

**ESTUDIO REALIZADO CON EL PATROCINIO DEL
MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA**

MAPA DE LIBRERÍAS DE ESPAÑA
Informe ejecutivo

CEGAL
**CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GREMIOS
Y ASOCIACIONES DE LIBREROS**

Dirección y coordinación del estudio:

Xavier Cubeles
Begoña Sanchis
Núria Tomàs

Barcelona, diciembre de 1999

Índice

1. Presentación	1
2. Notas metodológicas.....	3
2.1. Definición del concepto de librería.....	4
2.2. Criterios para la determinación del universo de librerías objeto del estudio y metodología de trabajo	5
2.3. Características del universo de librerías identificadas.....	7
2.4. Nivel de respuesta de la encuesta.....	9
3. La librería y la red de puntos de venta al detalle de libros	11
3.1. La red de puntos de venta al detalle de libros	12
3.2. El universo de librerías de España	18
4. La librería y el mercado de libros en España	27
4.1. Las ventas de libros a través del canal librería/cadena de librería en el mercado interior	28
4.2. La estructura de las ventas en libros del sector de las librerías	30
4.3. La librería y los sectores de la edición y la distribución de libros	34
5. Perfil de las librerías de España: principales resultados de la encuesta.....	36

5.1. Introducción	37
5.2. Principales resultados de la encuesta	38

1. Presentación

- La **CEGAL - Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros** ha promovido, con el patrocinio del **Ministerio de Educación y Cultura**, la realización del presente **Mapa de Librerías de España** con el objetivo de mejorar el conocimiento del sector en España.

En concreto, el **objeto principal del estudio** consiste en la realización de una **encuesta a las librerías de España** con la finalidad de analizar, de forma **detallada**, las características y la actividad de estos establecimientos.

- El presente documento titulado “**Informe ejecutivo**” contiene la **presentación de los principales resultados del trabajo**, y se estructura en los siguientes apartados:

- ➔ **Notas metodológicas.**
- ➔ **La librería y la red de puntos de venta al detalle de libros.**
- ➔ **La librería y el mercado de libros en España.**
- ➔ **Perfil de las librerías de España: principales resultados de la encuesta.**

2. Notas metodológicas

2.1. Definición del concepto de librería

- El **concepto de librería** utilizado para la elaboración del Mapa de Librerías de España responde, fundamentalmente, a los **criterios** siguientes:
 - **Se han incluido las siguientes tipologías de establecimiento de comercio minorista de libros con acceso del público: tiendas tradicionales, grandes almacenes con sección específica de librería, y grandes superficies o cadenas especializadas en cultura/ocio y con oferta de libros.**
 - **No se han incluido:** otro tipo de establecimientos de comercio minorista de libros con acceso del público (como supermercados, hipermercados, etc.), las empresas dedicadas exclusivamente al comercio minorista de libros fuera de establecimiento comercial (venta a distancia, a domicilio, etc.), ni las empresas dedicadas principalmente o exclusivamente al comercio mayorista de libros (como editoriales o distribuidores).
 - Tampoco se han considerado dentro del objeto del trabajo los establecimientos especializados en la venta de libro de segunda mano o antiguo.

2.2. Criterios para la determinación del universo de librerías objeto del estudio y metodología de trabajo

- Sobre la base de los listados de librerías disponibles al inicio de la realización del presente trabajo, se ha trabajado para mejorar su contenido **mediante la exclusión (o incorporación) de empresas relacionadas (o no) en dichos listados, en función de la definición del concepto de librería** anteriormente indicado.

La labor realizada se ha desarrollado de acuerdo con los siguientes **criterios**:

- ➔ Se decidió priorizar el trabajo de **identificación y posterior inclusión en los listados de las librerías con un mayor volumen de negocio** en el sector del libro (es decir, establecimientos con unas ventas anuales en libros superiores a los 25 millones de pesetas).
- ➔ Dadas las características y dimensión del sector del comercio al detalle de libros en España (que, en un sentido amplio, está constituido por un total estimado de 28.300 establecimientos, y respecto al cual no se dispone de un censo completo y exhaustivo), **no se ha pretendido elaborar un censo de la totalidad de comercios que venden libros.**

- Sobre esta base, el **trabajo realizado se ha desarrollado a tres niveles fundamentales:**
 - ➔ **Encuestar directamente al universo de librerías identificadas.**
 - ➔ **Verificar y complementar el universo de librerías solicitando información a ayuntamientos, librerías o bibliotecas en todas las capitales provinciales y municipios de más de 50.000 habitantes.**
 - ➔ **Entrevistar agentes del sector del libro en general y de las librerías en particular** (representantes de gremios o asociaciones de libreros, libreros de diferentes comunidades autónomas, responsables de empresas de distribución y de edición con redes de distribución, y representantes de cadenas de librerías).

2.3. Características del universo de librerías identificadas

- La información obtenida ha permitido **identificar un universo de 3.850 librerías clasificadas según los siguientes estratos** (ver Cuadros 1 y 2):
 - Librerías **grandes** (ventas anuales en libros superiores a 100 M PTA).
 - Librerías **medianas** (ventas anuales en libros entre 25 y 100 M PTA). La muestra de librerías encuestadas ha permitido subdividir esta categoría en dos grupos: librerías **medianas-grandes** (de 50 a 100 M PTA) y librerías **medianas-pequeñas** (de 25 a 50 M PTA).
 - Librerías **pequeñas**: (ventas anuales en libros inferiores a 25 M PTA).
 - **Grandes almacenes**.

En el apartado 3 “La librería y la red de puntos de venta al detalle de libros” del presente documento, se valora específicamente **el alcance y las características de este universo de librerías identificadas**.

