,1	0,3	0,0	100,0	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>84,4</b>	<b>1,5</b>	<b>11,7</b>	<b>0,8</b>	<b>1,6</b>	<b>100,0</b>
	2009	78,8	5,5	11,2	0,0	4,5	100,0
	2008	76,1	1,2	18,1	0,1	4,5	100,0
	2007	76,3	1,8	18,7	0,5	2,7	100,0
	2006	74,3	1,9	17,6	0,9	5,2	100,0
	2005	75,9	4,8	15,7	1,1	2,5	100,0
	2004	82,6	1,4	14,6	0,0	1,4	100,0
	2003	90,4	0,9	7,1	0,0	1,6	100,0
2002	84,9	1,7	10,8	0,7	1,9	100,0	

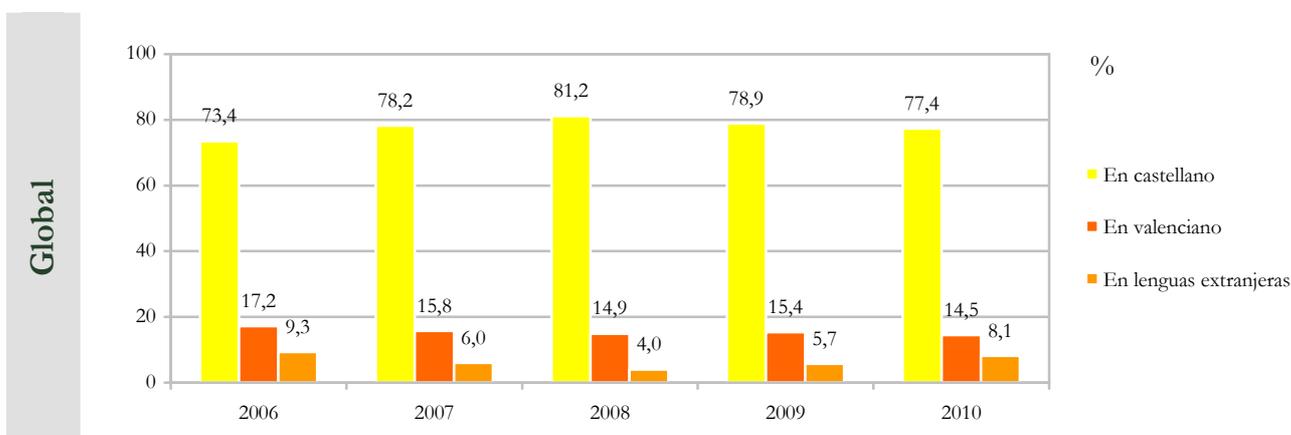
2.5. El libro y la librería

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

Durante el año 2010, el porcentaje de ventas de libros en valenciano (y en otras lenguas oficiales en España diferentes del castellano) se sitúa en el 14,5%, por debajo del porcentaje obtenido en el 2009, que fue del 15,4%. Este porcentaje es el resultado del descenso experimentado en las librerías medianas-grandes (que pasan del 15,9% en el 2009 al 15,0%) y en las medianas-pequeñas (que pasan del 17,8% en el 2009 al 16,3%), que el aumento de las grandes (que pasan del 10,9% en el 2009 al 11,6%) no puede compensar.

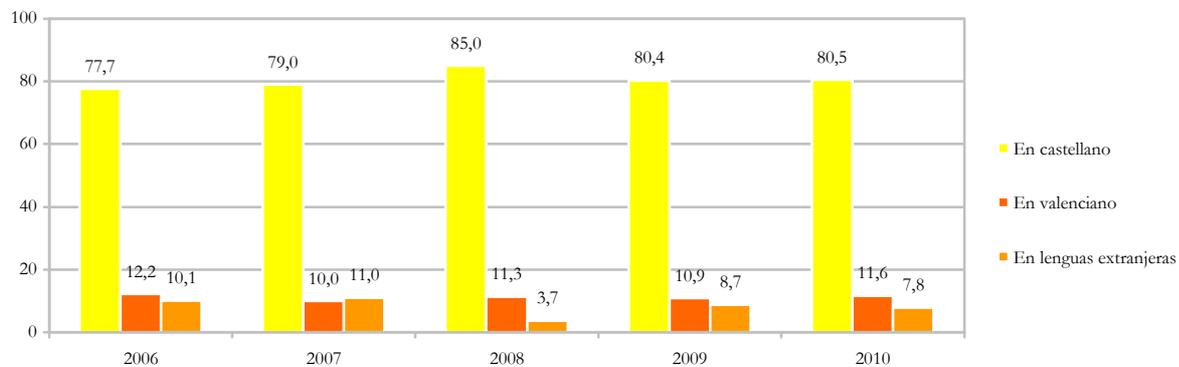
Hacer notar que durante el 2010 el descenso, relativo, de ventas de libros en lengua valenciana no viene determinado por las ventas de libros en castellano que también desciende, sino por el aumento de ventas de libros en lenguas extranjeras.

Estos porcentajes están por debajo de los registrados en el conjunto de las comunidades autónomas con más de una lengua oficial: Illes Balears, Catalunya, Comunidad Valenciana, Galicia, Navarra y País Vasco, en las que globalmente se obtienen unos porcentajes alrededor del veinticinco por ciento de ventas de libros en lenguas oficiales que no son la castellana.

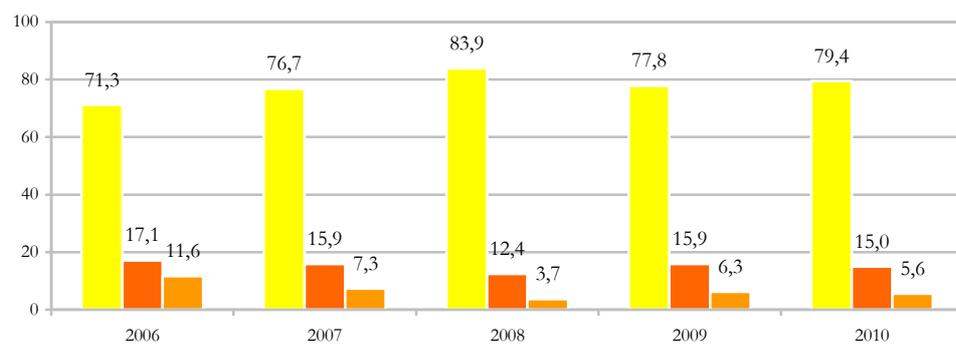


2.5. El libro y la librería

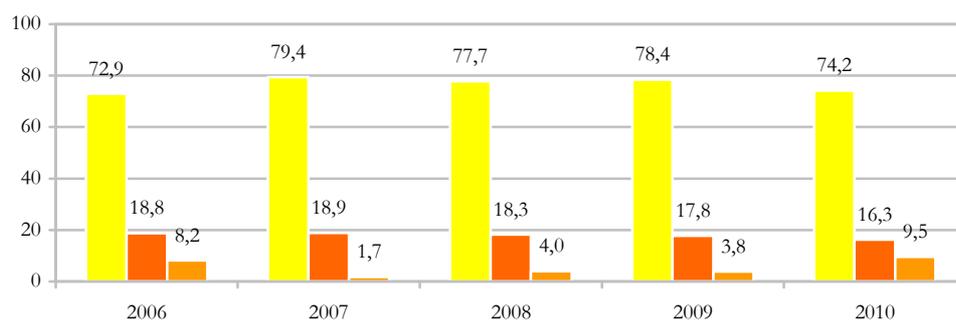
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

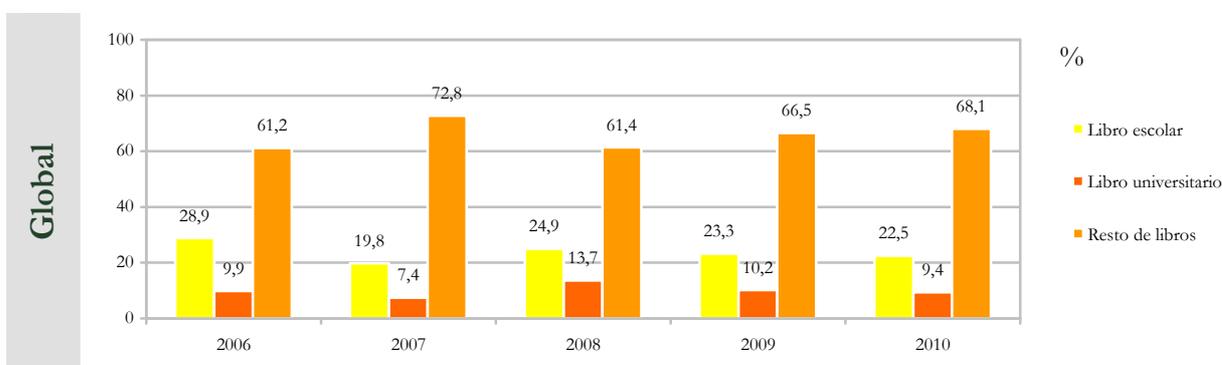
	%	Castellano	Valenciano	Lenguas extranjeras	Total
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>77,4</b>	<b>14,5</b>	<b>8,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	78,9	15,4	5,7	100,0
	2008	81,2	14,9	4,0	100,0
	2007	78,2	15,8	6,0	100,0
	2006	73,4	17,2	9,3	100,0
	2005	79,1	14,1	6,8	100,0
	2004	74,2	15,2	10,6	100,0
	2003	77,2	11,6	11,2	100,0
2002	80,5	13,8	5,7	100,0	
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>80,5</b>	<b>11,6</b>	<b>7,8</b>	<b>100,0</b>
	2009	80,4	10,9	8,7	100,0
	2008	85,0	11,3	3,7	100,0
	2007	79,0	10,0	11,0	100,0
	2006	77,7	12,2	10,1	100,0
	2005	78,2	11,5	10,3	100,0
	2004	76,1	14,3	9,6	100,0
	2003	80,0	13,7	6,3	100,0
2002	86,6	8,0	5,4	100,0	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>79,4</b>	<b>15,0</b>	<b>5,6</b>	<b>100,0</b>
	2009	77,8	15,9	6,3	100,0
	2008	83,9	12,4	3,7	100,0
	2007	76,7	15,9	7,3	100,0
	2006	71,3	17,1	11,6	100,0
	2005	84,1	13,0	2,9	100,0
	2004	71,9	15,4	5,5	100,0
	2003	71,8	12,4	15,8	100,0
2002	84,1	13,2	2,7	100,0	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>74,2</b>	<b>16,3</b>	<b>9,5</b>	<b>100,0</b>
	2009	78,4	17,8	3,8	100,0
	2008	77,7	18,3	4,0	100,0
	2007	79,4	18,9	1,7	100,0
	2006	72,9	18,8	8,2	100,0
	2005	76,8	16,5	6,6	100,0
	2004	70,1	15,8	14,1	100,0
	2003	79,3	9,9	10,8	100,0
2002	74,8	17,5	7,7	100,0	

2.5. El libro y la librería

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

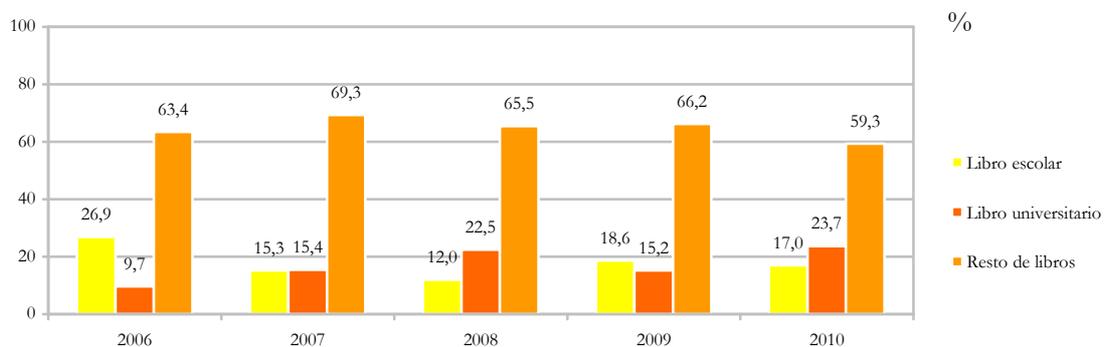
En el año 2010, el análisis de las ventas de libros según el tipo de producto indica que, en general, el peso del libro no vinculado a la “prescripción colectiva” (libro de texto escolar y libro universitario) se recupera ligeramente, respecto al 2009, pasando del 66,5% al 68,1% y por tanto reduciéndose el porcentaje de ventas de libro de texto (escolar y universitario) al 31,9%.

- En las librerías grandes, el libro escolar disminuye del 18,6% en el 2009 al 17,0% en el 2010, pero en cambio el libro universitario aumenta del 15,2% en el 2009 al 23,7%. En estas librerías, el libro no adscrito a la prescripción colectiva obtiene un 59,3% (en el año 2009 fue del 66,2%).
- En las librerías medianas-grandes el libro escolar aumenta del 16,7% en el 2009 al 22,8% en el 2010, el libro universitario disminuye del 15,7% en el 2009 al 12,2% en el 2010 El porcentaje de libros no adscritos a prescripción colectiva disminuye hasta el 65,0%, cuando en el 2009 era del 67,7%.
- Las librerías medianas-pequeñas, son las que tienen un comportamiento más diferenciado, respecto al resto de librerías y más positivo respecto al libro de prescripción no colectiva. El libro escolar representa el 25,0% de las ventas, disminuyendo su presencia respecto el 2009 (que fue del 31,1%). El libro universitario disminuye su presencia pasando del 4,4% al 2,9%, manteniéndose en la banda baja de las ventas en relación con los otros grupos de librerías. Y el libro no vinculado a prescripción colectiva aumenta sus ventas, pasando del 64,5% en el 2009 al 72,1% en el 2010, aumento que sitúa este porcentaje por encima de los obtenidos por los otros grupos de librerías.

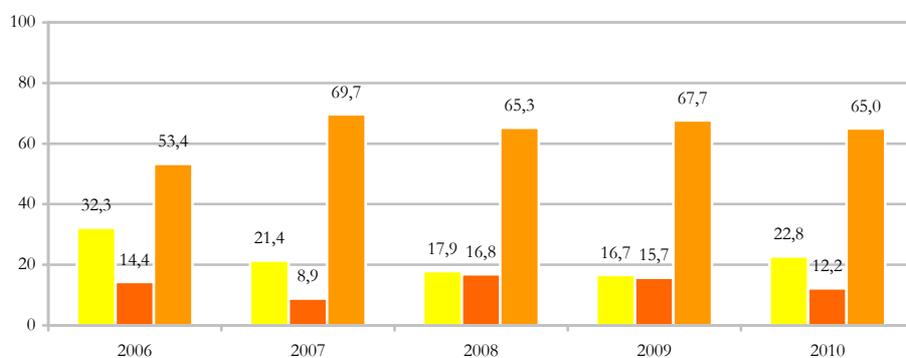


2.5. El libro y la librería

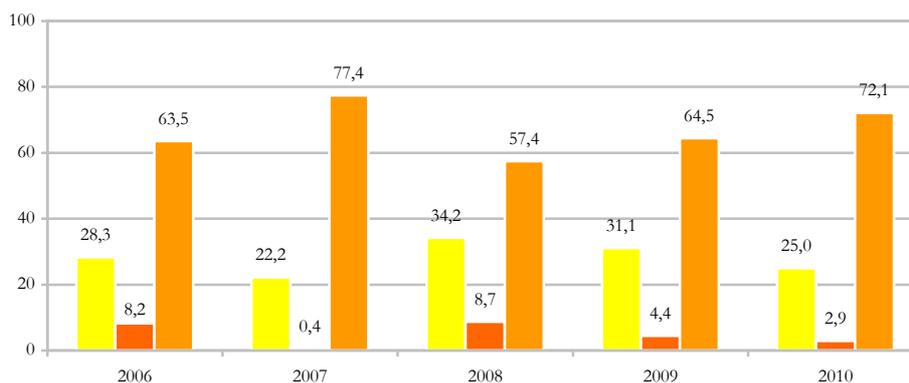
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

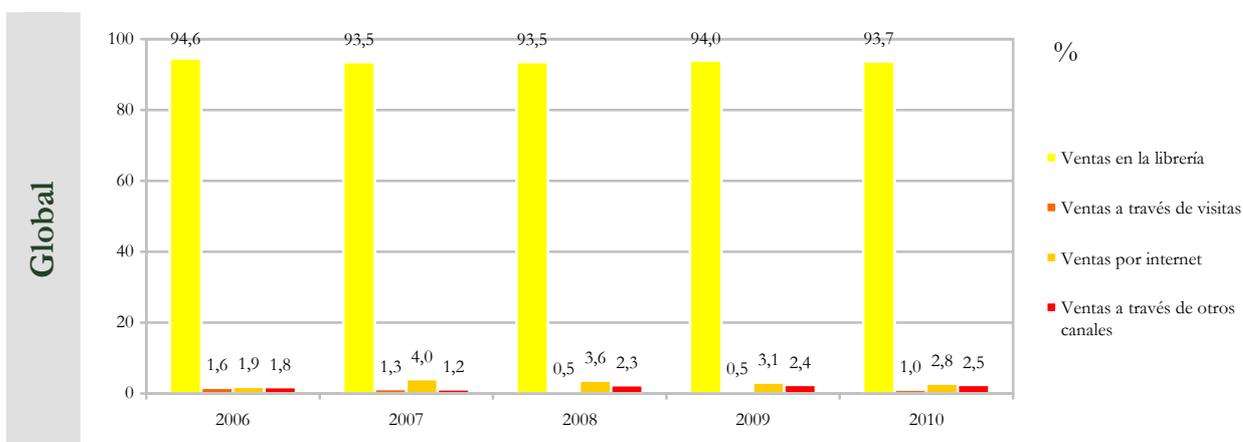
	%	Libro escolar	Libro universitario	Resto de libros	Total
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>22,5</b>	<b>9,4</b>	<b>68,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	23,3	10,2	66,5	100,0
	2008	24,9	13,7	61,4	100,0
	2007	19,8	7,4	72,8	100,0
	2006	28,9	9,9	61,2	100,0
	2005	16,9	14,5	68,6	100,0
	2004	22,6	9,9	67,5	100,0
	2003	13,7	16,3	70,0	100,0
	2002	16,3	13,8	69,9	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>17,0</b>	<b>23,7</b>	<b>59,3</b>	<b>100,0</b>
	2009	18,6	15,2	66,2	100,0
	2008	12,0	22,5	65,5	100,0
	2007	15,3	15,4	69,3	100,0
	2006	26,9	9,7	63,4	100,0
	2005	11,8	22,4	65,7	100,0
	2004	11,3	13,2	75,6	100,0
	2003	10,6	19,6	69,8	100,0
	2002	10,8	15,3	73,9	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>22,8</b>	<b>12,2</b>	<b>65,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	16,7	15,7	67,7	100,0
	2008	17,9	16,8	65,3	100,0
	2007	21,4	8,9	69,7	100,0
	2006	32,3	14,4	53,4	100,0
	2005	17,3	13,9	68,9	100,0
	2004	29,7	3,8	66,5	100,0
	2003	20,9	13,1	66,0	100,0
	2002	25,9	6,2	67,9	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>25,0</b>	<b>2,9</b>	<b>72,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	31,1	4,4	64,5	100,0
	2008	34,2	8,7	57,4	100,0
	2007	22,2	0,4	77,4	100,0
	2006	28,3	8,2	63,5	100,0
	2005	20,8	8,3	70,9	100,0
	2004	26,2	10,9	62,9	100,0
	2003	10,8	16,7	72,5	100,0
	2002	14,0	17,5	68,5	100,0

2.5. El libro y la librería

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

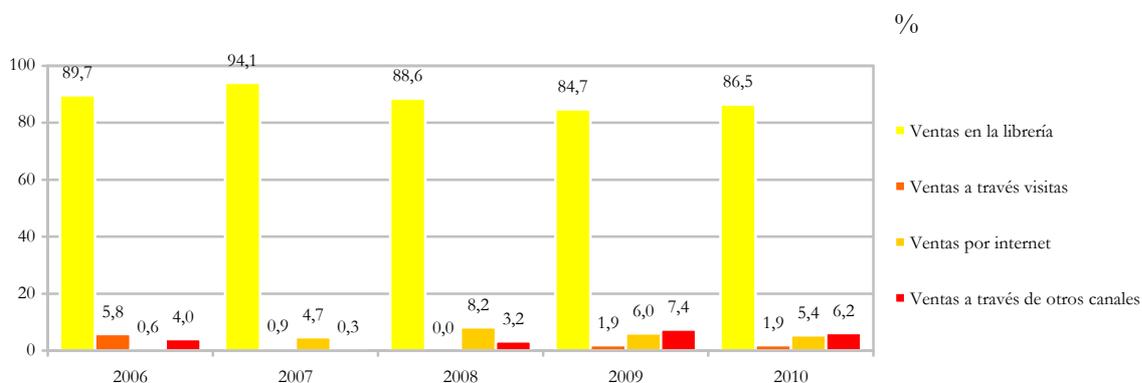
En la línea de los años anteriores, las ventas de libros, el año 2010, en el propio local de la librería representan más del noventa por ciento del total de las ventas en las librerías valencianas (al igual que en las del conjunto de España). Por lo tanto, el resto de canales no tienen una importancia significativa en términos de ventas, actuales.

Las ventas en la librería son más altas en las librerías medianas-pequeñas y conforme aumenta el tamaño de la librería, disminuye el porcentaje de ventas en el establecimiento, a favor de las ventas por internet, de las ventas por otros canales, etc... que tienen su máxima expresión en las librerías grandes en las que representan el 13,5%.

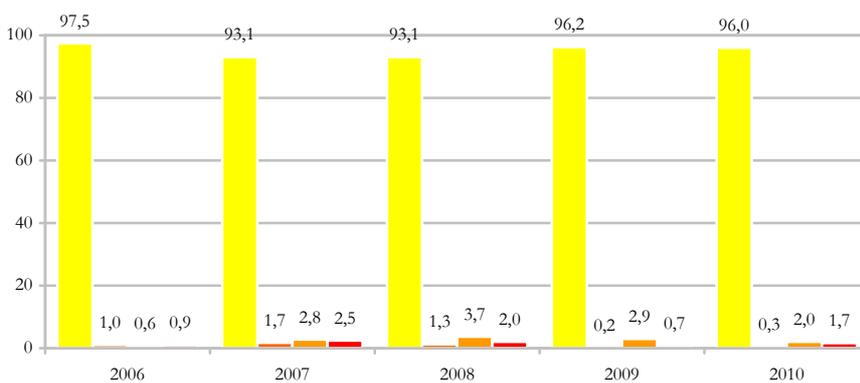


2.5. El libro y la librería

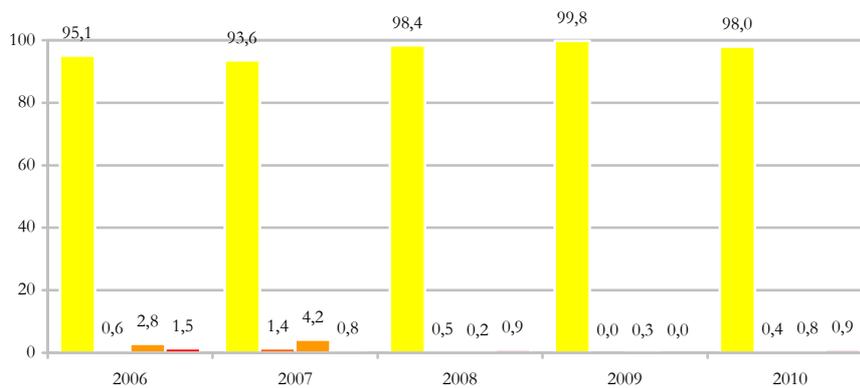
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

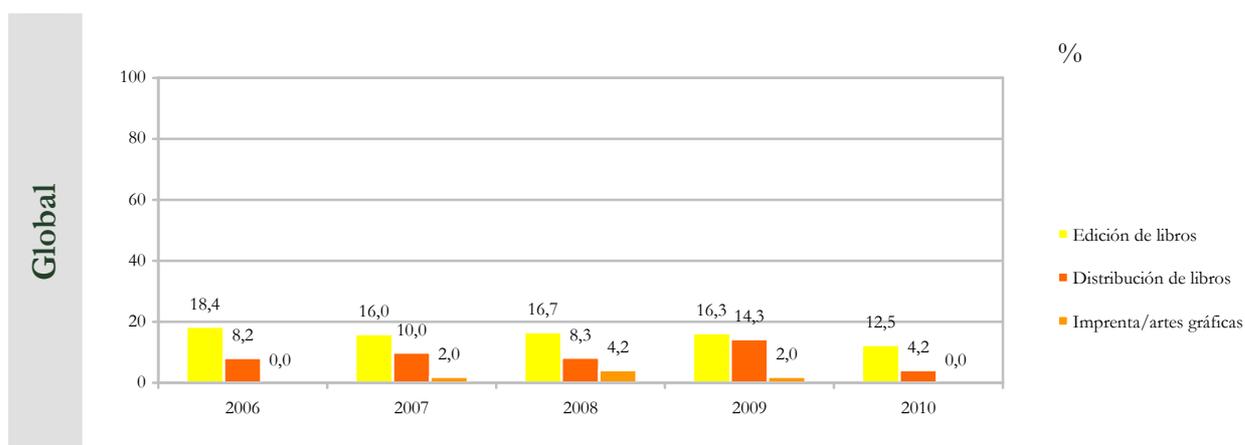
	%	Ventas en				Total
		Local	Domicilio	Internet	Otros canales	
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>93,7</b>	<b>1,0</b>	<b>2,8</b>	<b>2,5</b>	<b>100,0</b>
	2009	94,0	0,5	3,1	2,4	100,0
	2008	93,5	0,5	3,6	2,3	100,0
	2007	93,5	1,3	4,0	1,2	100,0
	2006	94,6	1,6	1,9	1,8	100,0
	2005	93,0	2,7	2,4	2,0	100,0
	2004	93,4	2,6	2,1	1,9	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>86,5</b>	<b>1,9</b>	<b>5,4</b>	<b>6,2</b>	<b>100,0</b>
	2009	84,7	1,9	6,0	7,4	100,0
	2008	88,6	0,0	8,2	3,2	100,0
	2007	94,1	0,9	4,7	0,3	100,0
	2006	89,7	5,8	0,6	4,0	100,0
	2005	90,7	3,3	3,2	2,8	100,0
	2004	89,7	3,8	5,4	1,2	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2010</b>	<b>96,0</b>	<b>0,3</b>	<b>2,0</b>	<b>1,7</b>	<b>100,0</b>
	2009	96,2	0,2	2,9	0,7	100,0
	2008	93,1	1,3	3,7	2,0	100,0
	2007	93,1	1,7	2,8	2,5	100,0
	2006	97,5	1,0	0,6	0,9	100,0
	2005	91,1	2,7	2,9	3,2	100,0
	2004	95,2	2,6	1,1	1,1	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>98,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>100,0</b>
	2009	99,8	0,0	0,3	0,0	100,0
	2008	98,4	0,5	0,2	0,9	100,0
	2007	93,6	1,4	4,2	0,8	100,0
	2006	95,1	0,6	2,8	1,5	100,0
	2005	95,8	2,1	1,4	0,7	100,0
	2004	95,0	1,8	0,4	2,8	100,0

2.5. El libro y la librería

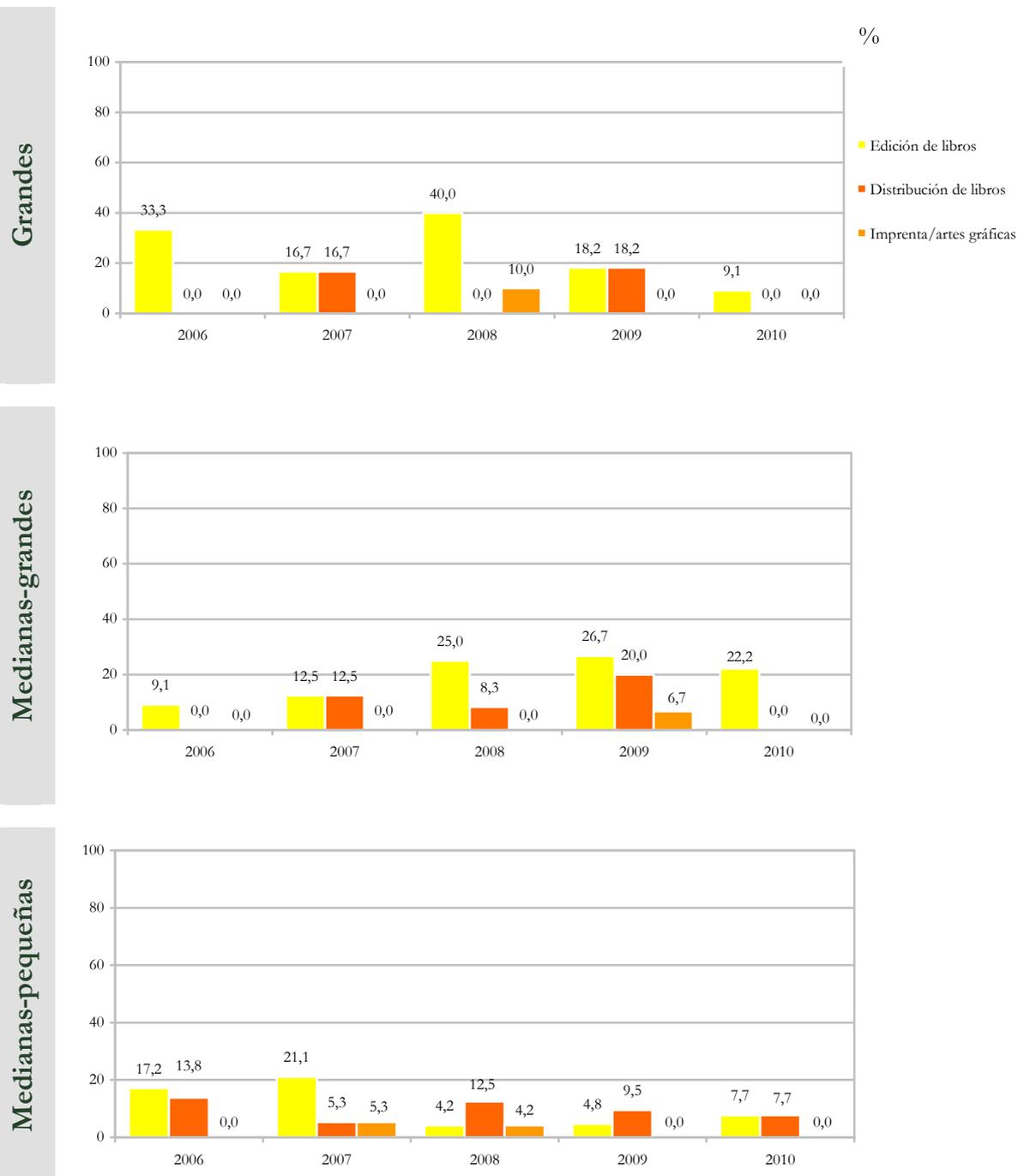
*Realización de otras actividades relacionadas con el libro*

En la realización, por parte de las librerías, de otras actividades relacionadas con el sector del libro (edición, distribución e imprenta/artes gráficas), durante el año 2010, se observa a nivel general un descenso, respecto el 2009, descenso notable que se registra en las tres actividades estudiadas.

Las librerías medianas-grandes son las que registran más actividad 22,2% en edición de libros, seguidas por las librerías medianas-pequeñas con un 7,7% en edición de libros y un 7,7% en distribución de libros y finalmente, se sitúan las librerías grandes con un 9,1% en edición de libros.



2.5. El libro y la librería



2.5. El libro y la librería

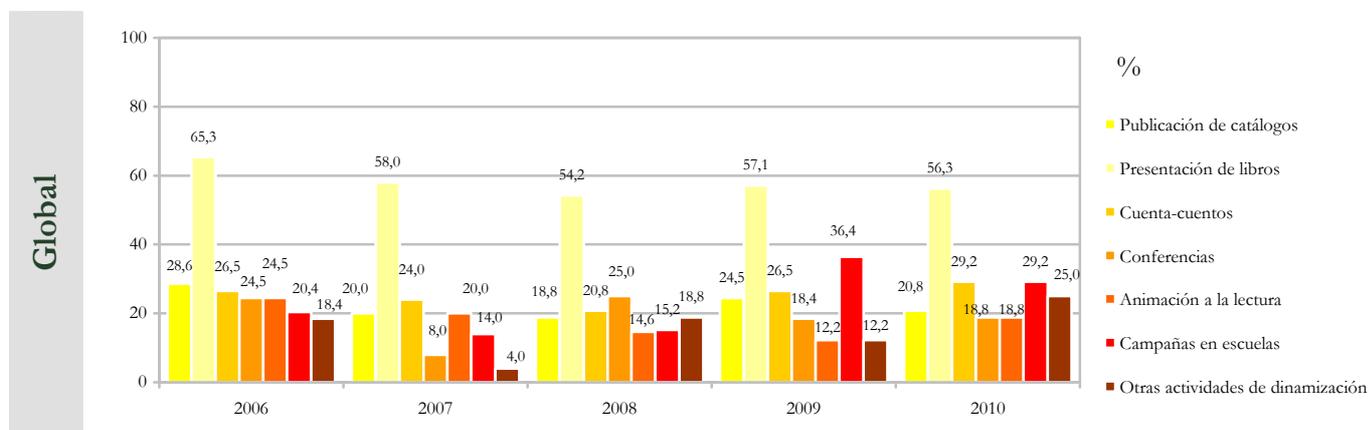
	%	Edición de libros	Distribución de libros	Imprenta de libros
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>12,5</b>	<b>4,2</b>	<b>0,0</b>
	2009	16,3	14,3	2,0
	2008	16,7	8,3	4,2
	2007	16,0	10,0	2,0
	2006	18,4	8,2	0,0
	2005	15,0	20,0	3,3
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>9,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
	2009	18,2	18,2	0,0
	2008	40,0	0,0	10,0
	2007	16,7	16,7	0,0
	2006	33,3	0,0	0,0
	2005	11,1	16,7	0,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>22,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
	2009	26,7	20,0	6,7
	2008	25,0	8,3	0,0
	2007	12,5	12,5	0,0
	2006	9,1	0,0	0,0
	2005	26,7	33,3	6,7
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>0,0</b>
	2009	4,8	9,5	0,0
	2008	4,2	12,5	4,2
	2007	21,1	5,3	5,3
	2006	17,2	13,8	0,0
	2003	11,1	14,8	3,7

2.5. El libro y la librería

*Realización de otras actividades relacionadas con la lectura*

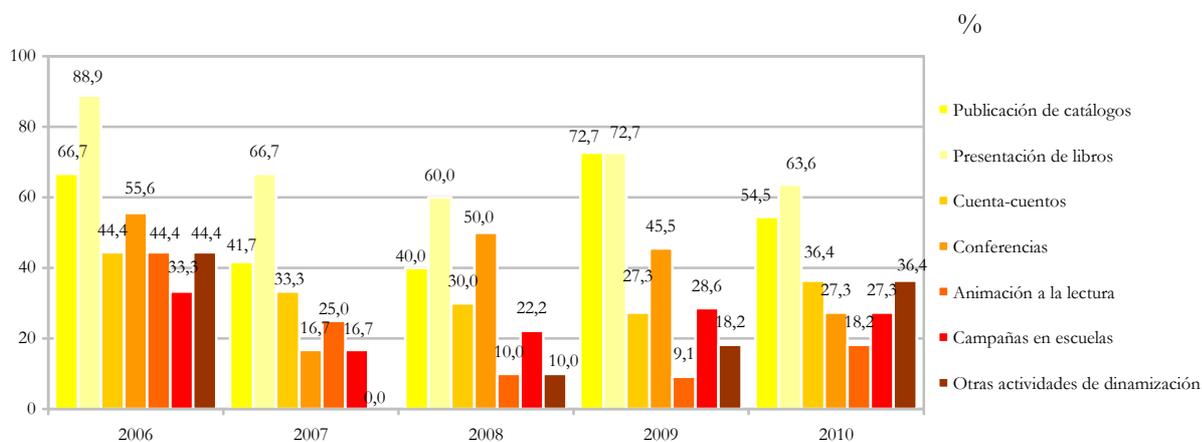
Respecto a las actividades de dinamización de la lectura, realizadas por las librerías, el análisis de los datos obtenidos el año 2010, permite constatar que -en general- hay un ligero aumento de los porcentajes de librerías de la Comunidad Valenciana que desarrollan estas actividades. Más concretamente, 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 63,6% de las librerías grandes, el 57,7% de las medianas-pequeñas y el 33,3% de las medianas-grandes.
- En años anteriores, aparecía en segundo lugar la publicación de catálogos, que ha seguido una evolución negativa durante el 2007 y el 2008 y que este año 2010 aunque mantiene la recuperación experimentada en el 2009 (gracias a las librerías grandes), se sitúa en quinta posición.
- El segundo lugar, en el 2010, lo ocupan las campañas en las escuelas y los cuentos que obtienen su máxima expresión en las librerías medianas-grandes, seguidas a cierta distancia por las librerías grandes y por las medianas-pequeñas.
- El resto de actividades de dinamización de la lectura (conferencias, animación a la lectura y otras actividades) son promovidas por una proporción menor de establecimientos. No obstante, destacar que estas otras actividades, durante el año 2010, alcanzan el 25,0%, lo que a priori indica la voluntad de las librerías por buscar nuevos caminos en pro del libro.

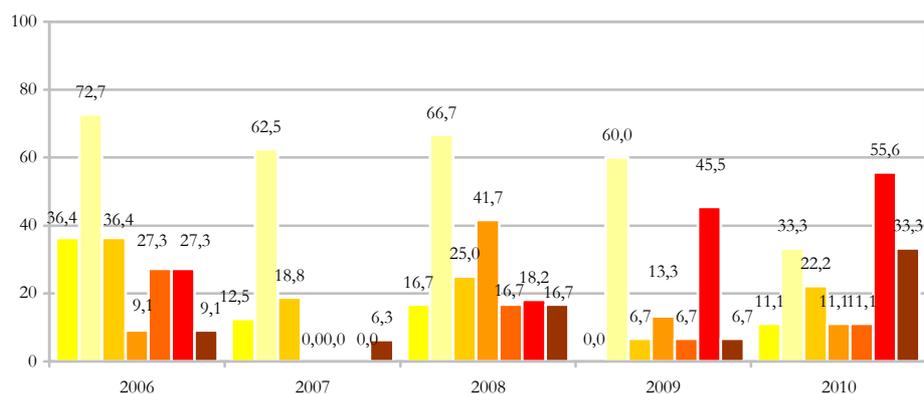


2.5. El libro y la librería

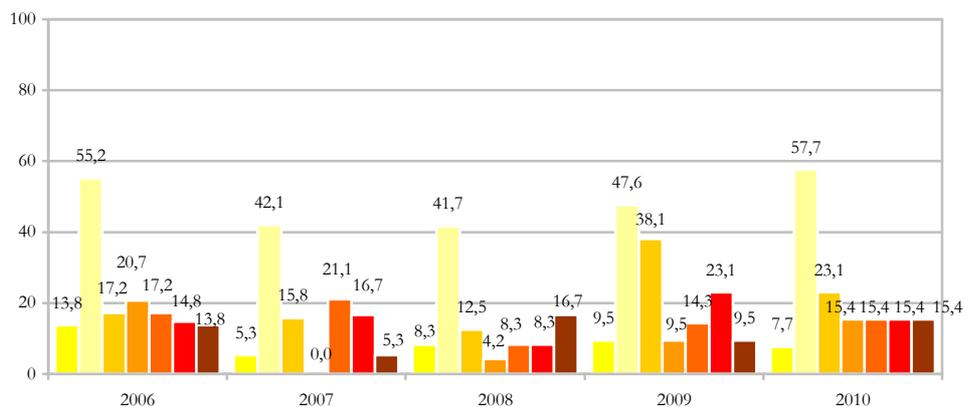
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

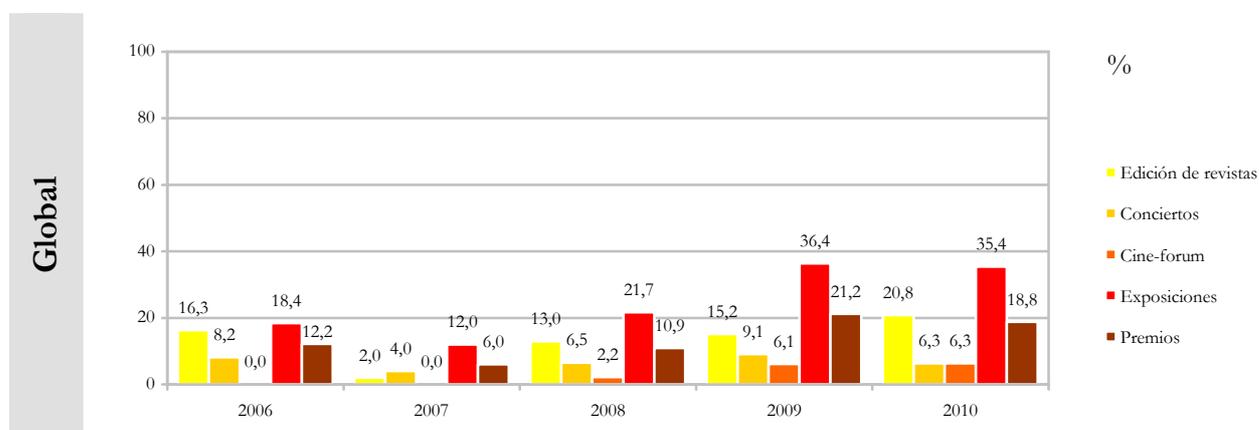
	%	Publicación de catálogos	Presentación de libros	Cuentacuentos	Conferencias	Animación lectura en escuelas	Campañas en escuelas	Otras actividades
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>20,8</b>	<b>56,3</b>	<b>29,2</b>	<b>18,8</b>	<b>18,8</b>	<b>29,2</b>	<b>25,0</b>
	2009	24,5	57,1	26,5	18,4	12,2	36,4	12,2
	2008	18,8	54,2	20,8	25,0	14,6	15,2	18,8
	2007	20,0	58,0	24,0	8,0	20,0	14,0	4,0
	2006	28,6	65,3	26,5	24,5	24,5	20,4	18,4
	2005	31,7	56,7	25,0	26,7	33,3	28,3	21,7
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>54,5</b>	<b>63,6</b>	<b>36,4</b>	<b>27,3</b>	<b>18,2</b>	<b>27,3</b>	<b>36,4</b>
	2009	72,7	72,7	27,3	45,5	9,1	28,6	18,2
	2008	40,0	60,0	30,0	50,0	10,0	22,2	10,0
	2007	41,7	66,7	33,3	16,7	25,0	16,7	0,0
	2006	66,7	88,9	44,4	55,6	44,4	33,3	44,4
	2005	56,3	61,1	38,9	38,9	25,0	25,0	22,2
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>11,1</b>	<b>33,3</b>	<b>22,2</b>	<b>11,1</b>	<b>11,1</b>	<b>55,6</b>	<b>33,3</b>
	2009	0,0	60,0	6,7	13,3	6,7	45,5	6,7
	2008	16,7	66,7	25,0	41,7	16,7	18,2	16,7
	2007	12,5	62,5	18,8	0,0	0,0	0,0	6,3
	2006	36,4	72,7	36,4	9,1	27,3	27,3	9,1
	2005	35,7	60,0	33,3	20,0	42,9	50,0	20,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>7,7</b>	<b>57,7</b>	<b>23,1</b>	<b>15,4</b>	<b>15,4</b>	<b>15,4</b>	<b>15,4</b>
	2009	9,5	47,6	38,1	9,5	14,3	23,1	9,5
	2008	8,3	41,7	12,5	4,2	8,3	8,3	16,7
	2007	5,3	42,1	15,8	0,0	21,1	16,7	5,3
	2006	13,8	55,2	17,2	20,7	17,2	14,8	13,8
	2005	14,8	51,9	11,1	22,2	33,3	18,5	22,2

2.5. El libro y la librería

*Realización de otras actividades culturales*

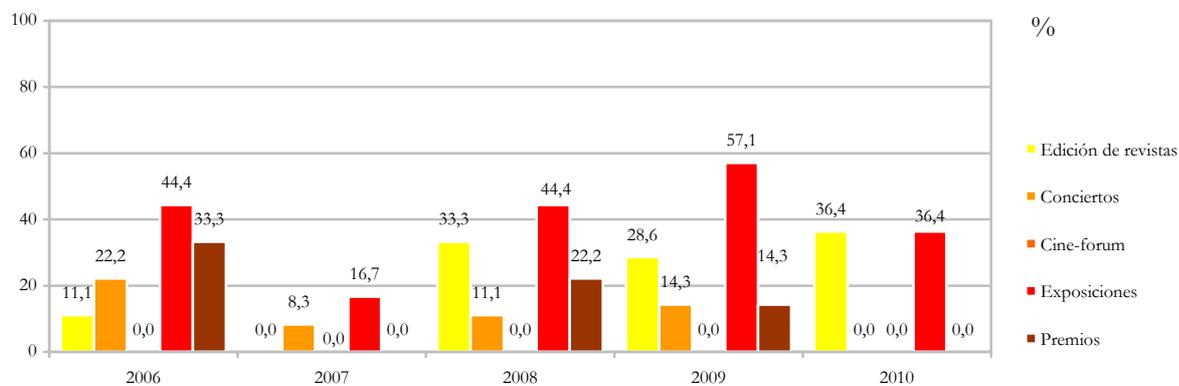
En las otras actividades culturales realizadas por las librerías, destacan las exposiciones, la edición de revistas y los premios, siendo estas las tres actividades más recurrentes en los últimos años. Indicar que la frecuencia de las actividades es mayor, cuanto mayor es el tamaño de la librería, como pasa con las actividades relacionadas con el libro o con la promoción de lectura.

Durante el 2008, la información registrada inducía a pensar en una leve recuperación de las actividades tanto de animación de la lectura, como de las actividades culturales. Durante el 2009, se consolidó esta recuperación con el incremento de actividades y por tanto explicita el esfuerzo de las librerías, en un entorno económico adverso. Recuperación y esfuerzo que se han mantenido durante el 2010.

