

Ministerio de Cultura y Deporte
Madrid, noviembre de 2019



Este proyecto ha recibido una ayuda de:



Estudios del Observatorio de la Librería

Rafael Bravo, Victoria Bordonaba, José M. Pina
Universidad de Zaragoza



Departamento de
Dirección de Marketing e
Investigación de Mercados
Universidad Zaragoza

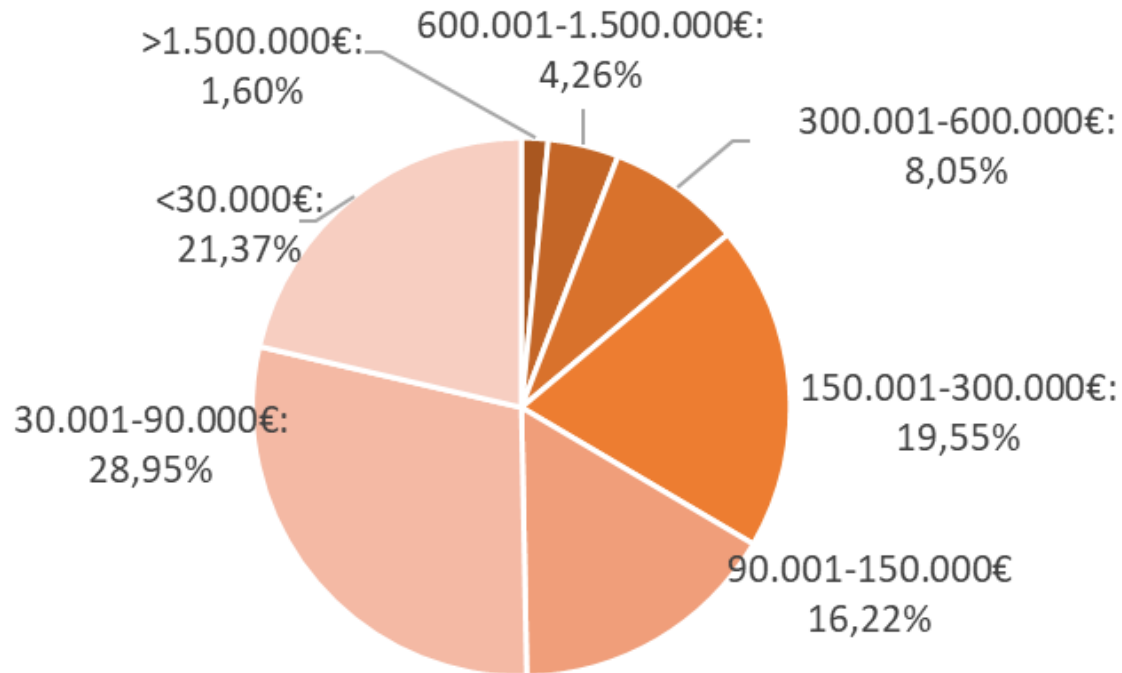
1. Mapa de librerías
2. Análisis de las magnitudes contables
3. Barómetro de ventas
4. Informe SIEGLE

1. Mapa de librerías

CANAL	OLEADA	FECHAS	FICHAS ACTUALIZADAS
Email	1ª oleada	13-17 marzo	883
	2ª oleada	18-20 marzo	
	3ª oleada	21-26 marzo	
Teléfono	1ª oleada	25-27 marzo	321
	2ª oleada	27 marzo - 2 abril	
	3ª oleada	4-6 abril	
		Total	1.204

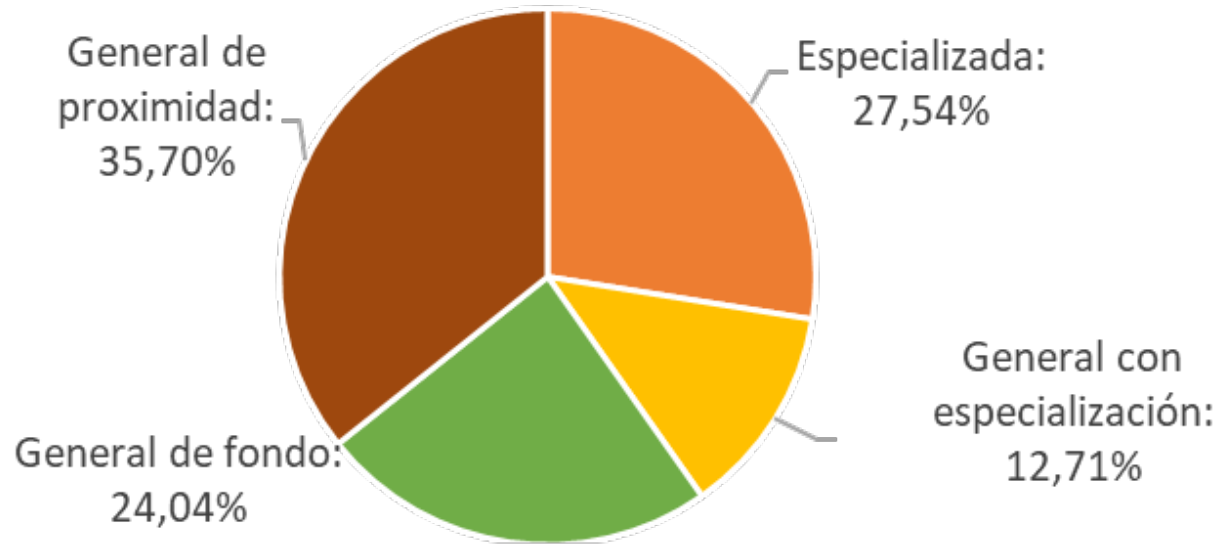
Actualización de las fichas en un 33,9% del censo