Cuadro 1.**Universo de librerías de España identificadas. Por categoría de librería.**

	Número	%
Grandes	176	4,1
Medianas	898	21,0
Pequeñas	2.721	63,7
Grandes almacenes	55	1,4
Total	3.850	100,0

Cuadro 2.**Universo de librerías de España identificadas. Por Comunidades Autónomas.**

	Número	%
Andalucía	508	13,2
Aragón	132	3,4
Asturias	185	4,8
Baleares	62	1,6
Canarias	113	2,9
Cantabria	49	1,3
Castilla-La Mancha	88	2,3
Castilla y León	273	7,1
Cataluña	766	19,9
Comunidad Valenciana	334	8,7
Extremadura	58	1,5
Galicia	349	9,1
La Rioja	42	1,1
Madrid	510	13,2
Murcia	72	1,9
Navarra	72	1,9
País Vasco	237	6,2
Total	3.850	100,0

2.4. Nivel de respuesta de la encuesta

- Se ha obtenido respuesta de 2.066 librerías, cifra que representa el 53,7% del total del universo de librerías identificadas (ver Cuadros 3 y 4).

A título indicativo, y a efectos de proporcionar una orientación del valor estadístico de los datos elaborados, ha estimado el margen de error de la muestra.

Cuadro 3.

Nivel de respuesta de la encuesta a las librerías. Por categoría de librería.

	Universo de de librerías identificadas ⁽¹⁾	Número de cuestionarios respondidos	Nivel de respuesta de la encuesta	Margen de error estimado ⁽²⁾
Grandes	176	111	63,1	± 5,78 %
Medianas	898	425	47,3	± 3,52 %
Pequeñas	2.721	1.359	49,9	± 1,92 %
Total librerías	3.795	2.066	54,4	± 1,49 %
Grandes almacenes	55	0	0,0	-
Total	3.850	2.066	53,7	-

Notas: (1) Elaborado según los criterios expuestos en el apartado 2 del presente documento "Notas metodológicas". En el apartado 3 del documento titulado "La librería y la red de puntos de venta al detalle de libros" del presente documento, se valora específicamente el alcance y las características de este universo de librerías identificadas.

(2) Se ha considerado un intervalo de confianza del 95%. Esta información se presenta solamente a título orientativo.

Cuadro 4.

Nivel de respuesta de la encuesta a las librerías.

Por Comunidades Autónomas.

	Universo de de librerías identificadas ⁽¹⁾	Número de cuestionarios respondidos	Nivel de respuesta de la encuesta	Margen de error estimado ⁽²⁾
Andalucía	496	279	56,3	± 3,96 %
Aragón	130	75	57,7	± 7,54 %
Asturias	182	93	51,1	± 7,27 %
Baleares	60	42	70,0	± 8,52 %
Canarias	112	55	49,1	± 9,66 %
Cantabria	49	34	69,4	± 9,59 %
Castilla-La Mancha	88	46	52,3	± 10,24 %
Castilla y León	269	156	58,0	± 5,20 %
Cataluña	760	439	57,8	± 3,10 %
Comunidad Valenciana	330	172	52,1	± 5,28 %
Extremadura	57	33	57,9	± 11,40 %
Galicia	346	263	76,0	± 3,02 %
La Rioja	42	17	40,5	± 18,94 %
Madrid	498	229	46,0	± 4,86 %
Murcia	70	41	58,6	± 10,12 %
Navarra	72	22	30,6	± 17,89 %
País Vasco	234	70	29,9	± 10,03 %
Total librerías	3.795	2.066	54,4	± 1,49 %
Grandes almacenes	55	0	0,0	-
Total	3.850	2.066	53,7	-

Notas: (1) Elaborado según los criterios expuestos en el apartado 2 del presente documento "Notas metodológicas". En el apartado 3 del documento titulado "La librería y la red de puntos de venta al detalle de libros" del presente documento, se valora específicamente el alcance y las características de este universo de librerías identificadas.

(2) Se ha considerado un intervalo de confianza del 95%. Esta información se presenta solamente a título orientativo.

3. La librería y la red de puntos de venta al detalle de libros

3.1. La red de puntos de venta al detalle de libros

- Para el estudio de la red de puntos de venta al detalle de libros hay que tomar como referencia estadística los datos relativos al número de contribuyentes del **epígrafe 659.4 "Comercio al detalle de libros, periódicos, artículos de papel y escritorio, y artículos de dibujo y bellas artes" del IAE** (ver Cuadro 5)
- El censo de los contribuyentes del IAE en concepto del epígrafe 659.4 refleja **la existencia 10,2 puntos de venta por cada 10.000 habitantes para el conjunto de España el año 1997.**
- Si se toma este valor como referencia, se puede **evaluar la distribución territorial de dichos establecimientos por comunidades autónomas** en los términos siguientes:
 - ➔ Comunidades autónomas con un parque de establecimientos comerciales del epígrafe 659.4 por 10.000 habitantes **superior a la media española: Navarra (15,8), Baleares (13,8), Comunidad Valenciana (12,7), Asturias (11,9), Cantabria (11,7), Madrid (11,2), País Vasco (11,2), Cataluña (11,0), y La Rioja (10,3).**
 - ➔ Comunidades autónomas con un parque de establecimientos comerciales del epígrafe 659.4 por 10.000 habitantes **inferior a la media española: Castilla y León (10,0), Galicia (9,7), Aragón (9,6), Canarias (8,6), Murcia (8,5), Andalucía (8,1), Castilla-La Mancha (7,6), y Extremadura (6,3).**

- A nivel **provincial**, se pueden realizar las siguientes observaciones:
 - ➔ Hay 5 provincias que sobresalen por su **elevado nivel de dotación** de establecimientos por habitante: **Navarra** (15,8), **Baleares** (13,8), **Valencia** (13,8), **Salamanca** (13,3) y **Álava** (13,1).
 - ➔ Contrariamente, hay 7 provincias a destacar por su **baja dotación** de comercios por habitante: **Almería** (7,0), **Cuenca** (7,0), **Soria** (6,9), **Ourense** (6,7), **Córdoba** (6,5), **Ciudad Real** (6,3), y **Cáceres** (5,1).