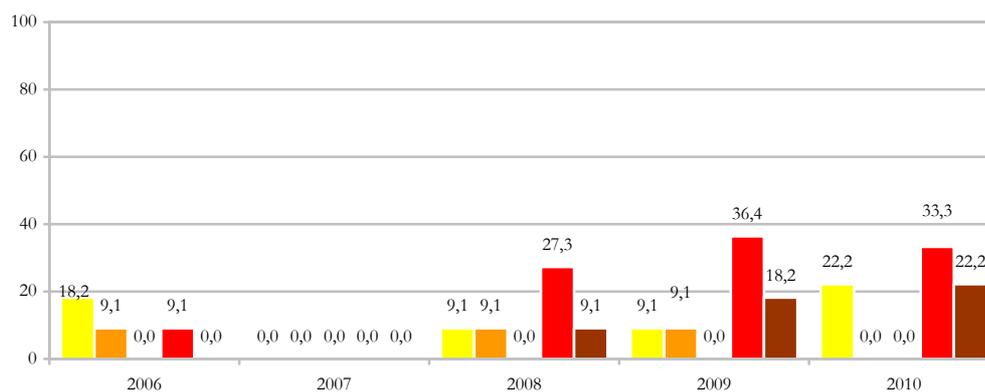


2.5. El libro y la librería

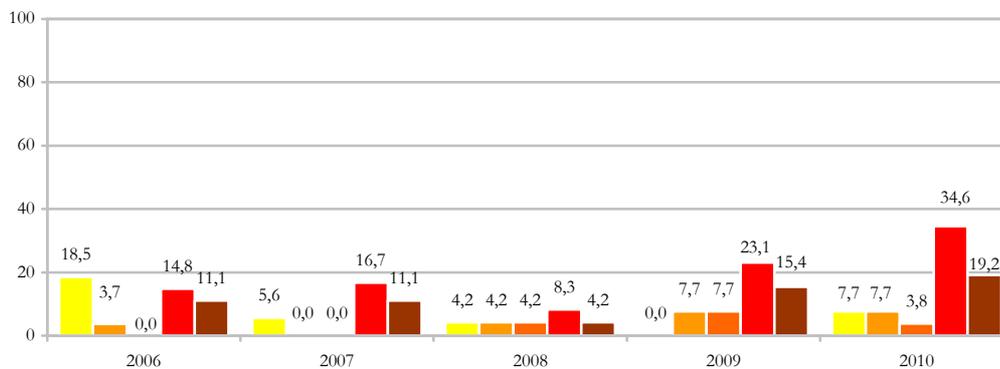
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.5. El libro y la librería

	%	Edición de revistas	Conciertos	Cine-forum	Exposiciones	Premios
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>20,8</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>	<b>35,4</b>	<b>18,8</b>
	2009	15,2	9,1	6,1	36,4	21,2
	2008	13,0	6,5	2,2	21,7	10,9
	2007	2,0	4,0	0,0	12,0	6,0
	2006	16,3	8,2	0,0	18,4	12,2
	2005	13,3	6,7	0,0	21,7	20,0
	2004	8,9	1,8	0,0	14,3	17,9
	2003	23,2	10,7	3,6	25,0	23,2
	2002	9,8	4,9	2,4	39,5	18,6
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>36,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>36,4</b>	<b>0,0</b>
	2009	28,6	14,3	0,0	57,1	14,3
	2008	33,3	11,1	0,0	44,4	22,2
	2007	0,0	8,3	0,0	16,7	0,0
	2006	11,1	22,2	0,0	44,4	33,3
	2005	18,8	6,3	0,0	43,8	25,0
	2004	14,3	7,1	0,0	28,6	28,6
	2003	42,9	28,6	35,7	42,9	50,0
	2002	23,1	15,4	7,7	30,8	23,1
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>22,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>33,3</b>	<b>22,2</b>
	2009	9,1	9,1	0,0	36,4	18,2
	2008	9,1	9,1	0,0	27,3	9,1
	2007	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	2006	18,2	9,1	0,0	9,1	0,0
	2005	28,6	14,3	0,0	14,3	21,4
	2004	9,1	0,0	0,0	36,4	18,2
	2003	20,0	6,7	20,0	40,0	13,3
	2002	7,7	0,0	0,0	28,6	21,4
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>3,8</b>	<b>34,6</b>	<b>19,2</b>
	2009	0,0	7,7	7,7	23,1	15,4
	2008	4,2	4,2	4,2	8,3	4,2
	2007	5,6	0,0	0,0	16,7	11,1
	2006	18,5	3,7	0,0	14,8	11,1
	2005	0,0	3,7	0,0	11,1	14,8
	2004	14,3	0,0	0,0	0,0	28,6
	2003	17,4	4,3	4,3	26,1	21,7
	2002	0,0	0,0	0,0	47,4	10,5

## 2.6. Gestión de la librería

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

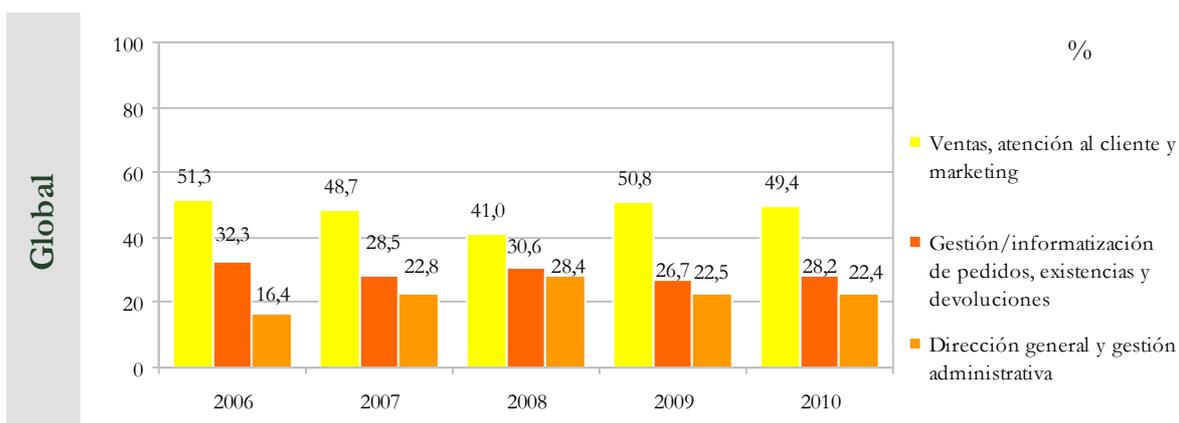
- Distribución del trabajo por tareas y funciones.
- Sistemas de pedido.
- Descuento.
- Número de distribuidores.
- Composición de las existencias.
- Sistema de recepción de novedades.
- Dimensión del fondo de libros.
- Devoluciones.
- Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes.
- Librerías según la cantidad de pedidos gestionados mensualmente.
- Disponibilidad de servicio de telecompra.
- Grado de informatización.
- Tipo de programa informático.
- Uso de programas adquiridos.
- Comunicación electrónica con los proveedores.
- Utilización de bases de datos de descarga telemática.
- SINLI (utilización, frecuencia de uso, valoración, motivos de la no utilización).
- Innovaciones radicales o relevantes en la empresa.
- Venta de lectores de libro electrónico.
- Venta de libros electrónicos.
- Conocimiento y aplicación de las normas CSL.

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

En general, la respuesta obtenida el año 2010 sobre la distribución, por tareas o funciones, del trabajo realizado en la librería debe interpretarse como la continuación de los cambios experimentados en el 2009, respecto al 2008.

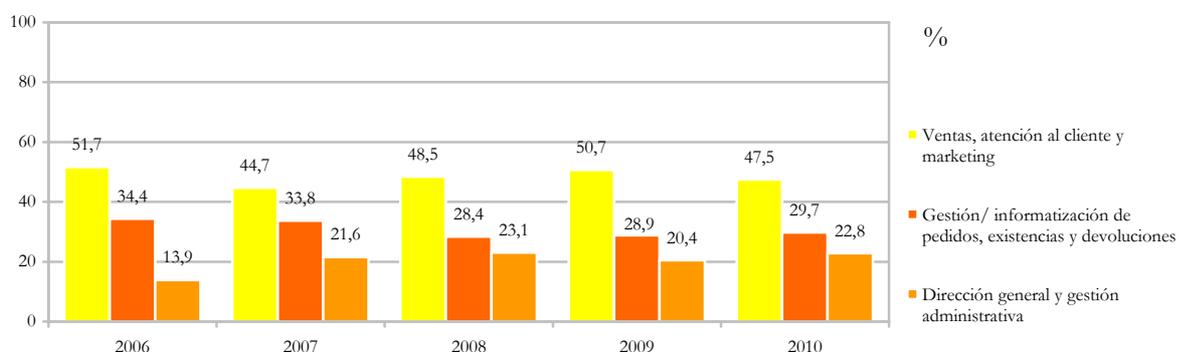
Se mantiene la concentración del esfuerzo en el ámbito de las ventas, atención al cliente y marketing que se sitúa a nivel global en el 49,4% de los recursos. Este mantenimiento se produce en los tres segmentos de librerías, suponiendo los recursos dedicados a estas tareas el 56,6% en las librerías medianas-grandes, el 47,5% en las grandes y el 45,6% en las medianas-pequeñas.

En segundo lugar, y como consecuencia del mantenimiento comentado -respecto al 2009- en ventas, atención al cliente y marketing, se produce también un mantenimiento en los recursos dedicados a la gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones (28,2%) y en la dirección general y gestión administrativa (22,4%), este mantenimiento, con algunas diferencias, se reproduce en los tres grupos de librerías.

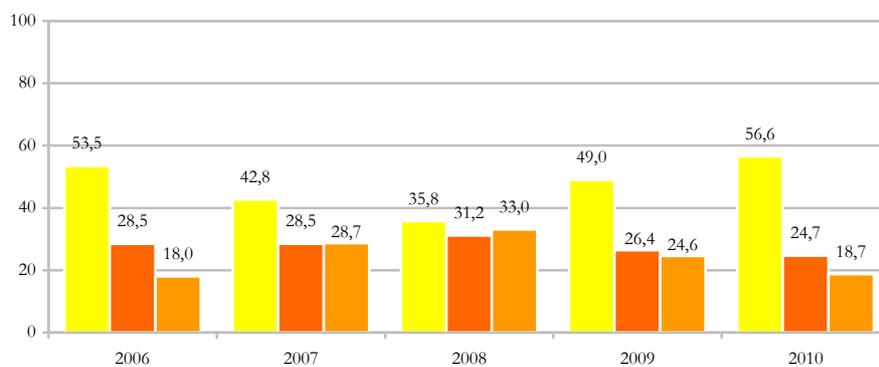


2.6. Gestión de la librería

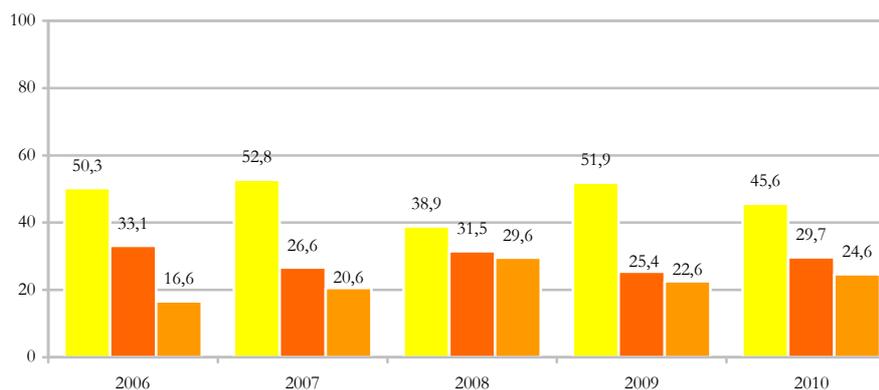
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

	%	Trabajo dedicado a:			Total
		Ventas, atención al cliente y marketing	Gestión/informatización de pedidos, existencias y devoluciones	Dirección general y gestión administrativa	
Global	2010	49,4	28,2	22,4	100,0
	2009	50,8	26,7	22,5	100,0
	2008	41,0	30,6	28,4	100,0
	2007	48,7	28,5	22,8	100,0
	2006	51,3	32,3	16,4	100,0
	2005	67,8	17,3	14,8	100,0
	2004	49,7	36,8	13,5	100,0
	2003	61,5	25,6	12,0	100,0
Grandes	2010	47,5	29,7	22,8	100,0
	2009	50,7	28,9	20,4	100,0
	2008	48,5	28,4	23,1	100,0
	2007	44,7	33,8	21,6	100,0
	2006	51,7	34,4	13,9	100,0
	2005	57,9	20,6	21,5	100,0
	2004	46,3	39,8	13,9	100,0
	2003	65,8	23,4	10,8	100,0
Medianas-grandes	2010	56,6	24,7	18,7	100,0
	2009	49,0	26,4	24,6	100,0
	2008	35,8	31,2	33,0	100,0
	2007	42,8	28,5	28,7	100,0
	2006	53,5	28,5	18,0	100,0
	2005	73,9	12,5	13,6	100,0
	2004	44,5	44,3	11,2	100,0
	2003	67,2	22,0	10,8	100,0
Medianas-pequeñas	2010	45,6	29,7	24,6	100,0
	2009	51,9	25,4	22,6	100,0
	2008	38,9	31,5	29,6	100,0
	2007	52,8	26,6	20,6	100,0
	2006	50,3	33,1	16,6	100,0
	2005	71,5	17,5	11,0	100,0
	2004	55,1	30,4	14,5	100,0
	2003	54,8	29,3	15,9	100,0

## 2.6. Gestión de la librería

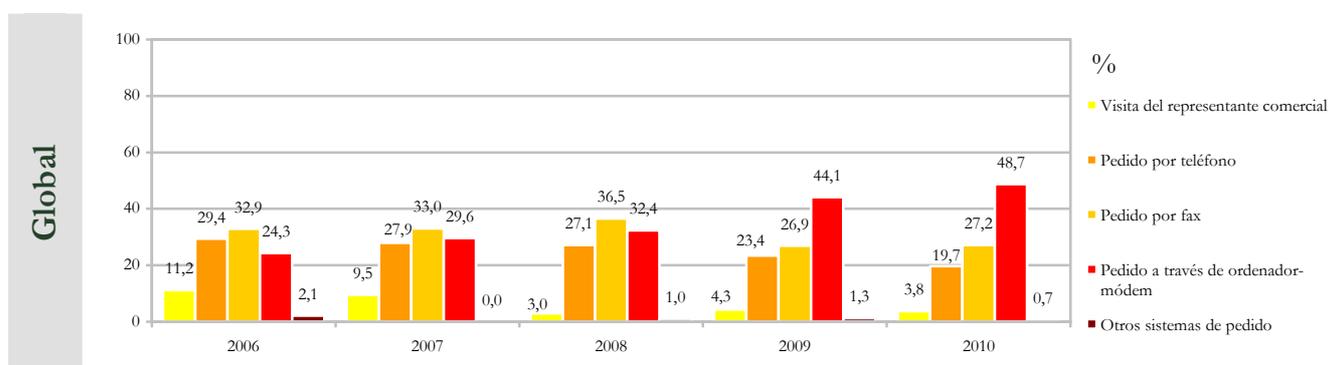
### *Sistemas de pedido*

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

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

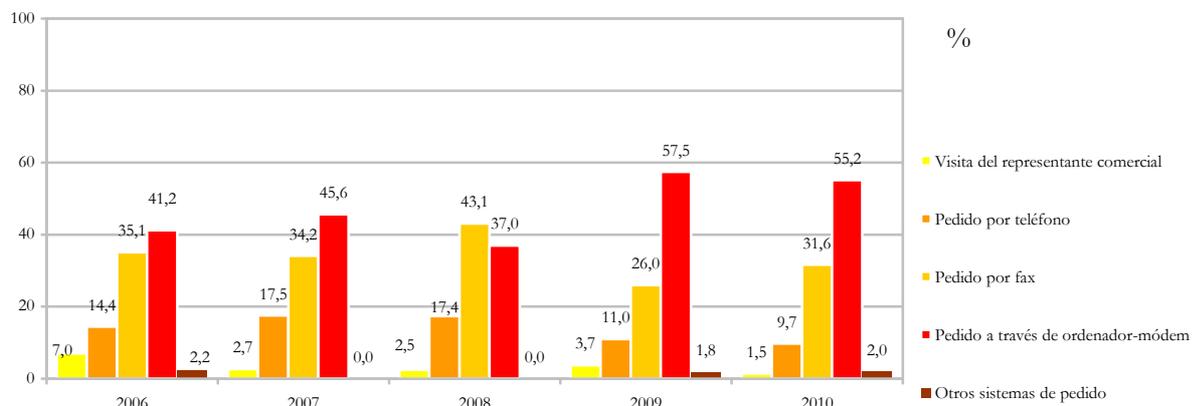
canales: fax (que se convirtió en el canal más recurrente), teléfono y visita del representante comercial.

Durante el año 2010, se produce globalmente un aumento en el uso de internet para la realización de pedidos, que sin abandonar los otros canales, se va posicionando como el canal más recurrente en el 48,7% de los casos. Aumento que se traduce en las librerías medianas-grandes y más moderadamente en las medianas-pequeñas y que en las grandes -que son las que más utilizan Internet- sufre un ligero retroceso.

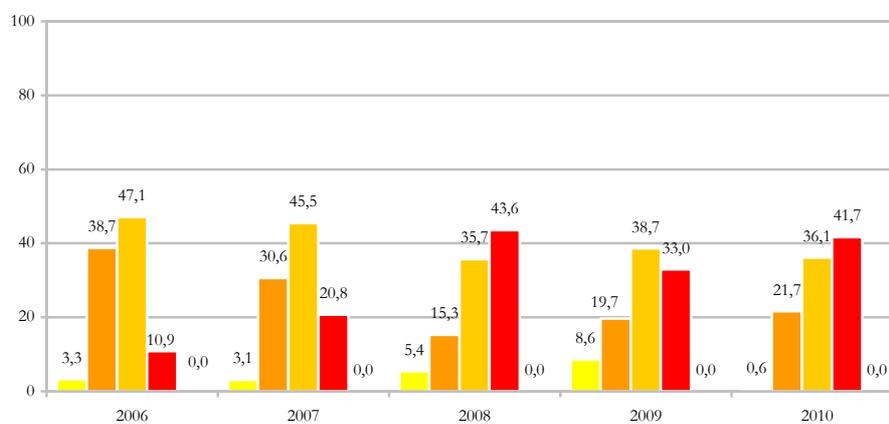


2.6. Gestión de la librería

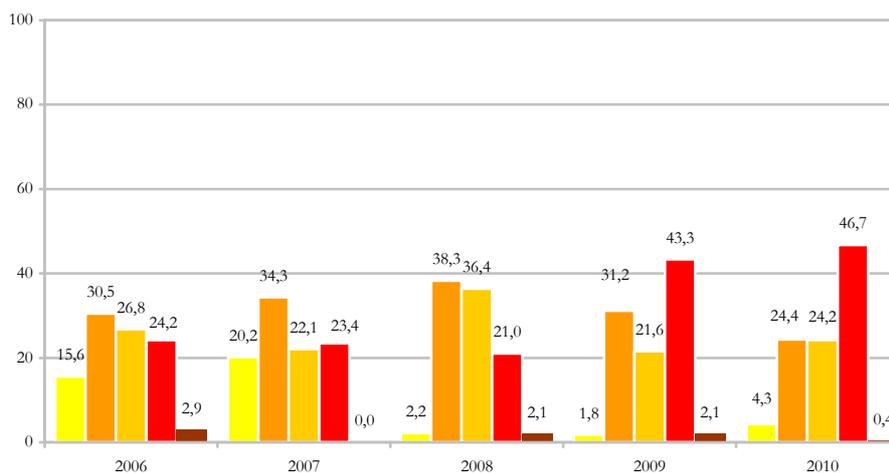
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



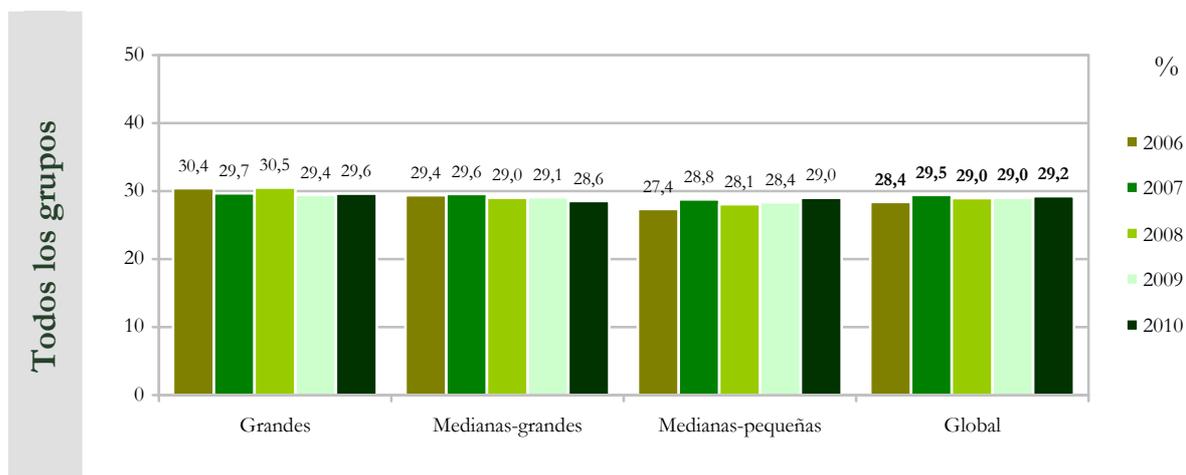
2.6. Gestión de la librería

	%	Pedido a través de / por					Total
		Visita comercial	Teléfono	Fax	Ordenador-módem	Otros sistemas	
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>3,8</b>	<b>19,7</b>	<b>27,2</b>	<b>48,7</b>	<b>0,7</b>	<b>100,0</b>
	2009	4,3	23,4	26,9	44,1	1,3	100,0
	2008	3,0	27,1	36,5	32,4	1,0	100,0
	2007	9,5	27,9	33,0	29,6	0,0	100,0
	2006	11,2	29,4	32,9	24,3	2,1	100,0
	2005	10,9	24,5	41,6	19,7	3,4	100,0
	2004	8,7	28,0	50,2	12,5	0,6	100,0
	2003	7,5	21,3	53,6	10,5	7,1	100,0
2002	12,1	18,8	58,3	9,2	1,6	100,0	
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>1,5</b>	<b>9,7</b>	<b>31,6</b>	<b>55,2</b>	<b>2,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	3,7	11,0	26,0	57,5	1,8	100,0
	2008	2,5	17,4	43,1	37,0	0,0	100,0
	2007	2,7	17,5	34,2	45,6	0,0	100,0
	2006	7,0	14,4	35,1	41,2	2,2	100,0
	2005	18,1	17,7	39,4	23,7	1,1	100,0
	2004	10,3	23,5	47,9	18,3	0,0	100,0
	2003	8,7	14,0	48,5	15,8	13,1	100,0
2002	16,5	11,9	56,2	15,4	0,0	100,0	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>0,6</b>	<b>21,7</b>	<b>36,1</b>	<b>41,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	8,6	19,7	38,7	33,0	0,0	100,0
	2008	5,4	15,3	35,7	43,6	0,0	100,0
	2007	3,1	30,6	45,5	20,8	0,0	100,0
	2006	3,3	38,7	47,1	10,9	0,0	100,0
	2005	7,3	30,5	38,5	20,3	3,3	100,0
	2004	14,4	24,4	54,8	6,4	0,0	100,0
	2003	5,3	15,6	62,4	7,3	9,4	100,0
2002	8,9	19,8	60,7	10,0	0,7	100,0	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>4,3</b>	<b>24,4</b>	<b>24,2</b>	<b>46,7</b>	<b>0,4</b>	<b>100,0</b>
	2009	1,8	31,2	21,6	43,3	2,1	100,0
	2008	2,2	38,3	36,4	21,0	2,1	100,0
	2007	20,2	34,3	22,1	23,4	0,0	100,0
	2006	15,6	30,5	26,8	24,2	2,9	100,0
	2005	7,9	25,6	44,8	16,7	5,0	100,0
	2004	4,4	33,2	49,2	12,0	1,3	100,0
	2003	8,5	28,9	50,2	10,0	2,4	100,0
2002	11,8	21,5	58,0	5,7	3,0	100,0	

2.6. Gestión de la librería

*Descuento*

Igual que en los años anteriores, se observa que, en general, el porcentaje de descuento decrece al disminuir el tamaño de la librería, aunque se reducen las diferencias existentes, en este sentido. En el 2010, las librerías grandes han contado con un descuento medio del 29,6%, las medianas-grandes del 28,6% y las medianas-pequeñas del 29,0% (cuatro décimas superior al de las librerías medianas-grandes).



2.6. Gestión de la librería

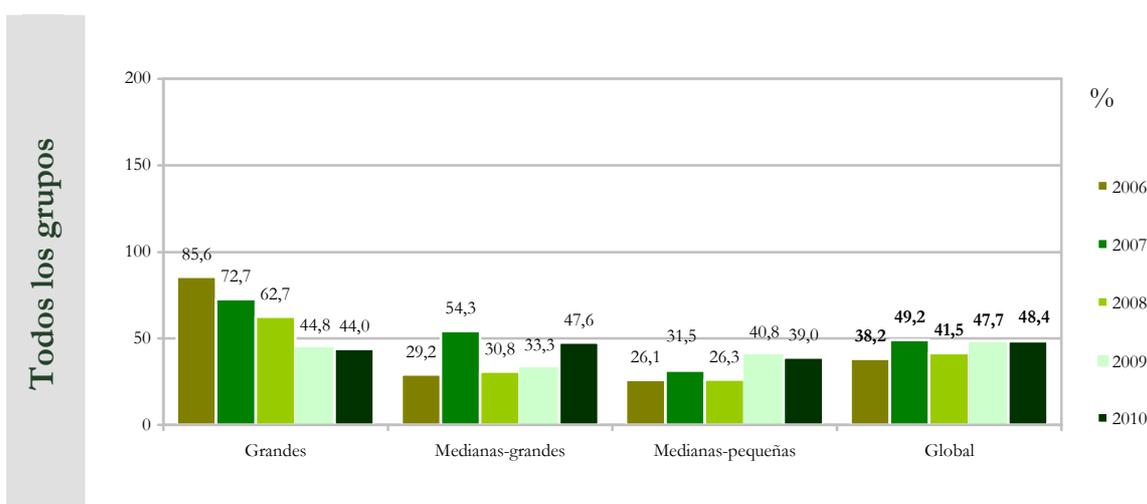
Media del porcentaje de descuento		
Global	<b>2010</b>	<b>29,2</b>
	2009	29,0
	2008	29,0
	2007	29,5
	2006	28,4
	2005	27,8
	2004	27,7
	2003	28,0
	2002	27,4
Grandes	<b>2010</b>	<b>29,6</b>
	2009	29,4
	2008	30,5
	2007	29,7
	2006	30,4
	2005	30,4
	2004	29,9
	2003	30,7
	2002	29,5
Medianas-grandes	<b>2010</b>	<b>28,6</b>
	2009	29,1
	2008	29,0
	2007	29,6
	2006	29,4
	2005	27,6
	2004	27,1
	2003	26,9
	2002	27,6
Medianas-pequeñas	<b>2010</b>	<b>29,0</b>
	2009	28,4
	2008	28,1
	2007	28,8
	2006	27,4
	2005	26,3
	2004	26,5
	2003	27,3
	2002	26,3

2.6. Gestión de la librería

*Número de distribuidores*

Globalmente, durante el año 2010, el número de distribuidores con el que trabajan las librerías se incrementa, ligeramente, pasando de 47,7 a 48,4, incremento que es fruto de tres comportamientos distintos:

- En las librerías grandes, se constata una tendencia de decrecimiento de la cantidad de empresas distribuidoras con las que trabajan las librerías, que el año 2010 es de 44,0 de promedio (en el 2009 fue de 44,8), llegando al mínimo histórico.
- En las librerías medianas-grandes, el incremento de proveedores es notable y se pasa de 33,3 en el 2009 a 47,6 en el 2010- por tanto son el grupo de librerías que hace aumentar la media global-.
- En las librerías medianas-pequeñas, se produce un ligero descenso, pasando de 40,8, en el 2009 a 39,0 en el 2010, descenso que hay que considerarlo como un mantenimiento, después del notable incremento registrado de 2008 a 2009.



2.6. Gestión de la librería

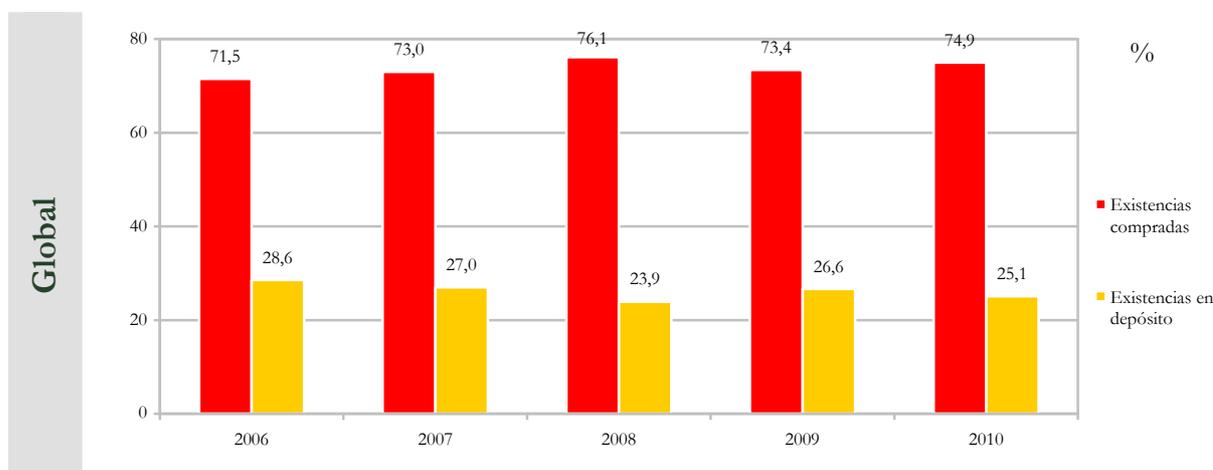
		Número de distribuidores
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>48,4</b>
	2009	47,7
	2008	41,5
	2007	49,2
	2006	38,2
	2005	47,9
	2004	68,3
	2003	44,1
	2002	65,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>44,0</b>
	2009	44,8
	2008	62,7
	2007	72,7
	2006	85,6
	2005	91,5
	2004	161,3
	2003	81,2
	2002	158,2
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>47,6</b>
	2009	33,3
	2008	30,8
	2007	54,3
	2006	29,2
	2005	36,4
	2004	29,9
	2003	29,1
	2002	57,8
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>39,0</b>
	2009	40,8
	2008	26,3
	2007	31,5
	2006	26,1
	2005	27,9
	2004	23,3
	2003	32,9
	2002	26,1

2.6. Gestión de la librería

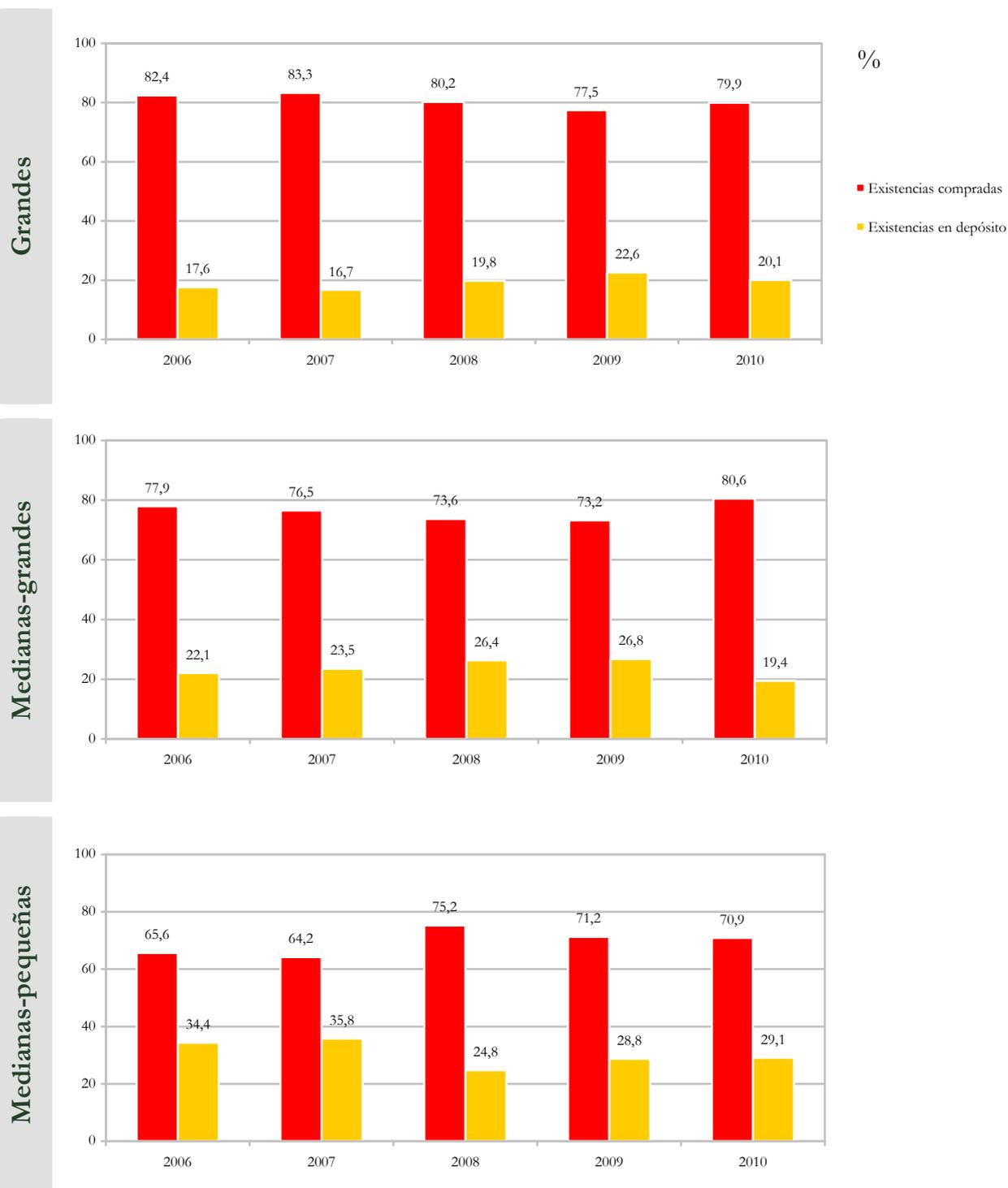
*Composición de las existencias*

Durante el año 2010, se produce un leve aumento del porcentaje de las existencias compradas, que pasan del 73,4% en el 2009, al 74,9%. Este aumento se da, básicamente, por el incremento de las existencias compradas de las librerías grandes (que pasan del 77,5% al 79,9%) y de las medianas-grandes (que pasan del 73,2% al 80,6%), ya que las medianas-pequeñas disminuyen ligeramente su porcentaje de existencias compradas (de 71,2% a 70,9%).

Asimismo, durante el 2010, vuelven a ser las librerías medianas-grandes las que mayor porcentaje de existencias compradas poseen, rompiendo la tendencia por la que cuanto mayor es la librería, mayor es el porcentaje de existencias compradas y menor el de existencias en depósito.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

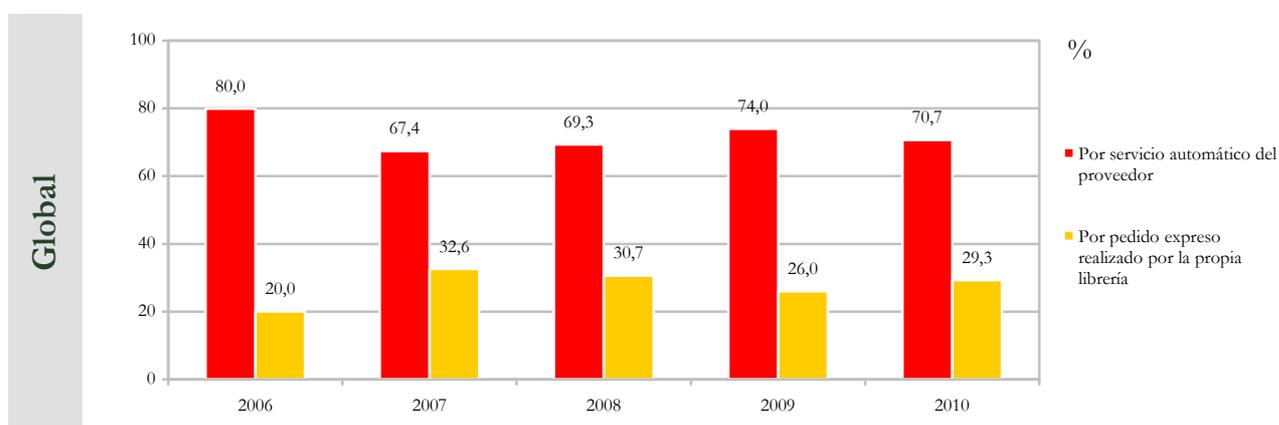
	%	Existencias compradas	Existencias en depósito	Total
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>74,9</b>	<b>25,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	73,4	26,6	100,0
	2008	76,1	23,9	100,0
	2007	73,0	27,0	100,0
	2006	71,5	28,5	100,0
	2005	71,3	28,7	100,0
	2004	76,5	23,5	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>79,9</b>	<b>20,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	77,5	22,5	100,0
	2008	80,2	19,8	100,0
	2007	83,3	16,7	100,0
	2006	82,4	17,6	100,0
	2005	74,7	25,3	100,0
	2004	70,6	29,4	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>80,6</b>	<b>19,4</b>	<b>100,0</b>
	2009	73,2	26,8	100,0
	2008	73,6	26,4	100,0
	2007	76,5	23,5	100,0
	2006	77,9	22,1	100,0
	2005	70,1	29,9	100,0
	2004	76,2	23,8	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>70,9</b>	<b>29,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	71,2	28,8	100,0
	2008	75,2	24,8	100,0
	2007	64,2	35,8	100,0
	2006	65,6	34,4	100,0
	2005	69,4	30,6	100,0
	2004	80,8	19,2	100,0

2.6. Gestión de la librería

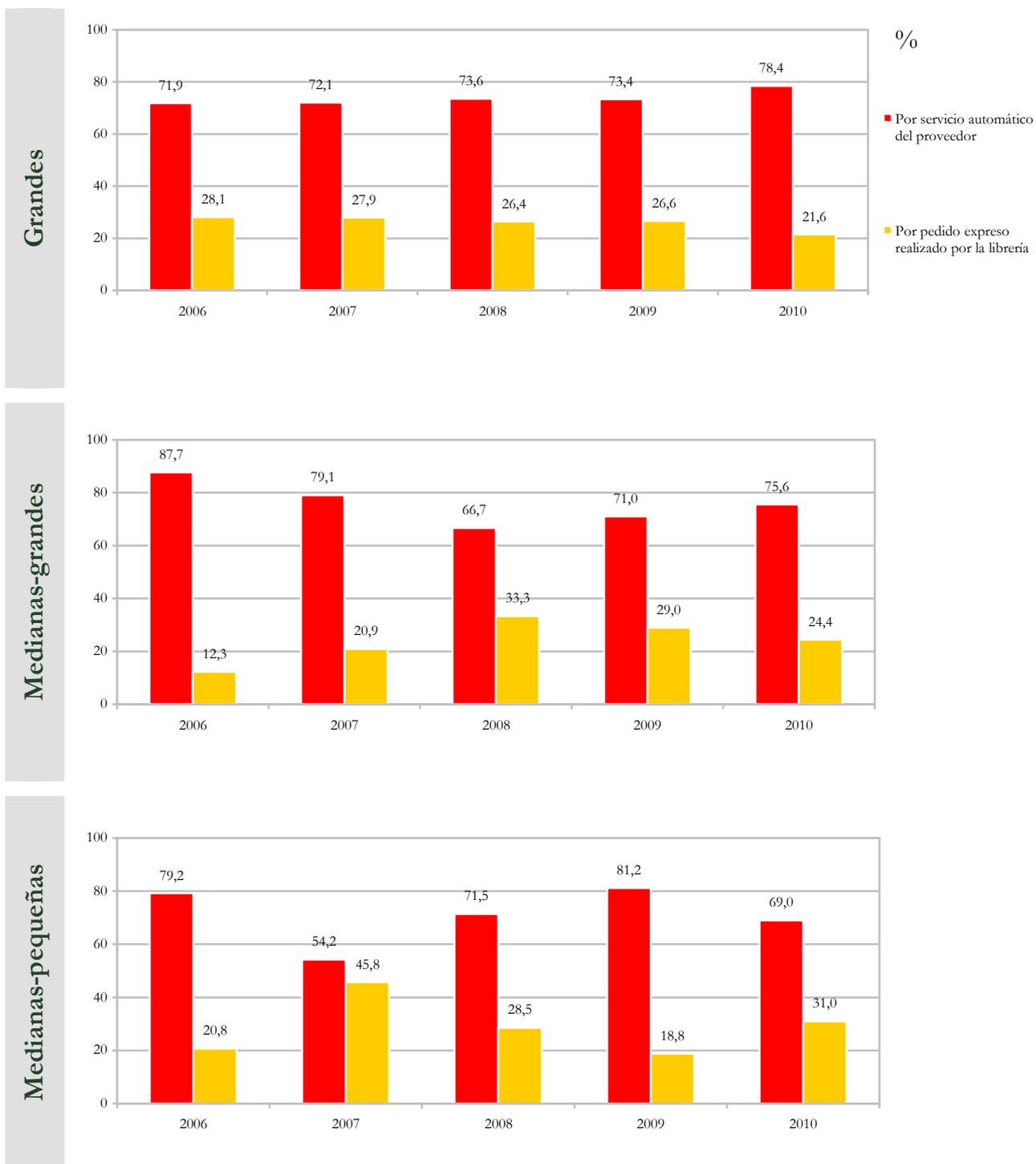
*Sistema de recepción de novedades*

Igual que en años anteriores, la mayoría de las novedades recibidas el 2010 por parte de las librerías, en general, son suministradas mediante los servicios automáticos de novedades ofrecidos por los proveedores (70,7%). No obstante, durante el año 2010 este porcentaje disminuye, aunque se encuentra muy por encima del obtenido por el conjunto de las librerías de España (51,0%).

La disminución de la recepción de novedades mediante los servicios automáticos del proveedor (y consiguiente aumento de los pedidos específicos de las librerías) viene determinado por la disminución en las librerías medianas-pequeñas que pasan del 81,2% en el 2009 al 69,0% en el 2010, puesto que en el resto de grupos de librerías aumentan los pedidos automáticos, así las medianas-grandes pasan del 71,0% al 75,6% y las grandes del 73,4% al 78,4%.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

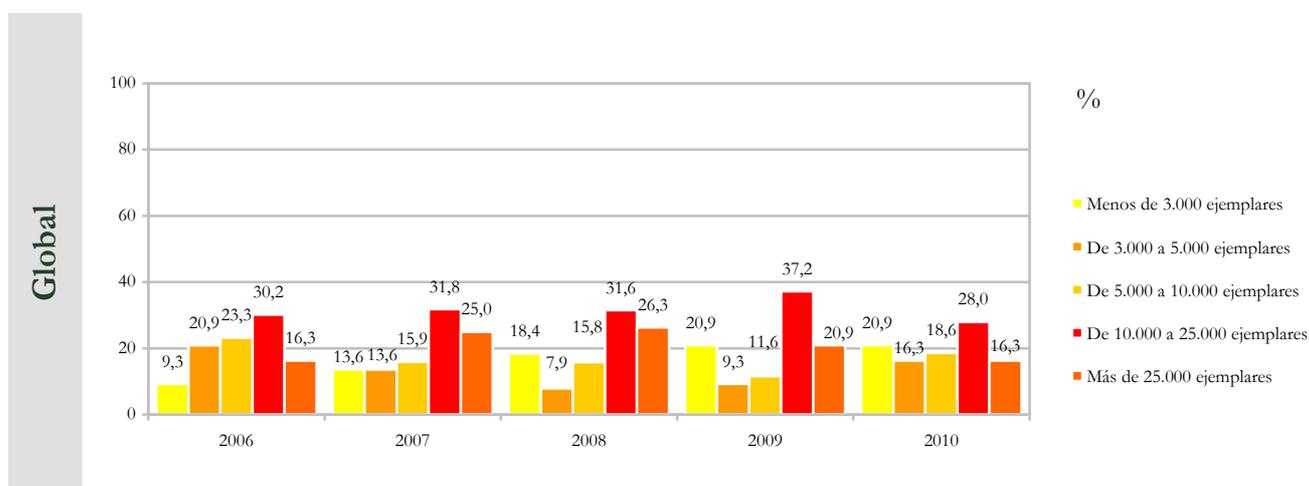
		Sistema de recepción de novedades:		
		%	Por servicio automático del proveedor	Por pedido expreso realizado por la propia librería
Global	2010	70,7	29,3	100,0
	2009	74,0	26,0	100,0
	2008	69,3	30,7	100,0
	2007	67,4	32,6	100,0
	2006	80,0	20,0	100,0
Grandes	2010	78,4	21,6	100,0
	2009	73,4	26,6	100,0
	2008	73,6	26,4	100,0
	2007	72,1	27,9	100,0
	2006	71,9	28,1	100,0
Medianas- grandes	2010	75,6	24,4	100,0
	2009	71,0	29,0	100,0
	2008	66,7	33,3	100,0
	2007	79,1	20,9	100,0
	2006	87,7	12,3	100,0
Medianas- pequeñas	2010	69,0	31,0	100,0
	2009	81,2	18,8	100,0
	2008	71,5	28,5	100,0
	2007	54,2	45,8	100,0
	2006	79,2	20,8	100,0

2.6. Gestión de la librería

*Dimensión del fondo de libros*

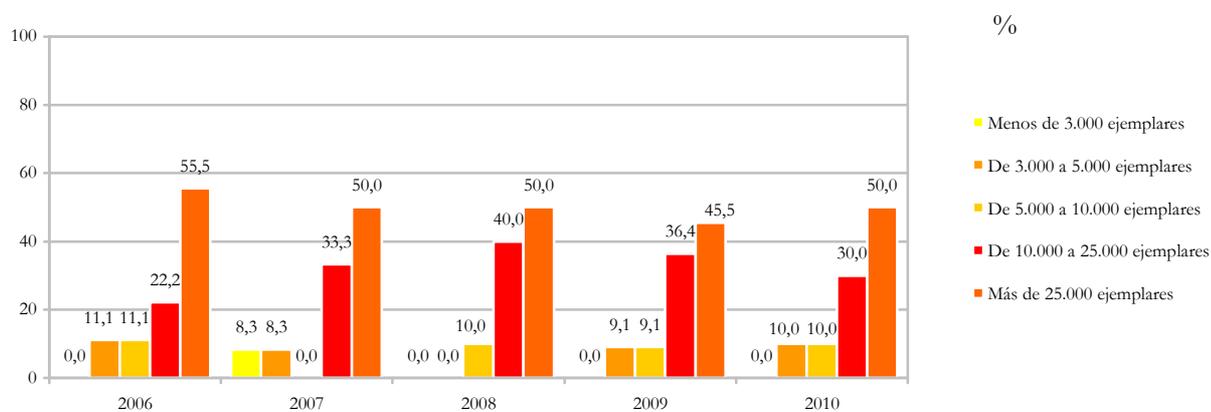
Los datos obtenidos de la dimensión del fondo de libros de las librerías indican que el intervalo más recurrente –como en años anteriores- en las librerías de la Comunidad Valenciana es el de 10.000 a 25.000 ejemplares (28,0%), resultado de la aportación de los tres segmentos de librerías: el 55,5% de las medianas-grandes, el 30,0% de las grandes y el 18,2% de las medianas-pequeñas. En general en España, la recurrencia sobre el intervalo de 10.000 a 25.000 ejemplares en estoc es menor (24,0%), distribuyéndose las librerías en los intervalos inmediatamente inferiores y superiores.

Cuanto mayor es el volumen de ventas de la librería, mayor es el número de ejemplares que esta dispone en estoc. El 80,0% de las librerías grandes tienen más de 10.000 ejemplares en estoc y el 50,0% de estas más de 25.000 ejemplares. El 77,7% de las librerías medianas-grandes tiene entre 5.000 i 25.000 ejemplares en estoc y el 55,5% de éstas tienen entre 10.000 y 25.000 ejemplares. El 36,4% de las librerías medianas-pequeñas disponen de menos de 3.000 ejemplares en estoc, aunque otro contingente notable, el 22,7% de estas librerías dispone de entre 3.000 y 5.000 ejemplares en estoc. En general, se detecta un descenso notable de los ejemplares en estoc, durante el año 2010.