1. Mapa de librerías



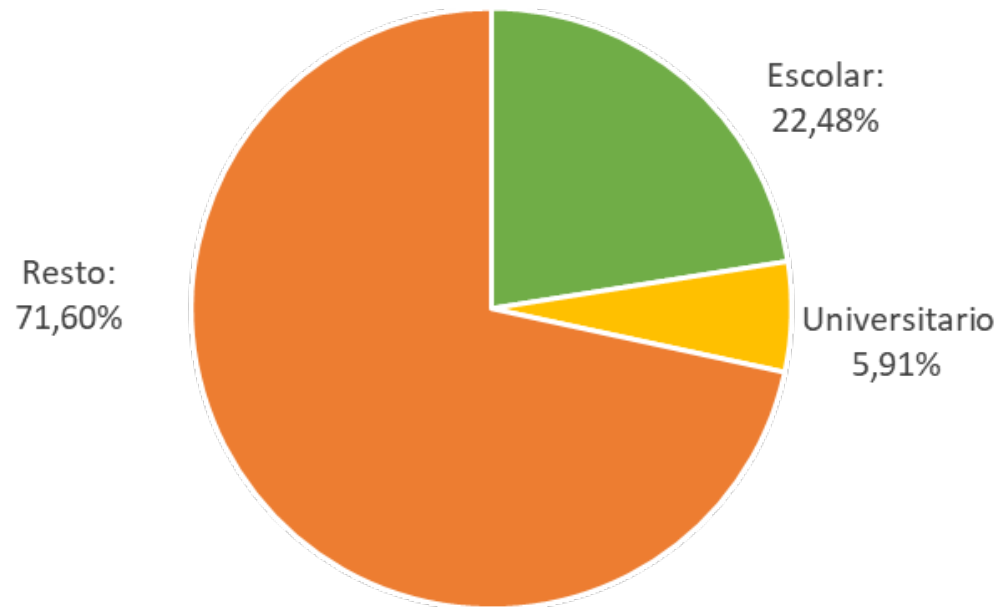
50,32% de las librerías facturan menos de 90.000 euros/año

1. Mapa de librerías



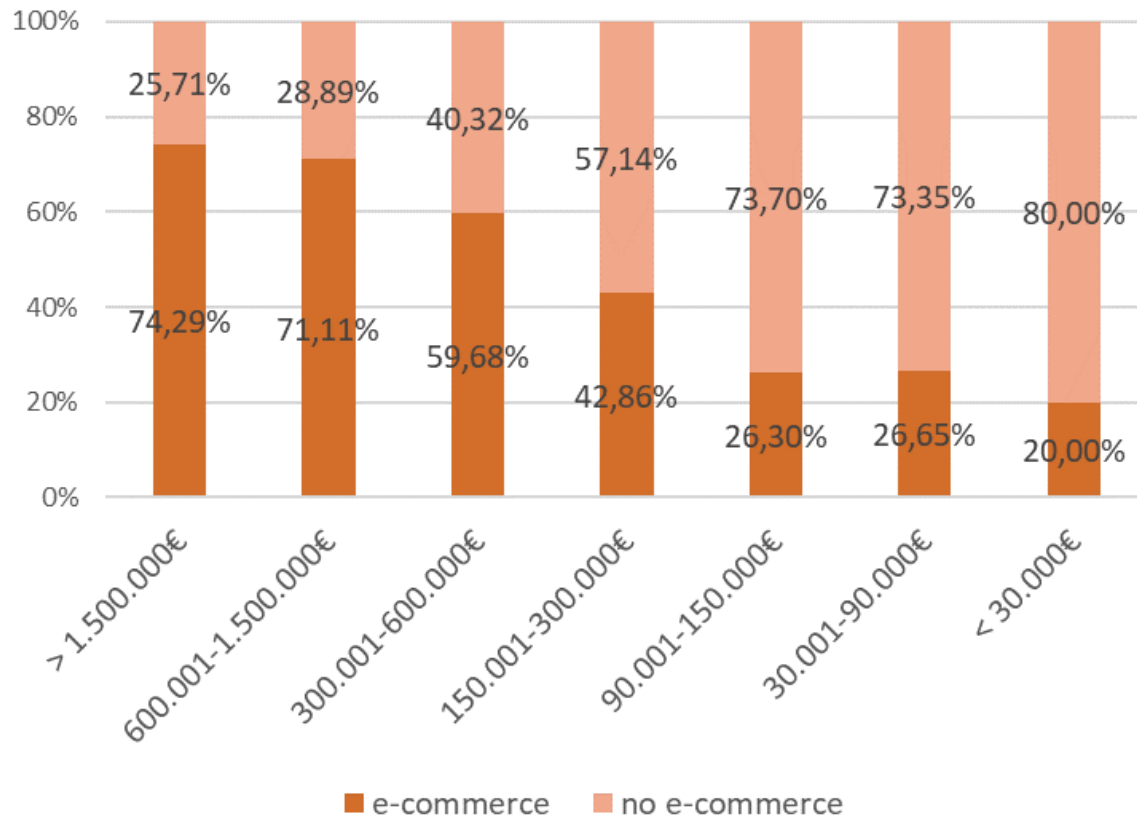
La librería general de proximidad es la tipología más común