Cuadro 5.**Comercio al detalle de libros, periódicos, artículos de papel y escritorio,
y artículos de dibujo y bellas artes en España. Año 1997. ⁽¹⁾****Por Comunidad Autónoma y Provincia.**

Comunidad Autónoma	Provincia	Puntos de venta	Puntos de venta por 10.000 hab.
Andalucía	Almería	350	6,98
	Cádiz	892	8,07
	Ceuta	-	-
	Córdoba	497	6,53
	Granada	573	7,09
	Huelva	343	7,54
	Jaén	455	7,02
	Málaga	1.292	10,34
	Melilla	-	-
	Sevilla	1.579	9,26
	Total Andalucía	5.981	8,12
Aragón	Huesca	196	9,47
	Teruel	99	7,16
	Zaragoza	850	10,09
		Total Aragón	1.145
Asturias	Asturias	1.295	11,90
		Total Asturias	1.295
Balears	Balears	1.051	13,82
		Total Balears	1.051
Canarias	Las Palmas	632	7,58
	Santa Cruz de Tenerife	743	9,62
		Total Canarias	1.375
Cantabria	Cantabria	620	11,75
		Total Cantabria	620

Cuadro 5.**Comercio al detalle de libros, periódicos, artículos de papel y escritorio,
y artículos de dibujo y bellas artes en España. Año 1997. ⁽¹⁾****Por Comunidad Autónoma y Provincia. (Continuación)**

Comunidad Autónoma	Provincia	Puntos de venta	Puntos de venta por 10.000 hab.
Castilla-La Mancha	Albacete	294	8,19
	Ciudad Real	304	6,35
	Cuenca	141	6,99
	Guadalajara	112	7,12
	Toledo	444	8,61
	Total Castilla-La Mancha		1.295
Castilla-León	Ávila	124	7,32
	Burgos	312	8,91
	León	489	9,45
	Palencia	146	8,09
	Salamanca	470	13,31
	Segovia	124	8,39
	Soria	64	6,89
	Valladolid	629	12,83
	Zamora	146	7,04
	Total Castilla-León		2.504
Cataluña	Barcelona	5.088	10,99
	Girona	561	10,57
	Lleida	419	11,75
	Tarragona	660	11,48
	Total Cataluña		6.728
Comunidad Valenciana	Alicante	1.587	11,50
	Castellón	503	11,01
	Valencia	2.994	13,78
	Total Com. Valenciana		5.084

Cuadro 5.**Comercio al detalle de libros, periódicos, artículos de papel y escritorio,
y artículos de dibujo y bellas artes en España. Año 1997. ⁽¹⁾****Por Comunidad Autónoma y Provincia. (Continuación)**

Comunidad Autónoma	Provincia	Puntos de venta	Puntos de venta por 10.000 hab.
Extremadura	Badajoz	469	7,14
	Cáceres	209	5,06
	Total Extremadura	678	6,34
Galicia	A Coruña	1.278	11,51
	Lugo	287	7,75
	Ourense	232	6,69
	Pontevedra	866	9,46
	Total Galicia	2.663	9,71
La Rioja	La Rioja	272	10,27
	Total La Rioja	272	10,27
Madrid	Madrid	5.641	11,23
	Total Madrid	5.641	11,23
Murcia	Murcia	933	8,50
	Total Murcia	933	8,50
Navarra	Navarra	822	15,79
	Total Navarra	822	15,79
País Vasco	Álava	371	13,16
	Guipúzcoa	737	10,90
	Vizcaya	1.247	10,94
	Total País Vasco	2.355	11,22
Total general		40.442	10,19

Nota (1) Contribuyentes del Impuesto de Actividades Económicas (IAE) del año 1997 por el epígrafe 659.4: "Comercio al detalle de libros, periódicos, artículos de papel y escritorio, y artículos de dibujo y bellas artes".

- Sin embargo, hay que tener en cuenta que **los datos relativos a los contribuyentes del IAE no se refieren exclusivamente a los puntos de venta de libros** (ya que incluyen comercios dedicados a la venta de otro tipo de productos de papelería, prensa, bellas artes, etc.).

Sin embargo, es posible realizar la siguiente aproximación para conocer **la importancia relativa de los puntos de venta de libros y de las librerías en el sector del comercio al detalle incluido en el epígrafe 659.4 del IAE:** ¹

- Aproximadamente, **el 70% de los contribuyentes de IAE son puntos de venta de libros en un sentido amplio** (unos 28.300 comercios en España).
- **De estos puntos de venta de libros, solamente alrededor de un 6% pueden ser considerados librerías**, es decir, tiendas en las que el libro es el producto exclusivo o principal (aproximadamente unos 1.700 comercios para el conjunto de España).
- También existe una amplia gama de **establecimientos que ofrecen conjuntamente libros y artículos de papelería** (combinados de forma variable, sin que el libro sea el principal producto del negocio), **que representan alrededor del 50% del total de puntos de venta de libros** (aproximadamente 14.150 puntos de venta en España).
- Finalmente, **el 44% restante del total de puntos de venta de libros son otro tipo de comercios** como quioscos, locales, estancos, ventanillas, etc. (aproximadamente unos 12.450 establecimientos).

¹ Según datos aportados por la empresa Distribarna (del Grupo MIDESA) relativos a Cataluña y extrapolados al conjunto de España a partir del censo de contribuyentes del IAE.

3.2. El universo de librerías de España

- **Toda encuesta sobre el sector de las librerías de España está condicionada por la inexistencia de un censo completo de este tipo de establecimientos, que permita determinar el valor estadístico de la información elaborada.**

En consecuencia, desde una perspectiva de rigor metodológico, **se ha considerado necesario analizar comparativamente el universo de 3.850 librerías utilizado para la realización del presente trabajo con otras fuentes de información. De esta manera, es posible obtener elementos de referencia que permitan valorar la calidad de los datos analizados.**

- Para ello, ha sido de gran utilidad disponer (además de los datos examinados en el apartado anterior y elaborado a partir del censo de contribuyentes del IAE), de **la información presentada en el "16 Congreso Nacional de Libreros" de Cádiz del año 1998, que expone los resultados de un trabajo realizado sobre la base de un universo de 5.903 puntos de venta** (ver Cuadro 6 en el que se comparan las características de los tres universos considerados).