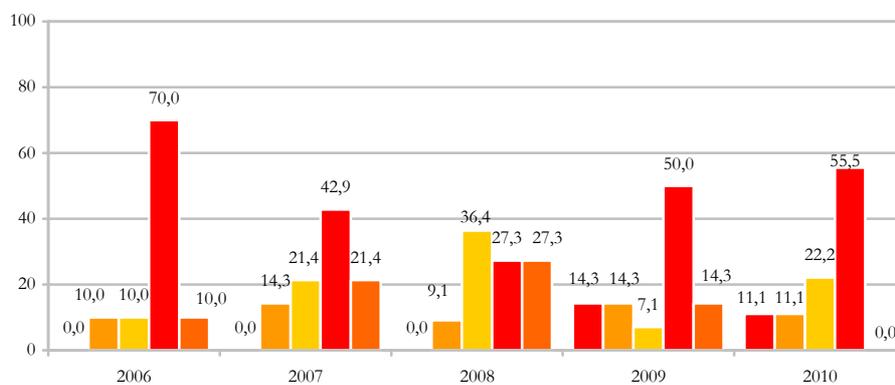


2.6. Gestión de la librería

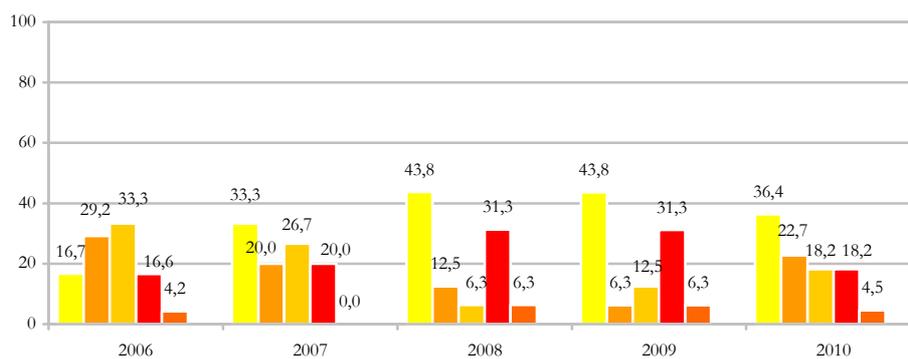
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

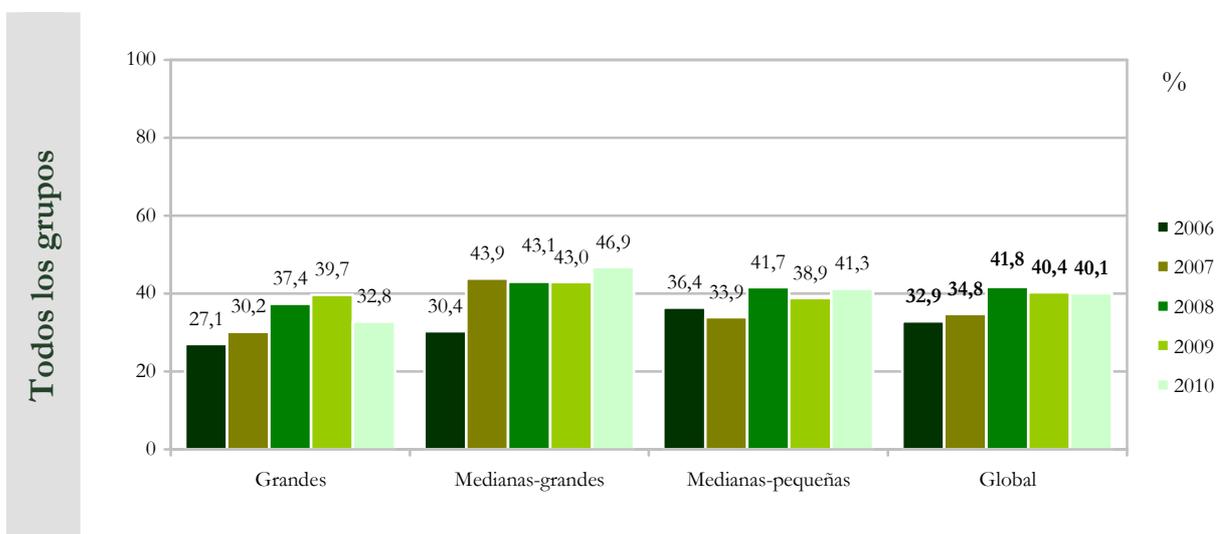
	%	Número de ejemplares en estoc					Total
		Menos de 3.000	De 3.000 a 5.000	De 5.001 a 10.000	De 10.001 a 25.000	Más de 25.000	
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>20,9</b>	<b>16,3</b>	<b>18,6</b>	<b>28,0</b>	<b>16,3</b>	<b>100,0</b>
	2009	20,9	9,3	11,6	37,2	20,9	100,0
	2008	18,4	7,9	15,8	31,6	26,3	100,0
	2007	13,6	13,6	15,9	31,8	25,0	100,0
	2006	9,3	20,9	23,3	30,2	16,3	100,0
	2005	13,5	17,3	19,2	32,7	17,3	100,0
	2004	2,3	9,3	37,2	20,9	30,2	100,0
	2003	0,0	22,9	18,8	41,7	16,7	100,0
2002	3,8	5,7	26,4	32,1	32,1	100,0	
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>10,0</b>	<b>10,0</b>	<b>30,0</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	0,0	9,1	9,1	36,4	45,5	100,0
	2008	0,0	0,0	10,0	40,0	50,0	100,0
	2007	8,3	8,3	0,0	33,3	50,0	100,0
	2006	0,0	11,1	11,1	22,2	55,5	100,0
	2005	6,3	0,0	12,5	43,8	37,5	100,0
	2004	0,0	0,0	23,1	30,8	46,2	100,0
	2003	0,0	0,0	0,0	41,7	58,3	100,0
2002	0,0	0,0	14,3	21,4	64,3	100,0	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>11,1</b>	<b>11,1</b>	<b>22,2</b>	<b>55,5</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	14,3	14,3	7,1	50,0	14,3	100,0
	2008	0,0	9,1	36,4	27,3	27,3	100,0
	2007	0,0	14,3	21,4	42,9	21,4	100,0
	2006	0,0	10,0	10,0	70,0	10,0	100,0
	2005	0,0	18,2	27,3	36,4	18,2	100,0
	2004	0,0	0,0	45,5	9,1	45,5	100,0
	2003	0,0	7,7	23,1	61,5	7,7	100,0
2002	0,0	0,0	20,0	40,0	40,0	100,0	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>36,4</b>	<b>22,7</b>	<b>18,2</b>	<b>18,2</b>	<b>4,5</b>	<b>100,0</b>
	2009	43,8	6,3	12,5	31,3	6,3	100,0
	2008	43,8	12,5	6,3	31,3	6,3	100,0
	2007	33,3	20,0	26,7	20,0	0,0	100,0
	2006	16,7	29,2	33,3	16,6	4,2	100,0
	2005	24,0	28,0	20,0	24,0	4,0	100,0
	2004	5,3	21,1	42,1	21,1	10,5	100,0
	2003	0,0	43,5	26,1	30,4	0,0	100,0
2002	8,3	12,5	37,5	33,3	8,3	100,0	

2.6. Gestión de la librería

*Devoluciones*

En general, el porcentaje de devoluciones realizadas durante el 2010 disminuye, ligeramente, en relación al 2009. Disminución provocada por el segmento de las librerías grandes que pasan del 39,7% (en el 2009) al 32,8%, puesto que las medianas-grandes aumentan ligeramente (43,0% en el 2009 y 46,9% en el 2010) así como las librerías medianas-pequeñas (38,9% en el 2009 y 41,3% en el 2010).

Durante el año 2010, las librerías grandes recuperan su posición natural en la que ostentan el porcentaje más bajo de devoluciones, frenando así el aumento experimentado en los últimos años y asimilándose a la posición de estas librerías en el conjunto de España, aunque su porcentaje de devoluciones aún es superior.



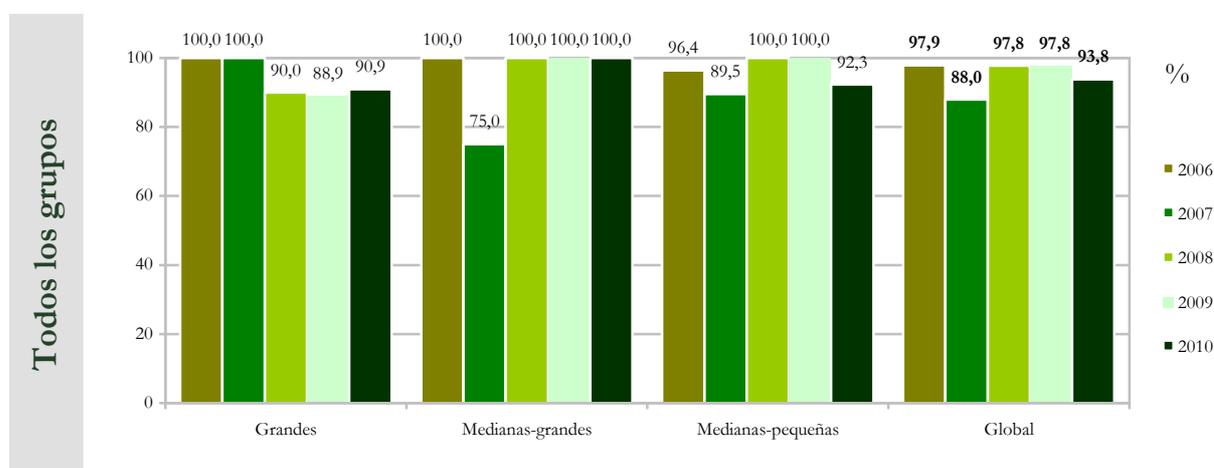
2.6. Gestión de la librería

Media del porcentaje de devoluciones		
Global	2010	40,1
	2009	40,4
	2008	41,8
	2007	34,8
	2006	32,9
Grandes	2010	32,8
	2009	39,7
	2008	37,4
	2007	30,2
	2006	27,1
Medianas-grandes	2010	46,9
	2009	43,0
	2008	43,1
	2007	43,9
	2006	30,4
Medianas-pequeñas	2010	41,3
	2009	38,9
	2008	41,7
	2007	33,9
	2006	36,4

2.6. Gestión de la librería

*Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes*

La gran mayoría de las librerías encuestadas (93,8%) ofrecen servicio de pedidos a los clientes. Sólo se ha registrado un 9,1% de librerías grandes y un 7,7% de librerías medianas-pequeñas que no ofrecen este servicio, mientras que por tercer año consecutivo la totalidad de las librerías medianas-grandes si lo ofrecen.



2.6. Gestión de la librería

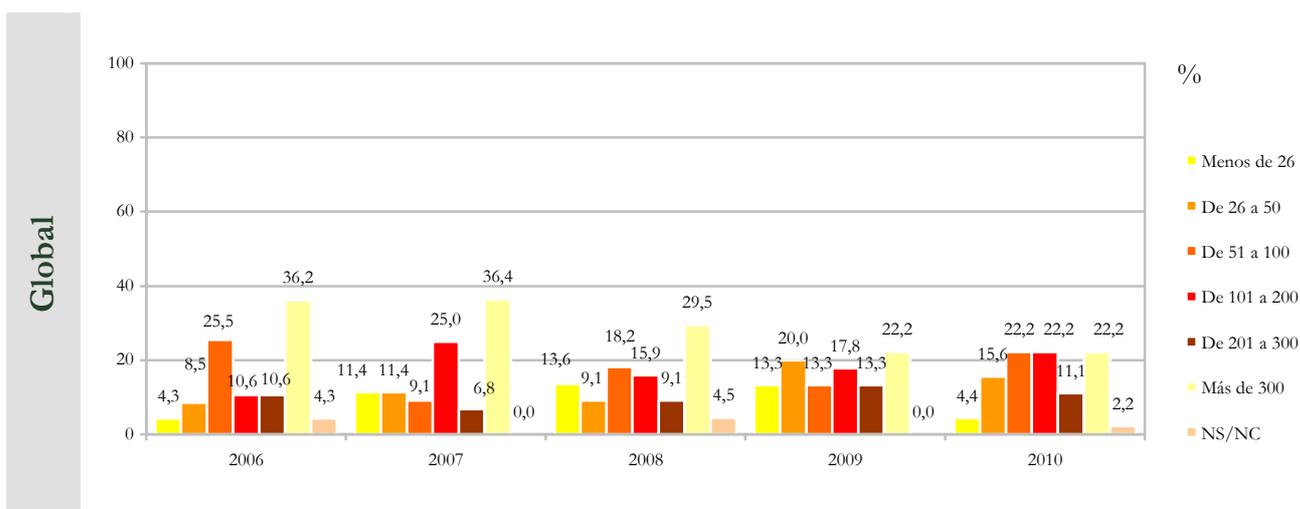
	%	Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes		
		Sí	No	Total
Global	<b>2010</b>	<b>93,8</b>	<b>6,3</b>	<b>100,0</b>
	2009	97,8	2,2	100,0
	2008	97,8	2,2	100,0
	2007	88,0	12,0	100,0
	2006	97,9	2,1	100,0
	2005	96,6	3,4	100,0
	2004	96,0	4,0	100,0
	2003	100,0	0,0	100,0
	2002	94,7	5,3	100,0
Grandes	<b>2010</b>	<b>90,9</b>	<b>9,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	88,9	11,1	100,0
	2008	90,0	10,0	100,0
	2007	100,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
	2005	94,1	5,9	100,0
	2004	100,0	0,0	100,0
	2003	100,0	0,0	100,0
	2002	100,0	0,0	100,0
Medianas-grandes	<b>2010</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	100,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	100,0
	2007	75,0	25,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
	2005	100,0	0,0	100,0
	2004	92,9	7,1	100,0
	2003	100,0	0,0	100,0
	2002	100,0	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	<b>2010</b>	<b>92,3</b>	<b>7,7</b>	<b>100,0</b>
	2009	100,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	100,0
	2007	89,5	10,5	100,0
	2006	96,4	3,6	100,0
	2005	96,3	3,7	100,0
	2004	95,5	4,5	100,0
	2003	100,0	0,0	100,0
	2002	88,9	11,1	100,0

2.6. Gestión de la librería

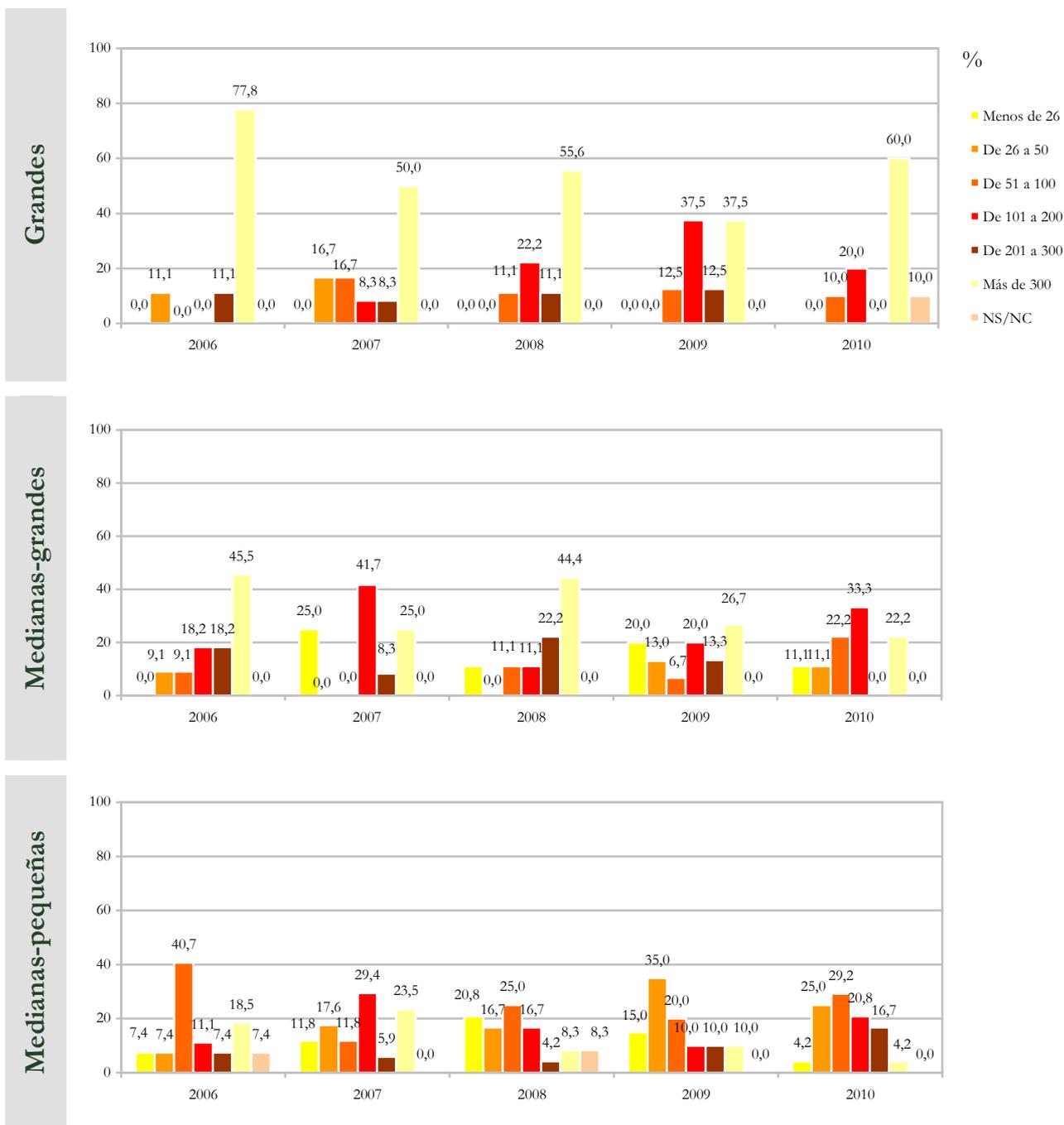
*Librerías según la cantidad de pedidos gestionados mensualmente*

Con el paso de los años se observa una mayor diversidad en la cantidad de pedidos gestionados mensualmente por las librerías. Así, durante el año 2010 se produce una triple igualdad puesto que la gestión de más de trescientos pedidos, la de cien a doscientos pedidos y la de cincuenta a cien pedidos obtienen la misma recurrencia (22,2%).

En relación al año 2009, se observa un desplazamiento del número de pedidos gestionados mensualmente a porcentajes superiores, es decir se observa un mayor número de pedidos gestionados mensualmente. Sirva como referencia que las librerías grandes en el 2009 gestionaban en un 37,5% más de 300 pedidos y en el 2010 este porcentaje ha ascendido al 60,0%, las librerías medianas-grandes gestionaban en un 20,0% más de 100 a 200 pedidos y en el 2010 han ascendido al 33,3%, y las librerías medianas-pequeñas gestionaban en un 20,0% de 50 a 100 pedidos y en el 2010 han aumentado al 29,2%.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

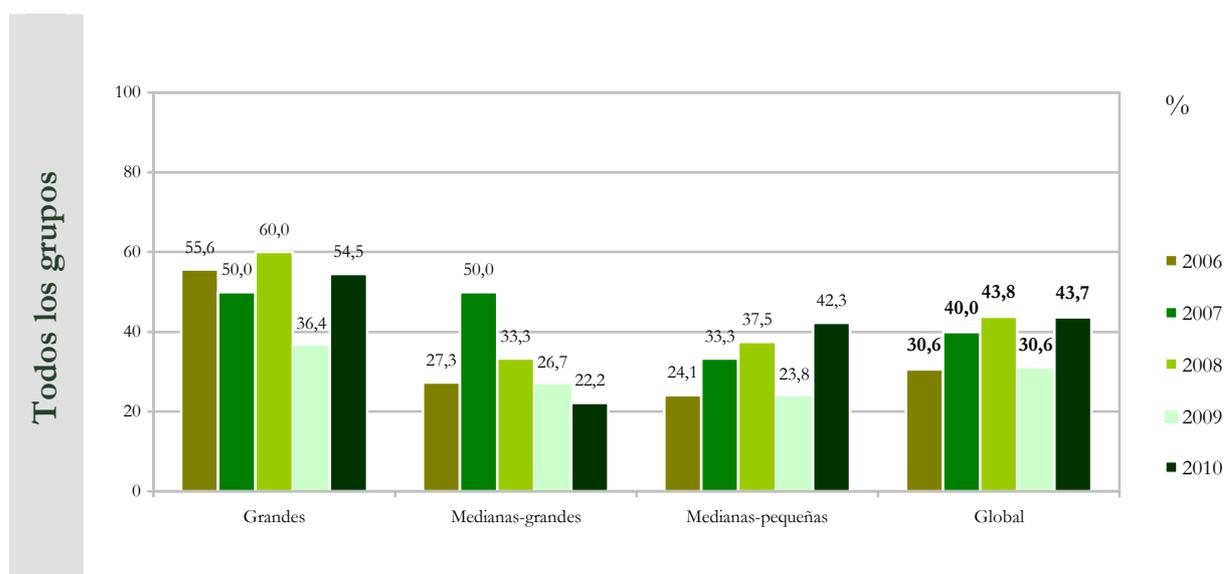
		Pedidos gestionados mensualmente							
%		Menos de 26	De 26 a 50	De 51 a 100	De 101 a 200	De 201 a 300	Más de 300	Ns/Nc	Total
Global	2010	4,4	15,6	22,2	22,2	11,1	22,2	2,2	100,0
	2009	13,3	20,0	13,3	17,8	13,3	22,2	0,0	100,0
	2008	13,6	9,1	18,2	15,9	9,1	29,5	4,5	100,0
	2007	11,4	11,4	9,1	25,0	6,8	36,4	0,0	100,0
	2006	4,3	8,5	25,5	10,6	10,6	36,2	4,3	100,0
	2005	14,0	15,8	7,0	19,3	14,0	29,8	0,0	100,0
	2004	4,2	6,3	10,4	20,8	10,4	39,6	8,3	100,0
	2003	7,1	12,5	19,6	17,9	14,3	21,4	7,1	100,0
	2002	3,5	7,0	12,3	24,6	14,0	28,1	10,5	100,0
Grandes	2010	0,0	0,0	10,0	20,0	0,0	60,0	10,0	100,0
	2009	0,0	0,0	12,5	37,5	12,5	37,5	0,0	100,0
	2008	0,0	0,0	11,1	22,2	11,1	55,6	0,0	100,0
	2007	0,0	16,7	16,7	8,3	8,3	50,0	0,0	100,0
	2006	0,0	11,1	0,0	0,0	11,1	77,8	0,0	100,0
	2005	0,0	12,5	6,3	18,8	12,5	50,0	0,0	100,0
	2004	5,9	0,0	5,9	23,5	5,9	47,1	11,8	100,0
	2003	0,0	7,1	7,1	21,4	7,1	50,0	7,1	100,0
	2002	7,1	0,0	0,0	14,3	28,6	42,9	7,1	100,0
Medianas-grandes	2010	11,1	11,1	22,2	33,3	0,0	22,2	0,0	100,0
	2009	20,0	13,3	6,7	20,0	13,3	26,7	0,0	100,0
	2008	11,1	0,0	11,1	11,1	22,2	44,4	0,0	100,0
	2007	25,0	0,0	0,0	41,7	8,3	25,0	0,0	100,0
	2006	0,0	9,1	9,1	18,2	18,2	45,5	0,0	100,0
	2005	26,7	0,0	13,3	0,0	26,7	33,3	0,0	100,0
	2004	0,0	0,0	7,1	28,6	7,1	42,9	14,3	100,0
	2003	5,9	5,9	29,4	17,6	17,6	17,6	5,9	100,0
	2002	6,3	6,3	12,5	12,5	18,8	37,5	6,3	100,0
Medianas-pequeñas	2010	4,2	25,0	29,2	20,8	16,7	4,2	0,0	100,0
	2009	15,0	35,0	20,0	10,0	10,0	10,0	0,0	100,0
	2008	20,8	16,7	25,0	16,7	4,2	8,3	8,3	100,0
	2007	11,8	17,6	11,8	29,4	5,9	23,5	0,0	100,0
	2006	7,4	7,4	40,7	11,1	7,4	18,5	7,4	100,0
	2005	15,4	26,9	3,8	30,8	7,7	15,4	0,0	100,0
	2004	4,0	12,0	12,0	20,0	12,0	20,0	20,0	100,0
	2003	12,0	20,0	20,0	16,0	16,0	8,0	8,0	100,0
	2002	0,0	11,1	18,5	37,0	3,7	14,8	14,8	100,0

2.6. Gestión de la librería

*Disponibilidad de servicio de telecompra*

El 43,7% de las librerías de la Comunidad Valenciana ofrecen servicio de telecompra, porcentaje que es del 54,5% en las librerías grandes, del 42,3% en las medianas-pequeñas, y del 22,2% en las medianas-grandes.

Respecto al año 2009, se registra, a nivel general, un aumento en la disponibilidad del servicio de telecompra, resultado del ascenso producido en dos de los tres grupos de librerías (grandes y medianas-pequeñas).



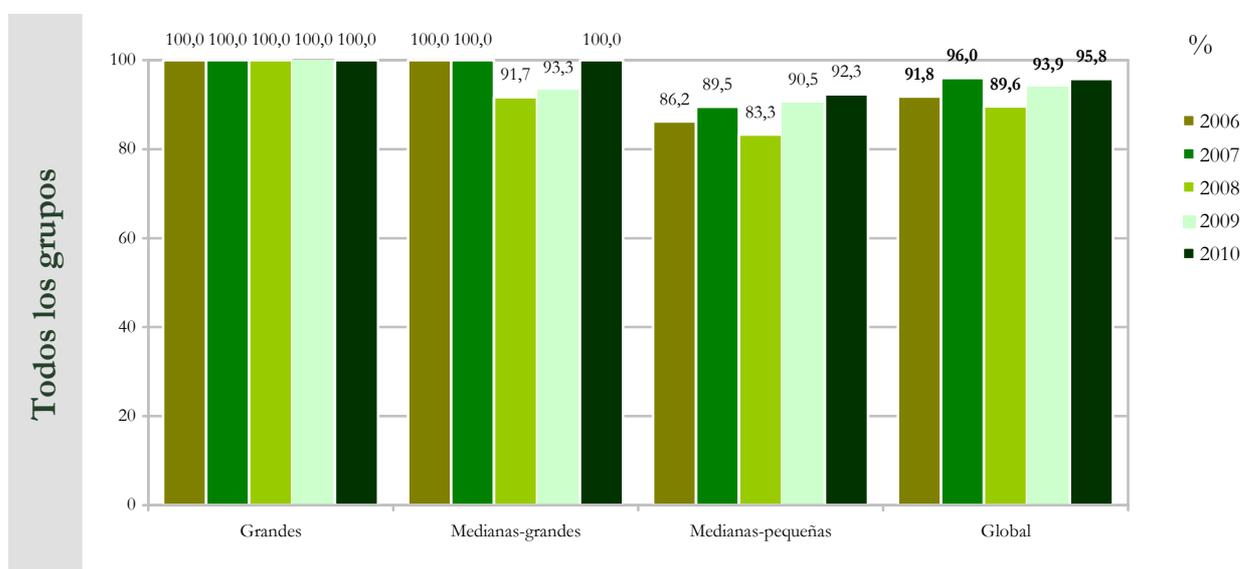
2.6. Gestión de la librería

	%	Disponibilidad de servicio de telecompra			Total
		Sí	No	Ns/Nc	
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>43,7</b>	<b>56,3</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	30,6	61,2	8,2	100,0
	2008	43,8	50,0	6,3	100,0
	2007	40,0	60,0	10,0	100,0
	2006	30,6	67,3	2,0	100,0
	2005	28,3	65,0	6,7	100,0
	2004	17,9	51,8	30,4	100,0
	2003	44,6	55,4	0,0	100,0
2002	31,6	59,6	8,8	100,0	
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>54,5</b>	<b>45,5</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	36,4	45,5	18,2	100,0
	2008	60,0	40,0	0,0	100,0
	2007	50,0	50,0	0,0	100,0
	2006	55,6	44,4	0,0	100,0
	2005	50,0	38,9	11,1	100,0
	2004	35,7	64,3	0,0	100,0
	2003	100,0	0,0	0,0	100,0
2002	57,1	42,9	0,0	100,0	
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>22,2</b>	<b>77,8</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	26,7	66,7	6,7	100,0
	2008	33,3	41,7	25,0	100,0
	2007	50,0	50,0	0,0	100,0
	2006	27,3	72,7	0,0	100,0
	2005	33,3	66,7	0,0	100,0
	2004	20,0	80,0	0,0	100,0
	2003	41,2	58,8	0,0	100,0
2002	25,0	56,3	18,8	100,0	
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>42,3</b>	<b>57,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	23,8	71,4	4,8	100,0
	2008	37,5	62,5	0,0	100,0
	2007	33,3	66,7	0,0	100,0
	2006	24,1	72,4	3,4	100,0
	2005	11,1	81,5	7,4	100,0
	2004	20,0	80,0	0,0	100,0
	2003	36,0	64,0	0,0	100,0
2002	22,2	70,4	7,4	100,0	

2.6. Gestión de la librería

*Grado de informatización*

La totalidad de las librerías grandes y medianas-grandes de la Comunidad Valenciana declaran tener su sistema de gestión informatizado, así como el 92,3% de las medianas-pequeñas. La mejora del grado de informatización de las librerías medianas (grandes y pequeñas), respecto al 2009, conlleva que el grado de informatización global ascienda del 93,9% al 95,8%, porcentaje ligeramente más alto que el del conjunto del estado.



2.6. Gestión de la librería

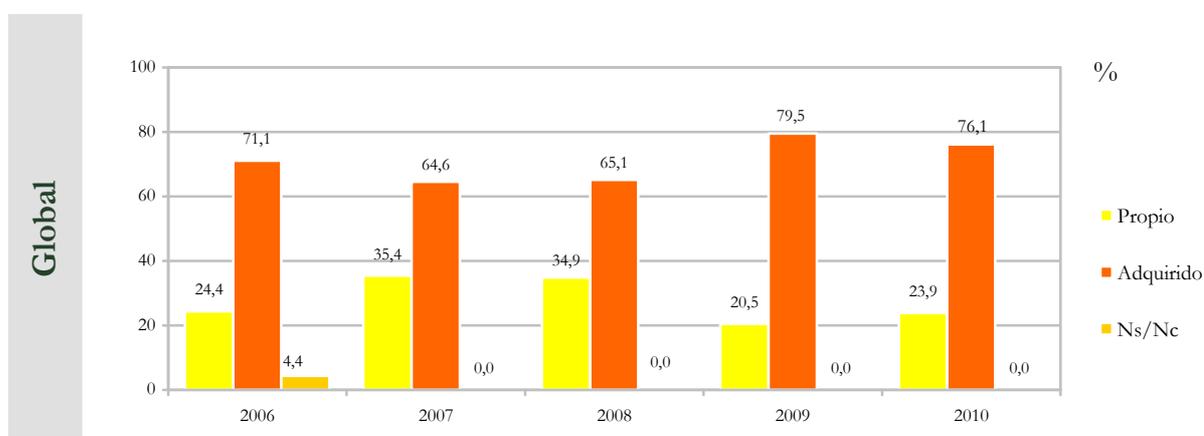
		La gestión de la librería está informatizada			
%		Sí	No	Ns/Nc	Total
Global	<b>2010</b>	<b>95,8</b>	<b>4,2</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	93,9	6,1	0,0	100,0
	2008	89,6	10,4	0,0	100,0
	2007	96,0	4,0	0,0	100,0
	2006	91,8	8,2	0,0	100,0
	2005	88,3	11,7	0,0	100,0
	2004	89,3	10,7	0,0	100,0
	2003	89,3	8,9	1,8	100,0
	2002	91,2	8,8	0,0	100,0
Grandes	<b>2010</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	100,0	0,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	0,0	100,0
	2007	100,0	0,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	0,0	100,0
	2005	100,0	0,0	0,0	100,0
	2004	94,1	5,9	0,0	100,0
	2003	92,9	7,1	0,0	100,0
	2002	92,9	7,1	0,0	100,0
Medianas-grandes	<b>2010</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	93,3	6,7	0,0	100,0
	2008	91,7	8,3	0,0	100,0
	2007	100,0	0,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	0,0	100,0
	2005	86,7	13,3	0,0	100,0
	2004	85,7	14,3	0,0	100,0
	2003	82,4	17,6	0,0	100,0
	2002	93,8	6,3	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	<b>2010</b>	<b>92,3</b>	<b>7,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	90,5	9,5	0,0	100,0
	2008	83,3	16,7	0,0	100,0
	2007	89,5	10,5	0,0	100,0
	2006	86,2	13,8	0,0	100,0
	2005	81,5	18,5	0,0	100,0
	2004	88,0	12,0	0,0	100,0
	2003	92,0	4,0	4,0	100,0
	2002	88,9	11,1	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

*Tipo de programa informático*

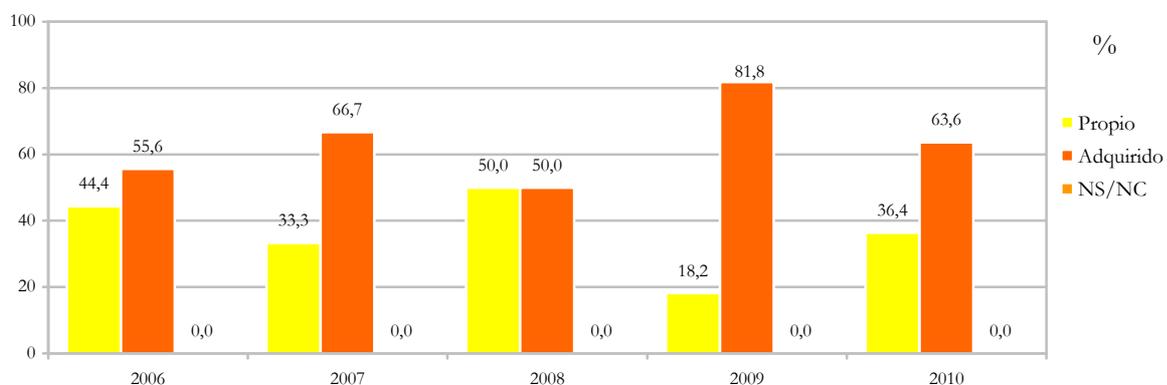
El 76,1% de las librerías de la Comunidad Valenciana utilizan un programa adquirido para la gestión informática, porcentaje que aumenta al 83,3% en las librerías medianas-pequeñas y desciende en las librerías grandes al 63,6% y en las medianas-grandes al 77,8%.

Respecto al 2009, se observa a nivel global, un descenso, determinado por el descenso de la utilización de programas adquiridos, de las librerías grandes y en menor medida de las medianas-grandes que no puede compensar el aumento de las librerías medianas-pequeñas. Descenso global del uso de programas adquiridos que comporta el incremento –relativo- del uso de programas propios.

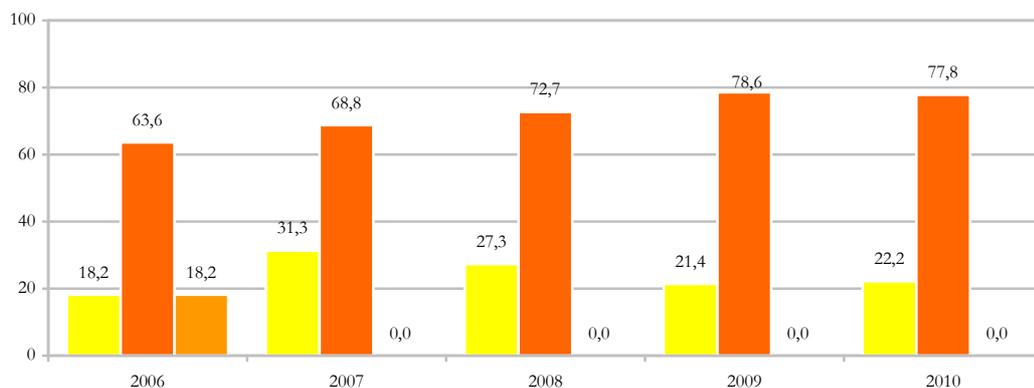


2.6. Gestión de la librería

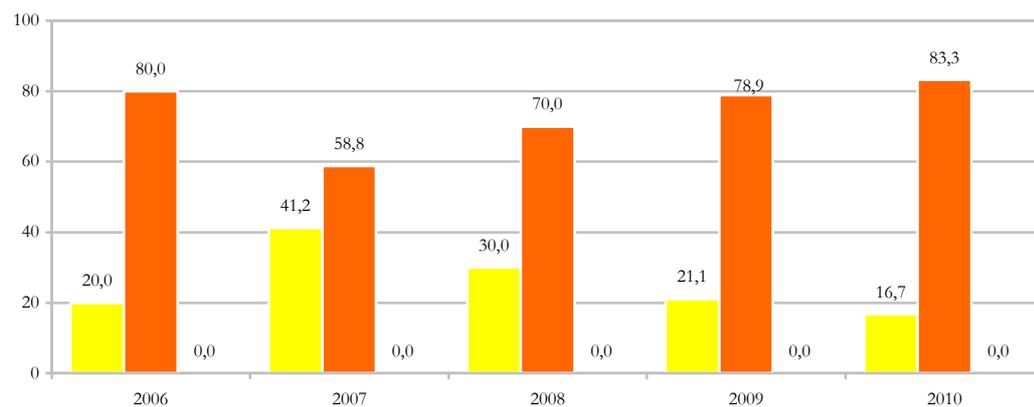
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

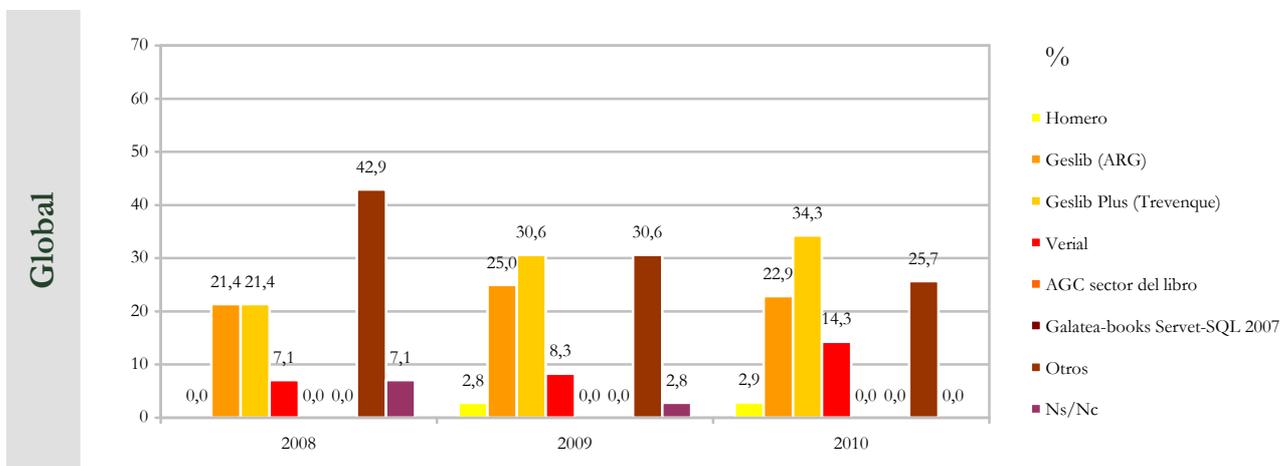
		Tipo de programa informático utilizado			
		Propio	Adquirido	Ns/Nc	Total
Global	2010	23,9	76,1	0,0	100,0
	2009	20,5	79,5	0,0	100,0
	2008	34,9	65,1	0,0	100,0
	2007	35,4	64,6	0,0	100,0
	2006	24,4	71,1	4,4	100,0
	2005	18,9	77,4	3,8	100,0
	2004	38,0	60,0	2,0	100,0
	2003	38,0	62,0	0,0	100,0
	2002	44,2	51,9	3,8	100,0
Grandes	2010	36,4	63,6	0,0	100,0
	2009	18,2	81,8	0,0	100,0
	2008	50,0	50,0	0,0	100,0
	2007	33,3	66,7	0,0	100,0
	2006	44,4	55,6	0,0	100,0
	2005	38,9	61,1	0,0	100,0
	2004	37,5	62,5	0,0	100,0
	2003	61,5	38,5	0,0	100,0
	2002	69,2	30,8	0,0	100,0
Medianas-grandes	2010	22,2	77,8	0,0	100,0
	2009	21,4	78,6	0,0	100,0
	2008	27,3	72,7	0,0	100,0
	2007	31,3	68,8	0,0	100,0
	2006	18,2	63,6	18,2	100,0
	2005	7,7	92,3	0,0	100,0
	2004	50,0	50,0	0,0	100,0
	2003	35,7	64,3	0,0	100,0
	2002	40,0	53,3	6,7	100,0
Medianas-pequeñas	2010	16,7	83,3	0,0	100,0
	2009	21,1	78,9	0,0	100,0
	2008	30,0	70,0	0,0	100,0
	2007	41,2	58,8	0,0	100,0
	2006	20,0	80,0	0,0	100,0
	2005	9,1	81,8	9,1	100,0
	2004	31,8	63,6	4,5	100,0
	2003	26,1	73,9	0,0	100,0
	2002	33,3	62,5	4,2	100,0

2.6. Gestión de la librería

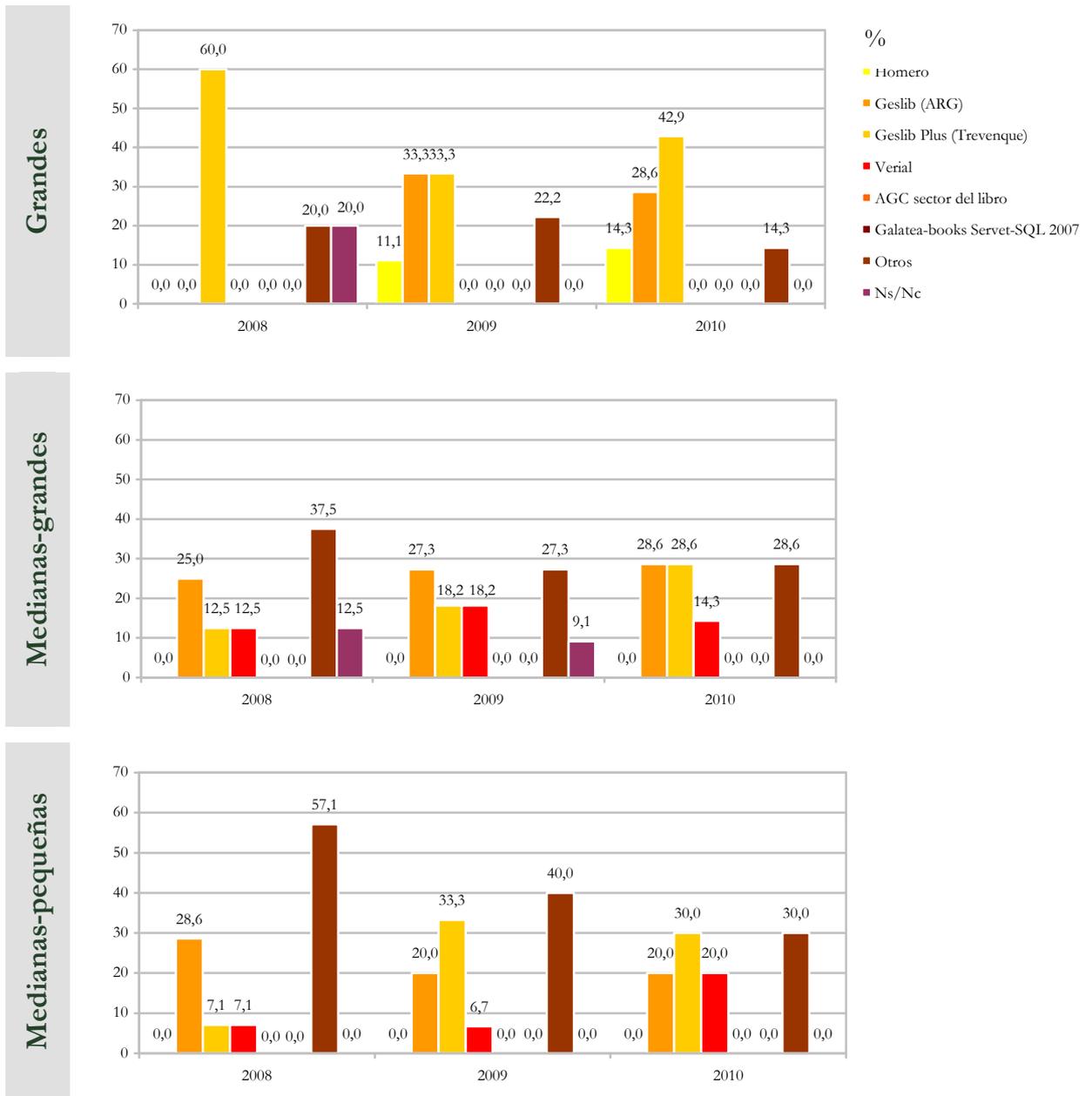
*Uso de programas adquiridos*

Globalmente, durante el 2010, se observa un aumento en el uso de los programas Geslib Plus (Trevenque) –que asciende al 34,3%, siendo el más usado, seguido por Geslib (ARG) con un 22,9% y por Verial con un 14,3%.

Por grupos de librerías, el comportamiento en el uso de los programas es diferenciado, aunque la tendencia se inscribe en la expresada a nivel global. Las librerías grandes usan Geslib Plus (Trevenque) en un 42,9%, Geslib (ARG) en un 28,6% y Homero con un 14,3%. Las librerías medianas-grandes usan Geslib Plus (Trevenque) y Geslib (ARG) en un 28,6% en ambos casos y Verial en un 14,3%. Y las librerías medianas-pequeñas usan Geslib Plus (Trevenque) en un 30,0% y Geslib (ARG) y Verial en un 20,0%, en cada caso.



2.6. Gestión de la librería



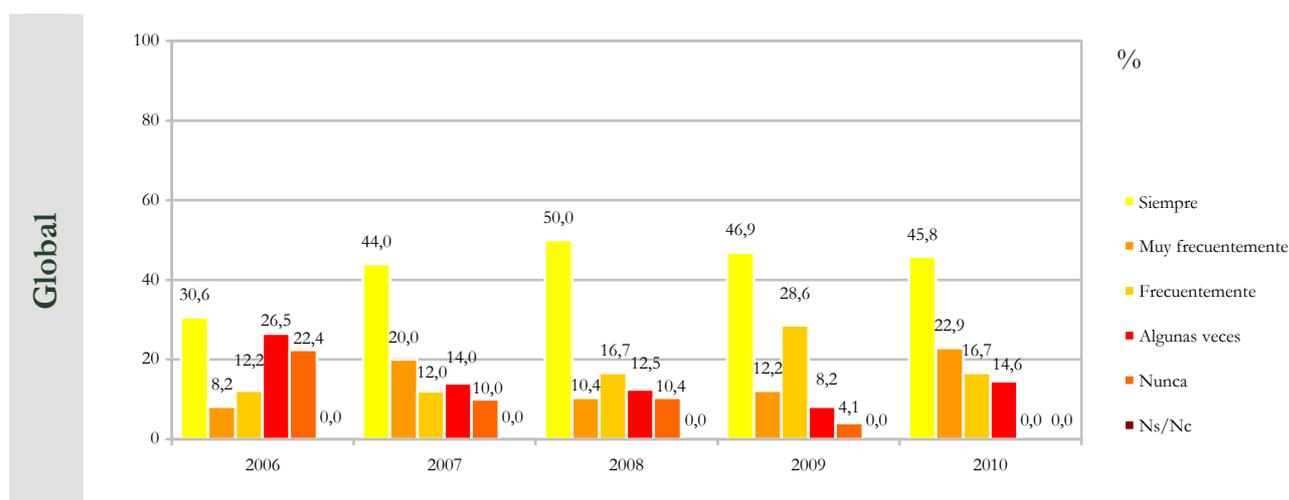
2.6. Gestión de la librería

	%	Homero	Geslib (ARG)	Geslib Plus (Trevenque)	Verial	AGC Sector del libro	Galatea-books Servet-SQL 2007	Otros	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	2010	2,9	22,9	34,3	14,3	0,0	0,0	25,7	0,0	100,0
	2009	2,8	25,0	30,6	8,3	0,0	0,0	30,6	2,8	100,0
	2008	0,0	21,4	21,4	7,1	0,0	0,0	42,9	7,1	100,0
<b>Grandes</b>	2010	14,3	28,6	42,9	0,0	0,0	0,0	14,3	0,0	100,0
	2009	11,1	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	22,2	0,0	100,0
	2008	0,0	0,0	60,0	0,0	0,0	0,0	20,0	20,0	100,0
<b>Medianas-grandes</b>	2010	0,0	28,6	28,6	14,3	0,0	0,0	28,6	0,0	100,0
	2009	0,0	27,3	18,2	18,2	0,0	0,0	27,3	9,1	100,0
	2008	0,0	25,0	12,5	12,5	0,0	0,0	37,5	12,5	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	2010	0,0	20,0	30,0	20,0	0,0	0,0	30,0	0,0	100,0
	2009	0,0	20,0	33,3	6,7	0,0	0,0	40,0	0,0	100,0
	2008	0,0	28,6	7,1	7,1	0,0	0,0	57,1	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

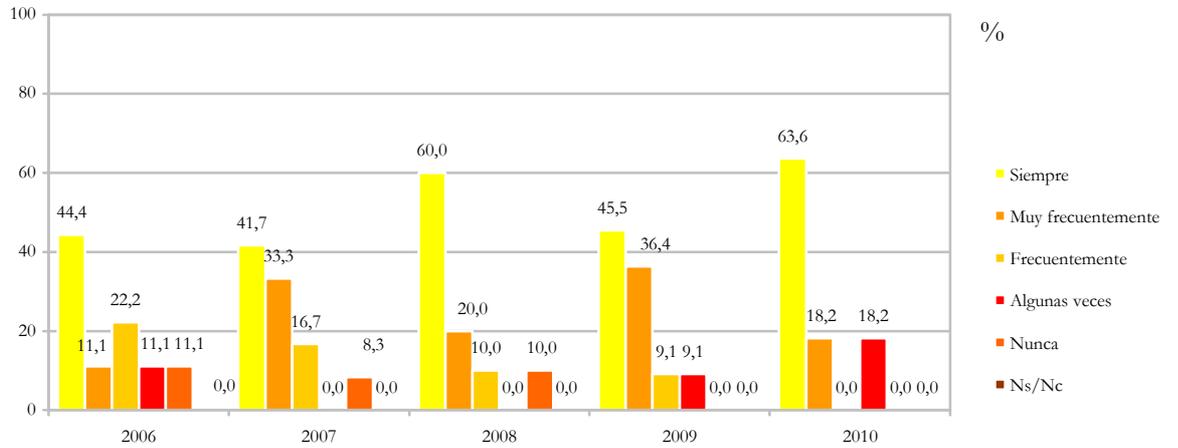
*Comunicación electrónica con los proveedores*

A nivel global, la comunicación electrónica con los proveedores se mantiene como práctica generalizada, pero se detecta una ligera relajación en su frecuencia de uso. Relajación que viene determinada por las librerías medianas-grandes que afirman que usan siempre la comunicación electrónica en un 33,3% (en el 2009, era el 46,7%) y en menor medida por las librerías medianas-pequeñas que la usan en un 42,3% (en el 2009, era del 47,6%), mientras que en las grandes el uso –siempre- de la comunicación electrónica aumenta hasta el 63,6% (en el 2009, era del 45,5%).

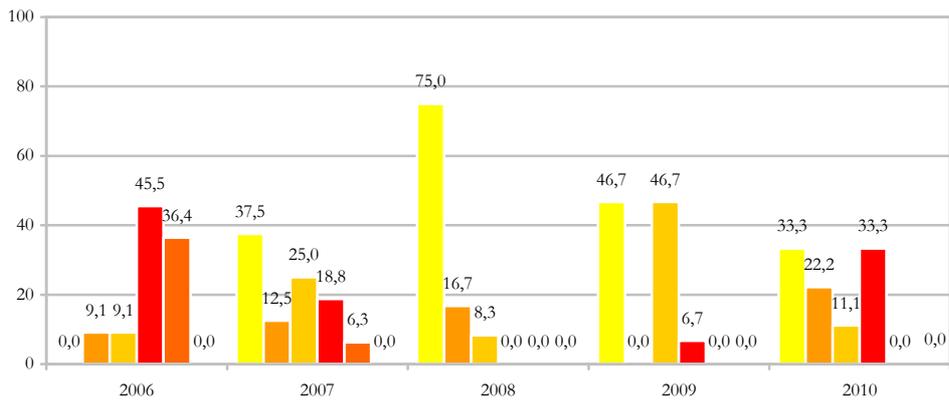


2.6. Gestión de la librería

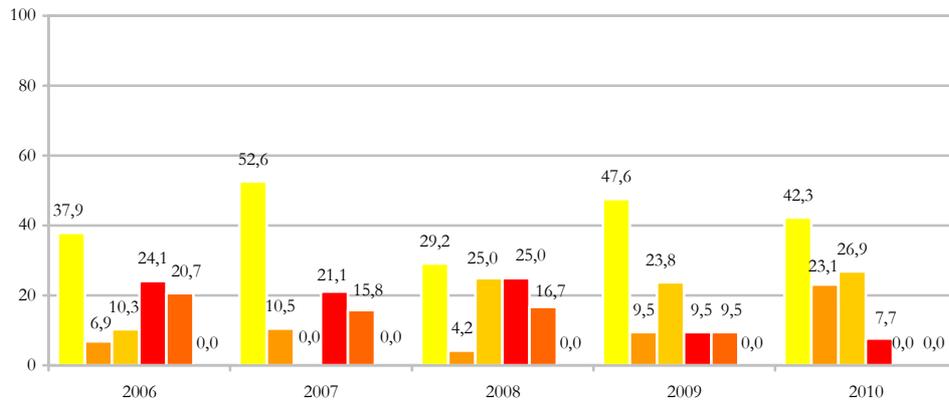
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



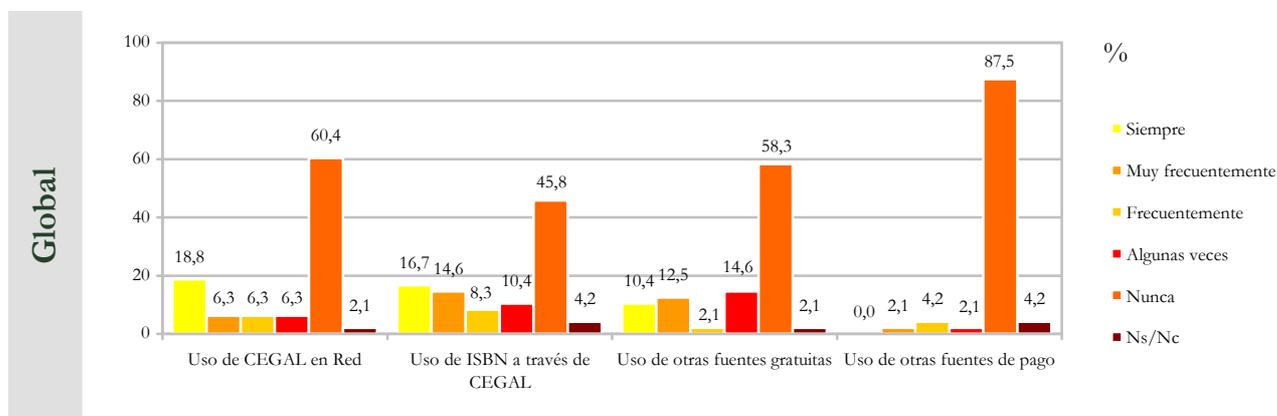
2.6. Gestión de la librería

		Comunicación electrónica con los proveedores						
%		Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
Global	2010	45,8	22,9	16,7	14,6	0,0	0,0	100,0
	2009	46,9	12,2	28,6	8,2	4,1	0,0	100,0
	2008	50,0	10,4	16,7	12,5	10,4	0,0	100,0
	2007	44,0	20,0	12,0	14,0	10,0	0,0	100,0
	2006	30,6	8,2	12,2	26,5	22,4	0,0	100,0
	2005	30,0	15,0	8,3	16,7	28,3	1,7	100,0
	2004	20,4	13,0	22,2	16,7	27,8	0,0	100,0
Grandes	2010	63,6	18,2	0,0	18,2	0,0	0,0	100,0
	2009	45,5	36,4	9,1	9,1	0,0	0,0	100,0
	2008	60,0	20,0	10,0	0,0	10,0	0,0	100,0
	2007	41,7	33,3	16,7	0,0	8,3	0,0	100,0
	2006	44,4	11,1	22,2	11,1	11,1	0,0	100,0
	2005	44,4	33,3	5,6	5,6	11,1	0,0	100,0
	2004	42,9	14,3	28,6	7,1	7,1	0,0	100,0
Medianas-grandes	2010	33,3	22,2	11,1	33,3	0,0	0,0	100,0
	2009	46,7	0,0	46,7	6,7	0,0	0,0	100,0
	2008	75,0	16,7	8,3	0,0	0,0	0,0	100,0
	2007	37,5	12,5	25,0	18,8	6,3	0,0	100,0
	2006	0,0	9,1	9,1	45,5	36,4	0,0	100,0
	2005	40,0	13,3	0,0	33,3	13,3	0,0	100,0
	2004	7,6	0,0	30,8	23,1	38,5	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2010	42,3	23,1	26,9	7,7	0,0	0,0	100,0
	2009	47,6	9,5	23,8	9,5	9,5	0,0	100,0
	2008	29,2	4,2	25,0	25,0	16,7	0,0	100,0
	2007	52,6	10,5	0,0	21,1	15,8	0,0	100,0
	2006	37,9	6,9	10,3	24,1	20,7	0,0	100,0
	2005	14,8	3,7	14,8	14,8	48,1	3,7	100,0
	2004	8,7	17,4	17,4	21,7	34,8	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

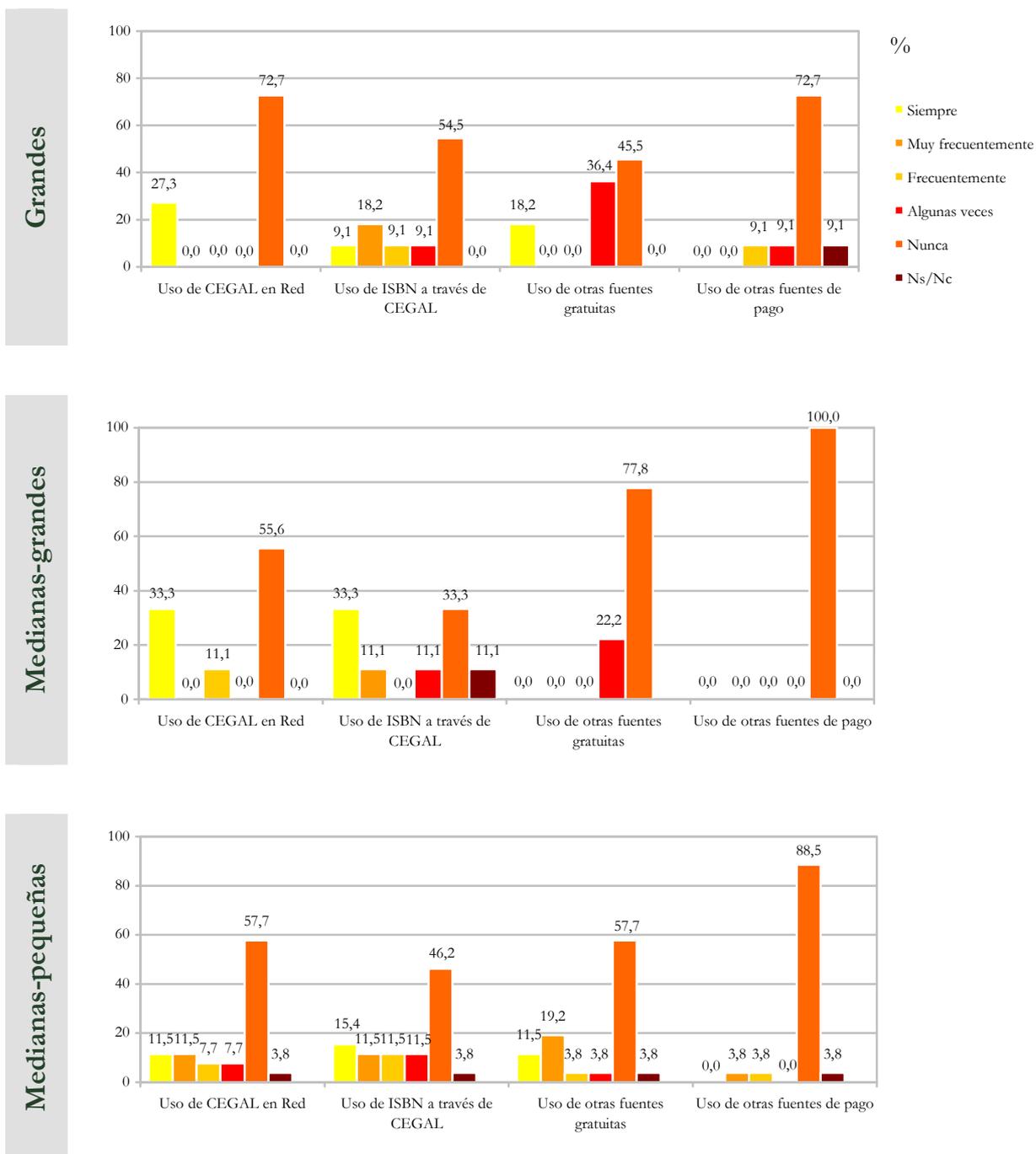
*Utilización de bases de datos de descarga telemática*

El uso del ISBN a través de CEGAL, en general, sigue siendo la fuente de información utilizada por una mayor parte de librerías para la descarga telemática de referencias de libros. En segundo lugar, se sitúan las otras fuentes gratuitas de información y las consultas a CEGAL en Red, que durante el 2010 es la única fuente que experimenta un crecimiento en su uso, respecto al 2009.



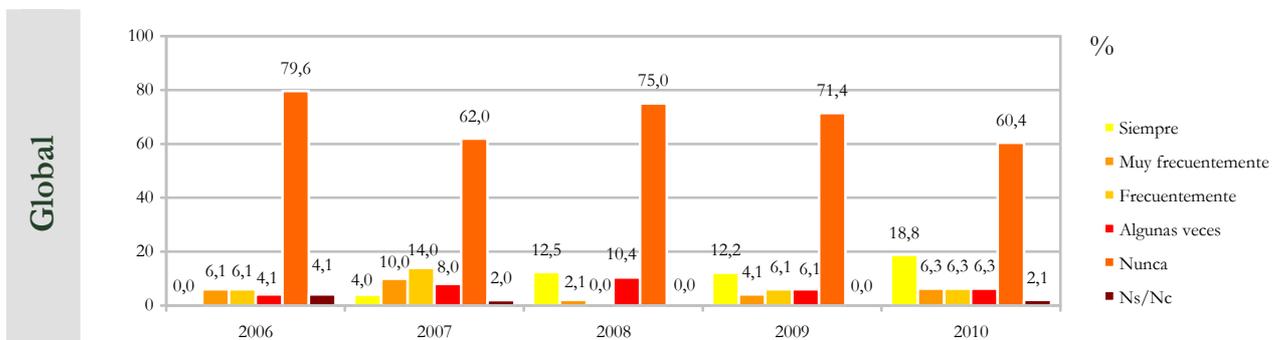
2.6. Gestión de la librería

Utilización de bases de datos de descarga telemática

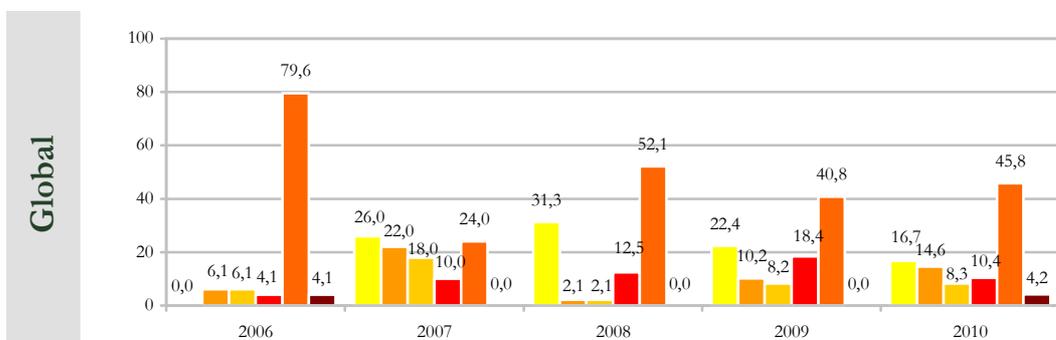


2.6. Gestión de la librería

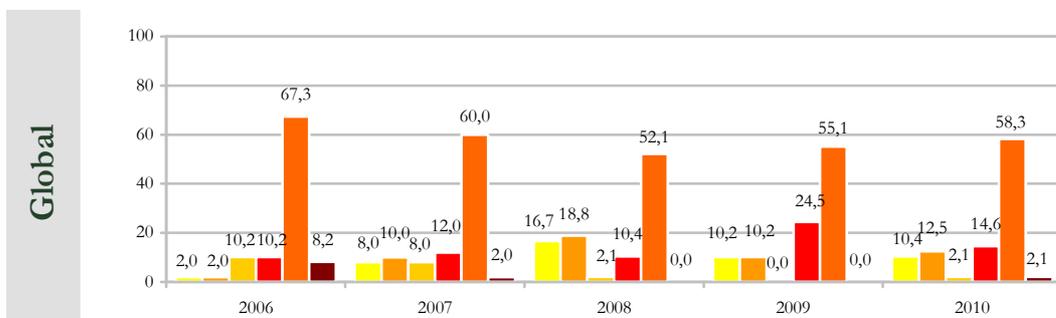
Uso de CEGAL EN RED



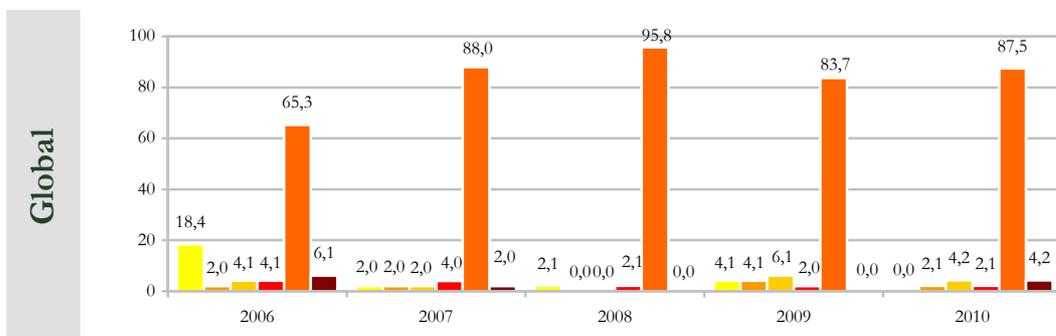
Uso de ISBN a través de CEGAL



Uso de otras fuentes gratuitas



Uso de otras fuentes de pago



2.6. Gestión de la librería

Uso de CEGAL EN RED

	%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>18,8</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>	<b>60,4</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	12,2	4,1	6,1	6,1	71,4	0,0	100,0
	2008	12,5	2,1	0,0	10,4	75,0	0,0	100,0
	2007	4,0	10,0	14,0	8,0	62,0	2,0	100,0
	2006	0,0	6,1	6,1	4,1	79,6	4,1	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>27,3</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>72,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	27,3	0,0	9,1	0,0	63,6	0,0	100,0
	2008	20,0	0,0	0,0	10,0	70,0	0,0	100,0
	2007	0,0	25,0	8,3	0,0	66,7	0,0	100,0
	2006	33,3	0,0	22,2	11,1	33,3	0,0	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2010</b>	<b>33,3</b>	<b>0,0</b>	<b>11,1</b>	<b>0,0</b>	<b>55,6</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	6,7	0,0	0,0	13,3	80,0	0,0	100,0
	2008	16,7	0,0	0,0	8,3	75,0	0,0	100,0
	2007	0,0	12,5	12,5	6,3	62,5	6,3	100,0
	2006	18,2	9,1	0,0	0,0	63,6	9,1	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>11,5</b>	<b>11,5</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>57,7</b>	<b>3,8</b>	<b>100,0</b>
	2009	9,5	9,5	9,5	0,0	71,4	0,0	100,0
	2008	8,3	4,2	0,0	4,2	83,3	0,0	100,0
	2007	10,5	0,0	15,8	5,3	68,4	0,0	100,0
	2006	13,8	0,0	0,0	3,4	75,9	6,9	100,0

2.6. Gestión de la librería

Uso de ISBN a través de CEGAL

		%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
Global	2010	16,7	14,6	8,3	10,4	45,8	4,2	100,0	
	2009	22,4	10,2	8,2	18,4	40,8	0,0	100,0	
	2008	31,3	2,1	2,1	12,5	52,1	0,0	100,0	
	2007	26,0	22,0	18,0	10,0	24,0	0,0	100,0	
	2006	8,2	10,2	6,1	12,2	57,1	6,1	100,0	
Grandes	2010	9,1	18,2	9,1	9,1	54,5	0,0	100,0	
	2009	36,4	0,0	9,1	9,1	45,5	0,0	100,0	
	2008	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	100,0	
	2007	33,3	16,7	8,3	8,3	33,3	0,0	100,0	
	2006	33,3	0,0	22,2	11,1	33,3	0,0	100,0	
Medianas-grandes	2010	33,3	11,1	0,0	11,1	33,3	11,1	100,0	
	2009	20,0	13,3	6,7	26,7	33,3	0,0	100,0	
	2008	33,3	0,0	0,0	8,3	58,3	0,0	100,0	
	2007	37,5	18,8	12,5	6,3	25,0	0,0	100,0	
	2006	18,2	9,1	0,0	0,0	63,6	9,1	100,0	
Medianas-pequeñas	2010	15,4	11,5	11,5	11,5	46,2	3,8	100,0	
	2009	19,0	9,5	9,5	19,0	42,9	0,0	100,0	
	2008	20,8	4,2	0,0	20,8	54,2	0,0	100,0	
	2007	15,8	21,1	31,6	10,5	21,1	0,0	100,0	
	2006	13,8	0,0	0,0	3,4	75,9	6,9	100,0	

2.6. Gestión de la librería

Uso de otras fuentes gratuitas (DILVE, etc.)

	%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>10,4</b>	<b>12,5</b>	<b>2,1</b>	<b>14,6</b>	<b>58,3</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	10,2	10,2	0,0	24,5	55,1	0,0	100,0
	2008	16,7	18,8	2,1	10,4	52,1	0,0	100,0
	2007	8,1	10,0	8,0	12,0	60,0	2,0	100,0
	2006	2,0	2,0	10,2	10,2	67,3	8,2	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>18,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>36,4</b>	<b>45,5</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	0,0	0,0	0,0	45,5	54,5	0,0	100,0
	2008	30,0	0,0	0,0	20,0	50,0	0,0	100,0
	2007	8,3	8,3	8,3	8,3	66,7	0,0	100,0
	2006	33,3	0,0	22,2	11,1	33,3	0,0	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>22,2</b>	<b>77,8</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	20,0	6,7	0,0	26,7	46,7	0,0	100,0
	2008	25,0	16,7	0,0	8,3	50,0	0,0	100,0
	2007	12,5	25,0	6,3	6,3	43,8	6,3	100,0
	2006	18,2	9,1	0,0	0,0	63,6	9,1	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>11,5</b>	<b>19,2</b>	<b>3,8</b>	<b>3,8</b>	<b>57,7</b>	<b>3,8</b>	<b>100,0</b>
	2009	9,5	14,3	0,0	14,3	61,9	0,0	100,0
	2008	4,2	25,0	4,2	8,3	58,3	0,0	100,0
	2007	5,3	0,0	10,5	21,1	63,2	0,0	100,0
	2006	13,8	0,0	0,0	3,4	75,9	6,9	100,0

2.6. Gestión de la librería

Uso de otras fuentes de pago

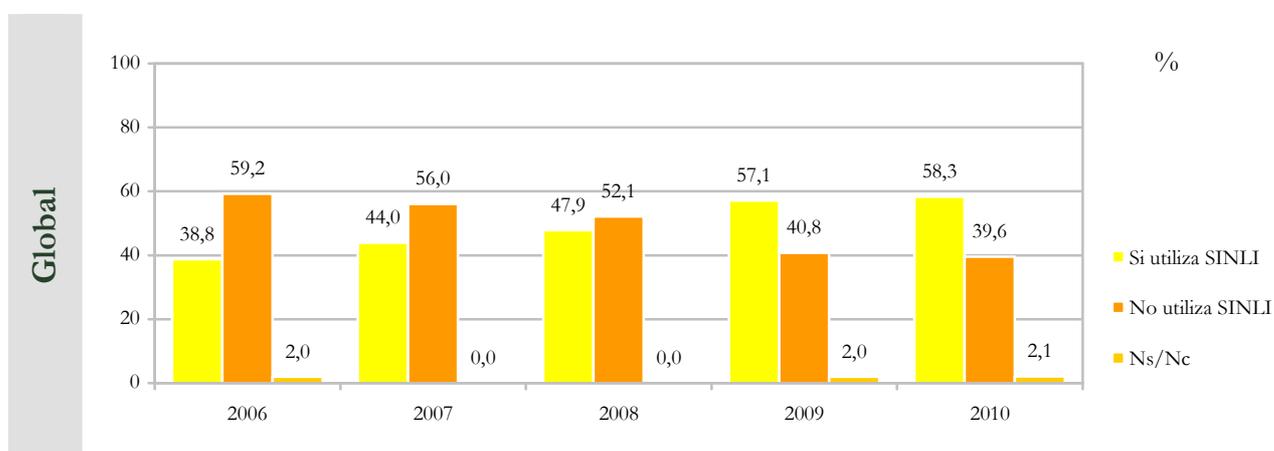
	%	Siempre	Muy frecuentem ente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>2,1</b>	<b>4,2</b>	<b>2,1</b>	<b>87,5</b>	<b>4,2</b>	<b>100,0</b>
	2009	4,1	4,1	6,1	2,0	83,7	0,0	100,0
	2008	2,1	0,0	0,0	2,1	95,8	0,0	100,0
	2007	2,0	2,0	2,0	4,0	88,0	2,0	100,0
	2006	18,4	2,0	4,1	4,1	65,3	6,1	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>9,1</b>	<b>9,1</b>	<b>72,7</b>	<b>9,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	9,1	0,0	9,1	0,0	81,8	0,0	100,0
	2008	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
	2007	0,0	0,0	8,3	8,3	83,3	0,0	100,0
	2006	33,3	0,0	22,2	11,1	33,3	0,0	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	6,7	0,0	0,0	6,7	86,7	0,0	100,0
	2008	8,3	0,0	0,0	8,3	83,3	0,0	100,0
	2007	0,0	6,3	0,0	6,3	81,3	6,3	100,0
	2006	18,2	9,1	0,0	0,0	63,6	9,1	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>3,8</b>	<b>3,8</b>	<b>0,0</b>	<b>88,5</b>	<b>3,8</b>	<b>100,0</b>
	2009	0,0	9,5	9,5	0,0	81,0	0,0	100,0
	2008	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
	2007	5,3	0,0	0,0	0,0	94,7	0,0	100,0
	2006	13,8	0,0	0,0	3,4	75,9	6,9	100,0

2.6. Gestión de la librería

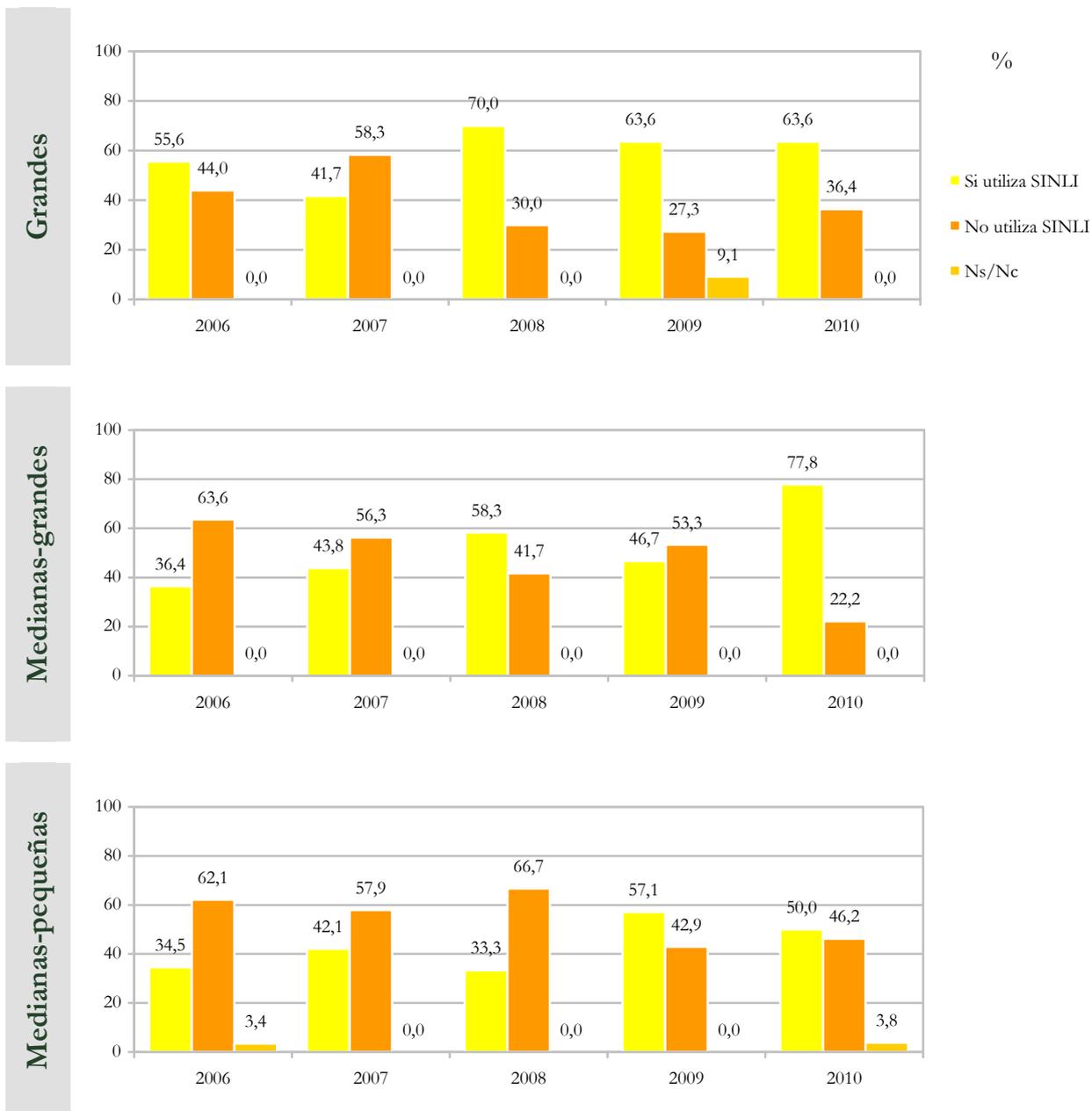
*Utilización del SINLI*

Del año 2004 al 2010 prosigue el incremento del porcentaje de librerías que utilizan el SINLI en la Comunidad Valenciana, situándose en el 58,3% (en el 2004 era del 7,1%).

En las librerías grandes el porcentaje de uso del SINLI se sitúa en el 63,6%, en las medianas-grandes en el 77,8% y en las medianas-pequeñas en el 50,0%.



2.6. Gestión de la librería



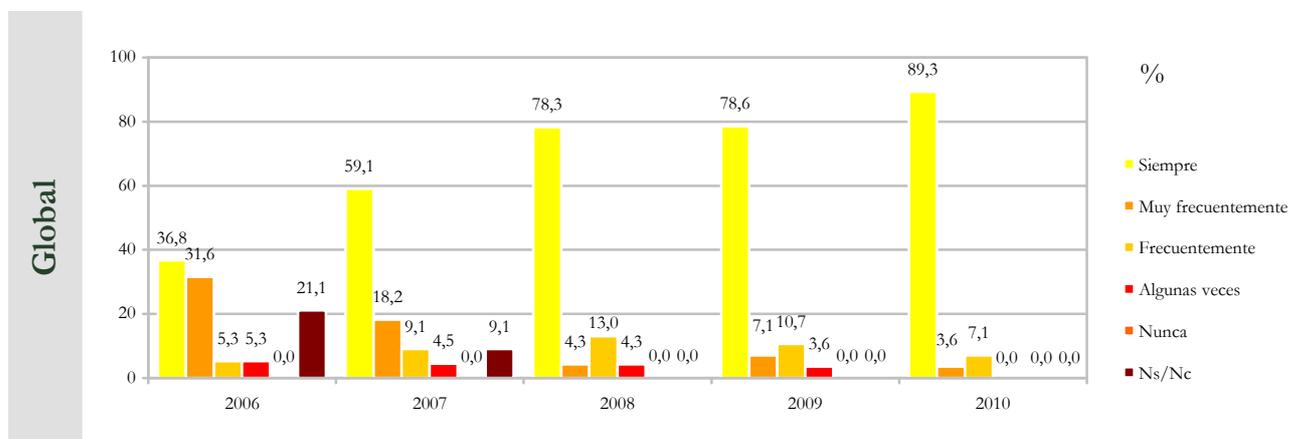
2.6. Gestión de la librería

		Utilización del SINLI			
		Sí	No	Ns/Nc	Total
Global	<b>2010</b>	<b>58,3</b>	<b>39,6</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>
	2009	57,1	40,8	2,0	100,0
	2008	47,9	52,1	0,0	100,0
	2007	44,0	56,0	0,0	100,0
	2006	38,0	59,2	2,0	100,0
	2005	21,7	78,3	0,0	100,0
	2004	7,1	91,1	1,8	100,0
Grandes	<b>2010</b>	<b>63,6</b>	<b>36,4</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	63,6	27,3	9,1	100,0
	2008	70,0	30,0	0,0	100,0
	2007	41,7	58,3	0,0	100,0
	2006	55,6	44,4	0,0	100,0
	2005	27,8	72,2	0,0	100,0
	2004	11,8	88,2	0,0	100,0
Medianas-grandes	<b>2010</b>	<b>77,8</b>	<b>22,2</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	46,7	53,3	0,0	100,0
	2008	58,3	41,7	0,0	100,0
	2007	43,8	56,3	0,0	100,0
	2006	36,4	63,6	0,0	100,0
	2005	33,3	66,7	0,0	100,0
	2004	7,1	92,9	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	<b>2010</b>	<b>50,0</b>	<b>46,2</b>	<b>3,8</b>	<b>100,0</b>
	2009	57,1	42,9	0,0	100,0
	2008	33,3	66,7	0,0	100,0
	2007	42,1	57,9	0,0	100,0
	2006	34,5	62,1	3,4	100,0
	2005	11,1	88,9	0,0	100,0
	2004	4,0	92,0	4,0	100,0

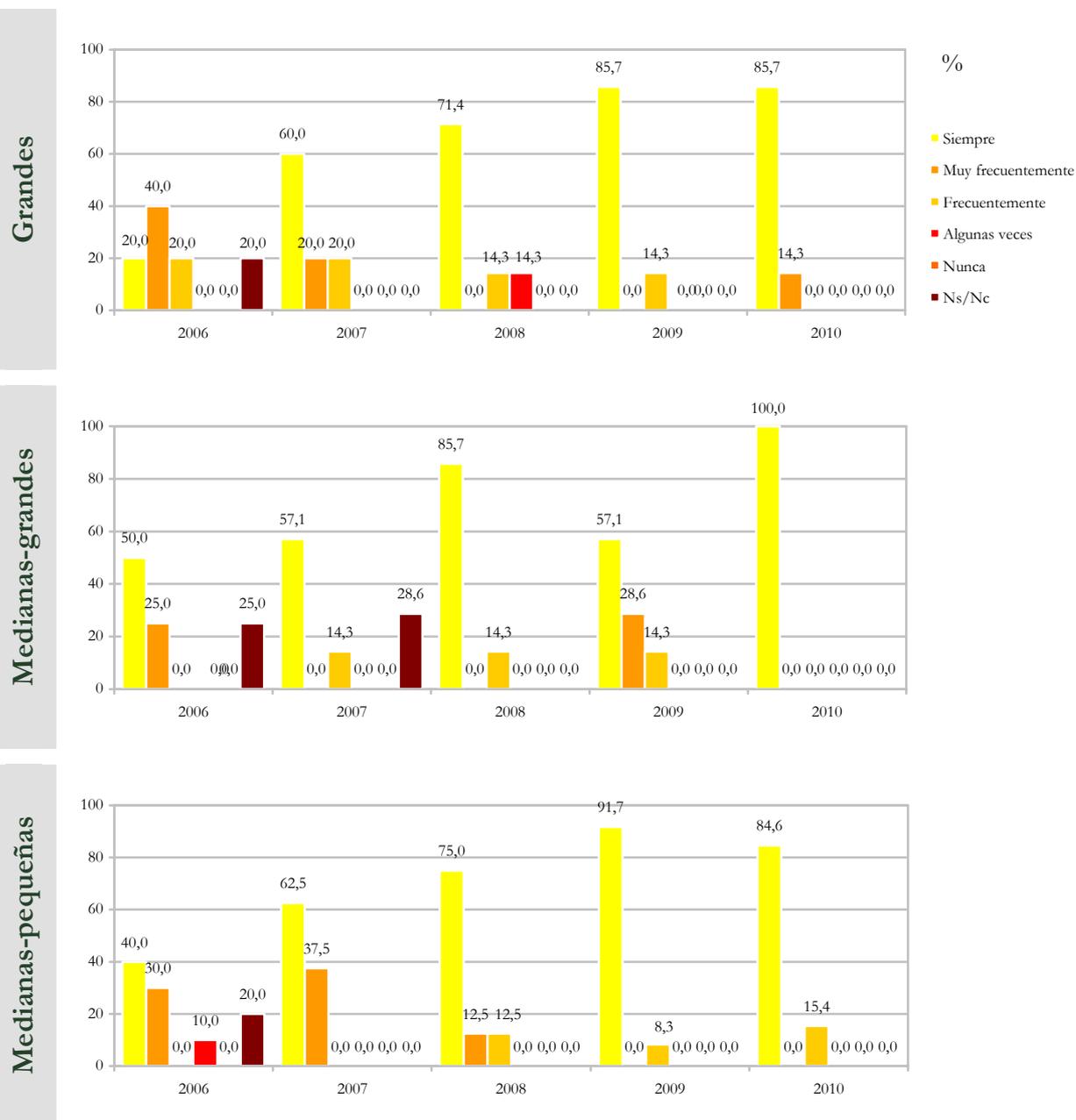
2.6. Gestión de la librería

*Frecuencia de uso de SINLI*

La mayoría de librerías que utilizan el SINLI, afirman utilizarlo siempre: en un 89,3%. Porcentaje que asciende hasta el 100,0% entre las librerías medianas-grandes y disminuye al 85,7% en las librerías grandes y hasta el 84,6% entre las librerías medianas-pequeñas.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

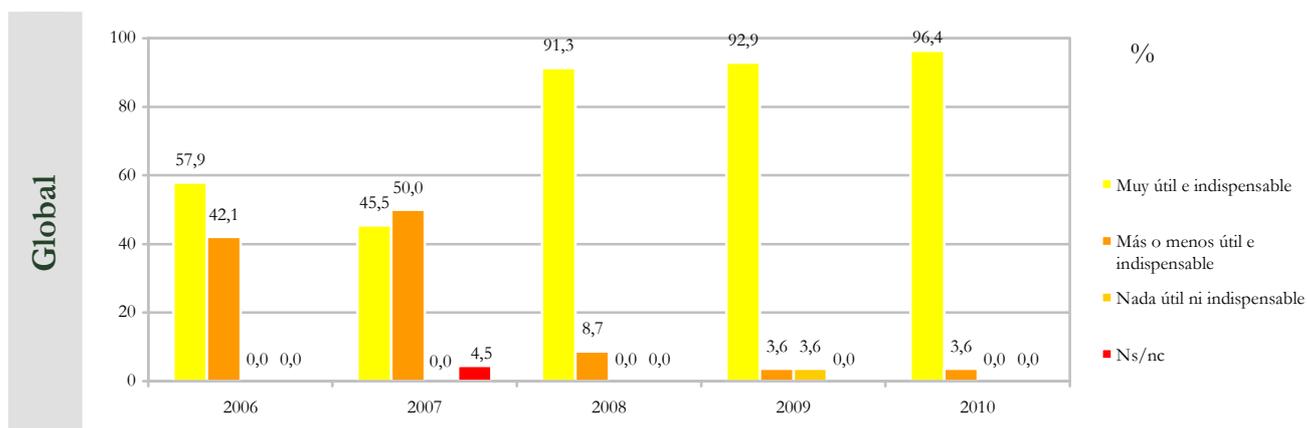
		Frecuencia de uso del SINLI						
		%	Siempre	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca	Ns/Nc
Global	2010	89,3	3,6	7,1	0,0	0,0	0,0	100,0
	2009	78,6	7,1	10,7	3,6	0,0	0,0	100,0
	2008	78,3	4,3	13,0	4,3	0,0	0,0	100,0
	2007	59,1	18,2	9,1	4,5	0,0	9,1	100,0
	2006	36,8	31,6	5,3	5,3	0,0	21,1	100,0
	2005	46,2	23,1	7,7	23,1	0,0	0,0	100,0
Grandes	2010	85,7	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2009	85,7	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	100,0
	2008	71,4	0,0	14,3	14,3	0,0	0,0	100,0
	2007	60,0	20,0	20,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2006	20,0	40,0	20,0	0,0	0,0	20,0	100,0
	2005	40,0	20,0	0,0	40,0	0,0	0,0	100,0
Medianas-grandes	2010	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2009	57,1	28,6	14,3	0,0	0,0	0,0	100,0
	2008	85,7	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	100,0
	2007	57,1	0,0	14,3	0,0	0,0	28,6	100,0
	2006	50,0	25,0	0,0	0,0	0,0	25,0	100,0
	2005	20,0	40,0	20,0	20,0	0,0	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2010	84,6	0,0	15,4	0,0	0,0	0,0	100,0
	2009	91,7	0,0	8,3	0,0	0,0	0,0	100,0
	2008	75,0	12,5	12,5	0,0	0,0	0,0	100,0
	2007	62,5	37,5	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2006	40,0	30,0	0,0	10,0	0,0	20,0	100,0
	2005	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

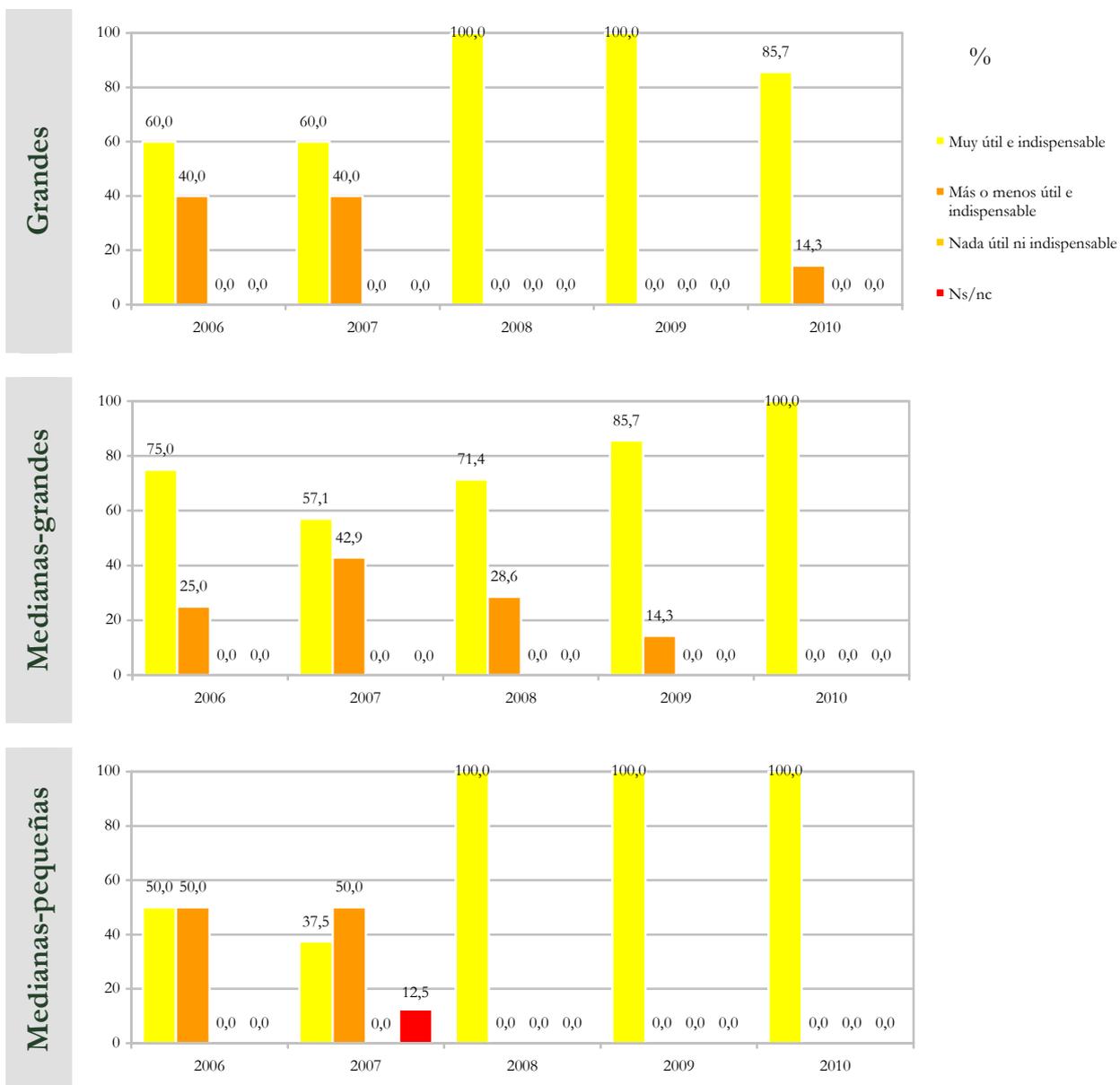
*Opinión sobre SINLI*

El SINLI ha sido considerado muy útil e imprescindible por el 96,4% de las librerías que lo utilizan, porcentaje que se traduce en el 100,0% entre las librerías medianas-grandes y medianas-pequeñas y en el 85,7% entre las librerías grandes.

Respecto al año 2009, durante el 2010, sigue mejorando la notable progresión experimentada en la valoración del SINLI.