- Este análisis del universo de librerías identificadas para la realización del presente estudio, se ha realizado a tres niveles complementarios:
 - ➔ Según la estratificación del universo a partir de la **categoría de la librería (o su volumen de ventas anuales en libros)**.
 - ➔ Según la **distribución territorial de la librerías por intervalos de población municipal**.
 - ➔ Según la **distribución territorial de las librerías por comunidades autónomas**.

- Tanto el universo de 3.850 librerías identificadas para la realización del presente estudio, como el constituido por 5.903 puntos de venta permiten una **estratificación según el volumen de ventas anuales en libros de la librería** (ver Cuadro 6). El análisis de ambas fuentes de información permite subdividir los respectivos universos en dos grandes segmentos de librería:
 - ➔ **Librerías con ventas en libros superiores a 25 M PTA (incluyendo los grandes almacenes)**: en ambos universos este segmento de librerías concentra aproximadamente el 30% del total de establecimientos identificados. En consecuencia, parece claro que las librerías con unas mayores ventas en libros representan una parte minoritaria del total de establecimientos del sector en España.

En términos absolutos, este segmento tiene una diferente magnitud según el universo considerado: en el universo de 5.903 puntos de venta, éste asciende a 1.818, mientras que en el universo elaborado a efectos del presente estudio se identifican un total 1.129 comercios en este estrato de ventas. Esta diferencia se puede explicar, en gran parte, por dos razones de carácter complementario. Por un lado, existe

la posibilidad de que este segmento de grandes y medianas librerías esté infravalorado en el universo de 3.850 puntos de venta. Por otro lado, también es posible que el universo de 5.903 puntos de venta incluya ciertas tipologías de comercio no contempladas en el otro universo considerado (como hipermercados, etc.).²

No obstante, hay que señalar que la estimación de las ventas en libros realizada a partir de los datos obtenidos de la encuesta realizada en el presente estudio, y sobre la base del universo de 3.850 puntos de venta, presenta un notable grado de coherencia con la información disponible del mercado interior del libro en España (circunstancia que no se da en relación con el universo de 5.903 puntos de venta, a no ser que éste incluya hipermercados y otros establecimientos de comercio al detalle de libros no considerados a efectos del presente estudio).³

- ➔ **Librerías con ventas anuales en libros inferiores a 25 M PTA:** este segmento del universo es, sin duda, el más difícil de delimitar de forma precisa (ya que, en la práctica, resulta difícil diferenciar entre las librerías de este segmento que se dedican exclusiva o principalmente a la venta de libros, de otros puntos de venta de libros). En cualquier caso, es claro que la cifra de puntos de venta de este segmento puede ser mucho mayor tanto en el universo de 3.850 puntos de venta, como en el de 5.903 (tal y como se refleja en el tercer universo de 15.850 puntos de venta estimado a partir de los datos del IAE y de Distribarna, y que se fundamenta en un concepto amplio de librería).

² La posible infravaloración del grupo de librerías grandes y medianas en el universo de librerías identificadas para el presente estudio supondría la existencia de un mayor margen de error para la muestra de librerías encuestadas (ver apartado 2 del presente documento "Notas metodológicas").

³ Ver apartado 4.2. del presente documento.

Cuadro 6
Estratificación y características de los tres universos de librerías de España analizados.

	<i>Estratificación del universo</i>	<i>Características del universo</i>
Universo de 15.850 puntos de venta <i>Fuente: Estimación a partir de datos IAE y Distribarna.</i>	1.700 librerías (el 10,7% del total)	No se define exactamente el criterio de segmentación del universo en librerías y librerías/papelerías.
	14.150 librerías/papelerías (el 89,3% del total)	Parece que es el universo que comprende el concepto de librería en un sentido más amplio, sobretodo en relación con los pequeños comercios (librerías/papelerías).
Universo de 5.903 puntos de venta <i>Fuente: Ponencia presentada en el "16 Congreso Nacional de Libreros" celebrado en Cádiz (1998).</i>	396 puntos con ventas en libros superiores a 100 M PTA (6,7%)	Define un criterio preciso de estratificación del universo según el volumen de ventas anuales en libros.
	1.422 puntos con ventas en libros entre 25 y 100 M PTA (24,1%)	No restringe la tipología de puntos de venta considerados en el universo (puede incluir más tipologías que el universo de 3.850 puntos de venta).
	4.085 puntos con ventas en libros inferiores a 25 M PTA (69,2%)	
Universo de 3.850 puntos de venta <i>Fuente: elaboración propia.</i>	176 puntos con ventas en libros superiores a 100 M PTA (4,6%)	Define un criterio preciso de estratificación del universo en función del volumen de ventas anuales en libros (e identifica específicamente los grandes almacenes).
	55 grandes almacenes (1,4%)	
	898 puntos con ventas en libros entre 25 y 100 M PTA (23,3%)	Restringe la tipología de puntos de venta considerados en el universo: tiendas tradicionales, grandes almacenes y grandes superficies especializadas (excluye hipermercados, empresas de venta a domicilio, etc.).
	2.721 puntos con ventas en libros inferiores a 25 M PTA (70,7%)	

- El segundo nivel de valoración del universo de librerías identificadas para la realización del presente estudio hace referencia a la **distribución territorial de la librerías por intervalos de población municipal**. Respecto de esta cuestión, todo indica que en dicho universo existe una infravaloración de las librerías existentes en los municipios de menor población (sobretudo en aquellos núcleos urbanos de menos de 10.000 habitantes). No obstante, hay que señalar que la mayoría de los establecimientos existentes en estos municipios de menor dimensión son librerías pequeñas.
- Por último, se plantea el **análisis de la distribución de las librerías por comunidades autónomas**. La información disponible desglosada a este nivel permite comparar los tres universos de puntos de venta de libros considerados. Así, por comunidades autónomas pueden realizarse las observaciones siguientes (ver el Cuadro 6. y, respecto al IAE, Cuadro 5):

→ **Hay 6 comunidades que tienen una dotación de puntos de venta de libros superior a la media del total de España** (tanto en el universo de 3.850 librerías como en el de 5.903. puntos de venta): **Aragón, Asturias, La Rioja, Madrid, Navarra y País Vasco**.

De éstas, **todas tienen un número de contribuyentes del IAE por habitante también superior a media española, excepto Aragón, que sitúa por debajo de dicha media**. La desigual posición de Aragón según la fuente estadística considerada se puede explicar, probablemente, por la importancia de Zaragoza en la estructura territorial y de población de esta comunidad.

→ **Hay 7 comunidades que tienen una dotación de puntos de venta de libros inferior a la media del total de España** (en los dos mismos universos de librerías considerados): **Andalucía, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Extremadura y Murcia**.

De éstas, **todas tienen un número de contribuyentes del IAE por habitante también inferior a la media española, excepto Baleares, que se sitúa por encima de dicha media.** La desigual posición de las Baleares según la fuente estadística considerada también se puede explicar, probablemente, por las peculiares características de la estructura territorial (sobretudo la condición de insularidad) y de población de esta comunidad.

→ **Hay, finalmente, 4 comunidades respecto a las cuales se obtiene un diferente resultado según la fuente de información considerada:**

- a) **Castilla y León, Cataluña y Galicia:** en estas comunidades, el número de librerías por habitante es ligeramente inferior a la media española en el caso del universo de 5.903 puntos de venta y, en cambio, es superior en el universo de 3.850 puntos de venta.

De estos tres casos, solamente en Cataluña se da una relación de contribuyentes al IAE superior a la media española. **Este hecho puede indicar una tendencia a la infravaloración de la cantidad de librerías de Cataluña en el universo de 5.903 puntos de venta.**

En cambio, **parece que el universo utilizado para el presente estudio en los casos de Castilla y León y de Galicia puede estar supervalorado en comparación con otras comunidades, especialmente en el segmento de librerías pequeñas.**

- b) **Comunidad Valenciana:** Contrariamente, el número de librerías por habitante en esta comunidad es superior a la media española en el caso del universo de 5.903 puntos de venta y, en cambio, es inferior

en el universo elaborado para el presente estudio. Además, en esta comunidad se da una relación de contribuyentes al IAE superior a la media española. En consecuencia, **parece que el universo utilizado para el presente estudio puede estar infravalorado en comparación con otras comunidades.**

Cuadro 6.

Distribución territorial de los universos de librerías de España.

Por comunidades autónomas.

	Universo de 3.850 puntos de venta ⁽¹⁾			Universo de 5.903 puntos de venta ⁽²⁾		
	Número	%	Puntos de venta por habitante (x 1.000.000)	Número	%	Puntos de venta por habitante (x 1.000.000)
Andalucía	508	13,2	69,0	697	11,8	94,7
Aragón	132	3,4	111,2	254	4,3	213,9
Asturias	185	4,8	170,1	255	4,3	234,4
Baleares	62	1,6	81,5	82	1,4	107,8
Canarias	113	2,9	70,3	168	2,8	104,6
Cantabria	49	1,3	92,9	71	1,2	134,6
Castilla-La Mancha	88	2,3	51,4	179	3,0	104,5
Castilla y León	273	7,1	108,8	341	5,8	135,9
Cataluña	766	19,9	125,8	834	14,1	136,9
Comunidad Valenciana	334	8,7	83,3	717	12,1	178,8
Extremadura	58	1,5	54,2	97	1,6	90,6
Galicia	349	9,1	127,3	390	6,6	142,2
La Rioja	42	1,1	158,5	52	0,9	196,3
Madrid	510	13,2	101,5	933	15,8	185,8
Murcia	72	1,9	65,6	124	2,1	113,0
Navarra	72	1,9	138,3	104	1,8	199,8
País Vasco	237	6,2	113,0	605	10,2	288,4
Total general	3.850	100,0	97,1	5903	100,0	148,8

Notas: (1) Fuente: elaboración propia

(2) Fuente: Ponencia presentada en el "16 Congreso Nacional de Libreros" celebrado en Cádiz (1998).

4. La librería y el mercado de libros en España

4.1. Las ventas de libros a través del canal librería / cadena de librería en el mercado interior

- Sobre la base de los datos relativos a las ventas en el mercado interior del libro en España del año 1993 al 1998, hay que destacar las siguientes cuestiones (ver Cuadro 7.):

→ El año 1998, las librerías/cadenas de librerías concentraron el **40,2% de las ventas totales en el mercado interior del libro de España**, con una cifra total de ventas (a precio tapa e IVA incluido) de **157.991 M PTA.**

Actualmente, las librerías/cadenas de librerías constituyen, y de forma destacada, el principal canal de venta de libros en España.

→ La evolución de las ventas desde el año 1993 al año 1998 refleja, por un lado, un **notable crecimiento del peso de las ventas a través del conjunto de establecimientos comerciales** (librerías/cadenas de librerías, grandes superficies y quioscos): este segmento representaba el **53,6% del mercado interior el año 1993, cuota que asciende al 62,1% el año 1998.:**

→ Una importante pérdida de cuota de mercado del conjunto de canales de venta directa de libros (es decir, de la venta a crédito, a particulares puerta a puerta, por correo y clubes), **que desciende del 37,0% el año 1993 al 27,3% el año 1998.**

Cuadro 7.**La librería y los otros canales de venta en el mercado interior del libro de España. Evolución 1993-1998. (a precio tapa e IVA incluido, y en M PTA)**

	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Librerías/cadenas de librerías ⁽¹⁾	119.500	118.565	115.984	127.961	149.400	157.991
Grandes superficies	22.494	31.765	33.499	38.686	43.412	45.590
Quioscos	46.394	52.449	57.272	47.241	41.066	40.480
Empresas/instituciones privadas	12.653	12.928	11.887	15.251	19.164	24.367
Instituciones públicas	9.138	7.018	6.484	8.928	7.822	7.860
Otras editoriales	4.218	4.432	5.403	4.092	3.129	1.965
Organismos venta a crédito	15.816	15.513	18.730	36.082	37.155	33.799
Particulares. (puerta a puerta)	74.512	74.611	61.954	37.942	44.194	36.550
Particulares (correo)	19.331	20.315	16.929	23.435	18.773	18.079
Particulares (clubes)	20.385	22.162	20.892	21.203	16.035	18.865
Internet					391	393
Otros canales	7.029	9.603	10.806	11.531	10.560	6.681
Total	351.470	369.360	360.200	371.980	391.100	393.013

Nota: (1): A partir del año 1997, el epígrafe librerías incluye las cadenas de librerías (El Corte Inglés, Crisol, FNAC, Casa del Libro, Vip's y similares). Así, el epígrafe grandes superficies se refiere a hipermercados (Alcampo, Continente, Pryca, y afines).