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

	%	Opinión sobre el SINLI				Total
		Muy útil e indispensable	Más o menos útil e indispensable	Nada útil e indispensable	Ns/Nc	
Global	2010	96,4	3,6	0,0	0,0	100,0
	2009	92,9	3,6	3,6	0,0	100,0
	2008	91,3	8,7	0,0	0,0	100,0
	2007	45,5	50,0	0,0	4,5	100,0
	2006	57,9	42,1	0,0	0,0	100,0
	2005	76,9	15,4	0,0	7,7	100,0
Grandes	2010	85,7	14,3	0,0	0,0	100,0
	2009	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2007	60,0	40,0	0,0	0,0	100,0
	2006	60,0	40,0	0,0	0,0	100,0
	2005	80,0	0,0	0,0	20,0	100,0
Medianas- grandes	2010	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2009	85,7	14,3	0,0	0,0	100,0
	2008	71,4	28,6	0,0	0,0	100,0
	2007	57,1	42,9	0,0	0,0	100,0
	2006	75,0	25,0	0,0	0,0	100,0
	2005	60,0	0,0	40,0	0,0	100,0
Medianas- pequeñas	2010	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2009	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2008	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2007	37,5	50,0	0,0	12,5	100,0
	2006	50,0	50,0	0,0	0,0	100,0
	2005	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0

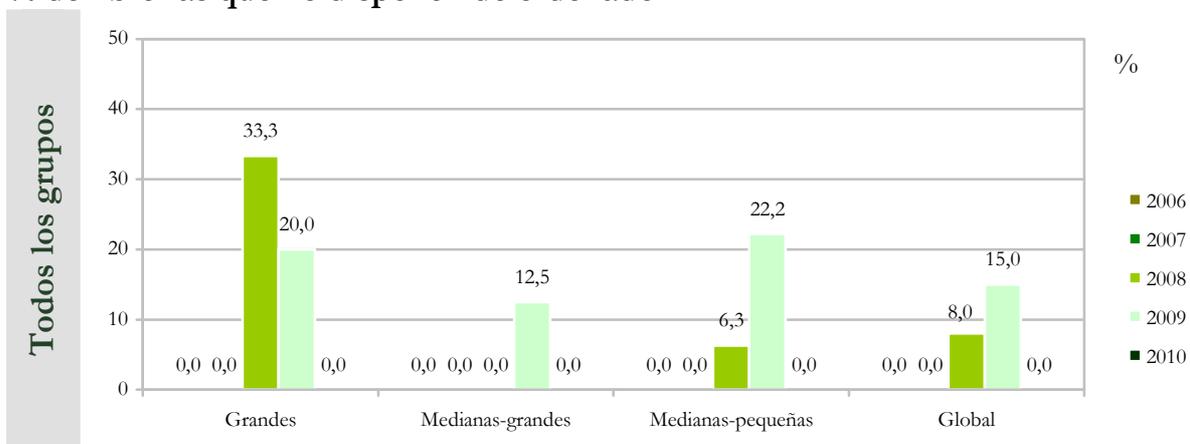
2.6. Gestión de la librería

*Motivos de no utilización del SINLI*

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

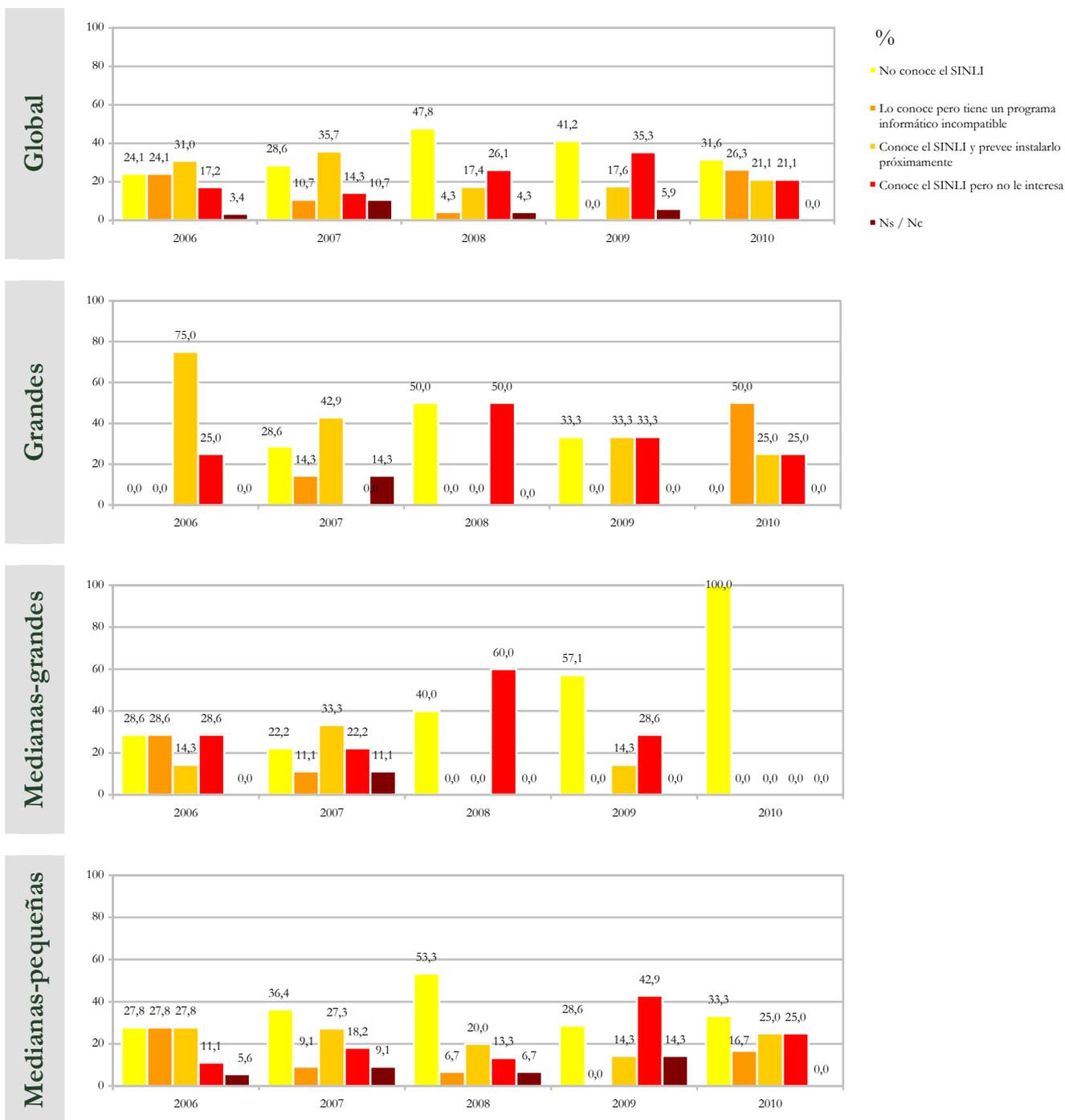
- El desconocimiento del SINLI, en un 31,6%, representando el 100,0% de las librerías medianas-grandes, el 33,3% de las librerías medianas-pequeñas y no registrándose ningún caso entre las librerías grandes.
- El conocimiento del SINLI pero el desinterés por éste, en un 21,1%, representando el 25,0% de las librerías medianas-pequeñas y de las librerías grandes, en ambos casos.
- El conocimiento del SINLI y la previsión de instalarlo próximamente, en un 21,1%, representando el 25,0% de las librerías grandes y medianas-pequeñas, respectivamente.
- El conocimiento del SINLI pero la utilización de un programa informático incompatible en un 26,3%, representando el 50,0% de las librerías grandes y el 16,7% de las librerías medianas-pequeñas.

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



2.6. Gestión de la librería

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



2.6. Gestión de la librería

	%	Dispone de ordenador	No dispone de ordenador	Total
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	85,0	15,0	100,0
	2008	92,0	8,0	100,0
	2007	100,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
	2005	95,7	4,3	100,0
	2004	98,0	2,0	100,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	100,0	0,0	100,0
	2008	66,7	33,3	100,0
	2007	100,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
	2005	100,0	0,0	100,0
	2004	100,0	0,0	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2010</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	87,5	12,5	100,0
	2008	100,0	0,0	100,0
	2007	100,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
	2005	100,0	0,0	100,0
	2004	92,3	7,7	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2009	77,8	22,2	100,0
	2008	93,8	6,3	100,0
	2007	100,0	0,0	100,0
	2006	100,0	0,0	100,0
	2005	91,7	8,3	100,0
	2004	100,0	0,0	100,0

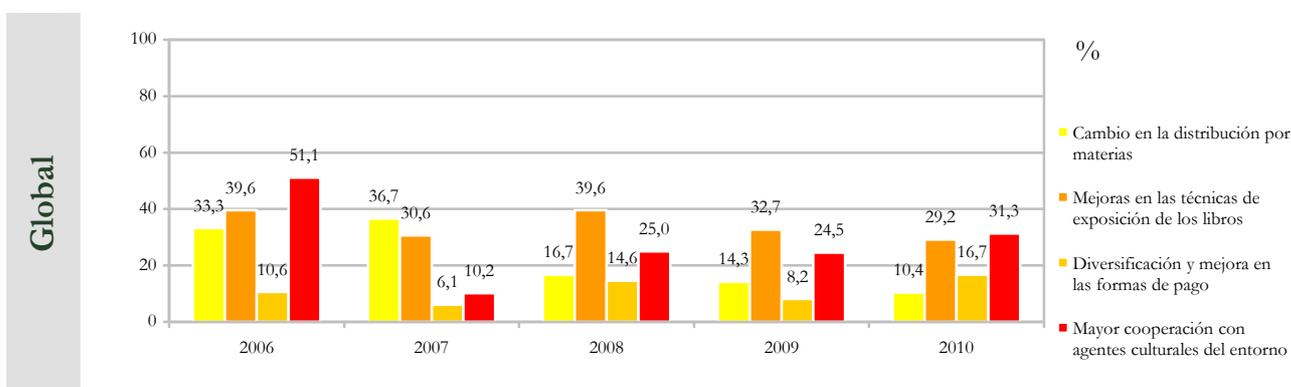
2.6. Gestión de la librería

		Conoce el SINLI						
%		No	Pero tiene un programa informático incompatible	Prevé instalarlo próximamente	Pero no le interesa	Otros motivos	Ns/Nc	Total
Global	2010	31,6	26,3	21,1	21,1	-	0,0	100,0
	2009	41,2	0,0	17,6	35,3	-	5,9	100,0
	2008	47,8	4,3	17,4	26,1	-	4,3	100,0
	2007	28,6	10,7	35,7	14,3	-	10,7	100,0
	2006	24,1	24,1	31,0	17,2	-	3,4	100,0
	2005	37,8	2,2	20,0	31,1	-	8,9	100,0
	2004	52,0	0,0	0,0	22,0	18,0	8,0	100,0
Grandes	2010	0,0	50,0	25,0	25,0	-	0,0	100,0
	2009	33,3	0,0	33,3	33,3	-	0,0	100,0
	2008	50,0	0,0	0,0	50,0	-	0,0	100,0
	2007	28,6	14,3	42,9	0,0	-	14,3	100,0
	2006	0,0	0,0	75,0	25,0	-	0,0	100,0
	2005	23,1	0,0	38,5	30,8	-	7,7	100,0
	2004	33,3	n.d.	n.d.	26,7	20,0	20,0	100,0
Medianas-grandes	2010	100,0	0,0	0,0	0,0	-	0,0	100,0
	2009	57,1	0,0	14,3	28,6	-	0,0	100,0
	2008	40,0	0,0	0,0	60,0	-	0,0	100,0
	2007	22,2	11,1	33,3	22,2	-	11,1	100,0
	2006	28,6	28,6	14,3	28,6	-	0,0	100,0
	2005	50,0	10,0	0,0	20,0	-	20,0	100,0
	2004	50,0	n.d.	n.d.	41,7	8,3	0,0	100,0
Medianas-pequeñas	2010	33,3	16,7	25,0	25,0	-	0,0	100,0
	2009	28,6	0,0	14,3	42,9	-	14,3	100,0
	2008	53,3	6,7	20,0	13,3	-	6,7	100,0
	2007	36,4	9,1	27,3	18,2	-	9,1	100,0
	2006	27,8	27,8	27,8	11,1	-	5,6	100,0
	2005	40,9	0,0	18,2	36,4	-	4,5	100,0
	2004	65,2	n.d.	n.d.	8,7	21,7	4,3	100,0

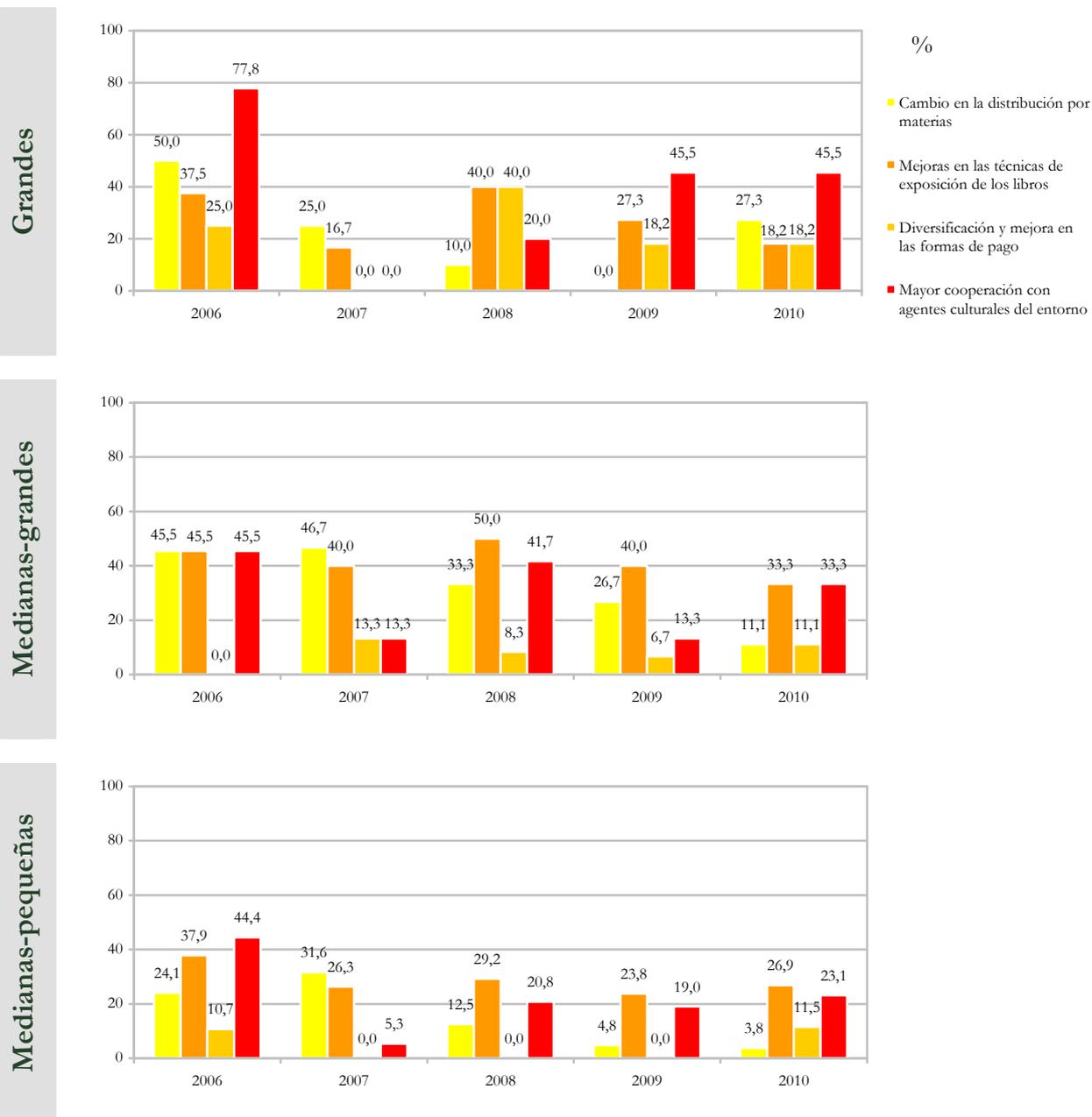
2.6. Gestión de la librería

*Innovaciones radicales o relevantes en la empresa*

- La mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (bibliotecas, escuelas,...) ha sido, durante el año 2010 –y por primera vez desde que se realiza el estudio-, la innovación más aducida (31,3%), en general, por las librerías, así lo han manifestado el 45,5% de las librerías grandes, el 33,3% de las librerías medianas-grandes y el 23,1% de las librerías medianas-pequeñas.
- En segundo lugar, la innovación más aducida ha sido la introducción de mejoras en las técnicas de exposición de los libros (29,2%), traducándose en un 18,2% entre las librerías grandes, en un 33,3% entre las medianas-grandes y en un 26,9% entre las medianas-pequeñas.
- La diversificación y mejora en las formas de pago la han realizado el 16,7%: siendo las librerías grandes las que más han impulsado esta innovación en un 18,2%, seguidas de las medianas-pequeñas con un 11,5% y por las medianas-grandes con un 11,1%.
- El cambio en la distribución de materias, como innovación es la actuación que ha sido objeto de atención por un menor porcentaje de librerías (10,4%), innovación protagonizada mayoritariamente por las librerías grandes (27,3%) y en menor medida por las medianas-grandes (11,1%) y medianas-pequeñas (3,8%).



2.6. Gestión de la librería



2.6. Gestión de la librería

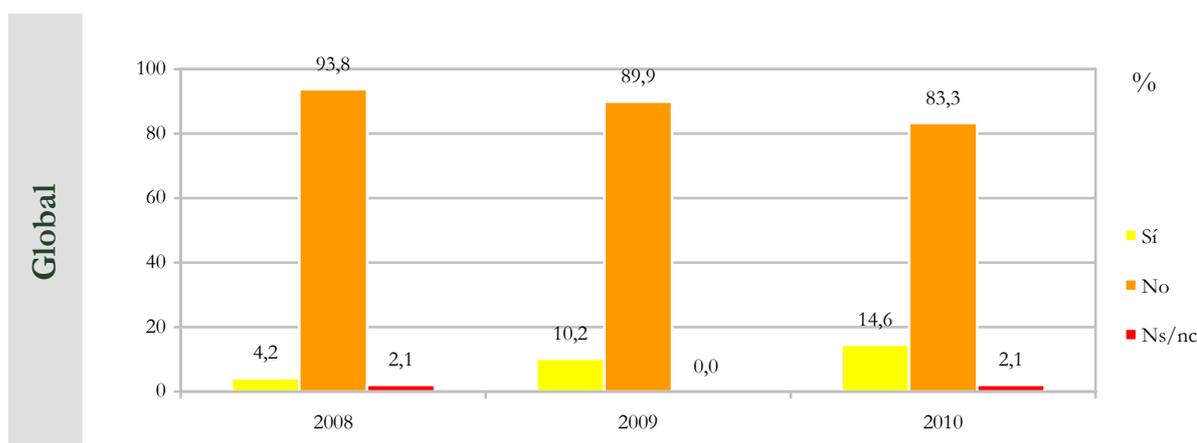
	% <i>afirmativo</i>	Un cambio en la distribución por materias / secciones de la librería	Una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.)	Una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de clientes	Una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.)
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>10,4</b>	<b>29,2</b>	<b>16,7</b>	<b>31,3</b>
	2009	14,3	32,7	8,2	24,5
	2008	16,7	39,6	14,6	25,0
	2007	36,7	30,6	6,1	10,2
	2006	33,3	39,6	10,6	51,1
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>27,3</b>	<b>18,2</b>	<b>18,2</b>	<b>45,5</b>
	2009	0,0	27,3	18,2	45,5
	2008	10,0	40,0	40,0	20,0
	2007	25,0	16,7	0,0	0,0
	2006	50,0	37,5	25,0	77,8
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2010</b>	<b>11,1</b>	<b>33,3</b>	<b>11,1</b>	<b>33,3</b>
	2009	26,7	40,0	6,7	13,3
	2008	33,3	50,0	8,3	41,7
	2007	46,7	40,0	13,3	13,3
	2006	45,5	45,5	0,0	45,5
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>3,8</b>	<b>26,9</b>	<b>11,5</b>	<b>23,1</b>
	2009	4,8	23,8	0,0	19,0
	2008	12,5	29,2	0,0	20,8
	2007	31,6	26,3	0,0	5,3
	2006	24,1	37,9	10,7	44,4

2.6. Gestión de la librería

*Venta de lectores de libro electrónico*

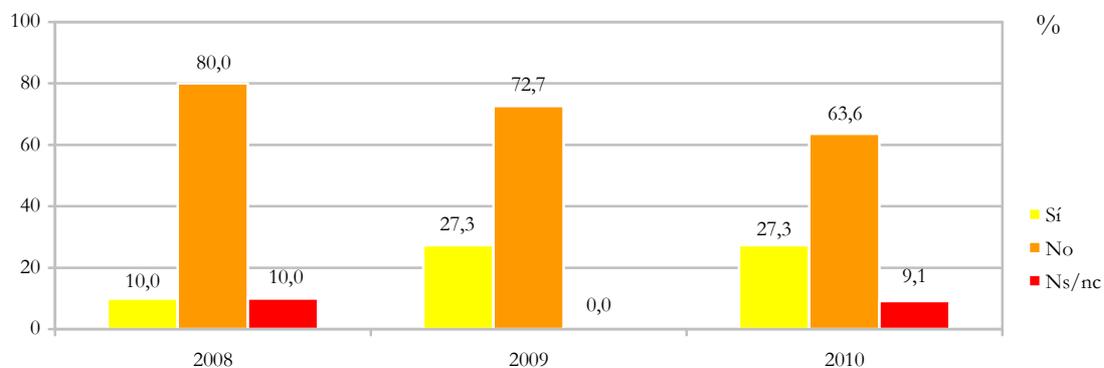
En el 2008 se introdujo este indicador para tomar el pulso a la venta de lectores de libro electrónico en las librerías. Durante el 2010, las librerías que venden este soporte, siguen siendo minoritarias (14,6%), aunque se detecta un incremento, respecto al 2009.

Son las librerías grandes (27,3%) en las que se realiza más este tipo de venta, seguidas por las medianas-grandes (22,2%) y a bastante distancia por las librerías medianas-pequeñas (3,8%).

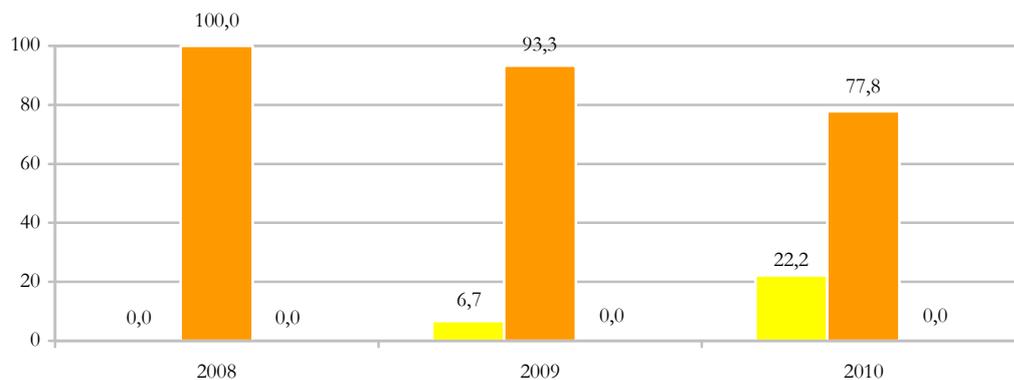


2.6. Gestión de la librería

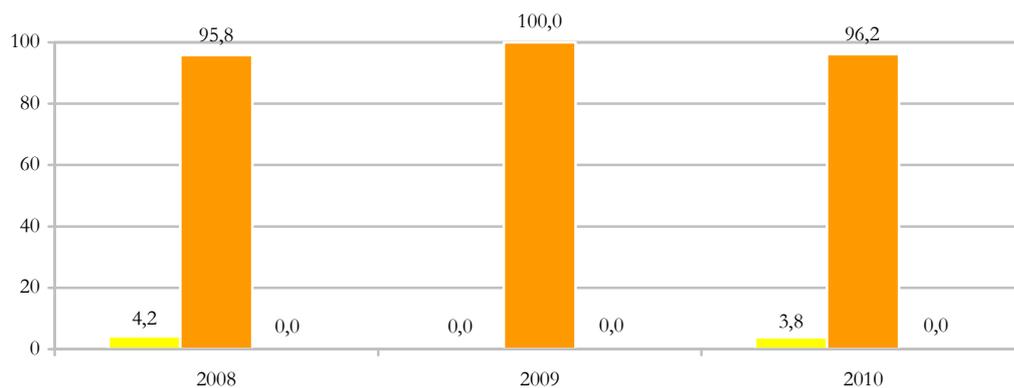
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



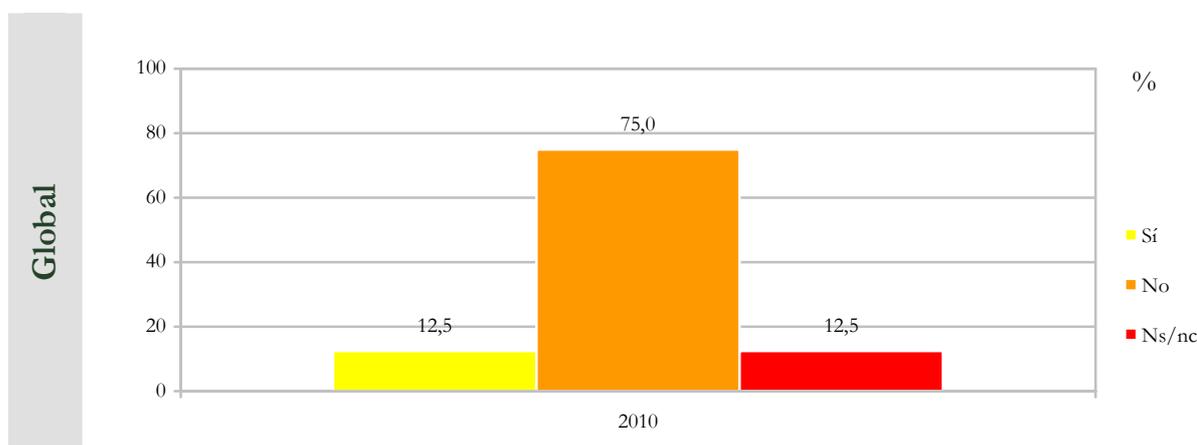
2.6. Gestión de la librería

	%	Vende lectores de libros electrónicos			Total
		Sí	No	Ns/Nc	
Global	2010	14,6	83,3	2,1	100,0
	2009	10,2	89,8	0,0	100,0
	2008	4,2	93,8	2,1	100,0
Grandes	2010	27,3	63,6	9,1	100,0
	2009	27,3	72,7	0,0	100,0
	2008	10,0	80,0	10,0	100,0
Medianas- grandes	2010	22,2	77,8	0,0	100,0
	2009	6,7	93,3	0,0	100,0
	2008	0,0	100,0	0,0	100,0
Medianas- pequeñas	2010	3,8	96,2	0,0	100,0
	2009	0,0	100,0	0,0	100,0
	2008	4,2	95,8	0,0	100,0

2.6. Gestión de la librería

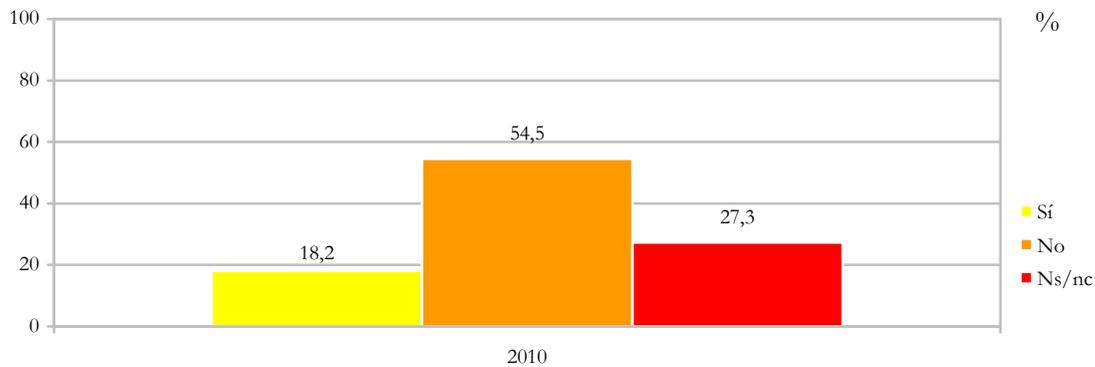
*Venta de libros electrónicos*

El 12,5% de las librerías ha vendido, durante el 2010, libros electrónicos. Tanto este porcentaje, como el comportamiento por segmentos de librerías, guardan una cierta relación con las ventas de lectores de libros electrónicos. Así, las librerías grandes que han vendido libros electrónicos son un 18,2%, y las medianas-pequeñas un 7,7%. No se ha registrado ninguna venta en las librerías medianas-grandes.

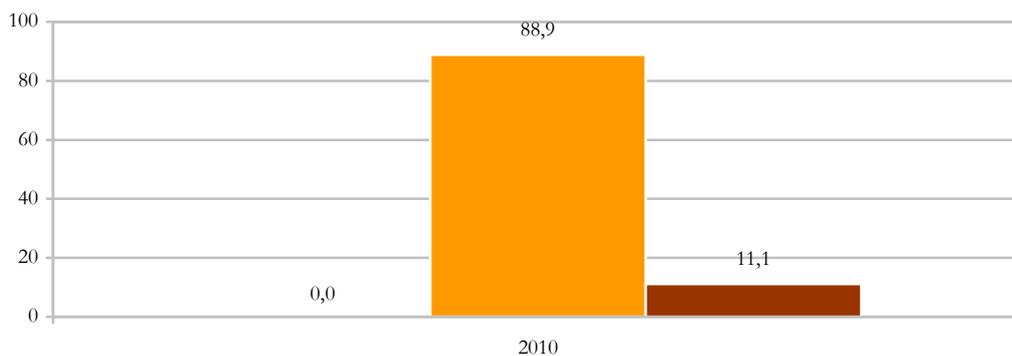


2.6. Gestión de la librería

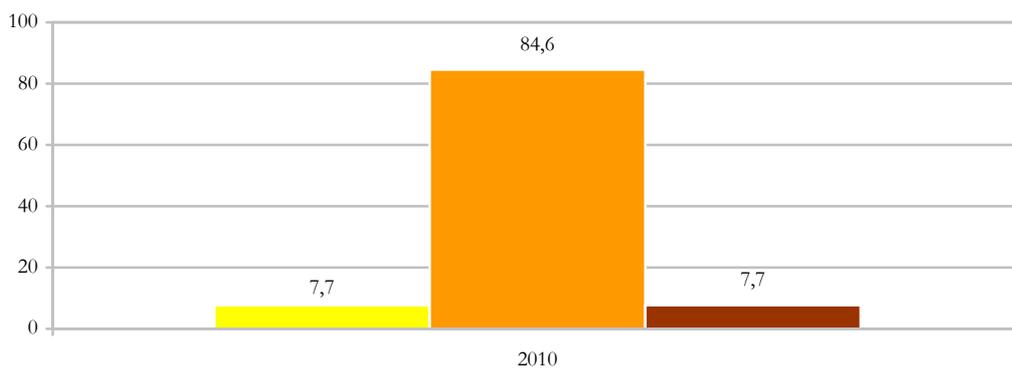
Grandes



Medianas-grandes



Medianas-pequeñas



2.6. Gestión de la librería

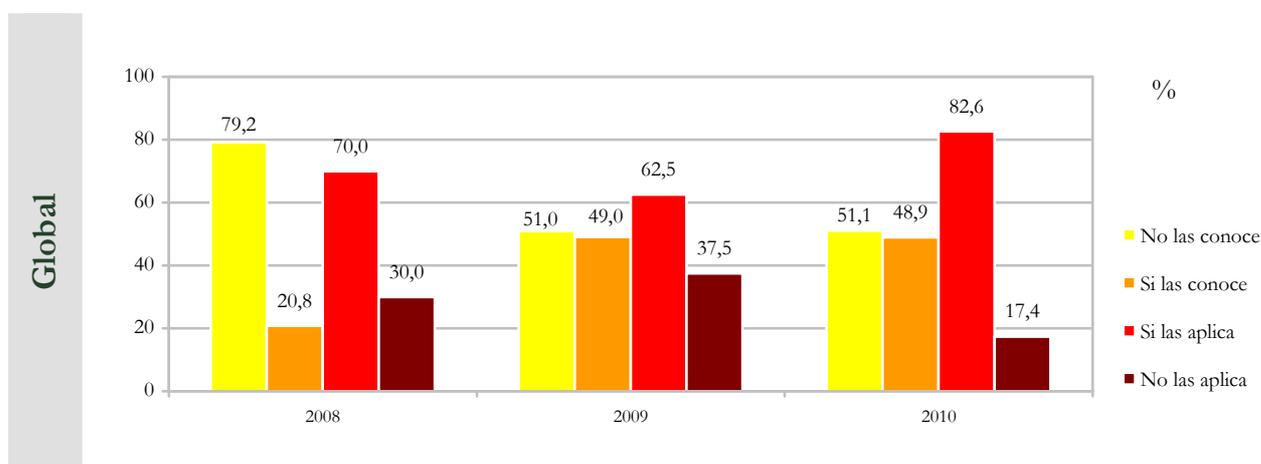
		Vende libros electrónicos			
%		Sí	No	Ns/Nc	Total
<b>Global</b>	2010	12,5	75,0	12,5	100,0
<b>Grandes</b>	2010	18,2	54,5	27,3	100,0
<b>Medianas- grandes</b>	2010	0,0	88,9	11,1	100,0
<b>Medianas- pequeñas</b>	2010	7,7	84,6	7,7	100,0

2.6. Gestión de la librería

*Conocimiento y aplicación de las normas CSL<sup>2</sup>*

En el año 2008, se introdujo este doble indicador que expone el conocimiento y la aplicación de las normas CSL. A nivel global, durante el 2010, se experimenta un mantenimiento en el conocimiento de las normas CSL, respecto al 2009, después del notable incremento registrado del 2008 al 2009 en las librerías de la Comunidad Valenciana. Este mantenimiento es fruto de comportamientos diferenciados por segmentos, pues mientras el conocimiento de las normas crece entre las librerías medianas-pequeñas, disminuye entre las grandes y medianas-grandes.

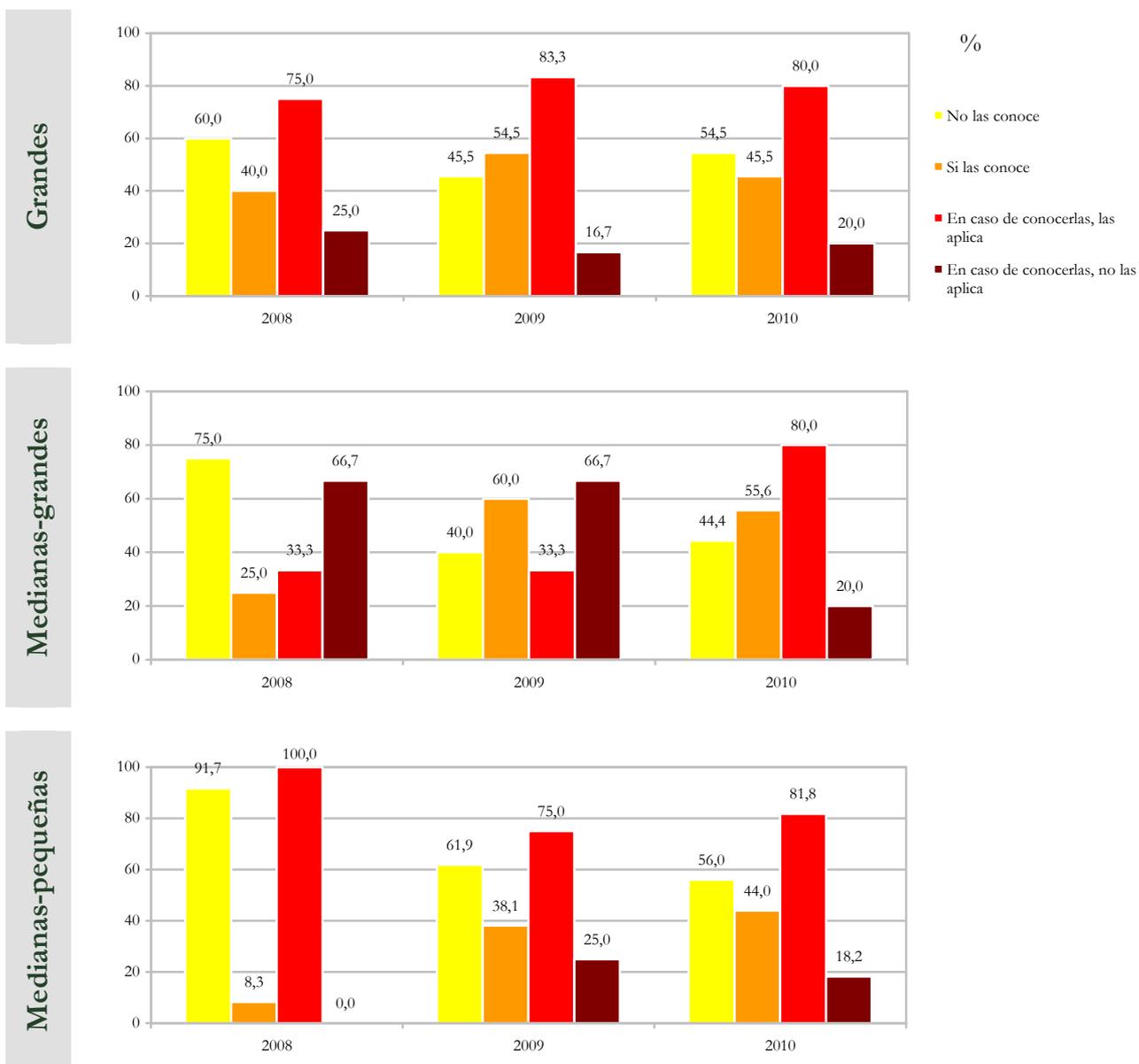
Entre las librerías que conocen las normas CSL, el grado de aplicación de éstas es elevado: el 80,0% entre las librerías grandes y medianas-grandes, respectivamente y el 81,8% entre las librerías medianas-pequeñas.



<sup>2</sup> Programa de mejora Cadena Suministro del Libro.

2.6. Gestión de la librería

Conocimiento de las normas CSL y su aplicación



2.6. Gestión de la librería

	%	¿Conoce las normas CSL?		¿Las aplica?	
		No	Sí	⇒ Sí	No
<b>Global</b>	<b>2010</b>	<b>51,1</b>	<b>48,9</b>	<b>82,6</b>	<b>17,4</b>
	2009	51,0	49,0	62,5	37,5
	2008	79,2	20,8	70,0	30,0
<b>Grandes</b>	<b>2010</b>	<b>54,5</b>	<b>45,5</b>	<b>80,0</b>	<b>20,0</b>
	2009	45,5	54,5	83,3	16,7
	2008	60,0	40,0	75,0	25,0
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2010</b>	<b>44,4</b>	<b>55,6</b>	<b>80,0</b>	<b>20,0</b>
	2009	40,0	60,0	33,3	66,7
	2008	75,0	25,0	33,3	66,7
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2010</b>	<b>56,0</b>	<b>44,0</b>	<b>81,8</b>	<b>18,2</b>
	2009	61,9	38,1	75,0	25,0
	2008	91,7	8,3	100,0	0,0

**3.) Resultados de los Indicadores de Gestión Económica  
de la Librería - Año 2009**  
*(basados en datos extraídos del registro mercantil)*

### 3.1. Introducción

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

El análisis de la información depositada en el registro mercantil que ha posibilitado la construcción de los Indicadores de Gestión Económica de la Librería se ha estructurado en los siguientes apartados:

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

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

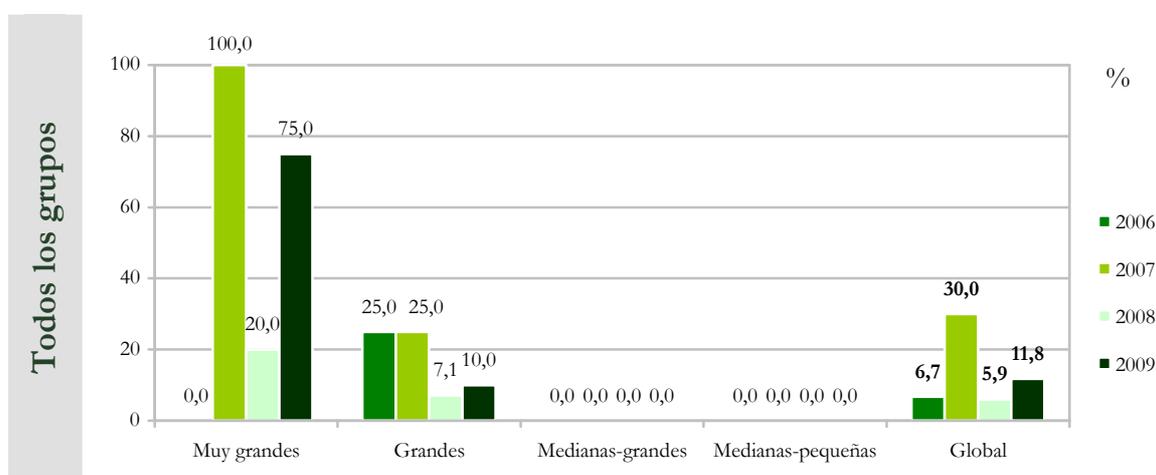
Esta información tiene, como interés prioritario, el análisis comparativo de las magnitudes promedio del sector con los datos particularizados de cada librería. Este análisis se ha proporcionado de forma confidencial e individualizada a cada empresa en forma de ficha.

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

**3.2. Datos generales de la empresa<sup>3</sup>**

*Número de puntos de venta de libros de la empresa*

En relación a esta cuestión, puede observarse que el 11,8% de las librerías disponen de más de un punto de venta. Porcentaje que viene determinado por las librerías muy grandes (75,0%) y también en menor medida por las grandes (10,0%), puesto que no se ha registrado en el 2009 (como sucedía en años precedentes), ninguna librería con más de un punto de venta entre los grupos de medianas-grandes y medianas-pequeñas.



<sup>3</sup> Debe remarcarse, que los datos económicos de las librerías para el ámbito de la Comunidad Valenciana deben tratarse con cautela, debido al bajo número de empresas de las cuáles se ha podido obtener información.

3.2. Datos generales de la empresa

	%	Dispone de más de un punto de venta	No dispone de más de un punto de venta
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>11,8</b>	<b>88,2</b>
	2008	5,9	94,1
	2007	30,0	70,0
	2006	6,7	93,3
	2005	25,0	75,0
	2004	20,8	79,2
	2003	33,3	66,7
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>75,0</b>	<b>25,0</b>
	2008	20,0	80,0
	2007	100,0	0,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>10,0</b>	<b>90,0</b>
	2008	7,1	92,9
	2007	25,0	75,0
	2006	25,0	75,0
	2005	57,1	42,9
	2004	55,6	44,4
	2003	62,5	37,5
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	0,0	100,0
	2007	0,0	100,0
	2006	0,0	100,0
	2005	0,0	100,0
	2004	0,0	100,0
	2003	0,0	100,0
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
	2008	0,0	100,0
	2007	0,0	100,0
	2006	0,0	100,0
	2005	0,0	100,0
	2004	0,0	100,0
	2003	20,0	80,0

### 3.3. Análisis de los ingresos

El principal objetivo empresarial de la librería es el comercio al detalle de libros, de forma que sus ingresos van a proceder fundamentalmente de la venta de dichos productos. De este modo, complementariamente al análisis del volumen y la composición de las ventas realizadas en el anterior apartado 2.1.2., hay que considerar el estudio del ritmo de las ventas en el tiempo, del coste que supone para la librería la venta de sus productos.

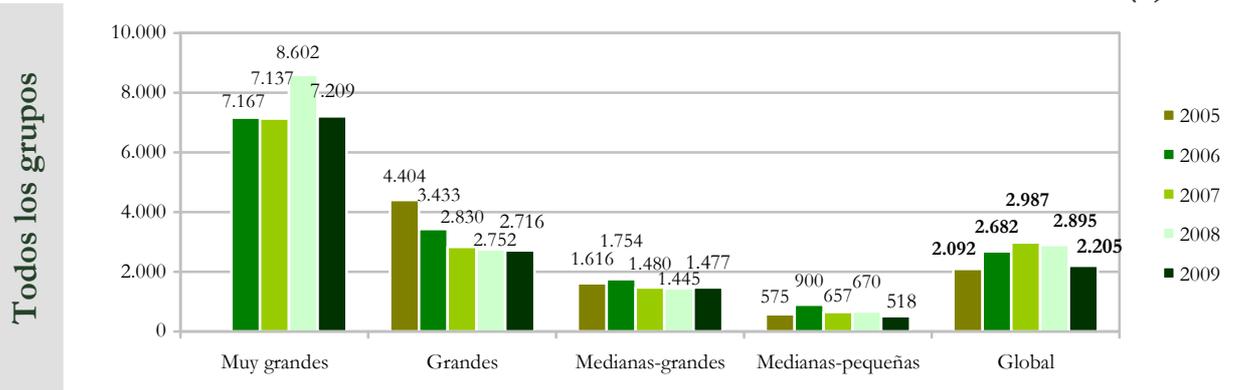
Por ello, los indicadores elaborados para una mayor profundización en el análisis de los ingresos son los siguientes:

- **Promedio de las ventas diarias** o volumen medio de ventas por día, se obtiene del cociente de las ventas totales netas entre 360 (días).
- **Promedio de las ventas diarias de libros** o volumen medio de ventas por día, se obtiene el cociente de las ventas totales netas entre 360 (días).
- **Estimación del coste de las ventas de libros:** este indicador<sup>4</sup> refleja el coste de lo que se ha vendido. Dada la dificultad de conocer con precisión esta magnitud, se ha optado por el cálculo simplificado (y aproximado) reflejando el valor de las compras de los productos vendidos. Este valor se obtiene de multiplicar las ventas de libros por 1 menos el descuento partido por cien.
- **Estimación del coste diario de las ventas de libros.** Esta *ratio* indica el reparto diario de la estimación realizada, anteriormente, del coste de las ventas, por tanto se calcula dividiendo el coste de ventas por 360 (días).

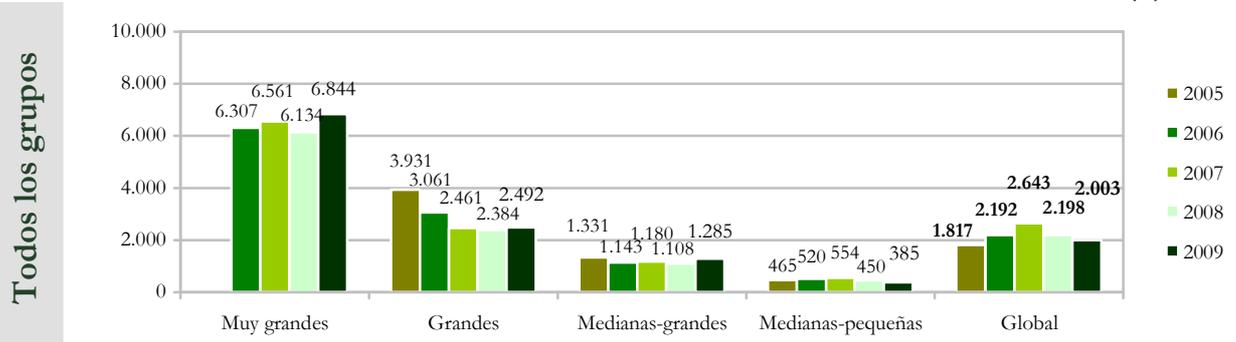
---

<sup>4</sup> Señalar que a partir del año 2002, este indicador se circunscribe a las ventas en libros, mientras que en años precedentes hacía referencia al conjunto de las ventas.

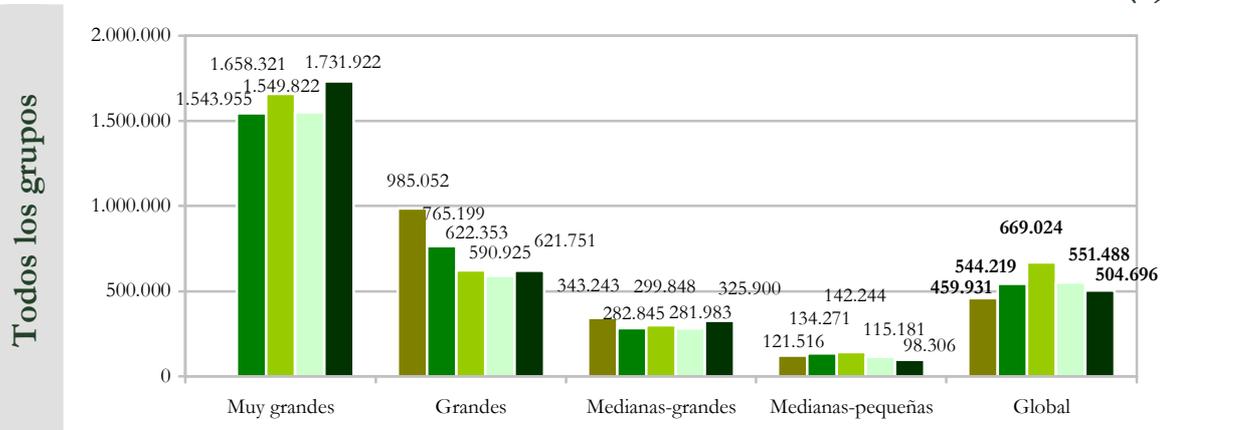
*Promedio de las ventas diarias (€)*



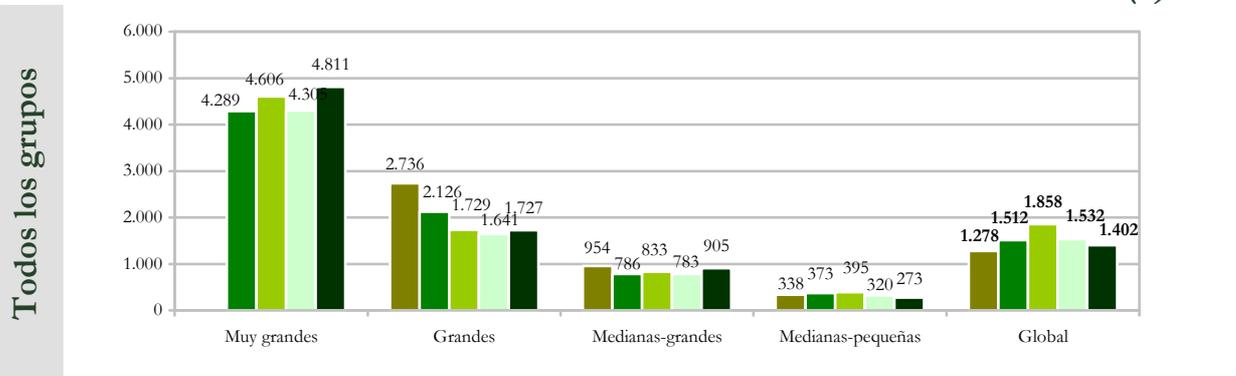
*Promedio de las ventas diarias de libros (€)*



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



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



3.3. Análisis de los ingresos

	%	Promedio de las ventas diarias (Eur./día)	Promedio de las ventas diarias de libros (Eur./día)	Estimación del coste de las ventas de libros (Eur.)	Estimación del coste diario de las ventas de libros (Eur./día)
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>2.205,38</b>	<b>2.002,64</b>	<b>504.696,03</b>	<b>1.401,93</b>
	2008	2.894,81	2.198,44	551.487,91	1.531,91
	2007	2.986,71	2.643,28	669.023,85	1.858,40
	2006	2.681,59	2.191,56	544.219,48	1.511,72
	2005	2.091,73	1.816,58	459.931,02	1.277,59
	2004	3.360,28	3.171,53	795.474,49	2.209,65
	2003	2.275,41	1.844,86	471.217,18	1.308,94
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>7.209,44</b>	<b>6.843,66</b>	<b>1.731.922,12</b>	<b>4.810,89</b>
	2008	8.602,48	6.134,18	1.549.821,56	4.305,06
	2007	7.136,96	6.560,64	1.658.320,62	4.606,45
	2006	7.167,05	6.307,01	1.543.955,43	4.288,77
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>2.715,62</b>	<b>2.491,98</b>	<b>621.751,36</b>	<b>1.727,09</b>
	2008	2.752,39	2.383,81	590.925,26	1.641,46
	2007	2.830,21	2.460,94	622.353,02	1.728,76
	2006	3.432,84	3.061,08	765.199,36	2.125,55
	2005	4.403,56	3.931,04	985.051,64	2.736,25
	2004	7.639,82	7.542,59	1.882.556,64	5.229,32
	2003	4.196,62	3.575,80	902.328,80	2.506,50
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1.477,29</b>	<b>1.284,75</b>	<b>325.900,04</b>	<b>905,28</b>
	2008	1.444,93	1.108,43	281.982,97	783,29
	2007	1.479,55	1.180,12	299.848,41	832,91
	2006	1.753,74	1.143,17	282.845,37	785,68
	2005	1.616,21	1.330,86	343.243,17	953,45
	2004	1.755,91	1.369,56	348.777,95	968,83
	2003	1.616,51	1.205,10	319.483,50	887,50
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>517,57</b>	<b>384,76</b>	<b>98.305,71</b>	<b>273,07</b>
	2008	670,25	450,24	115.181,08	319,95
	2007	656,60	553,78	142.244,21	395,12
	2006	900,03	520,33	134.270,65	372,97
	2005	575,14	465,01	121.516,02	337,54
	2004	685,39	502,25	131.063,81	364,07
	2003	766,02	513,80	134.939,10	374,80

### 3.4. Análisis de los gastos

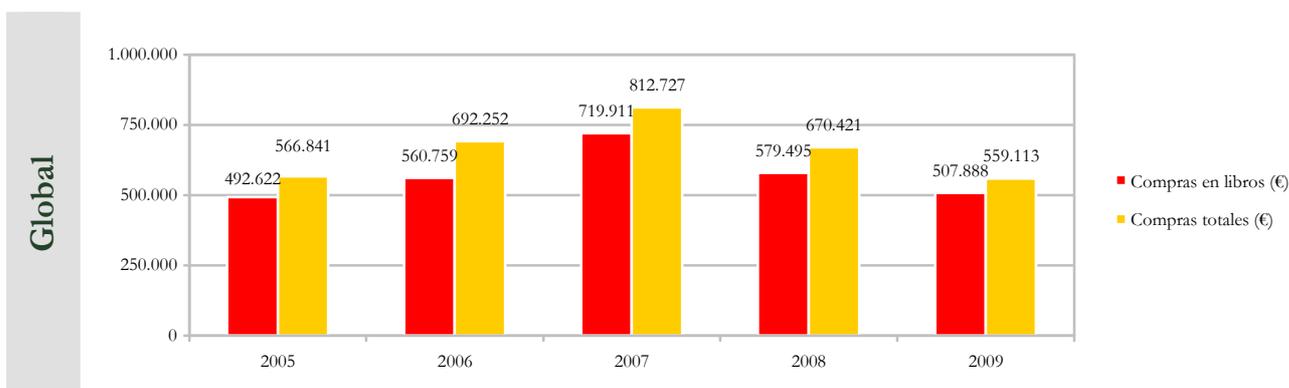
El desarrollo de la actividad propia de la librería exige realizar una serie de gastos, cuya buena gestión tiene efectos directos sobre el resultado de la empresa. La cuenta de gastos de la librería se compone de un amplio abanico de conceptos, de forma que su análisis se ha estructurado en dos apartados: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

#### *Análisis de las compras (en libros y totales)*

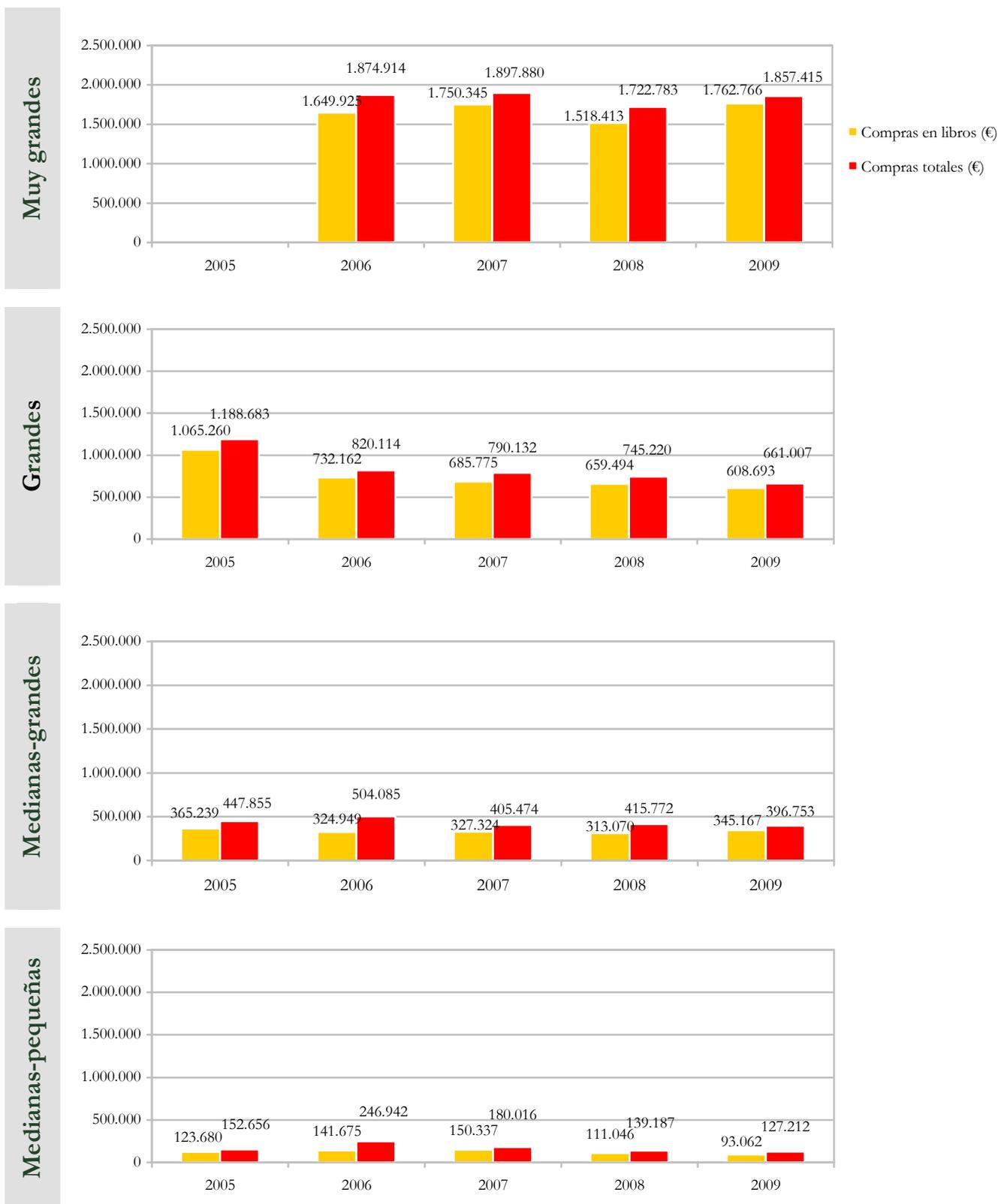
Gastos correspondientes al aprovisionamiento de las mercancías (libros y otros productos) adquiridos para ser vendidos a la librería. Más concretamente, se analizan los siguientes aspectos:

- Volumen de compras totales.
- Volumen de compras en libros.
- Importancia relativa de las compras en libros.

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



3.4. Análisis de los gastos



3.4. Análisis de los gastos

		Compras totales (Eur.)	Compras en libros (Eur.)	Importancia de las compras en libros (%)
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>559.112,92</b>	<b>507.887,80</b>	<b>90,8</b>
	2008	670.420,87	579.494,93	86,4
	2007	812.726,95	719.911,11	88,6
	2006	692.252,37	560.759,13	81,0
	2005	566.840,50	492.621,70	86,9
	2004	859.862,14	809.492,75	94,1
	2003	613.964,85	497.495,13	81,0
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1.857.414,73</b>	<b>1.762.766,42</b>	<b>94,9</b>
	2008	1.722.782,71	1.518.413,48	88,1
	2007	1.897.880,06	1.750.345,14	92,2
	2006	1.874.914,45	1.649.924,72	88,0
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>661.007,42</b>	<b>608.693,37</b>	<b>92,1</b>
	2008	745.220,28	659.494,26	88,5
	2007	790.132,49	685.775,08	86,8
	2006	820.113,96	732.162,46	89,3
	2005	1.188.683,30	1.065.259,50	89,6
	2004	1.937.692,20	1.912.658,60	98,7
	2003	1.130.380,30	963.211,00	85,2
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>396.752,56</b>	<b>345.167,33</b>	<b>87,0</b>
	2008	415.771,51	313.070,41	75,3
	2007	405.474,09	327.323,77	80,7
	2006	504.084,73	324.948,93	64,5
	2005	447.855,20	365.238,50	81,6
	2004	491.709,60	380.652,40	77,4
	2003	452.303,70	333.023,80	73,6
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>127.212,09</b>	<b>93.061,79</b>	<b>73,2</b>
	2008	139.187,02	111.046,45	79,8
	2007	180.015,60	150.336,51	83,5
	2006	246.941,72	141.674,65	57,4
	2005	152.656,00	123.679,80	81,0
	2004	172.359,30	125.842,20	73,0
	2003	198.587,60	134.573,90	67,8

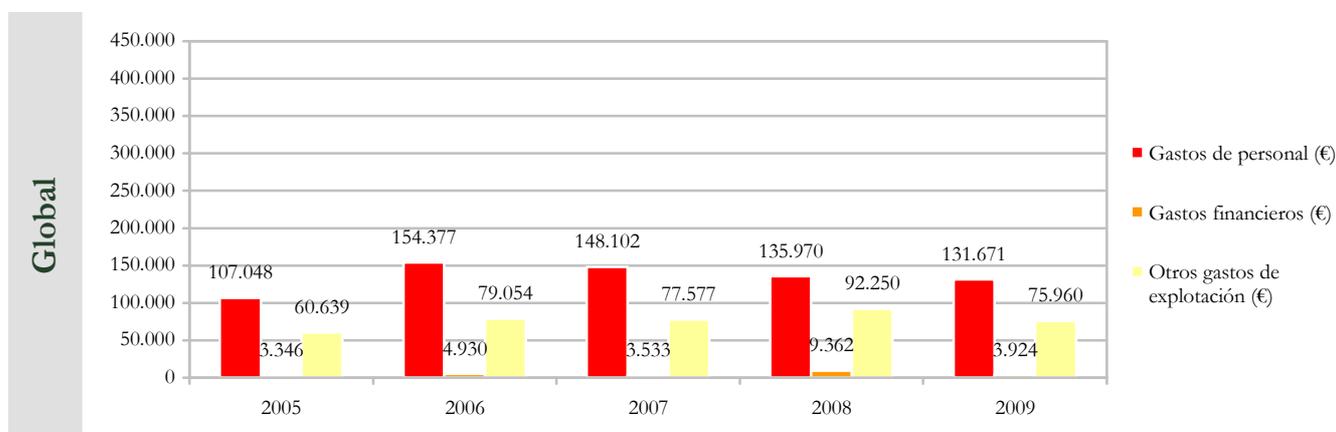
3.4. Análisis de los gastos

*Análisis de los otros gastos de la empresa (distribución de los gastos)*

Resto de conceptos de gasto por los que la librería ha contraído la obligación de pagar una cierta cantidad de dinero. Más concretamente, se analiza:

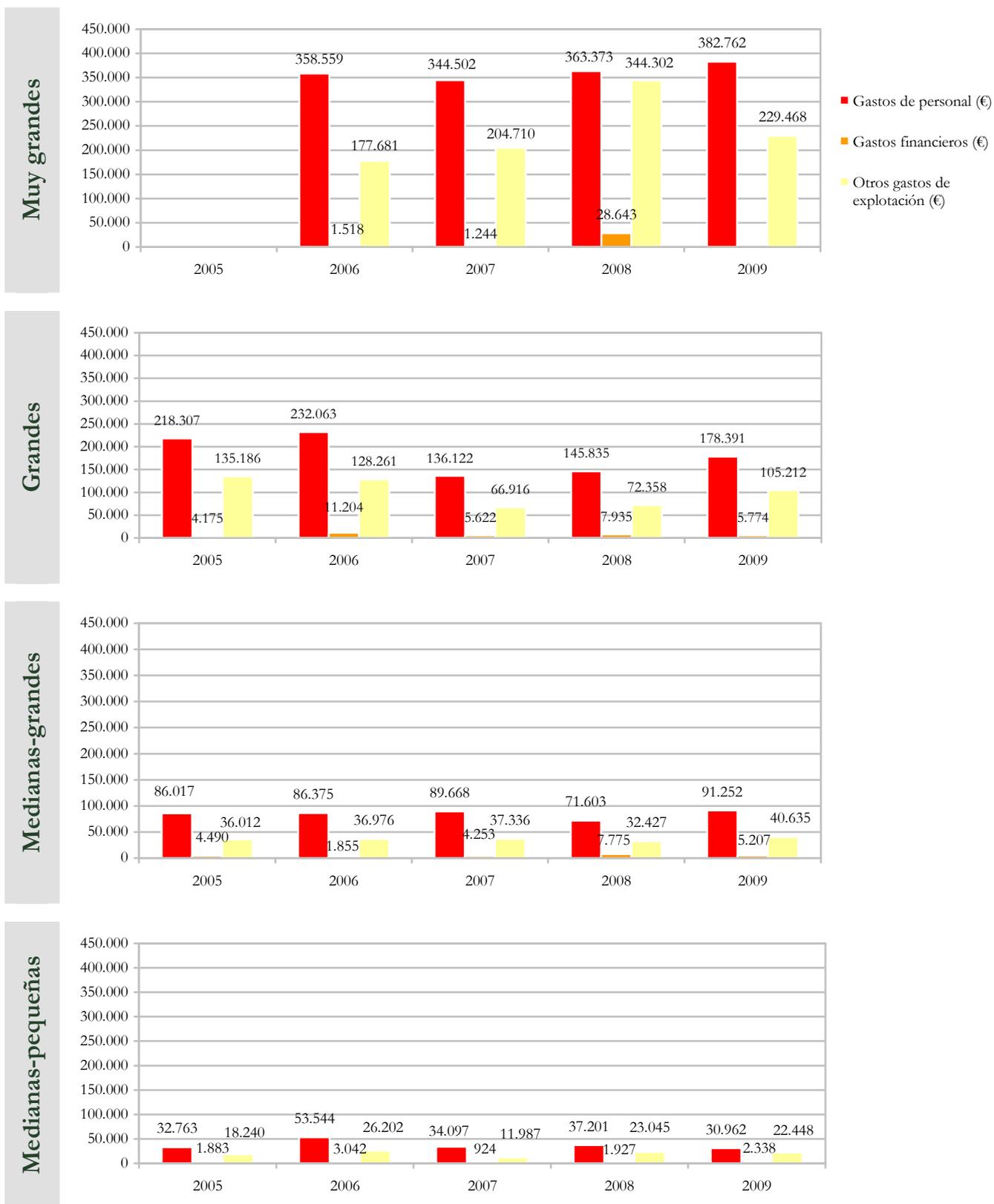
- Volumen de los gastos de personal.
- Volumen de los gastos financieros.
- Volumen de los otros gastos de explotación<sup>5</sup>.

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



<sup>5</sup> Otros gastos de explotación incluye: servicios exteriores, tributos y otros gastos de gestión corriente.

3.4. Análisis de los gastos



3.4. Análisis de los gastos

		Gastos de personal (Eur.)	Gastos financieros (Eur.)	Otros gastos de explotación (Eur.)	% Gasto en personal sobre los ingresos totales
Global	2009	<b>131.670,94</b>	<b>3.923,59</b>	<b>75.960,21</b>	<b>16,58</b>
	2008	135.969,93	9.361,55	92.249,66	14,88
	2007	148.102,23	3.533,18	77.577,17	13,77
	2006	154.376,84	4.930,26	79.053,79	15,99
	2005	107.048,03	3.346,30	60.638,81	14,22
	2004	187.838,34	6.139,01	113.288,48	15,53
	2003	122.454,40	5.401,50	57.190,70	14,95
Muy grandes	2009	<b>382.762,37</b>	---	<b>229.468,15</b>	<b>14,75</b>
	2008	363.372,75	28.643,19	344.301,67	14,54
	2007	344.502,20	1.243,50	204.710,21	13,41
	2006	358.559,25	1.517,64	177.681,13	13,90
Grandes	2009	<b>178.390,76</b>	<b>5.773,90</b>	<b>105.212,45</b>	<b>18,25</b>
	2008	145.834,85	7.934,79	72.358,12	15,07
	2007	136.121,88	5.622,34	66.916,47	13,36
	2006	232.063,49	11.204,33	128.261,09	18,78
	2005	218.306,70	4.174,50	135.185,80	13,77
	2004	431.776,30	11.405,50	247.700,50	15,70
	2003	228.735,20	7.924,90	98.525,40	15,13
Medianas-grandes	2009	<b>91.252,40</b>	<b>5.206,67</b>	<b>40.635,49</b>	<b>17,16</b>
	2008	71.602,90	7.774,85	32.426,53	13,39
	2007	89.668,33	4.253,26	37.355,55	16,83
	2006	86.374,74	1.855,10	36.976,49	13,68
	2005	86.016,80	4.489,90	36.011,50	14,78
	2004	69.542,90	4.437,10	42.959,50	11,00
	2003	75.237,80	3.487,50	44.277,00	12,78
Medianas-pequeñas	2009	<b>30.962,12</b>	<b>2.338,15</b>	<b>22.448,22</b>	<b>16,62</b>
	2008	37.200,94	1.926,73	23.045,25	18,33
	2007	34.096,83	924,47	11.987,15	14,42
	2006	53.544,49	3.042,02	26.201,72	16,53
	2005	32.763,00	1.883,20	18.240,30	15,82
	2004	45.692,10	2.742,50	36.944,20	18,52
	2003	45.684,00	4.074,40	23.927,00	16,54

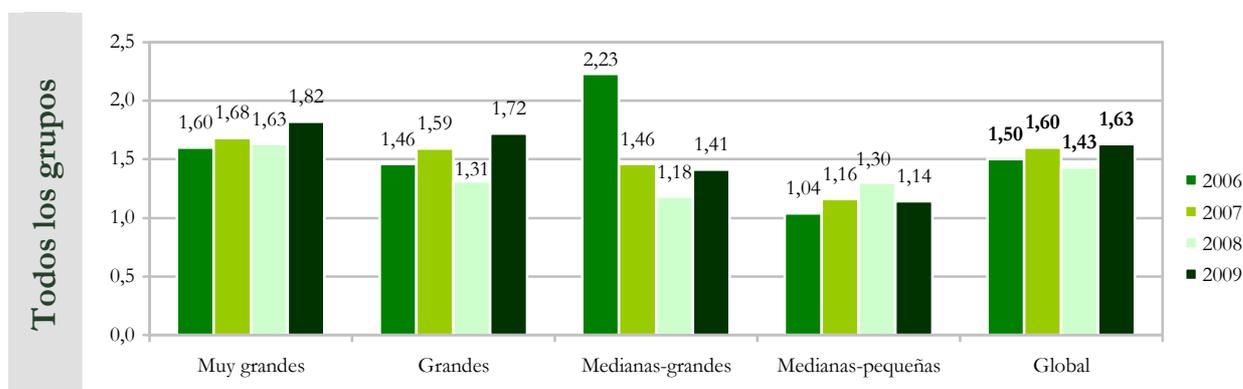
### 3.5. Análisis de la liquidez

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

#### *Análisis de la ratio de liquidez<sup>6</sup>*

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

Ninguno de los grupos de librerías valencianas obtiene una ratio de liquidez igual o próxima a 2,0 (cifra de referencia en este caso), oscilando los valores entre el 1,14 de las medianas-pequeñas y el 1,82 de las muy grandes. Indicar que el valor de la ratio aumenta, conforme aumenta el tamaño de la librería, por tanto, cuanto mayor es la librería, mayor es su ratio de liquidez.



<sup>6</sup> La ratio de liquidez es el resultado del cociente del *activo circulante por el pasivo exigible a corto plazo*. Habitualmente, se considera que, para que la empresa no tenga tensiones respecto de su liquidez, el valor de esta ratio debe ser próximo a 2,0. Puede haber problemas de liquidez (y riesgo de suspensión de pagos) si el valor es muy inferior a 2,0 y, por el contrario, puede evidenciarse que hay un activo circulante “ocioso” si éste es muy superior a 2,0.

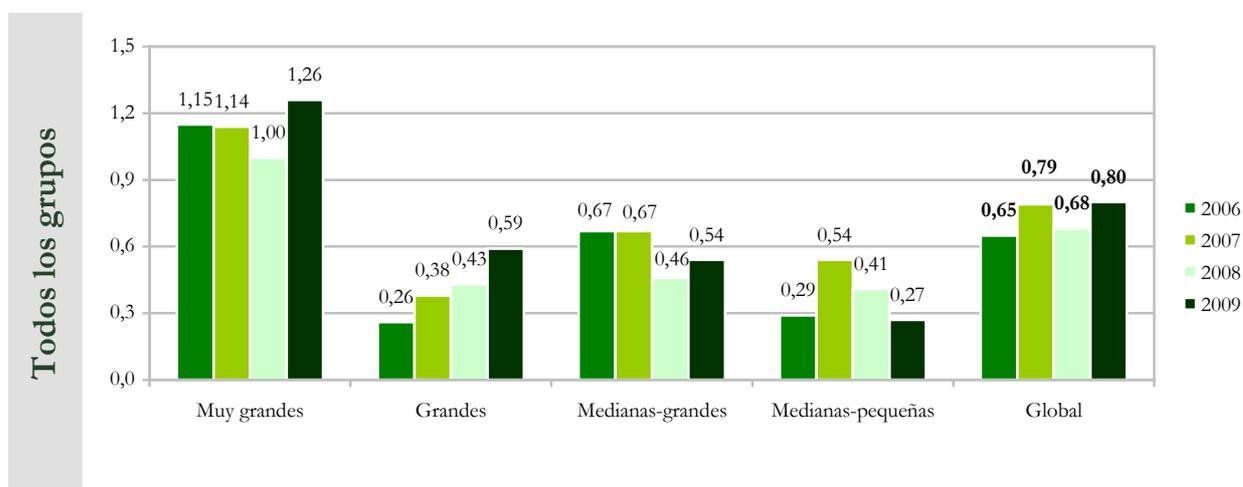
3.5. Análisis de la liquidez

*Análisis de la ratio de tesorería<sup>7</sup>*

La ratio de tesorería obtenida para el conjunto de librerías de España presenta así mismo, unos valores bajos, respecto de las cifras de referencia consideradas habitualmente para esta ratio. En general, también es así para el caso de la Comunidad Valenciana, aunque con ciertas matizaciones que seguidamente se indican.

El valor de la ratio de tesorería también se sitúa –en general- por debajo del valor de referencia (que es 1,0), excepto en el grupo de las librerías muy grandes en que se sitúa en 1,26. Observar, no obstante, una mejora respecto a las ratios obtenidas en el 2008, en el grupo de librerías muy grandes, grandes y medianas-grandes y un alejamiento del valor idóneo de las librerías medianas-pequeñas.

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

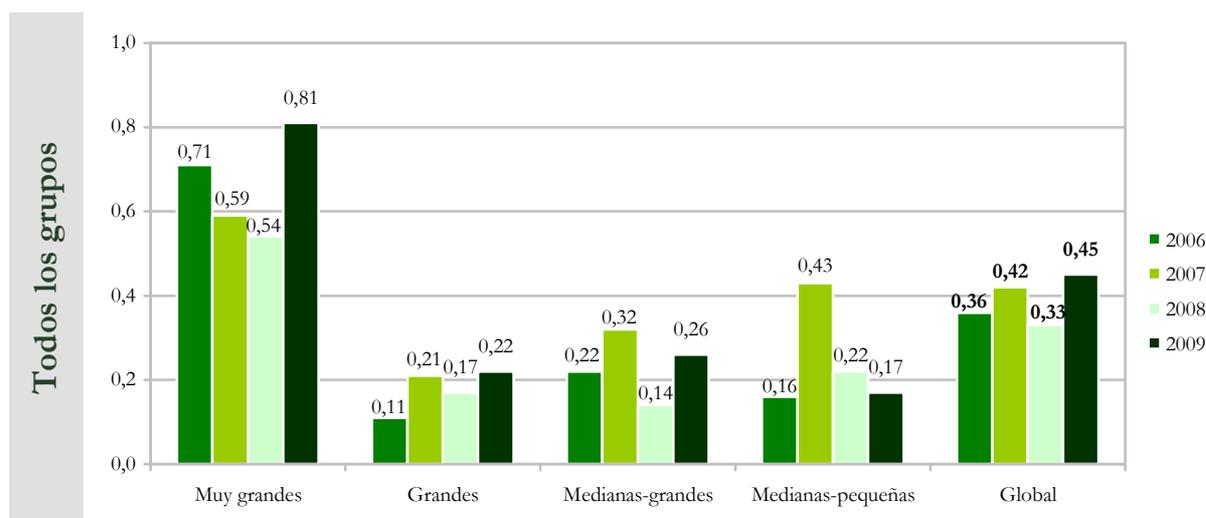


<sup>7</sup> La ratio de tesorería se obtiene del cociente del *activo realizable* y el *activo disponible por el pasivo exigible a corto plazo*. El valor de referencia debe aproximarse a 1,0. Si el valor es muy inferior a 1,0 puede indicar problemas de liquidez (y riesgo de suspensión de pagos) y, por el contrario, si es muy superior a 1,0 puede indicar un “exceso” de activos líquidos.

3.5. Análisis de la liquidez

*Análisis de la ratio de disponibilidad*

Respecto a la ratio de disponibilidad<sup>8</sup>, se observa una mejora general, respecto al año 2008. La ratio global se sitúa por encima del valor de referencia (que en esta ratio es de 0,3), producto de que las librerías muy grandes (0,81) se sitúan por encima del valor de referencia y los otros tres grupos de librerías por debajo: grandes (0,22), medianas-grandes (0,26) y medianas-pequeñas (0,17). Por tanto, exceptuando las muy grandes, la ratio por debajo de 0,3 podría indicar la existencia de dificultades para realizar los pagos.

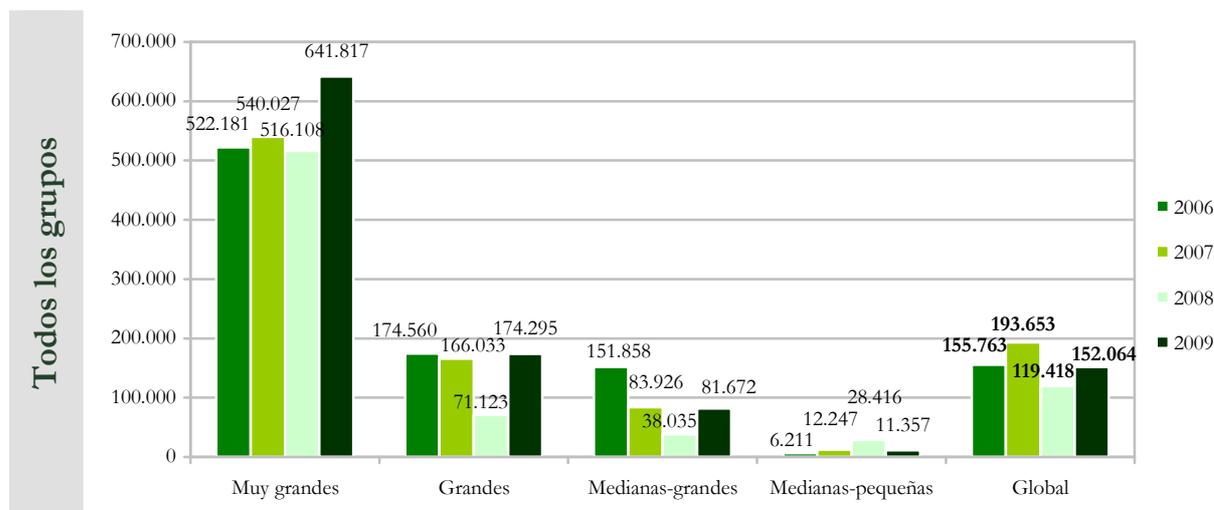


<sup>8</sup> La ratio de disponibilidad se obtiene del cociente del *activo disponible por el pasivo exigible a corto plazo*. El valor de referencia de la ratio es 0,3. La empresa puede tener problemas para realizar sus pagos si el valor es muy inferior a 0,3 y, por el contrario, puede existir un “exceso” de recursos disponibles si éste es muy superior a 0,3.

3.5. Análisis de la liquidez

*Análisis del fondo de maniobra*

Para finalizar el análisis de liquidez, cabe indicar que el fondo de maniobra<sup>9</sup> tiene valores positivos en todos los casos, y que su valor aumenta a medida que se incrementa el tamaño de las librerías. Indicar, asimismo, que en los grupos de librerías muy grandes, grandes y medianas-grandes los valores son superiores a los expresados en el 2008. En cambio, en el grupo de las librerías medianas-pequeñas el valor es inferior al del 2008.



<sup>9</sup> El fondo de maniobra se obtiene de la diferencia entre *el activo circulante y el pasivo exigible a corto plazo*. Este indicador refleja la parte del activo circulante que es financiada con los recursos permanentes de la empresa. Habitualmente, el fondo de maniobra debe tener un valor positivo, ya que supone que parte del activo disponible contribuye a financiar el pasivo a largo plazo; por el contrario, si el fondo de maniobra es negativo, puede haber un riesgo de suspensión de pagos (ya que supone que el activo fijo se financia en parte con el pasivo exigible a corto plazo).

3.5. Análisis de la liquidez

*Ratios de liquidez*

		Ratio de liquidez	Ratio de tesorería	Ratio de disponibilidad	Fondo de maniobra (Eur.)
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>1,63</b>	<b>0,80</b>	<b>0,45</b>	<b>152.064,39</b>
	2008	1,43	0,68	0,33	119.418,37
	2007	1,60	0,79	0,42	193.653,46
	2006	1,50	0,65	0,36	155.762,76
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1,82</b>	<b>1,26</b>	<b>0,81</b>	<b>641.816,90</b>
	2008	1,63	1,00	0,54	516.108,28
	2007	1,68	1,14	0,59	540.027,40
	2006	1,60	1,15	0,71	522.180,64
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1,72</b>	<b>0,59</b>	<b>0,22</b>	<b>174.295,24</b>
	2008	1,31	0,43	0,17	71.123,35
	2007	1,59	0,38	0,21	166.033,27
	2006	1,46	0,26	0,11	174.560,05
<b>Medianas- grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1,41</b>	<b>0,54</b>	<b>0,26</b>	<b>81.671,59</b>
	2008	1,18	0,46	0,14	38.035,06
	2007	1,46	0,67	0,32	83.926,00
	2006	2,23	0,67	0,22	151.857,63
<b>Medianas- pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>1,14</b>	<b>0,27</b>	<b>0,17</b>	<b>11.356,82</b>
	2008	1,30	0,41	0,22	28.416,20
	2007	1,16	0,54	0,43	12.247,37
	2006	1,04	0,29	0,16	6.210,64

### 3.6. Análisis de los activos

#### *Volumen y rotación de existencias*

Los datos de rotación media de las existencias del año 2009 obtienen, globalmente, unos resultados por debajo de los del conjunto de librerías de España, además el comportamiento de sus componentes es diferente, así, mientras las librerías muy grandes valencianas se sitúan por debajo del conjunto de librerías españolas, las grandes se sitúan por encima en las existencias iniciales<sup>10</sup> y medias y por debajo en las existencias finales, las medianas-grandes se sitúan por encima en las tres tipos de existencias y las medianas-pequeñas se sitúan por encima de sus homólogas, a nivel de estado, en las existencias iniciales y por debajo en las existencias finales y medias.

El grupo de las librerías muy grandes, a una distancia considerable del resto de grupos, obtiene un promedio de rotación de 11,8, mayor que el registrado en el 2008 que fue de 8,3. En cambio, el resto de grupos disminuyen, el promedio, durante el 2009, situándose las librerías grandes en 3,4, las medianas-grandes en 3,2 y las medianas-pequeñas en 2,6.

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

A continuación, se completa el presente apartado del estudio con la siguiente información: rotación de los activos totales, rotación del activo fijo y rotación del activo circulante. En general, un valor superior de estas ratios supone un mayor

<sup>10</sup> Indicar que en el 2009, debido al cambio contable, el índice de respuesta de las existencias iniciales es muy inferior al normal (ver anexo con niveles de respuesta), afectando así, tanto a la variable directa como a las rotaciones que se derivan.

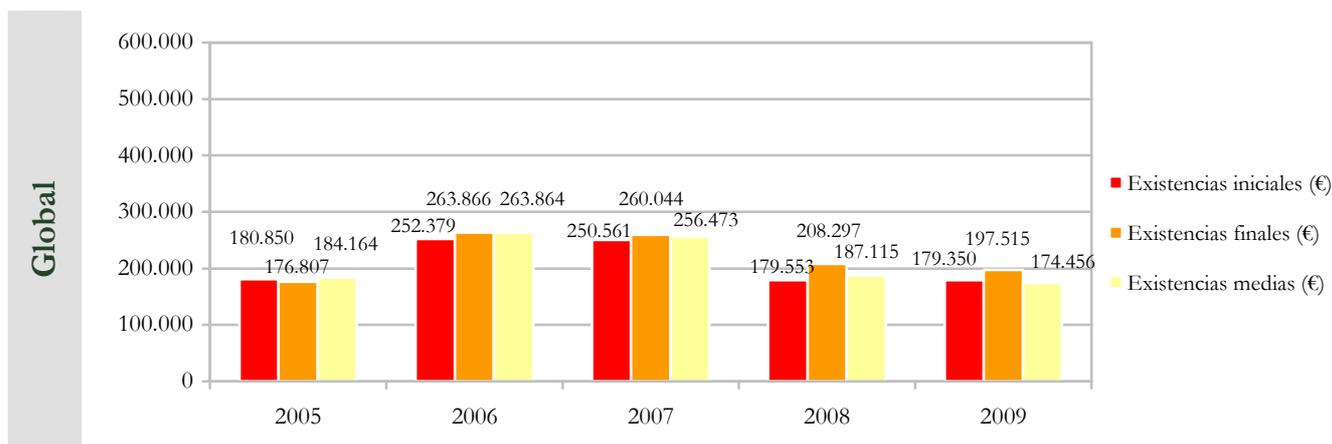
rendimiento de los activos (es decir, que se obtienen más ventas con los mismos activos).

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

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

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

- Volumen de existencias iniciales del último ejercicio cerrado.
- Volumen de existencias finales del último ejercicio cerrado.
- Volumen medio de existencias<sup>11</sup>
- Rotación media de las existencias<sup>12</sup>.
- Número de días para vender las existencias<sup>13</sup>.

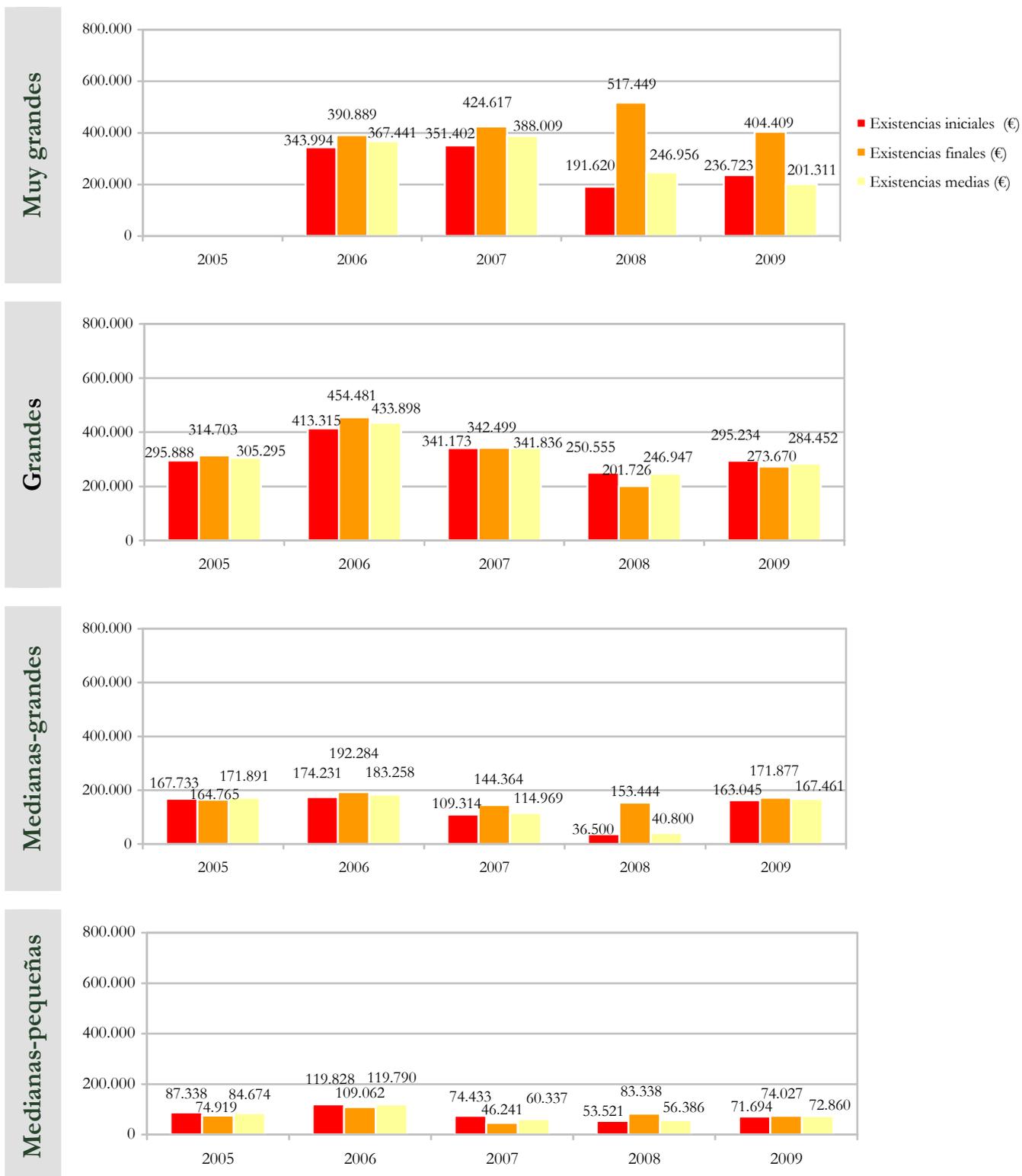


<sup>11</sup> El volumen medio de existencias se obtiene del cociente de *las existencias iniciales más las existencias finales, entre 2*.

<sup>12</sup> La rotación media de las existencias se obtiene del cociente de *las ventas totales entre los estocs medios*. Esta rotación expresa el número de veces que la empresa vende, de promedio, sus existencias anualmente. En general, una rotación media de estocs elevada puede suponer unas ventas más elevadas. De forma contraria, una tasa de rotación inferior puede significar que la empresa dispone de una gran cantidad de artículos de venta difícil.

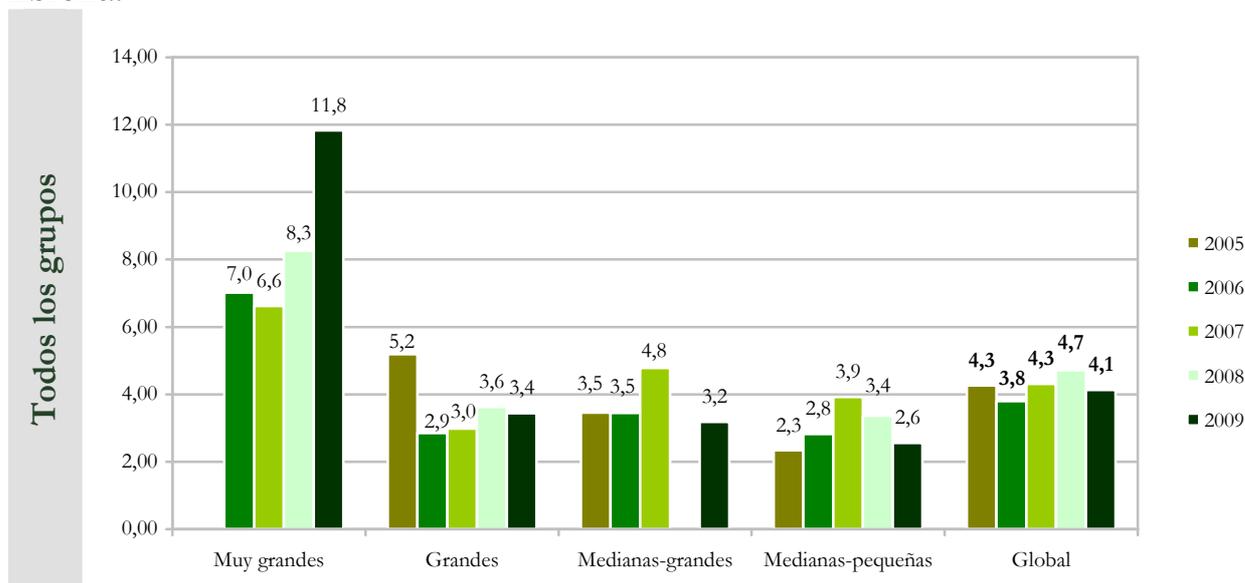
<sup>13</sup> El cálculo del número de días para vender las existencias se obtiene del cociente de *las existencias medias entre las compras totales por 360 (días)*.

3.6. Análisis de los activos

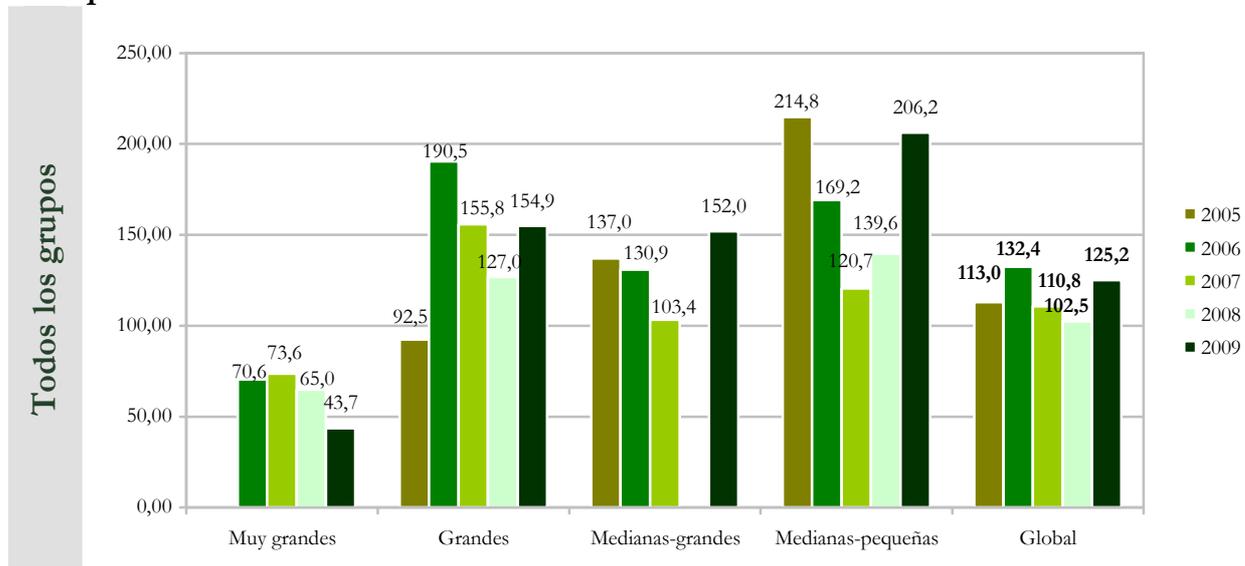


3.6. Análisis de los activos

Rotación del promedio de las existencias. Años 2005-2009. Por tamaño de la librería.



Días para vender las existencias. Años 2005-2009. Por tamaño.