Fuente: Federación de Gremios Editores de España / Precisa (1999)

4.2. La estructura de las ventas en libros del sector de las librerías.

- **Los datos elaborados a partir de la encuesta a 2.066 librerías, y extrapolados según el censo elaborado de 3.795 establecimientos identificados, permite realizar una aproximación en este sentido.**

Las ventas totales en libros a través del canal librerías/cadenas de librerías en el mercado interior de España, que ascendieron a 149.400 M PTAS el año 1997 (ver Cuadro 7. anterior) -es decir, unas ventas aproximadas de 143.650 M PTAS sin IVA- proporcionan el marco de referencia en el que deben circunscribirse los resultados obtenidos a partir de la encuesta.

- **Se ha estimado que el universo de 3.795 librerías identificadas realiza unas ventas totales de 115.318 M PTAS (sin incluir los grandes almacenes). Esta cifra representa el 80,3% de las ventas totales del canal Librerías/cadenas de librerías (ver Cuadro 8).**

- A título de **conclusión**, la estructura de las ventas a través del canal de las librerías se caracteriza por (ver Cuadro 8).⁴

→ **Existe un notable grado de concentración de las ventas de libros en el segmento de librerías grandes** (176 comercios representan una cuota del mercado de las librerías estimada del 31,7%) **y, en menor medida, en el segmento de librerías medianas** (898 establecimientos que representan el 30,2% de las ventas del sector).

Conjuntamente, se estima que las librerías grandes y medianas concentran el 61,9% de las ventas totales del sector.

Este grado de concentración se acentúa si se consideran las ventas de libros que se realizan a través de los 55 grandes almacenes identificados, los cuales deben ser considerados como un segmento con un importante peso específico en las ventas del conjunto del sector.

⁴ Hay que señalar que los datos obtenidos reflejan un notable paralelismo con los resultados del estudio elaborado a partir de un censo de 5.903 puntos de venta de libros (ver apartado 4 anterior del presente documento). Concretamente, según esta información, se estima la siguiente distribución de las ventas totales por categoría de puntos de venta: grandes (42,4%), medianos-grandes (20,9%), medianos-pequeños (19,2%) y pequeños (17,6%). Tal como se ha dicho, parece que dicho estudio contempla una tipología de establecimientos comerciales más amplia a la de Librerías/cadenas de librerías, ya que se estiman unas ventas totales para el universo considerado de 131.786 M PTAS el año 1996 (cifra superior a los 127.961 M PTA correspondientes al canal Librerías/Cadenas de librerías del mismo año; ver Cuadro 7.).

- ➔ **Existe un sector altamente atomizado de librerías pequeñas. De éstas, se estima que los 2.721 establecimientos identificados concentran el 18,4% del total de las ventas.** Hay que tener en cuenta que el universo de librerías de esta categoría es muy superior al número de comercios encuestados. No obstante, dada la metodología de elaboración del universo de librerías del presente estudio, se puede considerar que la gran mayoría de las librerías de este segmento no identificadas en dicho universo, tienen un promedio de ventas en libros inferior al de los establecimientos encuestados.
- En este sentido, los datos obtenidos de la encuesta indican que **a medida que decrece el volumen de ventas en libros de la librería, existe un menor porcentaje de librerías con una evolución positiva de las ventas respecto del año anterior:** hay un 67,6% de las librerías grandes que afirman haber realizado unas ventas superiores el año 1997 respecto del año anterior, porcentaje que tan sólo es del 32,5% para el segmento de librerías pequeñas.

En consecuencia, parece que existe una tendencia a una mayor concentración de las ventas en las grandes y medianas librerías.

Cuadro 8.**Estructura de las ventas de libros a través del sector de las librerías de España.****Año 1997.****Por categorías de librería.**

	Puntos de venta de la muestra	Promedio de ventas por librería	Ventas totales estimadas (sin IVA)	Porcentaje sobre total muestra	Porcentaje sobre total sector
Grandes	176	259,1	45.602	39,5	31,7
Medianas-grandes	302	72,8	21.986	19,1	15,3
Medianas-pequeñas	596	35,8	21.337	18,5	14,9
Pequeñas	2.721	9,7	26.394	22,9	18,4
Total muestra ⁽¹⁾	3.795	30,4	115.318	100,0	80,3
Total sector librerías/ cadenas de librerías ⁽¹⁾			143.650		100,0

Nota: (1) Incluye tiendas tradicionales, cadenas de librerías y grandes superficies especializadas. No incluye grandes almacenes.

(2) Incluye grandes almacenes, además de las tiendas tradicionales, las cadenas de librerías y las grandes superficies especializadas

Fuente: Elaboración propia y Federación de Gremios Editores de España / Precisa (1998)

4.3. La librería y los sectores de la edición y la distribución de libros

- La posición de la librería en el mercado de libro está condicionada por **la elevada concentración empresarial que caracteriza los sectores de la edición y la distribución de libros.**

Concretamente, se observa la siguiente estructura de las actividades de la edición y la distribución en España:

- ➔ En el sector de la **edición** de libros, hay 62 empresas con unas ventas anuales en libros superiores a 1.000 M PTA, es decir, el **10,2% del total de empresas, que concentran el 78,9% de las ventas totales en libros del sector.**
- ➔ En el sector de la **distribución editorial**, existen 40 empresas con unas ventas anuales superiores a 3.000 M PTA, es decir, el **18,6% del total de empresas, que concentran el 69,2% de las ventas totales del sector, y el 73,7% de las ventas totales realizadas específicamente en libros.**

- **Comparativamente, el grado de concentración empresarial de los sectores de la edición y la distribución en España es, en consecuencia, muy superior al que existe a nivel de las librerías** (en el que, aproximadamente, el 60% de las ventas del sector se concentran en más de 1.000 puntos de venta).