3.6. Análisis de los activos

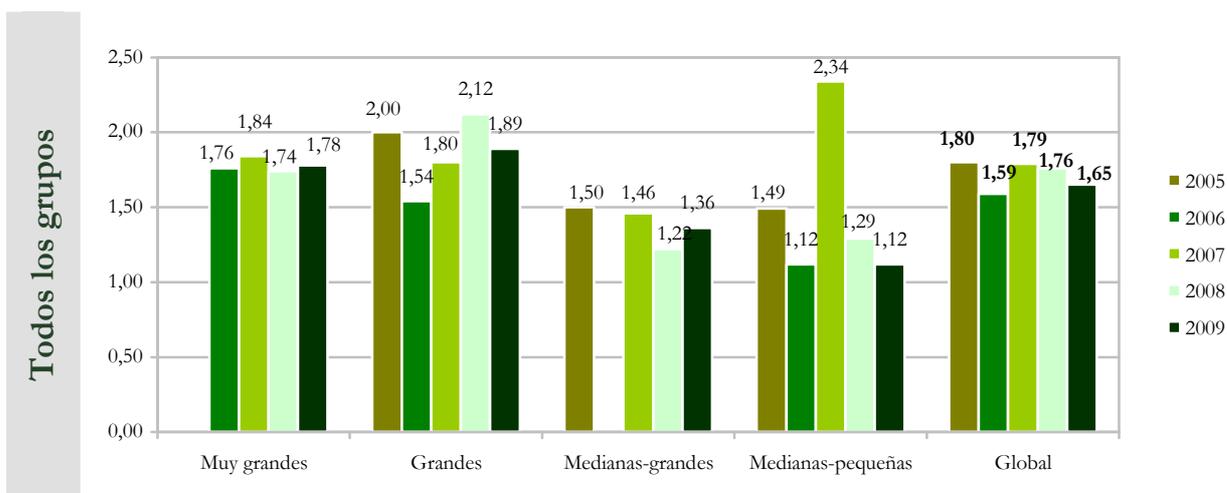
	(media)	Existencias iniciales (Eur.)	Existencias finales (Eur.)	Existencias medias (Eur.)	Rotación del promedio de existencias	Días para vender las existencias (días)
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>179.349,61</b>	<b>197.515,27</b>	<b>174.456,35</b>	<b>4,13</b>	<b>125,15</b>
	2008	179.552,81	208.297,43	187.115,41	4,72	102,51
	2007	250.561,23	260.043,68	256.472,57	4,31	110,80
	2006	252.379,36	263.866,13	26.3863,81	3,80	132,43
	2005	180.849,95	176.806,62	184.164,19	4,26	112,97
	2004	260.090,44	260.773,49	260.431,97	4,73	107,25
	2003	213.931,67	232.476,57	223.204,12	3,67	130,88
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>236.723,09</b>	<b>404.408,78</b>	<b>201.311,25</b>	<b>11,83</b>	<b>43,65</b>
	2008	191.619,97	517.448,52	246.955,50	8,26	64,95
	2007	351.401,59	424.616,69	388.009,14	6,62	73,60
	2006	343.993,65	390.888,81	367.441,23	7,02	70,55
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>295.233,52</b>	<b>273.669,84</b>	<b>284.451,68</b>	<b>3,44</b>	<b>154,92</b>
	2008	250.554,79	201.726,16	246.947,43	3,63	126,98
	2007	341.172,79	342.498,72	341.835,76	2,98	155,75
	2006	413.314,86	454.481,46	433.898,16	2,85	190,47
	2005	295.888,20	314.702,70	305.295,40	5,19	92,46
	2004	511.471,60	500.431,50	505.951,60	5,44	94,00
	2003	362.380,10	410.907,60	386.643,90	6,79	141,32
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>163.044,64</b>	<b>171.876,68</b>	<b>167.460,66</b>	<b>3,18</b>	<b>151,95</b>
	2008	36.500,00	153.444,10	40.800,00	-	-
	2007	109.313,84	144.363,52	114.969,35	4,78	103,44
	2006	174.231,04	192.284,47	183.257,76	3,45	130,88
	2005	167.732,80	164.764,60	171.890,60	3,46	136,96
	2004	171.417,60	184.405,40	177.911,50	3,54	129,10
	2003	173.179,30	164.843,60	169.011,40	5,08	149,44
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>71.693,70</b>	<b>74.026,87</b>	<b>72.860,29</b>	<b>2,56</b>	<b>206,19</b>
	2008	53.521,01	83.337,68	56.385,78	3,36	139,55
	2007	74.433,31	46.240,76	60.337,03	3,92	120,66
	2006	119.827,57	109.061,95	119.790,36	2,82	169,21
	2005	87.338,50	74.919,20	84.674,30	2,34	214,81
	2004	94.004,20	99.919,00	96.961,60	2,54	202,52
	2003	90.953,50	96.316,10	93.634,80	4,20	181,84

3.6. Análisis de los activos

*Rotación de activos*

A continuación, se ofrece la siguiente información: rotación de los activos totales<sup>14</sup>, rotación del activo fijo<sup>15</sup> y rotación del activo circulante<sup>16</sup>. En general, un valor superior de estas ratios supone un mayor rendimiento de los activos (es decir, que se obtienen más ventas con los mismos activos). La comparación de estas tres ratios permite conocer la existencia de posibles diferencias en el rendimiento que se obtiene de los distintos componentes del activo de la empresa (fijo y circulante).

**Rotación de los activos totales.**



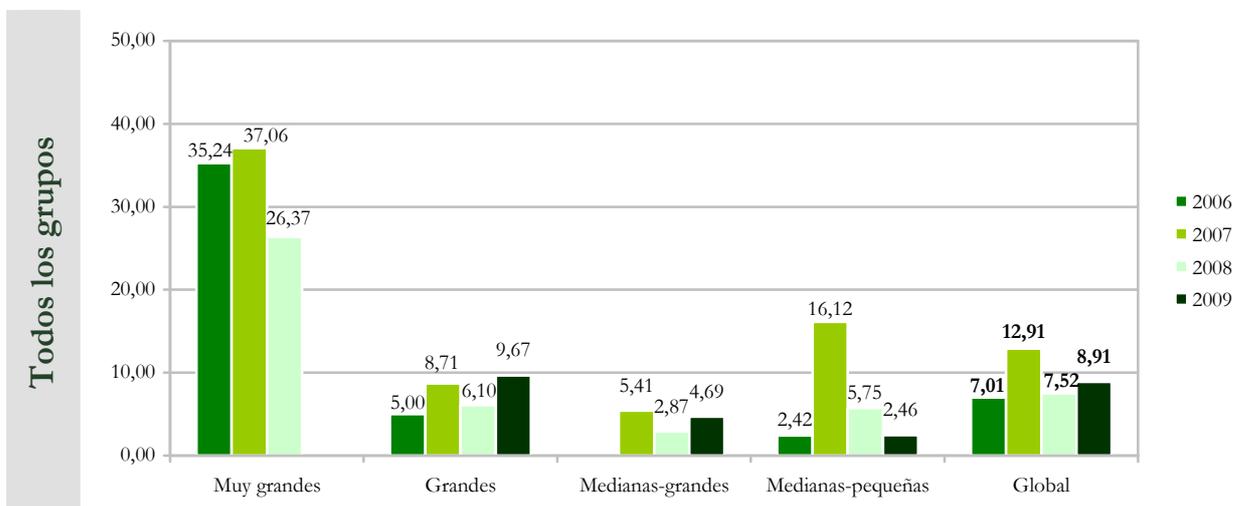
<sup>14</sup> La rotación de los activos totales indica la relación entre *las ventas totales netas* y *los activos totales* de la empresa. Refleja el rendimiento que se obtiene de los activos de forma que, a mayor rotación (a mayor valor de la *ratio*), más ventas se generan con los mismos activos.

<sup>15</sup> La rotación de los activos fijos se obtiene de dividir *las ventas totales netas* por *el activo fijo* de la empresa. Cuanto mayor sea el valor de la *ratio*, mayores ventas realiza la empresa respecto de su activo fijo (es decir, de los activos que forman parte de su inmovilizado y que son necesarios para su explotación).

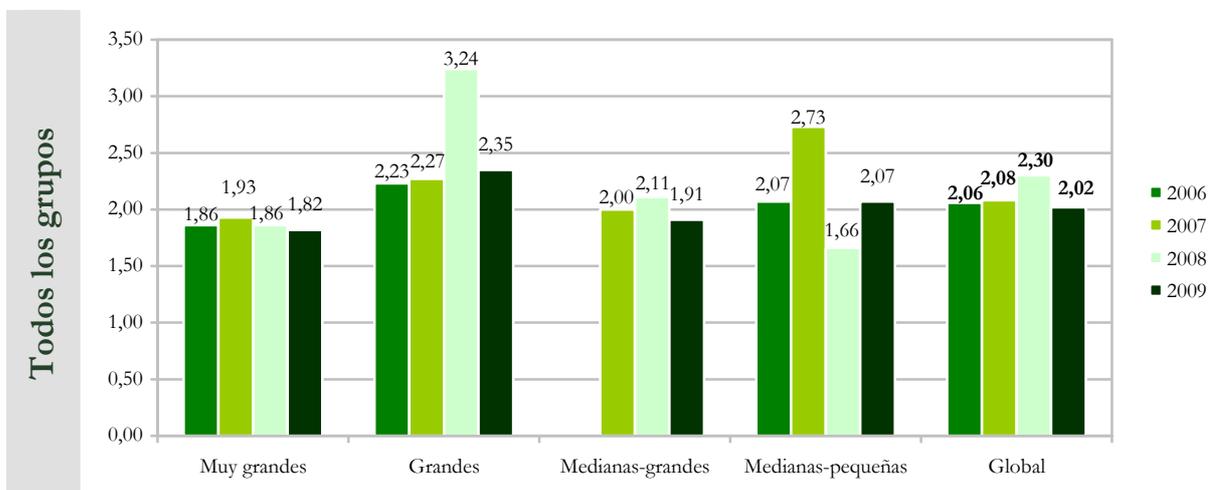
<sup>16</sup> La rotación del activo circulante se obtiene de dividir *las ventas totales netas* por *el activo circulante*. Igualmente, a mayor valor de la *ratio*, mayores ventas se realizan respecto de su activo circulante.

3.6. Análisis de los activos

Rotación de los activos fijos.



Rotación del activo circulante.



3.6. Análisis de los activos

		Rotación de los activos totales	Rotación de los activos fijos	Rotación del activo circulante
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>1,65</b>	<b>8,91</b>	<b>2,02</b>
	2008	1,76	7,52	2,30
	2007	1,79	12,91	2,08
	2006	1,59	7,01	2,06
	2005	1,80	-	-
	2004	1,61	-	-
	2003	1,54	-	-
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1,78</b>	<b>-</b>	<b>1,82</b>
	2008	1,74	26,37	1,86
	2007	1,84	37,06	1,93
	2006	1,76	35,24	1,86
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1,89</b>	<b>9,67</b>	<b>2,35</b>
	2008	2,12	6,10	3,24
	2007	1,80	8,71	2,27
	2006	1,54	5,00	2,23
	2005	2,00	-	-
	2004	1,64	-	-
	2003	1,86	-	-
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>1,36</b>	<b>4,69</b>	<b>1,91</b>
	2008	1,22	2,87	2,11
	2007	1,46	5,41	2,00
	2006	-	-	-
	2005	1,50	-	-
	2004	1,54	-	-
	2003	2,49	-	-
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>1,12</b>	<b>2,43</b>	<b>2,07</b>
	2008	1,29	5,75	1,66
	2007	2,34	16,12	2,73
	2006	1,12	2,42	2,07
	2005	1,49	-	-
	2004	1,39	-	-
	2003	1,72	-	-

### 3.7. Análisis del endeudamiento

En el desarrollo de su actividad, la librería puede haber contraído la obligación de satisfacer o reintegrar dinero a un tercero (una entidad financiera), en virtud de un préstamo otorgado, previamente. Las causas del endeudamiento pueden ser muy variadas: desde la necesidad de resolver un problema de tesorería a corto plazo, hasta el reto que supone afrontar una inversión para la remodelación del negocio con una perspectiva a largo plazo.

Para el análisis del endeudamiento de las librerías, se han planteado los indicadores siguientes:

- Ratio de endeudamiento<sup>17</sup>.
- Ratio de calidad de la deuda<sup>18</sup>.
- Ratio de gastos financieros<sup>19</sup>.
- Ratio de autonomía financiera<sup>20</sup>.

<sup>17</sup> La ratio de endeudamiento se obtiene del cociente de *las deudas totales entre el pasivo total*. Indica la relación de la deuda con el pasivo. En general, hay que considerar que el valor óptimo de esta *ratio* se sitúa entre 0,5 y 0,6. Una cifra superior a 0,6 indicaría que el volumen de deudas es excesivo, y que la empresa está en proceso de perder autonomía financiera ante terceros (en otras palabras, se está descapitalizando). De forma contraria, si la cifra es inferior a 0,5, habría que considerar si la empresa tiene un exceso de capital propio.

<sup>18</sup> La ratio de calidad de la deuda se obtiene del cociente de *la deuda exigible a corto plazo entre las deudas totales*. Indica la relación entre la deuda exigible a corto plazo y el total de las deudas. En la medida en que se reduce el valor de la ratio, se considera que mejora la calidad de la deuda de la librería (ya que supone una mayor importancia relativa de la deuda a largo plazo, la cual tiene un vencimiento más lejano).

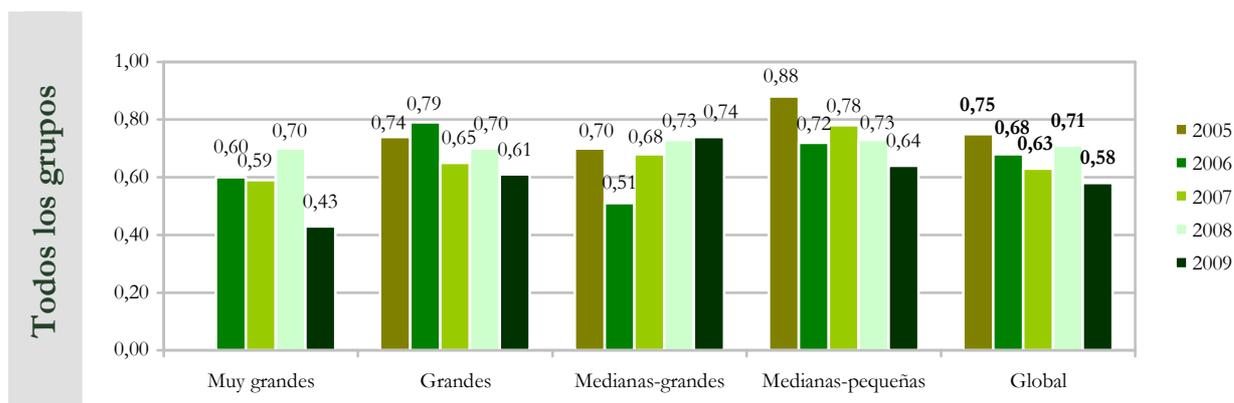
<sup>19</sup> La ratio de gastos financieros se obtiene del cociente de *los gastos financieros entre las ventas totales netas*. Esta relación entre los gastos financieros y las ventas totales netas es indicativa de la capacidad de la empresa para soportar su carga de endeudamiento. Los gastos financieros son gastos fijos que la empresa tiene que pagar con la tesorería (procedente de las ventas). En general, si el valor de la ratio es superior a 0,05 indica que los gastos financieros son excesivos en relación con la cifra de ventas; si éste se encuentra entre 0,04 y 0,05, ello indica que hay que actuar con prudencia; finalmente, hay que interpretar que los gastos financieros no son excesivos si el valor de la ratio es inferior a 0,04.

<sup>20</sup> La ratio de autonomía financiera se obtiene del cociente de *los fondos propios entre las deudas totales*. En general los valores correspondientes a esta ratio tienen que situarse entre el 0,4 y el 0,5. Estos valores indican que la empresa está suficientemente capitalizada y que su endeudamiento no es excesivo (en otras palabras, que no le falta capital ni le sobran deudas). Si el valor es superior, la empresa puede encontrarse ante una situación de capital excesivo que quizá infrutiliza, por cuya razón no obtiene una rentabilidad óptima.

3.7. Análisis de los activos

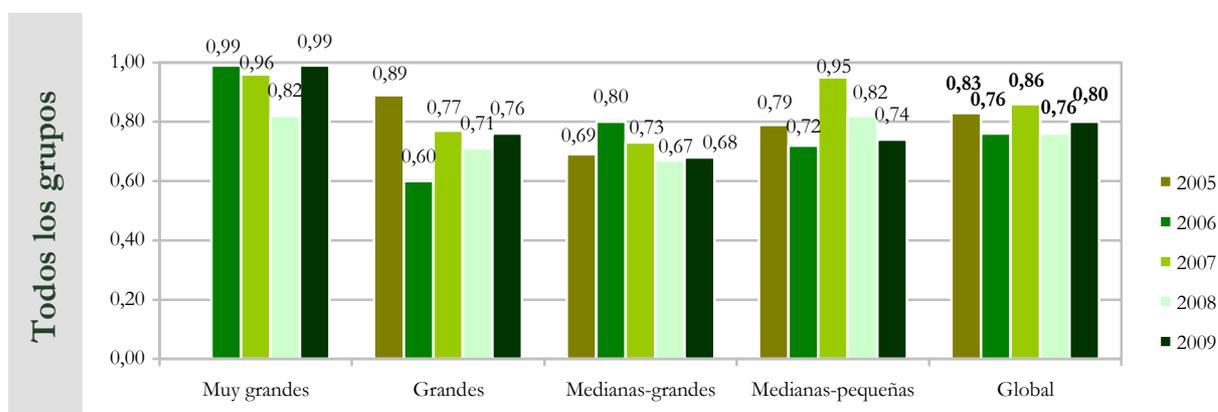
*Ratio de endeudamiento*

Globalmente, se mantiene la ratio entre los valores óptimos (0,5-0,6), fruto de comportamientos diferenciados, puesto que mientras el grupo de librerías muy grandes se sitúan por debajo del valor, el resto de grupos se sitúa por encima, indicando un volumen de deudas excesivo.



*Ratio de la calidad de la deuda*

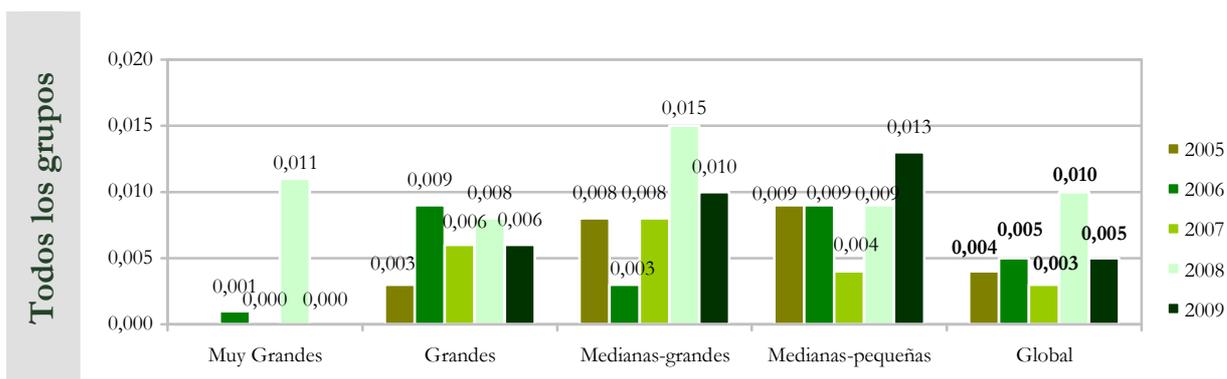
A nivel general y en tres de los cuatro grupos de librerías la ratio empeora levemente, durante el 2009. Las librerías medianas-pequeñas son las únicas que mejoran su ratio, respecto al 2008. Las librerías muy grandes y grandes son las que obtienen valores más desfavorables, puesto que cuanto más alta es la ratio mayor relevancia toma la deuda a corto plazo.



3.7. Análisis del endeudamiento

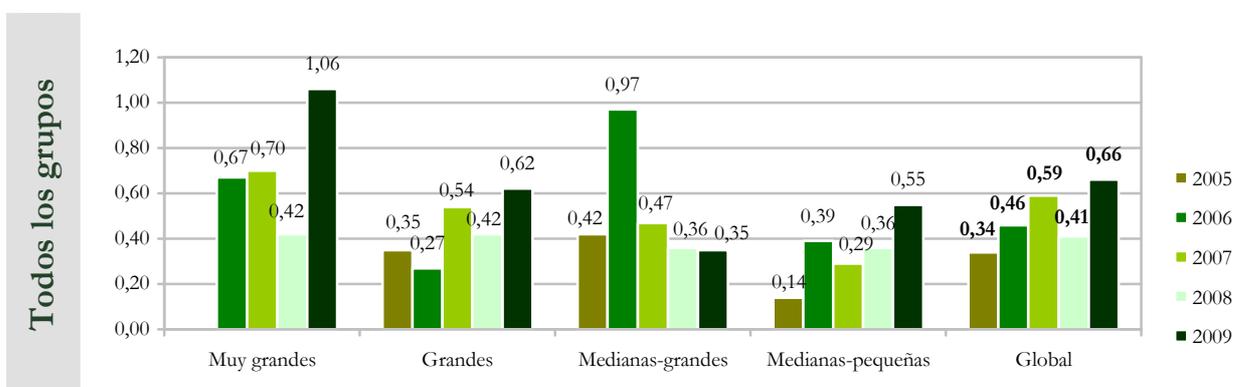
*Ratio de gastos financieros*

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



*Ratio de autonomía financiera*

Durante el año 2009, sólo se sitúan en el nivel óptimo (entre 0,4 y 0,5) el grupo de librerías medianas-pequeñas, puesto que tanto a nivel general, como los grupos de librerías muy grandes y grandes se sitúan por encima (puede indicar la existencia de capital excesivo o infrautilizado) y el grupo de las medianas-grandes por debajo (puede indicar déficit de capital-fondos propios, respecto al nivel de endeudamiento).



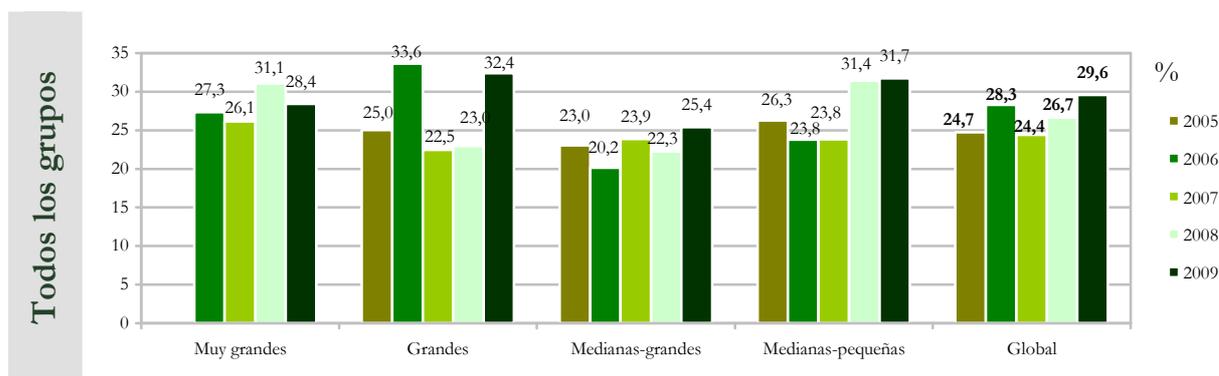
3.7. Análisis del endeudamiento

	%	Ratio de endeudamiento	Ratio de calidad de la deuda	Ratio de gastos financieros	Ratio de autonomía financiera
Global	2009	<b>0,58</b>	<b>0,80</b>	<b>0,005</b>	<b>0,66</b>
	2008	0,71	0,76	0,010	0,41
	2007	0,63	0,86	0,003	0,59
	2006	0,68	0,76	0,005	0,46
	2005	0,75	0,83	0,004	0,34
	2004	0,62	0,78	0,005	0,60
	2003	0,72	0,76	0,007	0,39
Muy grandes	2009	<b>0,43</b>	<b>0,99</b>	<b>0,000</b>	<b>1,06</b>
	2008	0,70	0,82	0,011	0,42
	2007	0,59	0,96	0,000	0,70
	2006	0,60	0,99	0,001	0,67
Grandes	2009	<b>0,61</b>	<b>0,76</b>	<b>0,006</b>	<b>0,62</b>
	2008	0,70	0,71	0,008	0,42
	2007	0,65	0,77	0,006	0,54
	2006	0,79	0,60	0,009	0,27
	2005	0,74	0,89	0,003	0,35
	2004	0,60	0,78	0,004	0,66
	2003	0,74	0,86	0,006	0,46
Medianas-grandes	2009	<b>0,74</b>	<b>0,68</b>	<b>0,010</b>	<b>0,35</b>
	2008	0,73	0,67	0,015	0,36
	2007	0,68	0,73	0,008	0,47
	2006	0,51	0,80	0,003	0,97
	2005	0,70	0,69	0,008	0,42
	2004	0,76	0,64	0,007	0,31
	2003	0,68	0,93	0,006	0,72
Medianas-pequeñas	2009	<b>0,64</b>	<b>0,74</b>	<b>0,013</b>	<b>0,55</b>
	2008	0,73	0,82	0,009	0,36
	2007	0,78	0,95	0,004	0,29
	2006	0,72	0,72	0,009	0,39
	2005	0,88	0,79	0,009	0,14
	2004	0,70	0,83	0,011	0,43
	2003	0,81	0,74	0,018	0,41

### 3.8. Análisis del margen bruto

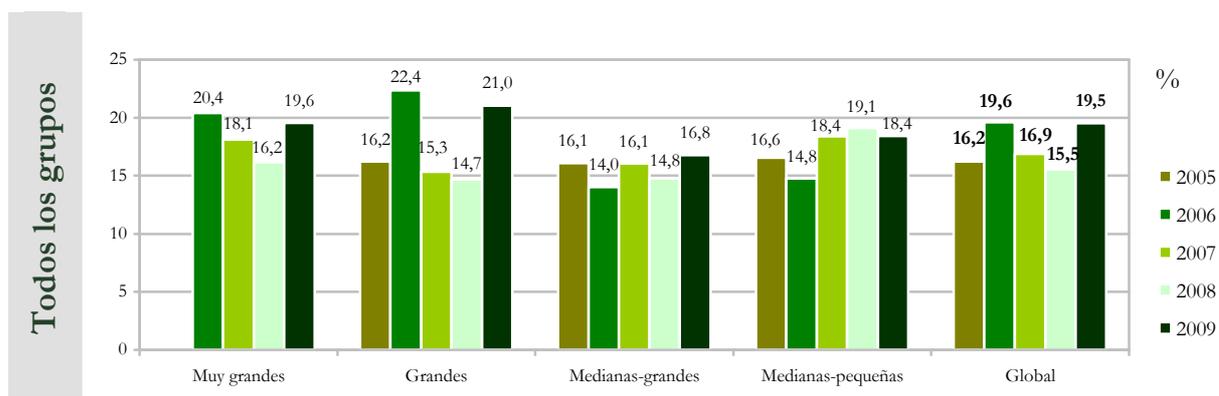
#### Margen bruto

El porcentaje del margen bruto<sup>21</sup> sobre las ventas totales en general, en el 2009, es superior que el del 2008. En las librerías muy grandes es del 28,4%, en las grandes del 32,4%, en las medianas-grandes del 25,4% y en las medianas-pequeñas del 31,7%. Todos los grupos incrementan el porcentaje excepto el de las librerías muy grandes que lo reduce.



#### Valor añadido sobre total de ventas

El porcentaje del valor añadido sobre las ventas totales<sup>22</sup>, en el 2009, en general, es superior al del 2008. En las librerías muy grandes es del 19,6%, en las grandes del 21,0%, en las medianas-grandes del 16,8% y en las medianas-pequeñas del 18,4%. Todos los grupos aumentan el porcentaje, excepto el de las librerías medianas-pequeñas que lo reduce.



<sup>21</sup> El porcentaje del margen bruto se obtiene del cociente del *margen bruto* (diferencia entre *las ventas totales* y *las compras totales*) entre *las ventas totales*, multiplicado por 100.

<sup>22</sup> El porcentaje del valor añadido se obtiene del cociente del *valor añadido* (diferencia del *margen bruto* y los *gastos de explotación* – sin incluir *los gastos de personal*, *las amortizaciones* y *las provisiones*–) entre *las ventas totales*, multiplicado por 100.

3.8. Análisis del margen bruto

		Margen bruto	Ratio del margen bruto	Valor añadido	Ratio del valor añadido
<b>Global</b>	<b>2009</b>	<b>234.823,67</b>	<b>29,58</b>	<b>154.939,88</b>	<b>19,52</b>
	2008	243.623,74	26,65	142.012,53	15,54
	2007	262.487,51	24,41	181.377,15	16,87
	2006	273.120,39	28,29	189.136,33	19,59
	2005	186.183,06	24,72	122.197,95	16,23
	2004	349.838,81	28,92	230.411,33	19,05
	2003	205.184,49	25,05	147.993,80	18,07
<b>Muy grandes</b>	<b>2009</b>	<b>737.984,42</b>	<b>28,43</b>	<b>507.745,48</b>	<b>19,56</b>
	2008	776.716,75	31,07	403.771,89	16,15
	2007	671.425,47	26,13	465.471,76	18,12
	2006	705.224,98	27,33	526.026,20	20,39
<b>Grandes</b>	<b>2009</b>	<b>316.616,11</b>	<b>32,39</b>	<b>205.629,76</b>	<b>21,03</b>
	2008	222.196,02	22,97	141.903,11	14,67
	2007	228.743,32	22,45	156.204,51	15,33
	2006	415.707,30	33,64	276.241,88	22,35
	2005	396.596,84	25,02	257.236,46	16,23
	2004	812.642,90	29,55	553.536,90	20,13
	2003	380.403,80	25,02	281.878,40	18,13
<b>Medianas-grandes</b>	<b>2009</b>	<b>135.073,52</b>	<b>25,40</b>	<b>89.231,35</b>	<b>16,78</b>
	2008	119.135,64	22,27	78.934,26	14,76
	2007	127.164,74	23,87	85.555,94	16,06
	2006	127.260,96	20,16	88.429,36	14,01
	2005	133.980,33	23,03	93.478,95	16,07
	2004	140.418,10	22,21	93.021,50	14,72
	2003	129.641,30	24,27	85.364,20	15,31
<b>Medianas-pequeñas</b>	<b>2009</b>	<b>59.113,13</b>	<b>31,73</b>	<b>34.326,75</b>	<b>18,42</b>
	2008	63.785,04	31,43	38.813,05	19,12
	2007	56.360,68	23,84	43.449,06	18,38
	2006	77.070,70	23,79	47.826,96	14,76
	2005	54.393,94	26,27	34.270,43	16,55
	2004	74.382,10	30,15	34.695,40	14,06
	2003	77.179,70	28,27	53.252,70	18,95

### 3.9. Análisis de la rentabilidad

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

#### *Rentabilidad económica*

La ratio de rentabilidad económica<sup>23</sup> permite conocer la productividad del activo de la empresa, de manera que un incremento de su valor indica que sus activos ganan en rentabilidad (o viceversa). Este hecho puede ser consecuencia de un aumento de la rotación de su activo (al incrementarse las ventas, o reducirse el activo), o bien por un aumento del margen de las ventas (por incrementarse el descuento obtenido por la librería de los proveedores, o reducirse los costes de la empresa).

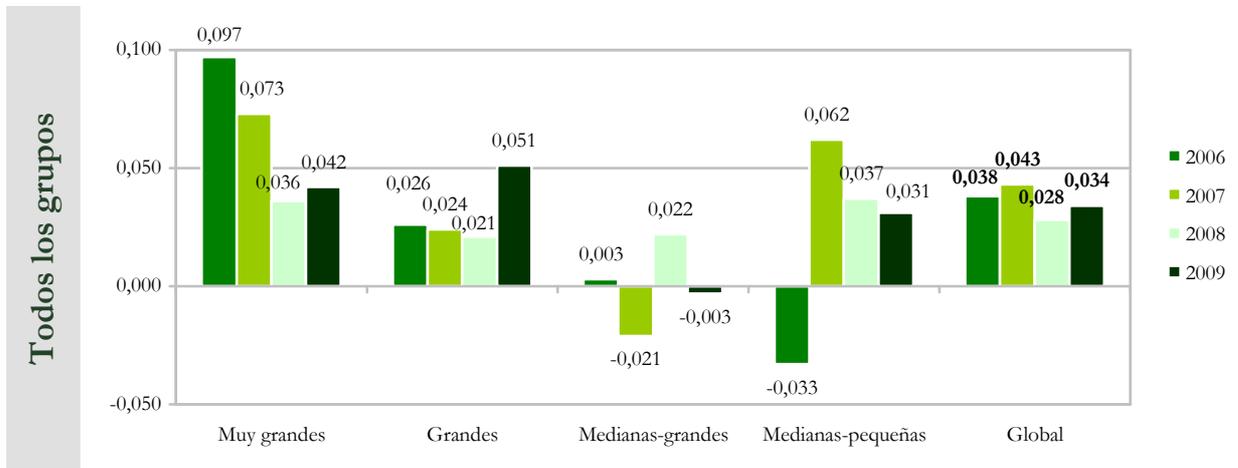
La rentabilidad económica tiene un valor positivo en general y en tres de los cuatro grupos de librerías. El grupo de las medianas-grandes obtiene un valor negativo, durante el 2009

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

---

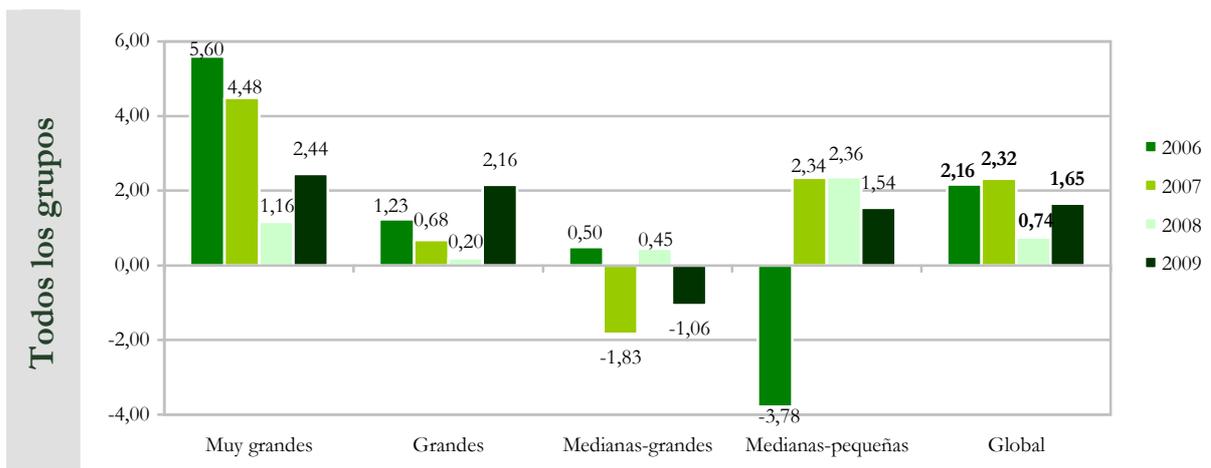
<sup>23</sup> La ratio de rentabilidad económica se define como la relación entre en *beneficio – antes de intereses e impuestos-* y el *activo total*.

3.9. Análisis de la rentabilidad



*Beneficios sobre ventas*

El porcentaje de beneficios sobre ventas<sup>24</sup> muestra el beneficio bruto (antes de impuestos), generado por la empresa como proporción de su cifra de negocio: 2,44% en las librerías muy grandes, 2,16% en las grandes, -1,06% en las medianas-grandes (que como se ha indicado anteriormente, obtenían una rentabilidad económica negativa), y 1,54% en las medianas-pequeñas.



<sup>24</sup> La ratio de beneficios sobre ventas se obtiene del cociente del *beneficio bruto (antes de impuestos)*, generado por la empresa entre las *ventas totales*.

3.9. Análisis de la rentabilidad

		Rentabilidad económica	% de beneficios sobre ventas
Global	2009	<b>0,034</b>	<b>1,651</b>
	2008	0,028	0,739
	2007	0,043	2,322
	2006	0,038	2,163
Muy grandes	2009	<b>0,042</b>	<b>2,444</b>
	2008	0,036	1,162
	2007	0,073	4,484
	2006	0,097	5,595
Grandes	2009	<b>0,051</b>	<b>2,160</b>
	2008	0,021	0,199
	2007	0,024	0,679
	2006	0,026	1,228
Medianas-grandes	2009	<b>-0,003</b>	<b>-1,064</b>
	2008	0,022	0,452
	2007	-0,021	-1,834
	2006	0,003	0,495
Medianas-pequeñas	2009	<b>0,031</b>	<b>1,541</b>
	2008	0,037	2,360
	2007	0,062	2,342
	2006	-0,033	-3,784

## **Anexo**

### a). Nota metodológica

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

- **El año 2011, para obtener la información del año 2010 necesaria para elaborar los Indicadores de Gestión de la Librería** se ha realizado una consulta telefónica directa, durante los meses de mayo y junio.

Al igual que el año anterior se ha puesto a disposición de las librerías que así lo desearan un formulario en la página web donde poder contestar, directamente, el cuestionario. En aquellos casos en que el año anterior habían respondido, además se hallaban las respuestas y sólo debían actualizar la información. 188 librerías (esto es, el 30,4% del total de respuestas) han utilizado el formulario web para contestar, mientras el resto ha contestado por teléfono.

- **Para la obtención de los datos económicos de las empresas,** se ha procedido como en años anteriores, esto es, acudiendo el mes de diciembre de 2010 al Registro Mercantil. Por este motivo, tal y como se indica en la introducción, los datos hacen referencia al año 2009.

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

- Por un lado, **el trabajo se ha centrado en el segmento de las librerías “independientes”, por lo que se han excluido del análisis los grandes almacenes (El Corte Inglés) y las grandes superficies especializadas en**

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

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

**El contenido del cuestionario es el mismo de los años anteriores,** permitiendo reflejar la evolución de los distintos parámetros. Únicamente se ha introducido una nueva pregunta, adaptando el cuestionario a la nueva realidad, sobre la venta de libros electrónicos.

**Finalmente,** en el presente documento se han mantenido las mejoras realizadas el año anterior, en el cálculo de algunas variables (con efectos retroactivos) así como la presentación de resultados con el objeto de dotar el informe de más transparencia y sobre todo de favorecer su uso como instrumento de análisis y trabajo.

**b). La respuesta de las librerías**

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

**Cuadro 1**  
**Nivel de respuesta de la consulta directa.**  
**Por tamaño de las librerías. Año 2010.**

	Distribución estimada del censo de librerías identificadas por tamaño	Muestra de librerías (consulta directa)	Margen de error <sup>25</sup>	Muestra de C. Valenciana
- Librerías muy grandes	281	38	± 4,79 %	2
- Librerías grandes		133		11
- Librerías medianas-grandes	370	173	± 5,56 %	9
- Librerías medianas-pequeñas	781	274	± 4,87 %	26
<b>Total</b>	<b>1.432</b>	<b>618</b>	<b>± 3,03 %</b>	<b>48</b>

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

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

<sup>25</sup> Según Mapa de Librerías (2005). El censo de librerías identificadas no distingue entre librerías muy grandes y grandes, por lo que el margen de error indicado para estos grupos se corresponde con la suma del total de librerías de la muestra de ambos grupos de librerías. Margen de error para un margen de confianza del 95%, considerando la máxima indeterminación ( $P=1-P=0,5$ ).

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

**Cuadro 2**

**Estratificación de la muestra de librerías que han participado en la consulta directa. Por Comunidades Autónomas. Año 2010.**

	Estratificación de la muestra		Librerías según Mapa de Librerías (2005) en %
	Número de respuestas	% sobre el total	
Andalucía	105	16,99	17,29
Aragón	16	2,59	3,04
Asturias (Principado de)	21	3,40	2,83
Balears (Illes)	11	1,78	1,33
Canarias	19	3,07	2,94
Cantabria	7	1,13	0,79
Castilla - La Mancha	12	1,94	1,57
Castilla y León	38	6,15	5,93
Cataluña	101	16,34	16,05
<b>Comunitat Valenciana</b>	<b>48</b>	<b>7,77</b>	<b>7,64</b>
Extremadura	10	1,62	1,31
Galicia	57	9,22	8,93
Madrid (Comunidad de)	120	19,42	21,45
Murcia (Región de)	10	1,62	1,57
Navarra (Comunidad Foral de)	9	1,46	1,31
País Vasco	30	4,85	4,91
Rioja (La)	3	0,49	0,77
Ciudad autónoma de Ceuta	1	0,16	0,16
Ciudad autónoma de Melilla	0	0,00	0,18
<b>Total</b>	<b>618</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

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

**Cuadro 3**

**Nivel de información extraída del registro mercantil.**

**Por tamaño de las librerías. Año 2009.**

	Distribución estimada del censo de librerías identificadas por tamaño	Muestra de librerías (Ficha B)	Margen de error	Muestra de C. Valenciana
- Librerías muy grandes	281	39	± 8,36%	4
- Librerías grandes		56		10
- Librerías medianas-grandes	370	56	± 12,33%	9
- Librerías medianas-pequeñas	781	80	± 10,60%	11
<b>Total</b>	<b>1.432</b>	<b>231</b>	<b>± 6,03%</b>	<b>34</b>

**c). Cuestionario**

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

### AÑO 2010

Ref empresa: ..... Ref. encuesta: .....

Nombre de la librería ..... Año de fundación .....

Calle/plaza ..... nº ..... Código postal .....

Municipio ..... Provincia .....

Telf. .... Fax. .... E-mail .....

Web: http://www. .... Buzón SINLI .....

Responsable: Nombre ..... Apellidos ..... Cargo .....

Contesta: Nombre ..... Apellidos ..... Cargo .....

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

Forma  Persona física (autónomo)

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

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

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

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

Naturaleza  Cadena librerías  Red local librerías  Otras

Nombre: .....

Ámbito territorial:  Nacional  Autonómico  Provincial  Municipal

#### 2.b. Son librerías en franquicia?

En su caso, indique el nombre:

Sí  No

.....

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

A CEGAL  Sí  No  NS/NC

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

#### 4. Organiza habitualmente actividades de dinamización de la lectura:

Presentación de libros  Cuenta-cuentos  Conferencias  Publicación de catálogos

Acciones de animación de la lectura en escuelas  Otras actividades .....

#### 5. Realiza otras actividades relacionadas con el libro:

Edición de libros  Distribución de libros  Imprenta / artes gráficas

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

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

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

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

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

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

1. .... 3. ....

2. .... 4. ....

#### 8. Canal de venta utilizado por la empresa

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

10. Tamaño de la librería en ventas en libros del último año (2010):		
<input type="checkbox"/> 1. Menos de 150.000€	<input type="checkbox"/> 3. De 300.000 a 599.999€	<input type="checkbox"/> 5. Más de 1.500.000€
<input type="checkbox"/> 2. De 150.000 a 299.999€	<input type="checkbox"/> 4. De 600.000 a 1.499.999€	<input type="checkbox"/> 9. NS/NC

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Sí  No  NS/NC

↳ Tipo de programa utilizado:  Adquirido  Propio  NS/NC

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

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

Otros .....