-

Esta situación condiciona en gran medida la dinámica de negociación entre los distintos agentes que configuran el sector del libro, que en principio tiende a ser favorable para las empresas que concentran un mayor volumen de negocio.

Ante ello, deben señalarse **dos cuestiones** que pueden tener una cierta incidencia en este sentido:

- ➔ Hay que destacar la **existencia de cadenas de librerías que permiten concentrar la capacidad de compra de los distintos puntos de venta que integra.**
- ➔ También existen **grandes librerías independientes en muchas de las ciudades españolas de mayor población, que ocupan una clara posición de liderazgo en el mercado local.** Entonces, la venta de libros en estas áreas urbanas puede estar relativamente dominada por estos establecimientos. Así mismo, la asociación de estas grandes librerías a nivel supralocal puede mejorar la posición de negociación en el sector (opción que, por otro lado, requiere superar los retos que plantea la organización de una estructura integrada por un elevado número de empresas diferentes).

5. Perfil de las librerías de España: principales resultados de la encuesta

5.1. Introducción

- Los datos obtenidos de la encuesta a la muestra de librerías hacen referencia a las **siguientes cuestiones**:
 - a) Características generales de las librerías.
 - b) Dimensión de las librerías.
 - c) Personal de las librerías.
 - d) Actividad comercial de la librería.
 - e) Indicadores de rentabilidad de la librería.
 - f) Informatización de la librería.
 - g) Sistemas de pedido de la librería.
 - h) Oferta de servicios asociados a la librería.

- A continuación, **se reproducen de forma sintética los principales resultados de la encuesta por categorías de librería** (Ver Cuadro 9).

Cuadro 9.
Perfil de las librerías de España. Por categorías de librería.

	Grandes	Medianas-grandes	Medianas-pequeñas	Pequeñas	Total
A. Datos generales					
A.1. Tipología de librería (porcentaje de librerías)					
General	38,7%	39,9%	46,8%	74,0%	65,4%
Especializada	27,9%	25,2%	30,1%	16,0%	19,6%
General con especialización	33,3%	35,0%	22,7%	10,0%	14,9%
NS/NC	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%	0,1%
A.2. Pertenencia a una empresa propietaria de otros puntos de venta de libros (porcentaje de librerías)					
	media (48,6%)	media-baja (33,6%)	media-baja (27,7%)	baja (10,0%)	baja (16,6%)
A.3. Pertenencia a asociaciones empresariales (porcentaje de librerías)					
Pertenencia a la CEGAL	alta (82,9%)	media-alta (66,4%)	media (58,9%)	media-baja (36,0%)	media (44,4%)
Pertenencia al Gremio Provincial	media-alta (78,4%)	media-alta (64,3%)	media-alta (55,3%)	media (54,4%)	media (54,6%)
Pertenencia a otras asociaciones empresariales	baja (14,4%)	baja (16,1%)	baja (16,3%)	media-baja (20,2%)	baja (18,9%)
B. Dimensión					
B.1. Superficie de la librería (promedio)					
Superficie del área de acceso al público	372,0 m2	148,0 m2	93,2 m2	51,4 m2	84,2 m2
Superficie del almacén	129,2 m2	56,3 m2	48,3 m2	32,0 m2	42,2 m2
Superficie del escaparate	11,8 m2	8,3 m2	7,9 m2	5,3 m2	6,4 m2
Superficie de otros espacios de la librería	42,8 m2	4,2 m2	4,5 m2	1,2 m2	4,2 m2
B.2. Volúmenes en existencias (promedio)					
Número de volúmenes en existencias	59.119	23.272	21.166	4.834	12.867
B.3. Composición de las existencias (promedio)					
Porcentaje de existencias compradas	79,7	79,4	79,5	77,9	78,4
Porcentaje de existencias en régimen de depósito	20,3	20,6	20,5	22,1	21,6

Cuadro 9.
Perfil de las librerías de España. Por categorías de librería. (continuación)

	Grandes	Medianas-grandes	Medianas-pequeñas	Pequeñas	Total
C. Personal					
C.1. Trabajadores y meses trabajados (promedio)					
Trabajadores fijos	12,2	4,1	2,7	1,6	2,6
Trabajadores eventuales	1,6	0,7	0,5	0,3	0,4
Meses trabajados por el total de trabajadores	146,7	48,0	31,9	18,9	30,8
C.2. Existencia de trabajadores con algún tipo de minusvalía (porcentaje de librerías)					
	baja (7,2%)	muy baja (2,1%)	muy baja (1,4%)	muy baja (1,6%)	muy baja (1,8%)
C.3. Inversión en la formación de los empleados en los dos últimos años (porcentaje de librerías)					
	media-alta (68,4%)	media-baja (39,9%)	media-baja (39,7%)	media-baja (21,6%)	media-baja (27,9%)
C.4. Lengua hablada por el personal dedicado a la atención al público en aquellas comunidades con dos lenguas oficiales (porcentaje de librerías)					
Sólo castellano	2,0%	9,9%	12,0%	9,4%	10,3%
Sólo la otra lengua oficial	0,0%	1,2%	3,2%	5,3%	4,1%
Ambas lenguas	96,1%	87,6%	84,0%	84,6%	84,5%
NS/NC	2,0%	1,2%	0,8%	0,7%	1,1%

Cuadro 9.
Perfil de las librerías de España. Por categorías de librería. (continuación)

	Grandes	Medianas-grandes	Medianas-pequeñas	Pequeñas	Total
D. Actividad					
D.1. Número de volúmenes vendidos el último año (promedio)	140.426	41.689	21.411	5.309	29.153
D.2. Ventas del último año (promedio)					
Ventas totales por librería	357,5 M PTA	83,6 M PTA	46,5 M PTA	18,0 M PTA	61,1 M PTA
Ventas en libros por librería	259,1 M PTA	72,8 M PTA	35,8 M PTA	9,7 M PTA	42,4 M PTA
D.3. Posición en el mercado del libro					
Ventas en libros totales (suma)	45.602 M PTA	21.986 M PTA	21.337 M PTA	26.394 M PTA	115.318 M PTA
Cuota de mercado (porcentaje de las ventas respecto el total de ventas de las librerías en España)	31,7%	15,3%	14,9%	18,4%	80,3%
D.4. Composición de las ventas totales según el tipo de producto vendido (promedio)					
Porcentaje de ventas en libros	87,1	88,1	80,9	53,8	62,7
Porcentaje de ventas en libros en general	62,3	59,1	54,3	37,3	43,3
Porcentaje de ventas en libros de texto universitario	12,8	14,5	12,2	3,4	6,1
Porcentaje de ventas en libros de texto no universitario	12,0	14,6	14,4	13,1	13,3
Porcentaje de ventas en revista y quiosco	4,4	3,5	4,9	11,9	10,0
Porcentaje de ventas en papelería	3,7	5,8	9,7	24,1	19,1
Porcentaje de ventas en música y vídeo	2,4	0,7	1,2	1,5	1,4
Porcentaje de ventas en artículos de regalo	1,0	0,9	1,8	5,9	4,5
Porcentaje de ventas en otros artículos	1,5	0,9	1,4	2,8	2,3
D.5. Composición de las ventas en libros según la lengua de publicación (promedio)					
Porcentaje de ventas de libros en castellano	76,1	79,3	81,1	78,3	78,9
Porcentaje de ventas de libros en otras lenguas oficiales en España	11,0	11,4	9,7	16,6	14,4
Porcentaje de ventas de libros en lengua extranjera	12,9	9,4	9,1	5,1	6,7
D.6. Composición de las ventas en libros según el canal de venta utilizado (promedio)					
Porcentaje de ventas de libros realizadas en el local de la librería	82,2	88,3	90,6	95,9	93,6
Porcentaje de ventas de libros por correo	8,0	5,1	3,7	1,9	2,9
Porcentaje de ventas de libros a través de visitas	3,2	4,7	3,8	1,1	2,0
Porcentaje de ventas de libros por internet	0,7	0,3	0,6	0,1	0,2
Porcentaje de ventas de libros a través de otros canales	5,9	1,6	1,3	0,8	1,3
D.7. Evolución de las ventas respecto a las del año anterior (porcentaje de librerías)					
Superiores	67,6%	58,7%	50,0%	32,5%	37,9%
Iguales	21,6%	18,2%	29,8%	30,9%	28,9%
Inferiores	9,9%	17,5%	15,2%	28,6%	24,8%
NS/NC	0,9%	5,6%	5,0%	8,0%	8,4%

Cuadro 9.
Perfil de las librerías de España. Por categorías de librería. (continuación)

	Grandes	Medianas-grandes	Medianas-pequeñas	Pequeñas	Total
E. Grado de informatización					
E.1. Informatización de la gestión de las existencias <i>(porcentaje de librerías)</i>	alta (82,9%)	media-alta (79,7%)	media-alta (62,4%)	media-baja (28,7%)	media (40,7%)
E.2. Tipo de programa utilizado en las librerías con la gestión de las existencias informatizada <i>(porcentaje de librerías)</i>					
Programa propio	51,6%	36,0%	33,1%	34,2%	36,7%
Programa adquirido	45,2%	57,9%	61,8%	56,5%	56,3%
NS/NC	3,2%	6,1%	5,1%	9,3%	7,0%
E.3. Disposición de servicio de consulta de la oferta editorial a través del empleado <i>(porcentaje de librerías)</i>	alta (93,7%)	alta (93,7%)	alta (83,0%)	media (54,7%)	media-alta (63,7%)
E.4. Disposición de servicio de consulta de la oferta editorial a través del cliente <i>(porcentaje de librerías)</i>	media-baja (37,8%)	media-baja (37,1%)	media-baja (24,5%)	baja (11,4%)	baja (16,6%)
E.5. Equipos de estación multimedia a disposición de los clientes					
Disposición de equipos <i>(porcentaje de librerías)</i>	media (56,8%)	media-baja (35,7%)	media-baja (24,5%)	baja (5,8%)	baja (13,5%)
Número de equipos <i>(promedio)</i>	1,7	1,4	1,3	1,2	1,4
F. Sistemas de pedido y oferta de servicios asociados a la librería					
F.1. Sistemas de pedido utilizados por la librería según el canal <i>(promedio)</i>					
Porcentaje de pedidos por teléfono	18,2	25,8	32,9	43,1	38,7
Porcentaje de pedidos por fax	43,4	49,9	47,2	31,8	36,2
Porcentaje de pedidos por ordenador-módem-fax	20,2	6,7	5,9	1,7	3,6
Porcentaje de telepedidos	0,1	0,7	0,4	0,1	0,2
Porcentaje de pedidos a través de internet	4,7	2,0	1,7	0,4	0,9
Porcentaje de pedidos a través de otros canales	13,5	15,0	11,7	22,7	20,3
F.2. Oferta del servicio de edición de catálogos <i>(porcentaje de librerías)</i>	media-alta (62,2%)	media (42,7%)	media-baja (33,0%)	baja (15,7%)	media-baja (23,1%)
F.3. Oferta del servicio de importación /exportación de libros <i>(porcentaje de librerías)</i>	media-alta (79,3%)	media (55,9%)	media-baja (39,7%)	baja (13,9%)	media-baja (24,7%)
F.4. Accesibilidad a personas de movilidad reducida <i>(porcentaje de librerías)</i>	media-alta (60,4%)	media-alta (72,7%)	media-alta (67,7%)	media-alta (65,8%)	media-alta (66,%)