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

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

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

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

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

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

↓

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

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

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

**B. No utiliza el SINLI :**

No dispongo de ordenador  No lo conozco

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

Lo conozco, y preveo instalarlo próximamente

Lo conozco, pero no me interesa

NS/NC

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

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

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

**Y vende libros electrónicos (ebooks)?**  Sí  No  NS/NC

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

Sí  No  NS/NC

↳ Las aplica?  Sí  No  NS/NC

**31. Ventas totales en libros en 2010 (netas de devoluciones):** \_\_\_\_\_ Miles Euros  NS/NC

<b>32. Número aproximado de distribuidores de libros con los que trabaja:</b>		
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/> 12
<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 14	<input type="checkbox"/> 15
<input type="checkbox"/> 16	<input type="checkbox"/> 17	<input type="checkbox"/> 18
<input type="checkbox"/> 19	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 21
<input type="checkbox"/> 22	<input type="checkbox"/> 23	<input type="checkbox"/> 24
<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 26	<input type="checkbox"/> 27
<input type="checkbox"/> 28	<input type="checkbox"/> 29	<input type="checkbox"/> 30
<input type="checkbox"/> 31	<input type="checkbox"/> 32	<input type="checkbox"/> 33
<input type="checkbox"/> 34	<input type="checkbox"/> 35	<input type="checkbox"/> 36
<input type="checkbox"/> 37	<input type="checkbox"/> 38	<input type="checkbox"/> 39
<input type="checkbox"/> 40	<input type="checkbox"/> 41	<input type="checkbox"/> 42
<input type="checkbox"/> 43	<input type="checkbox"/> 44	<input type="checkbox"/> 45
<input type="checkbox"/> 46	<input type="checkbox"/> 47	<input type="checkbox"/> 48
<input type="checkbox"/> 49	<input type="checkbox"/> 50	<input type="checkbox"/> 51
<input type="checkbox"/> 52	<input type="checkbox"/> 53	<input type="checkbox"/> 54
<input type="checkbox"/> 55	<input type="checkbox"/> 56	<input type="checkbox"/> 57
<input type="checkbox"/> 58	<input type="checkbox"/> 59	<input type="checkbox"/> 60
<input type="checkbox"/> 61	<input type="checkbox"/> 62	<input type="checkbox"/> 63
<input type="checkbox"/> 64	<input type="checkbox"/> 65	<input type="checkbox"/> 66
<input type="checkbox"/> 67	<input type="checkbox"/> 68	<input type="checkbox"/> 69
<input type="checkbox"/> 70	<input type="checkbox"/> 71	<input type="checkbox"/> 72
<input type="checkbox"/> 73	<input type="checkbox"/> 74	<input type="checkbox"/> 75
<input type="checkbox"/> 76	<input type="checkbox"/> 77	<input type="checkbox"/> 78
<input type="checkbox"/> 79	<input type="checkbox"/> 80	<input type="checkbox"/> 81
<input type="checkbox"/> 82	<input type="checkbox"/> 83	<input type="checkbox"/> 84
<input type="checkbox"/> 85	<input type="checkbox"/> 86	<input type="checkbox"/> 87
<input type="checkbox"/> 88	<input type="checkbox"/> 89	<input type="checkbox"/> 90
<input type="checkbox"/> 91	<input type="checkbox"/> 92	<input type="checkbox"/> 93
<input type="checkbox"/> 94	<input type="checkbox"/> 95	<input type="checkbox"/> 96
<input type="checkbox"/> 97	<input type="checkbox"/> 98	<input type="checkbox"/> 99
<input type="checkbox"/> 100	<input type="checkbox"/> 101	<input type="checkbox"/> 102
<input type="checkbox"/> 103	<input type="checkbox"/> 104	<input type="checkbox"/> 105
<input type="checkbox"/> 106	<input type="checkbox"/> 107	<input type="checkbox"/> 108
<input type="checkbox"/> 109	<input type="checkbox"/> 110	<input type="checkbox"/> 111
<input type="checkbox"/> 112	<input type="checkbox"/> 113	<input type="checkbox"/> 114
<input type="checkbox"/> 115	<input type="checkbox"/> 116	<input type="checkbox"/> 117
<input type="checkbox"/> 118	<input type="checkbox"/> 119	<input type="checkbox"/> 120
<input type="checkbox"/> 121	<input type="checkbox"/> 122	<input type="checkbox"/> 123
<input type="checkbox"/> 124	<input type="checkbox"/> 125	<input type="checkbox"/> 126
<input type="checkbox"/> 127	<input type="checkbox"/> 128	<input type="checkbox"/> 129
<input type="checkbox"/> 130	<input type="checkbox"/> 131	<input type="checkbox"/> 132
<input type="checkbox"/> 133	<input type="checkbox"/> 134	<input type="checkbox"/> 135
<input type="checkbox"/> 136	<input type="checkbox"/> 137	<input type="checkbox"/> 138
<input type="checkbox"/> 139	<input type="checkbox"/> 140	<input type="checkbox"/> 141
<input type="checkbox"/> 142	<input type="checkbox"/> 143	<input type="checkbox"/> 144
<input type="checkbox"/> 145	<input type="checkbox"/> 146	<input type="checkbox"/> 147
<input type="checkbox"/> 148	<input type="checkbox"/> 149	<input type="checkbox"/> 150
<input type="checkbox"/> 151	<input type="checkbox"/> 152	<input type="checkbox"/> 153
<input type="checkbox"/> 154	<input type="checkbox"/> 155	<input type="checkbox"/> 156
<input type="checkbox"/> 157	<input type="checkbox"/> 158	<input type="checkbox"/> 159
<input type="checkbox"/> 160	<input type="checkbox"/> 161	<input type="checkbox"/> 162
<input type="checkbox"/> 163	<input type="checkbox"/> 164	<input type="checkbox"/> 165
<input type="checkbox"/> 166	<input type="checkbox"/> 167	<input type="checkbox"/> 168
<input type="checkbox"/> 169	<input type="checkbox"/> 170	<input type="checkbox"/> 171
<input type="checkbox"/> 172	<input type="checkbox"/> 173	<input type="checkbox"/> 174
<input type="checkbox"/> 175	<input type="checkbox"/> 176	<input type="checkbox"/> 177
<input type="checkbox"/> 178	<input type="checkbox"/> 179	<input type="checkbox"/> 180
<input type="checkbox"/> 181	<input type="checkbox"/> 182	<input type="checkbox"/> 183
<input type="checkbox"/> 184	<input type="checkbox"/> 185	<input type="checkbox"/> 186
<input type="checkbox"/> 187	<input type="checkbox"/> 188	<input type="checkbox"/> 189
<input type="checkbox"/> 190	<input type="checkbox"/> 191	<input type="checkbox"/> 192
<input type="checkbox"/> 193	<input type="checkbox"/> 194	<input type="checkbox"/> 195
<input type="checkbox"/> 196	<input type="checkbox"/> 197	<input type="checkbox"/> 198
<input type="checkbox"/> 199	<input type="checkbox"/> 200	<input type="checkbox"/> 201
<input type="checkbox"/> 202	<input type="checkbox"/> 203	<input type="checkbox"/> 204
<input type="checkbox"/> 205	<input type="checkbox"/> 206	<input type="checkbox"/> 207
<input type="checkbox"/> 208	<input type="checkbox"/> 209	<input type="checkbox"/> 210
<input type="checkbox"/> 211	<input type="checkbox"/> 212	<input type="checkbox"/> 213
<input type="checkbox"/> 214	<input type="checkbox"/> 215	<input type="checkbox"/> 216
<input type="checkbox"/> 217	<input type="checkbox"/> 218	<input type="checkbox"/> 219
<input type="checkbox"/> 220	<input type="checkbox"/> 221	<input type="checkbox"/> 222
<input type="checkbox"/> 223	<input type="checkbox"/> 224	<input type="checkbox"/> 225
<input type="checkbox"/> 226	<input type="checkbox"/> 227	<input type="checkbox"/> 228
<input type="checkbox"/> 229	<input type="checkbox"/> 230	<input type="checkbox"/> 231
<input type="checkbox"/> 232	<input type="checkbox"/> 233	<input type="checkbox"/> 234
<input type="checkbox"/> 235	<input type="checkbox"/> 236	<input type="checkbox"/> 237
<input type="checkbox"/> 238	<input type="checkbox"/> 239	<input type="checkbox"/> 240
<input type="checkbox"/> 241	<input type="checkbox"/> 242	<input type="checkbox"/> 243
<input type="checkbox"/> 244	<input type="checkbox"/> 245	<input type="checkbox"/> 246
<input type="checkbox"/> 247	<input type="checkbox"/> 248	<input type="checkbox"/> 249
<input type="checkbox"/> 250	<input type="checkbox"/> 251	<input type="checkbox"/> 252
<input type="checkbox"/> 253	<input type="checkbox"/> 254	<input type="checkbox"/> 255
<input type="checkbox"/> 256	<input type="checkbox"/> 257	<input type="checkbox"/> 258
<input type="checkbox"/> 259	<input type="checkbox"/> 260	<input type="checkbox"/> 261
<input type="checkbox"/> 262	<input type="checkbox"/> 263	<input type="checkbox"/> 264
<input type="checkbox"/> 265	<input type="checkbox"/> 266	<input type="checkbox"/> 267
<input type="checkbox"/> 268	<input type="checkbox"/> 269	<input type="checkbox"/> 270
<input type="checkbox"/> 271	<input type="checkbox"/> 272	<input type="checkbox"/> 273
<input type="checkbox"/> 274	<input type="checkbox"/> 275	<input type="checkbox"/> 276
<input type="checkbox"/> 277	<input type="checkbox"/> 278	<input type="checkbox"/> 279
<input type="checkbox"/> 280	<input type="checkbox"/> 281	<input type="checkbox"/> 282
<input type="checkbox"/> 283	<input type="checkbox"/> 284	<input type="checkbox"/> 285
<input type="checkbox"/> 286	<input type="checkbox"/> 287	<input type="checkbox"/> 288
<input type="checkbox"/> 289	<input type="checkbox"/> 290	<input type="checkbox"/> 291
<input type="checkbox"/> 292	<input type="checkbox"/> 293	<input type="checkbox"/> 294
<input type="checkbox"/> 295	<input type="checkbox"/> 296	<input type="checkbox"/> 297
<input type="checkbox"/> 298	<input type="checkbox"/> 299	<input type="checkbox"/> 300
<input type="checkbox"/> 301	<input type="checkbox"/> 302	<input type="checkbox"/> 303
<input type="checkbox"/> 304	<input type="checkbox"/> 305	<input type="checkbox"/> 306
<input type="checkbox"/> 307	<input type="checkbox"/> 308	<input type="checkbox"/> 309
<input type="checkbox"/> 310	<input type="checkbox"/> 311	<input type="checkbox"/> 312
<input type="checkbox"/> 313	<input type="checkbox"/> 314	<input type="checkbox"/> 315
<input type="checkbox"/> 316	<input type="checkbox"/> 317	<input type="checkbox"/> 318
<input type="checkbox"/> 319	<input type="checkbox"/> 320	<input type="checkbox"/> 321
<input type="checkbox"/> 322	<input type="checkbox"/> 323	<input type="checkbox"/> 324
<input type="checkbox"/> 325	<input type="checkbox"/> 326	<input type="checkbox"/> 327
<input type="checkbox"/> 328	<input type="checkbox"/> 329	<input type="checkbox"/> 330
<input type="checkbox"/> 331	<input type="checkbox"/> 332	<input type="checkbox"/> 333
<input type="checkbox"/> 334	<input type="checkbox"/> 335	<input type="checkbox"/> 336
<input type="checkbox"/> 337	<input type="checkbox"/> 338	<input type="checkbox"/> 339
<input type="checkbox"/> 340	<input type="checkbox"/> 341	<input type="checkbox"/> 342
<input type="checkbox"/> 343	<input type="checkbox"/> 344	<input type="checkbox"/> 345
<input type="checkbox"/> 346	<input type="checkbox"/> 347	<input type="checkbox"/> 348
<input type="checkbox"/> 349	<input type="checkbox"/> 350	<input type="checkbox"/> 351
<input type="checkbox"/> 352	<input type="checkbox"/> 353	<input type="checkbox"/> 354
<input type="checkbox"/> 355	<input type="checkbox"/> 356	<input type="checkbox"/> 357
<input type="checkbox"/> 358	<input type="checkbox"/> 359	<input type="checkbox"/> 360
<input type="checkbox"/> 361	<input type="checkbox"/> 362	<input type="checkbox"/> 363
<input type="checkbox"/> 364	<input type="checkbox"/> 365	<input type="checkbox"/> 366
<input type="checkbox"/> 367	<input type="checkbox"/> 368	<input type="checkbox"/> 369
<input type="checkbox"/> 370	<input type="checkbox"/> 371	<input type="checkbox"/> 372
<input type="checkbox"/> 373	<input type="checkbox"/> 374	<input type="checkbox"/> 375
<input type="checkbox"/> 376	<input type="checkbox"/> 377	<input type="checkbox"/> 378
<input type="checkbox"/> 379	<input type="checkbox"/> 380	<input type="checkbox"/> 381
<input type="checkbox"/> 382	<input type="checkbox"/> 383	<input type="checkbox"/> 384
<input type="checkbox"/> 385	<input type="checkbox"/> 386	<input type="checkbox"/> 387
<input type="checkbox"/> 388	<input type="checkbox"/> 389	<input type="checkbox"/> 390
<input type="checkbox"/> 391	<input type="checkbox"/> 392	<input type="checkbox"/> 393
<input type="checkbox"/> 394	<input type="checkbox"/> 395	<input type="checkbox"/> 396
<input type="checkbox"/> 397	<input type="checkbox"/> 398	<input type="checkbox"/> 399
<input type="checkbox"/> 400	<input type="checkbox"/> 401	<input type="checkbox"/> 402
<input type="checkbox"/> 403	<input type="checkbox"/> 404	<input type="checkbox"/> 405
<input type="checkbox"/> 406	<input type="checkbox"/> 407	<input type="checkbox"/> 408
<input type="checkbox"/> 409	<input type="checkbox"/> 410	<input type="checkbox"/> 411
<input type="checkbox"/> 412	<input type="checkbox"/> 413	<input type="checkbox"/> 414
<input type="checkbox"/> 415	<input type="checkbox"/> 416	<input type="checkbox"/> 417
<input type="checkbox"/> 418	<input type="checkbox"/> 419	<input type="checkbox"/> 420
<input type="checkbox"/> 421	<input type="checkbox"/> 422	<input type="checkbox"/> 423
<input type="checkbox"/> 424	<input type="checkbox"/> 425	<input type="checkbox"/> 426
<input type="checkbox"/> 427	<input type="checkbox"/> 428	<input type="checkbox"/> 429
<input type="checkbox"/> 430	<input type="checkbox"/> 431	<input type="checkbox"/> 432
<input type="checkbox"/> 433	<input type="checkbox"/> 434	<input type="checkbox"/> 435
<input type="checkbox"/> 436	<input type="checkbox"/> 437	<input type="checkbox"/> 438
<input type="checkbox"/> 439	<input type="checkbox"/> 440	<input type="checkbox"/> 441
<input type="checkbox"/> 442	<input type="checkbox"/> 443	<input type="checkbox"/> 444
<input type="checkbox"/> 445	<input type="checkbox"/> 446	<input type="checkbox"/> 447
<input type="checkbox"/> 448	<input type="checkbox"/> 449	<input type="checkbox"/> 450
<input type="checkbox"/> 451	<input type="checkbox"/> 452	<input type="checkbox"/> 453
<input type="checkbox"/> 454	<input type="checkbox"/> 455	<input type="checkbox"/> 456
<input type="checkbox"/> 457	<input type="checkbox"/> 458	<input type="checkbox"/> 459
<input type="checkbox"/> 460	<input type="checkbox"/> 461	<input type="checkbox"/> 462
<input type="checkbox"/> 463	<input type="checkbox"/> 464	<input type="checkbox"/> 465
<input type="checkbox"/> 466	<input type="checkbox"/> 467	<input type="checkbox"/> 468
<input type="checkbox"/> 469	<input type="checkbox"/> 470	<input type="checkbox"/> 471
<input type="checkbox"/> 472	<input type="checkbox"/> 473	<input type="checkbox"/> 474
<input type="checkbox"/> 475	<input type="checkbox"/> 476	<input type="checkbox"/> 477
<input type="checkbox"/> 478	<input type="checkbox"/> 479	<input type="checkbox"/> 480
<input type="checkbox"/> 481	<input type="checkbox"/> 482	<input type="checkbox"/> 483
<input type="checkbox"/> 484	<input type="checkbox"/> 485	<input type="checkbox"/> 486
<input type="checkbox"/> 487	<input type="checkbox"/> 488	<input type="checkbox"/> 489
<input type="checkbox"/> 490	<input type="checkbox"/> 491	<input type="checkbox"/> 492
<input type="checkbox"/> 493	<input type="checkbox"/> 494	<input type="checkbox"/> 495
<input type="checkbox"/> 496	<input type="checkbox"/> 497	<input type="checkbox"/> 498
<input type="checkbox"/> 499	<input type="checkbox"/> 500	<input type="checkbox"/> 501
<input type="checkbox"/> 502	<input type="checkbox"/> 503	<input type="checkbox"/> 504
<input type="checkbox"/> 505	<input type="checkbox"/> 506	<input type="checkbox"/> 507
<input type="checkbox"/> 508	<input type="checkbox"/> 509	<input type="checkbox"/> 510
<input type="checkbox"/> 511	<input type="checkbox"/> 512	<input type="checkbox"/> 513
<input type="checkbox"/> 514	<input type="checkbox"/> 515	<input type="checkbox"/> 516
<input type="checkbox"/> 517	<input type="checkbox"/> 518	<input type="checkbox"/> 519
<input type="checkbox"/> 520	<input type="checkbox"/> 521	<input type="checkbox"/> 522
<input type="checkbox"/> 523	<input type="checkbox"/> 524	<input type="checkbox"/> 525
<input type="checkbox"/> 526	<input type="checkbox"/> 527	<input type="checkbox"/> 528
<input type="checkbox"/> 529	<input type="checkbox"/> 530	<input type="checkbox"/> 531
<input type="checkbox"/> 532	<input type="checkbox"/> 533	<input type="checkbox"/> 534
<input type="checkbox"/> 535	<input type="checkbox"/> 536	<input type="checkbox"/> 537
<input type="checkbox"/> 538	<input type="checkbox"/> 539	<input type="checkbox"/> 540
<input type="checkbox"/> 541	<input type="checkbox"/> 542	<input type="checkbox"/> 543
<input type="checkbox"/> 544	<input type="checkbox"/> 545	<input type="checkbox"/> 546
<input type="checkbox"/> 547	<input type="checkbox"/> 548	<input type="checkbox"/> 549
<input type="checkbox"/> 550	<input type="checkbox"/> 551	<input type="checkbox"/> 552
<input type="checkbox"/> 553	<input type="checkbox"/> 554	<input type="checkbox"/> 555
<input type="checkbox"/> 556	<input type="checkbox"/> 557	<input type="checkbox"/> 558
<input type="checkbox"/> 559	<input type="checkbox"/> 560	<input type="checkbox"/> 561
<input type="checkbox"/> 562	<input type="checkbox"/> 563	<input type="checkbox"/> 564
<input type="checkbox"/> 565	<input type="checkbox"/> 566	<input type="checkbox"/> 567
<input type="checkbox"/> 568	<input type="checkbox"/> 569	<input type="checkbox"/> 570
<input type="checkbox"/> 571	<input type="checkbox"/> 572	<input type="checkbox"/> 573
<input type="checkbox"/> 574	<input type="checkbox"/> 575	<input type="checkbox"/> 576
<input type="checkbox"/> 577	<input type="checkbox"/> 578	<input type="checkbox"/> 579
<input type="checkbox"/> 580	<input type="checkbox"/> 581	<input type="checkbox"/> 582
<input type="checkbox"/> 583	<input type="checkbox"/> 584	<input type="checkbox"/> 585
<input type="checkbox"/> 586	<input type="checkbox"/> 587	<input type="checkbox"/> 588
<input type="checkbox"/> 589	<input type="checkbox"/> 590	<input type="checkbox"/> 591
<input type="checkbox"/> 592	<input type="checkbox"/> 593	<input type="checkbox"/> 594
<input type="checkbox"/> 595	<input type="checkbox"/> 596	<input type="checkbox"/> 597
<input type="checkbox"/> 598	<input type="checkbox"/> 599	<input type="checkbox"/> 600
<input type="checkbox"/> 601	<input type="checkbox"/> 602	<input type="checkbox"/> 603
<input type="checkbox"/> 604	<input type="checkbox"/> 605	<input type="checkbox"/> 606
<input type="checkbox"/> 607	<input type="checkbox"/> 608	<input type="checkbox"/> 609
<input type="checkbox"/> 610	<input type="checkbox"/> 611	<input type="checkbox"/> 612
<input type="checkbox"/> 613	<input type="checkbox"/> 614	<input type="checkbox"/> 615
<input type="checkbox"/> 616	<input type="checkbox"/> 617	<input type="checkbox"/> 618
<input type="checkbox"/> 619	<input type="checkbox"/> 620	<input type="checkbox"/> 621
<input type="checkbox"/> 622	<input type="checkbox"/> 623	<input type="checkbox"/> 624
<input type="checkbox"/> 625	<input type="checkbox"/> 626	<input type="checkbox"/> 627
<input type="checkbox"/> 628	<input type="checkbox"/> 629	<input type="checkbox"/> 630
<input type="checkbox"/> 631	<input type="checkbox"/> 632	<input type="checkbox"/> 633
<input type="checkbox"/> 634	<input type="checkbox"/> 635	<input type="checkbox"/> 636
<input type="checkbox"/> 637	<input type="checkbox"/> 638	<input type="checkbox"/> 639
<input type="checkbox"/> 640	<input type="checkbox"/> 641	<input type="checkbox"/> 642
<input type="checkbox"/> 643	<input type="checkbox"/> 644	<input type="checkbox"/> 645
<input type="checkbox"/> 646	<input type="checkbox"/> 647	<input type="checkbox"/> 648
<input type="checkbox"/> 649	<input type="checkbox"/> 650	<input type="checkbox"/> 651
<input type="checkbox"/> 652	<input type="checkbox"/> 653	<input type="checkbox"/> 654
<input type="checkbox"/> 655	<input type="checkbox"/> 656	<input type="checkbox"/> 657
<input type="checkbox"/> 658	<input type="checkbox"/> 659	<input type="checkbox"/> 660
<input type="checkbox"/> 661	<input type="checkbox"/> 662	<input type="checkbox"/> 663
<input type="checkbox"/> 664	<input type="checkbox"/> 665	<input type="checkbox"/> 666
<input type="checkbox"/> 667	<input type="checkbox"/> 668	<input type="checkbox"/> 669
<input type="checkbox"/> 670	<input type="checkbox"/> 671	<input type="checkbox"/> 672
<input type="checkbox"/> 673	<input type="checkbox"/> 674	<input type="checkbox"/> 675
<input type="checkbox"/> 676	<input type="checkbox"/> 677	<input type="checkbox"/> 678
<input type="checkbox"/> 679	<input type="checkbox"/> 680	<input type="checkbox"/> 681
<input type="checkbox"/> 682	<input type="checkbox"/> 683	<input type="checkbox"/> 684
<input type="checkbox"/> 685	<input type="checkbox"/> 686	<input type="checkbox"/> 687
<input type="checkbox"/> 688	<input type="checkbox"/> 689	<input type="checkbox"/> 690
<input type="checkbox"/> 691	<input type="checkbox"/> 692	<input type="checkbox"/> 693
<input type="checkbox"/> 694	<input type="checkbox"/> 695	<input type="checkbox"/> 696
<input type="checkbox"/> 697	<input type="checkbox"/> 698	<input type="checkbox"/> 699
<input type="checkbox"/> 700	<input type="checkbox"/> 701	<input type="checkbox"/> 702
<input type="checkbox"/> 703	<input type="checkbox"/> 704	<input type="checkbox"/> 705
<input type="checkbox"/> 706	<input type="checkbox"/> 707	<input type="checkbox"/> 708
<input type="checkbox"/> 709	<input type="checkbox"/> 710	<input type="checkbox"/> 711
<input type="checkbox"/> 712	<input type="checkbox"/> 713	<input type="checkbox"/> 714
<input type="checkbox"/> 715	<input type="checkbox"/> 716	<input type="checkbox"/> 717
<input type="checkbox"/> 718	<input type="checkbox"/> 719	<input type="checkbox"/> 720
<input type="checkbox"/> 721	<input type="checkbox"/> 722	<input type="checkbox"/> 723
<input type="checkbox"/> 724	<input type="checkbox"/> 725	<input type="checkbox"/> 726
<input type="checkbox"/> 727	<input type="checkbox"/> 728	<input type="checkbox"/> 729
<input type="checkbox"/> 730	<input type="checkbox"/> 731	<input type="checkbox"/> 732
<input type="checkbox"/> 733	<input type="checkbox"/> 734	<input type="checkbox"/> 735
<input type="checkbox"/> 736	<input type="checkbox"/> 737	<input type="checkbox"/> 738
<input type="checkbox"/> 739	<input type="checkbox"/> 740	<input type="checkbox"/> 741
<input type="checkbox"/> 742	<input type="checkbox"/> 743	<input type="checkbox"/> 744
<input type="checkbox"/> 745	<input type="checkbox"/> 746	<input type="checkbox"/> 747
<input type="checkbox"/> 748	<input type="checkbox"/> 749	<input type="checkbox"/> 750
<input type="checkbox"/> 751	<input type="checkbox"/> 752	<input type="checkbox"/> 753
<input type="checkbox"/> 754	<input type="checkbox"/> 755	<input type="checkbox"/> 756
<input type="checkbox"/> 757	<input type="checkbox"/> 758	<input type="checkbox"/> 759
<input type="checkbox"/> 760	<input type="checkbox"/> 761	<input type="checkbox"/> 762
<input type="checkbox"/> 763	<input type="checkbox"/> 764	<input type="checkbox"/> 765
<input type="checkbox"/> 766	<input type="checkbox"/> 767	<input type="checkbox"/> 768
<input type="checkbox"/> 769	<input type="checkbox"/> 770	<input type="checkbox"/> 771
<input type="checkbox"/> 772	<input type="checkbox"/> 773	<input type="checkbox"/> 774
<input type="checkbox"/> 775	<input type="checkbox"/> 776	<input type="checkbox"/> 777
<input type="checkbox"/> 778	<input type="checkbox"/> 779	<input type="checkbox"/> 780
<input type="checkbox"/> 781	<input type="checkbox"/> 782	<input type="checkbox"/> 783
<input type="checkbox"/> 784	<input type="checkbox"/> 785	<input type="checkbox"/> 786
<input type="checkbox"/> 787	<input type="checkbox"/> 788	<input type="checkbox"/> 789
<input type="checkbox"/> 790	<input type="checkbox"/> 791	<input type="checkbox"/> 792
<input type="checkbox"/> 793	<input type="checkbox"/> 794	<input type="checkbox"/> 795
<input type="checkbox"/> 796	<input type="checkbox"/> 797	<input type="checkbox"/> 798
<input type="checkbox"/> 799	<input type="checkbox"/> 800	<input type="checkbox"/> 801
<input type="checkbox"/> 802	<input type="checkbox"/> 803	<input type="checkbox"/> 804
<input type="checkbox"/> 805	<input type="checkbox"/> 806	<input type="checkbox"/> 807
<input type="checkbox"/> 808	<input type="checkbox"/> 809	<input type="checkbox"/> 810

**d). Niveles de respuesta**

**Indicadores de Gestión (apartado 2, consulta directa). Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana (en %). Por indicadores. Año 2010**

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Tipología de la librería	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Asociación a la que pertenece la librería	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Organiza actividades de dinamización como:					
- Presentaciones de libros	100,0	---	100,0	100,0	100,0
- Cuenta-cuentos	100,0	---	100,0	100,0	100,0
- Conferencias	100,0	---	100,0	100,0	100,0
- Publicación de catálogos	100,0	---	100,0	100,0	100,0
- Animación en escuelas	100,0	---	100,0	100,0	100,0
- Otras actividades	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Edita libros	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Distribuye libros	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Realiza actividades de imprenta o artes gráficas	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Superficie de acceso al público	95,8	---	100,0	100,0	92,3
Superficie de almacén	95,8	---	100,0	100,0	92,3
Otras superficies	95,8	---	100,0	100,0	92,3
Superficie total	95,8	---	100,0	100,0	92,3
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de acceso	93,8	---	100,0	100,0	88,5
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de almacén	93,8	---	100,0	100,0	88,5
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie total	93,8	---	100,0	100,0	88,5
Número de trabajadores fijos	97,9	---	100,0	100,0	96,2
Número de trabajadores eventuales	97,9	---	100,0	100,0	96,2
Número de meses trabajados por el total de los trabajadores	97,9	---	100,0	100,0	96,2
Número de días semanales de apertura de la librería	95,8	---	100,0	100,0	92,3
Número de horas semanales de apertura de la librería	91,7	---	90,9	100,0	88,5

**Indicadores de Gestión (apartado 2, consulta directa). Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana (en %). Por indicadores. Año 2010 (Continuación)**

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Ventas totales (euro)	54,2	---	63,6	44,4	50,0
Ventas de libros (euro)	58,3	---	63,6	44,4	57,7
Distribución de ventas por productos	93,8	---	90,9	100,0	92,3
Composición de las ventas en libros	91,7	---	90,9	100,0	88,5
Distribución del tiempo de trabajo por funciones	89,6	---	100,0	88,9	84,6
Distribución de las ventas según la lengua de publicación	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de descuento otorgado por los proveedores	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Ventas según el canal de compra	97,9	---	100,0	100,0	96,2
Meses trabajados / superficie total (meses/m <sup>2</sup> )	95,8	---	100,0	100,0	92,3
Ventas totales / superficie total (euro/ m <sup>2</sup> )	52,1	---	63,6	44,4	46,2
Ventas en libros / superficie total en libros (euro/ m <sup>2</sup> )	50,0	---	63,6	44,4	42,3
Ventas totales/ meses trabajados (euro / meses)	54,2	---	63,6	44,4	50,0
Distribución según el sistema de pedido	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Sistema de recepción de novedades	95,8	---	81,8	100,0	100,0
Ejemplares en estoc	89,6	---	90,9	100,0	84,6
Composición de las existencias	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Devoluciones anuales	91,7	---	100,0	88,9	88,5
Informatización de la gestión de la librería	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Tipología de programa	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Nombre del programa	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Utilización del correo electrónico en la comunicación con los proveedores	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Utilización de CEGAL en RED	97,9	---	100,0	100,0	96,2
Utilización de ISBN	95,8	---	100,0	88,9	96,2
Utilización de otras fuentes gratuitas	97,9	---	100,0	100,0	96,2
Utilización de otras fuentes de pago	95,8	---	90,9	100,0	96,2

**Indicadores de Gestión (apartado 2, consulta directa). Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana (en %). Por indicadores. Año 2010 (Continuación)**

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Utilización del SINLI	97,9	---	100,0	100,0	96,2
El SINLI como instrumento de gestión	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Innovación en la distribución por materias en el último año	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Innovación por mejora de técnicas de exposición en el último año	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Innovación por diversificación de las formas de pago en el último año	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Innovación por mayor cooperación con agentes culturales en el último año	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Venta de lectores de libro electrónico	97,9	---	90,9	100,0	100,0
Venta de libros electrónico	87,5	---	72,7	88,9	92,3
Conocimiento de las normas CSL	97,9	---	100,0	100,0	96,2
Aplicación de las normas CSL	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Número aproximado de distribuidores con los que trabaja	52,1	---	54,5	55,6	50,0
Edición de revista	97,9	---	90,9	100,0	100,0
Campañas en escuelas	97,9	---	90,9	100,0	100,0
Exposiciones	97,9	---	90,9	100,0	100,0
Conciertos	97,9	---	90,9	100,0	100,0
Cine-Forum	97,9	---	90,9	100,0	100,0
Premios	97,9	---	90,9	100,0	100,0
Ofrece servicio de pedido	100,0	---	100,0	100,0	100,0
Número de pedidos gestionados al mes	97,9	---	90,9	100,0	100,0
Ofrece servicio de telecompra	100,0	---	100,0	100,0	100,0

**Indicadores de Gestión (apartado 2, consulta directa). Nivel de respuesta de las librerías (en %) de España. Por indicadores. Año 2010**

<b>Descripción</b>	<b>Global</b>	<b>Muy grandes</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas -grandes</b>	<b>Medianas -pequeñas</b>
Tipología de la librería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Asociación a la que pertenece la librería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Organiza actividades de dinamización como:					
- Presentaciones de libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Cuenta-cuentos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Conferencias	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Publicación de catálogos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Animación en escuelas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Otras actividades	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Edita libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Distribuye libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Realiza actividades de imprenta o artes gráficas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Superficie de acceso al público	96,6	100,0	98,5	98,3	94,2
Superficie de almacén	95,6	100,0	98,5	96,5	93,1
Otras superficies	94,3	97,4	97,0	96,0	91,6
Superficie total	96,6	100,0	98,5	98,3	94,2
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de acceso	95,3	94,7	97,0	96,5	93,8
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie de almacén	95,5	94,7	97,0	96,5	94,2
Porcentaje de la superficie de libros sobre la superficie total	95,3	94,7	97,0	96,5	93,8
Número de trabajadores fijos	99,2	100,0	100,0	100,0	98,2
Número de trabajadores eventuales	99,0	100,0	99,2	100,0	98,2
Número de días semanales de apertura de la librería	99,0	100,0	100,0	100,0	97,8
Número de horas semanales de apertura de la librería	97,1	100,0	96,2	98,8	96,0

**Indicadores de Gestión (apartado 2, consulta directa). Nivel de respuesta de las librerías (en %) de España. Por indicadores. Año 2010 (continuación)**

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Ventas totales (euro)	63,9	89,5	76,7	65,3	53,3
Ventas de libros (euro)	64,4	89,5	77,4	65,3	54,0
Distribución de ventas por productos	98,5	100,0	98,5	99,4	97,8
Composición de las ventas en libros	95,8	94,7	98,5	96,5	94,2
Distribución del tiempo de trabajo por funciones	91,6	100,0	90,2	91,9	90,9
Distribución de las ventas según la lengua de publicación	99,5	100,0	100,0	100,0	98,9
Porcentaje de descuento otorgado por los proveedores	97,9	100,0	100,0	98,8	96,0
Ventas según el canal de compra	99,4	100,0	98,5	100,0	99,3
Meses trabajados / superficie total (meses/ m <sup>2</sup> )	95,6	100,0	97,7	97,7	92,7
Ventas totales / superficie total (euro/ m <sup>2</sup> )	62,5	89,5	75,2	64,7	51,1
Ventas en libros / superficie total en libros (euro/ m <sup>2</sup> )	60,4	84,2	72,9	63,0	49,3
Ventas totales/ meses trabajados (euro / meses)	63,8	89,5	76,7	65,3	52,9
Distribución según el sistema de pedido	99,2	100,0	100,0	100,0	98,2
Sistema de recepción de novedades	98,4	100,0	98,5	100,0	97,1
Ejemplares en estoc	90,9	94,7	94,0	92,5	88,0
Composición de las existencias	97,2	100,0	95,5	97,7	97,4
Devoluciones anuales	79,3	86,8	88,0	77,5	75,2
Informatización de la gestión de la librería	99,8	100,0	100,0	100,0	99,6
Tipología de programa	99,2	100,0	98,5	99,4	99,3
Nombre del programa	99,2	97,4	100,0	98,8	99,3
Utilización del correo electrónico en la comunicación con los proveedores	99,7	100,0	100,0	100,0	99,3
Utilización de CEGAL en RED	98,5	100,0	99,2	98,3	98,2
Utilización de ISBN	98,5	97,4	100,0	98,8	97,8
Utilización de otras fuentes gratuitas	98,1	97,4	100,0	97,1	97,8
Utilización de otras fuentes de pago	98,1	97,4	98,5	98,3	97,8

**Indicadores de Gestión (apartado 2, consulta directa). Nivel de respuesta de las librerías (en %) de España. Por indicadores. Año 2010 (continuación)**

Descripción	Global	Muy grandes	Grandes	Medianas -grandes	Medianas -pequeñas
Utilización del SINLI	99,0	100,0	99,2	99,4	98,5
El SINLI como instrumento de gestión	99,7	97,4	100,0	100,0	99,6
Innovación en la distribución por materias en el último año	99,2	100,0	100,0	99,4	98,5
Innovación por mejora de técnicas de exposición en el último año	99,2	100,0	100,0	99,4	98,5
Innovación por diversificación de las formas de pago en el último año	99,4	100,0	100,0	99,4	98,9
Innovación por mayor cooperación con agentes culturales en el último año	99,4	100,0	100,0	99,4	98,9
Venta de lectores de libro electrónico	99,4	100,0	99,2	98,8	99,6
Venta de libros electrónicos	82,5	94,7	84,2	78,6	82,5
Conocimiento de las normas CSL	98,4	94,7	99,2	98,8	97,8
Aplicación de las normas CSL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**Indicadores de Gestión Económica (apartado 3, extracción registro mercantil).  
Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana. Por indicadores.  
Año 2009**

<b>Descripción</b>	<b>Global</b>	<b>Muy grandes</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas - grandes</b>	<b>Medianas - pequeñas</b>
Propiedad de más de una librería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Descuento medio otorgado por los proveedores	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Media de ventas diarias en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Media del coste diario de las ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gastos de personal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de gastos de personal sobre ventas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gastos financieros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Otros gastos de explotación	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Liquidez	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Tesorería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Disponibilidad	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Fondo de maniobra	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias iniciales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias finales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias medias	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación de las existencias	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Días para vender las existencias	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación de los activos totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación de los activos fijos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación del activo circulante	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de endeudamiento	97,1	75,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de la calidad de la deuda	97,1	75,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de gastos financieros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**Indicadores de Gestión Económica (apartado 3, extracción registro mercantil).  
Nivel de respuesta de las librerías de la Comunidad Valenciana. Por indicadores.  
Año 2009 (Continuación)**

<b>Descripción</b>	<b>Global</b>	<b>Muy grandes</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas - grandes</b>	<b>Medianas - pequeñas</b>
Ratio de autonomía financiera	97,1	75,0	100,0	100,0	100,0
Margen bruto	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Porcentaje margen bruto sobre ventas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valor añadido bruto (VAB)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
VAB sobre las ventas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rentabilidad económica	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Beneficios sobre ventas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**Indicadores de Gestión Económica (apartado 3, extracción registro mercantil).  
Nivel de respuesta de las librerías. Por indicadores. Año 2009**

<b>Descripción</b>	<b>Global</b>	<b>Muy grandes</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas - grandes</b>	<b>Medianas - pequeñas</b>
Propiedad de más de una librería	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Descuento medio otorgado por los proveedores	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Media de ventas diarias en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Media del coste diario de las ventas en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Compras en libros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gastos de personal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Porcentaje de gastos de personal sobre ventas	99,6	100,0	100,0	100,0	98,8
Gastos financieros	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Otros gastos de explotación	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Liquidez	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Tesorería	99,6	100,0	100,0	98,2	100,0
Disponibilidad	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Fondo de maniobra	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias iniciales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias finales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Existencias medias	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación de las existencias	99,1	100,0	98,2	100,0	98,8
Días para vender las existencias	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación de los activos totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Rotación de los activos fijos	95,7	100,0	100,0	96,4	90,0
Rotación del activo circulante	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ratio de endeudamiento	99,6	97,4	100,0	100,0	100,0
Ratio de la calidad de la deuda	99,1	97,4	100,0	100,0	98,8
Ratio de gastos financieros	99,6	100,0	100,0	100,0	98,8

**Indicadores de Gestión Económica (apartado 3, extracción registro mercantil).  
Nivel de respuesta de las librerías. Por indicadores. Año 2009 (continuación)**

<b>Descripción</b>	<b>Global</b>	<b>Muy Grandes</b>	<b>Grandes</b>	<b>Medianas - grandes</b>	<b>Medianas - pequeñas</b>
Ratio de autonomía financiera	99,1	97,4	100,0	100,0	98,8
Margen bruto	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Porcentaje margen bruto sobre ventas	99,6	100,0	100,0	100,0	98,8
Valor añadido bruto (VAB)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
VAB sobre las ventas	99,6	100,0	100,0	100,0	98,8
Rentabilidad económica	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Beneficios sobre ventas	99,6	100,0	100,0	100,0	98,8

e). Descriptivo de la base de datos

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
Referencia	Numérico	Referencia del cuestionario
Nomlib	Texto	Nombre completo de la librería
Via	Texto	Vía donde se encuentra la librería
Numvia	Texto	Número de vía donde se encuentra la librería
CP	Texto	Código postal de la librería
Municipio	Texto	Municipio de la librería
Provincia	Texto	Provincia de la librería
CCAA	Texto	Comunidad Autónoma de la librería
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
Anofund	Texto	Año de fundación de la librería
Numlib	Numérico	Si la empresa cuenta con más de 1 librería, indicar el número total. 9 =NS/NC
nomlib1	Texto	Nombre de la librería A
nomlib2	Texto	Nombre de la librería B
nomlib3	Texto	Nombre de la librería C
nomlib4	Texto	Nombre de la librería D

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

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
munsede	Texto	Municipio de la librería A
munlib2	Texto	Municipio de la librería B
munlib3	Texto	Municipio de la librería C
munlib4	Texto	Municipio de la librería D
cadena	Numérico	Indica si la librería pertenece a una cadena: 1 =Cadena de librerías , 2 =Red local de librerías , 3 =Otras , 9 =NS/NC
nomb_cad	Texto	Nombre de la cadena. En caso de no conocerse el nombre, debe escribirse Ns/nc. En caso de que la librería no pertenezca a ninguna cadena, el campo quedará en blanco.
ambit_cad	Numérico	Ámbito territorial de la cadena: 0 = no pertenece a ninguna cadena 1 = nacional 2 = autonómico 3 = provincial 4 = municipal 9 = ns/nc

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

Campo	Tipo	Descripción del campo
Código <sup>26</sup>	Numérico	Código de referencia de la librería
Tipo	Numérico	Tipo de librería: 1 = librería especializada 2 = librería general con especialización 3 = librería general de fondo 4 = librería general de proximidad 9 = NS/NC
Espe1	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado: 1 = Ciencias filosóficas, filosofía 2 = Religión 3 = Ciencias sociales 4 = Generalidades 5 = Ciencias puras 6 = Tecnología 7 = Artes, recreación 8 = Lenguajes, lingüística y literatura 9 = Ciencias auxiliares de la historia
Espe2	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado igual que Espe1.
Espe3	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado igual que Espe1.
Espe4	Numérico	Especialización de la librería en caso de ser especializada o general con especialización. Campo codificado igual que Espe1.
Tamano	Numérico	Tamaño de la librería por tramos de facturación en €. 1 = menos de 150.000 € 2 = de 150.000 a 300.000 € 3 = de 300.000 a 600.000 € 4 = de 600.000 a 1.500.000 € 5 = más de 1.500.000 € 9 = NS/NC

<sup>26</sup> El código es una referencia numérica asignada a cada una de las librerías que han contestado el cuestionario, creado a efectos de garantizar la absoluta confidencialidad de los datos proporcionados.

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

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

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

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

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

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
Mesfij	Numérico	Número de meses trabajados por empleados fijos
nsmfij	Numérico	Indica si el campo Mesfij ha sido contestado: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso el campo anterior tendrá indicada una respuesta)
Mesev	Numérico	Número de meses trabajados por empleados eventuales
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).**

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
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).**

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

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

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

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

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
ActivConfer	Numérico	Organiza conferencias: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
ActivCine	Numérico	Organiza cine-forum: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivAnim	Numérico	Realiza actividades de animación a la lectura: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivCampa	Numérico	Realiza campañas en escuelas: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
ActivExpo	Numérico	Organiza exposiciones: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
nsActiv	Numérico	Indica si han sido contestados los campos anteriores referentes a las actividades de la librería: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (en este caso los campos anteriores tendrá indicada una respuesta)
Activpremios	Numérico	Organiza premios: 1 = realiza dicha actividad 0 = no realiza dicha actividad
Activpremiostxt	Texto	Detalle de la convocatoria de los premios
Activcuentos	Numérico	Organiza actividades de cuenta-cuentos en la librería: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
Otrasact	Numérico	Organiza otras actividades de dinamización de la lectura en la librería: 1 = realiza dicha actividad 2 = no realiza dicha actividad 9 = ns/nc
Otrasactiv	Texto	Especificación de las otras actividades de dinamización de la lectura realizadas en la librería.
Servpedido	Numérico	Disponibilidad de servicio de pedido a los clientes: 1 = sí 2 = no 9 = NS/NC

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

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
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 telecompria: 1 = sí 2 = no 9 = NS/NC
Informat	Numérico	Gestión informatizada de las existencias: 1 = sí 2 = no 9 = NS/NC
Programa	Numérico	Utilización de tipo de programa: 1 = propio 2 = adquirido 9 = NS/NC
NomProgramas	Numérico	Nombre del programa adquirido: 1 = Homero 2 = Geslib (ARG) 3 = Geslib Plus (Irevenque) 4 = Verial 5 = AGC sector del libro 6 = Galatea-books Servet-SQL 2007 7 = Otros 9 = Ns/Nc
Mailprov	Numérico	Frecuencia de utilización del correo electrónico para comunicarse con los proveedores en caso de no utilizar el SINLI: 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC

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

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
SINLI	Numérico	Utilización del SINLI en sus relaciones con distribuidores / editores: 1 = Sí , 2 = No , 9 = NS/NC En caso de no usar el SINLI, las siguientes preguntas referentes a la utilización del programa quedarán en blanco o en 0.
FrecSinli	Numérico	Contestar únicamente en caso de haber respondido afirmativamente a SINLI. Frecuencia con que utiliza el SINLI: 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
Sinliuti	Numérico	Contestar únicamente en caso de haber respondido afirmativamente a SINLI. De cara al futuro, cree que el SINLI como instrumento para una óptima gestión de la librería será progresivamente: 1 = muy útil e indispensable 2 = más o menos útil e indispensable 3 = nada útil ni indispensable 9 = NS/NC
NoSINLI	Numérico	Contestar únicamente los que han respondido negativamente a SINLI. Motivos para no utilizar el SINLI en sus relaciones con distribuidores / editores: 1 = No dispone de ordenador 2 = Sí dispone de ordenador 9 = Ns/nc
PqnoSinli	Numérico	Contestar únicamente los que han respondido negativamente a SINLI. Motivos para no utilizar el SINLI en sus relaciones con distribuidores / editores, aunque disponga de ordenador: 1 = No lo conozco 2 = Lo conozco pero tengo un programa informático incompatible 3 = Lo conozco y preveo instalarlo próximamente 4 = Lo conozco pero no me interesa 9 = Ns/nc
Ventasloc	Numérico	% de ventas realizadas en el local de la librería
Ventasvis	Numérico	% de ventas realizadas a través de visitas (a instituciones, etc.)
Ventascor	Numérico	% de ventas realizadas a través del correo postal
Ventasint	Numérico	% de ventas realizadas a través de internet
Ventasot	Numérico	% de ventas realizadas a través de otros canales

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

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
nscanal	Numérico	Indica si los campos Ventasloc, Ventasvis, Ventasint y Ventasot han sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (los campos anteriores tienen respuesta)
Excomp	Numérico	% de existencias compradas
Exdepo	Numérico	% de existencias en depósito
nsex	Numérico	Indica si los campos Excomp y Exdepo han sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (los campos anteriores tienen respuesta)
Novauto	Numérico	% de novedades por servicio automático del proveedor
Novexpres	Numérico	% de novedades por pedido expreso de la propia librería
nsnov	Numérico	Indica si los campos Novauto y Novexpres han sido contestados: 1 = No ha contestado 0 = Ha contestado (los campos anteriores tienen respuesta)
FrecCEGAL	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: Cegal en Red 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
FrecISBN	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: ISBN 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
FrecGratis	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: otras fuentes gratuitas (DILVE, etc.) 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC

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

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
FrecPago	Numérico	Frecuencia de descarga a través de Internet de información para la actualización de referencias de libros de: otras fuentes de pago 1 = siempre 2 = casi cada día 3 = alguna vez a la semana 4 = alguna vez al mes 5 = nunca 9 = NS/NC
Innov_distrib	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: un cambio en la distribución por materias/ secciones de la librería. 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
Innov_expos	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: una mejora de las técnicas de exposición de los libros (cambio de mobiliario, etc.) 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
Innov_pago	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: una diversificación y mejora de las formas de pago / suscripción de los clientes. 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
Innov_coop	Numérico	La librería ha introducido innovaciones relevantes o radicales en la empresa: una mayor cooperación con los agentes culturales del entorno (biblioteca, escuelas, etc.) 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
e_readers	Numérico	Vende lectores de libro electrónico: 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
ebooks	Numérico	Vende libros electrónicos: 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).**

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
conoceCSL	Numérico	La librería conoce las normas CSL (Cadena de Suministro de Libros): 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc
aplicaCSL	Numérico	Las librerías que conocen las normas CSL, aplican estas normas: 1 = Sí 2 = No 9 = Ns/nc

**Descriptivo de la base de datos del Sistema de Indicadores Estadísticos y de Gestión de la Librería de la Comunidad Valenciana. Tabla *Datos económicos*.<sup>27</sup>**

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
Código <sup>28</sup>	Numérico	Código de referencia de la empresa.
CCAA	Texto	Comunidad Autónoma donde se encuentra la empresa.
Data_tanca	Fecha	Fecha de cierre a la que van referidos los datos de balance.
Unitat	Numérico	Unidades en que se encuentran los datos de balance y cuenta de pérdidas y ganancias en la nota del Registro Mercantil. 1 = en Euros 2 = en miles de Euros
Ocupfix1	Numérico	Número de ocupados fijos en la empresa. Si no se conoce, aparece 9999.
Ocupnofix1	Numérico	Número de ocupados eventuales en la empresa. Si no se conoce, aparece 9999.
Ocuptot1	Numérico	Número de ocupados totales en la empresa. Si no se conoce, aparece 9999.
<b><i>Datos de balance: datos del activo</i></b>		
A_ANC1	Numérico	Valor Total Activo No Corriente. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Immobintan1	Numérico	Valor del Inmovilizado intangible. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Immobmat1	Numérico	Valor del Inmovilizado material. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Invimmob1	Numérico	Valor de las inversiones inmobiliarias. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Invgrupllt1	Numérico	Valor de las inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Invfinllt1	Numérico	Valor de las inversiones financieras a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Actius1	Numérico	Valor de los activos por impuesto diferido. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Deut1	Numérico	Valor de los deudores comerciales no corrientes. Si no se conoce, aparece 9999.
A_AC1	Numérico	Valor Total Activo Corriente. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Exist1	Numérico	Valor de las existencias. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Exist0	Numérico	Valor de las existencias en el ejercicio anterior. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Deutcials1	Numérico	Valor de los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar. Si no se conoce, aparece 9999.
A_Clients1	Numérico	Valor de los clientes por ventas y prestaciones de servicios. Si no se conoce, aparece 9999.

<sup>27</sup> En todos los campos de esta tabla, si no se indica lo contrario, los datos hacen referencia al año de estudio – aquí 2008-.

<sup>28</sup> El código es una referencia numérica asignada a cada una de las librerías que han contestado el cuestionario, creado a efectos de garantizar la absoluta confidencialidad de los datos proporcionados.

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

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

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

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
<b><i>Datos de balance: datos del pasivo (continuación)</i></b>		
P_Passius1	Numérico	Valor de los pasivos por impuesto diferido. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Periodilt1	Numérico	Valor de las periodificaciones a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Cdctials1	Numérico	Valor de los acreedores comerciales no corrientes. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deutespllt1	Numérico	Valor de la deuda con características especiales a largo plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_PASSIUC1	Numérico	Valor del Pasivo Corriente. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Provct1	Numérico	Valor de las provisiones a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deuct1	Numérico	Valor de las deudas a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deutgrupct1	Numérico	Valor de las deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Cdctialsct1	Numérico	Valor de los acreedores comerciales y otras cuentas a pagar. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Proveidors1	Numérico	Valor los proveedores. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Altres1	Numérico	Valor de los otros acreedores. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Periodict1	Numérico	Valor de las periodificaciones a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_Deutespct1	Numérico	Valor de la deuda con características especiales a corto plazo. Si no se conoce, aparece 9999.
P_PATRINETPASS1	Numérico	Valor del Total de Patrimonio Neto y Pasivo. Si no se conoce, aparece 9999.
<b><i>Datos de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias: (Debe)/ Haber</i></b>		
PiG_Xifraneg1	Numérico	Valor del importe neto de la cifra de negocios. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Varex1	Numérico	Valor de la variación de las existencias de productos terminados y en curso de fabricación. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Treballs1	Numérico	Valor de los trabajos realizados por la empresa para su activo. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Aprovis1	Numérico	Valor de los aprovisionamientos. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Altresingexplo1	Numérico	Valor de los otros ingresos de explotación. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Desppers1	Numérico	Valor de los gastos de personal. Si no se conoce, aparece 9999.

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

<b>Campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción del campo</b>
<b><i>Datos de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias: (Debe)/ Haber (continuación)</i></b>		
PiG_Altdespexpl01	Numérico	Valor de los otros gastos de explotación. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Amortimmob1	Numérico	Valor de la amortización del inmovilizado. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Imputsubv1	Numérico	Valor de la imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Excesprov1	Numérico	Valor de los excesos de provisiones. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Deterimmob1	Numérico	Valor del deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Altrtat1	Numérico	Valor de otros resultados. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_RtatExplo1	Numérico	Valor del resultado de explotación. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Ingfin1	Numérico	Valor de los ingresos financieros. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Despfin1	Numérico	Valor de los gastos financieros. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Varfin1	Numérico	Valor de la variación de valor razonable en instrumentos financieros. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Difcanvi1	Numérico	Valor de las diferencias de cambio. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Deterfin1	Numérico	Valor del deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_RtatFin1	Numérico	Valor del Resultado Financiero. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_RtataImpt1	Numérico	Valor del Resultado Antes de Impuestos. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Impost1	Numérico	Valor de los impuestos antes de beneficios. Si no se conoce, aparece 9999.
PiG_Rtat1	Numérico	Valor del Resultado del Ejercicio. Si no se conoce, aparece 9999.