1. Mapa de librerías



28,4% de las ventas provienen de libros de texto escolar o universitario

1. Mapa de librerías

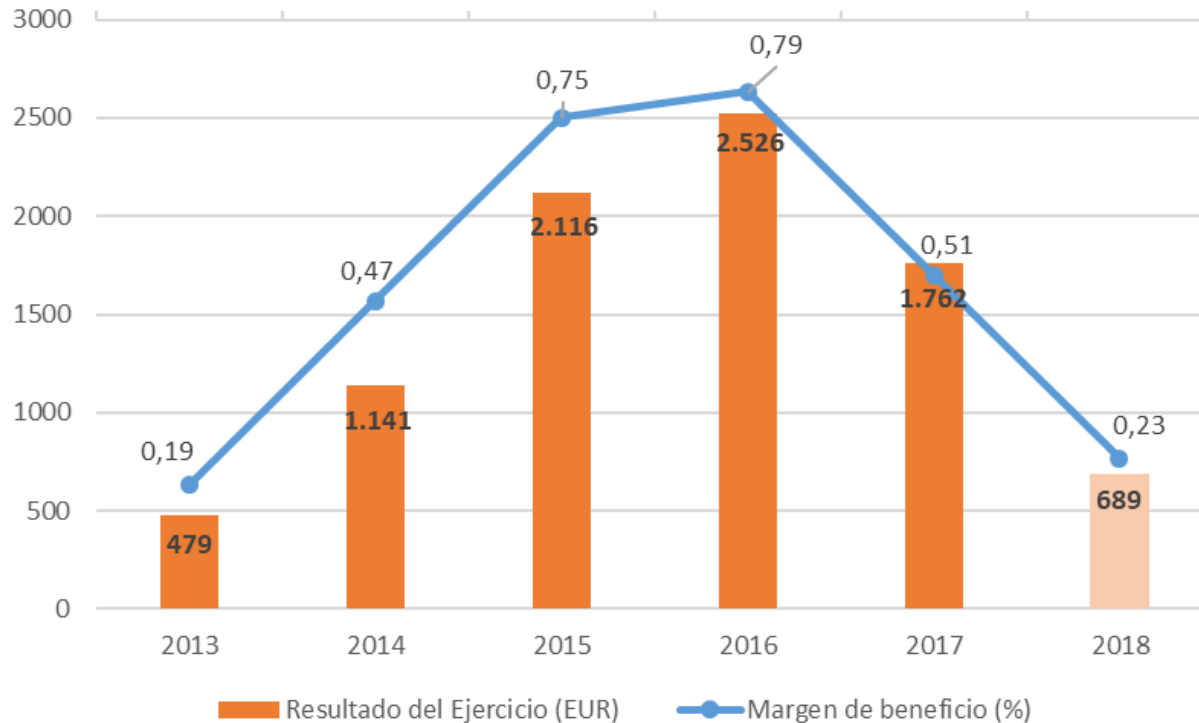


A mayor facturación, mayor porcentaje de librerías que venden online

2. Análisis de las magnitudes contables

- Muestra de 268 librerías que proporcionan información contable entre 2013-2018 en indicadores de referencia
- Elaborado a partir de base SABI. CNAE-2009, epígrafe 4761 “Comercio al por menor de libros en establecimientos especializados”. Filtrado manual posterior
- Análisis global y diferencias por tamaño

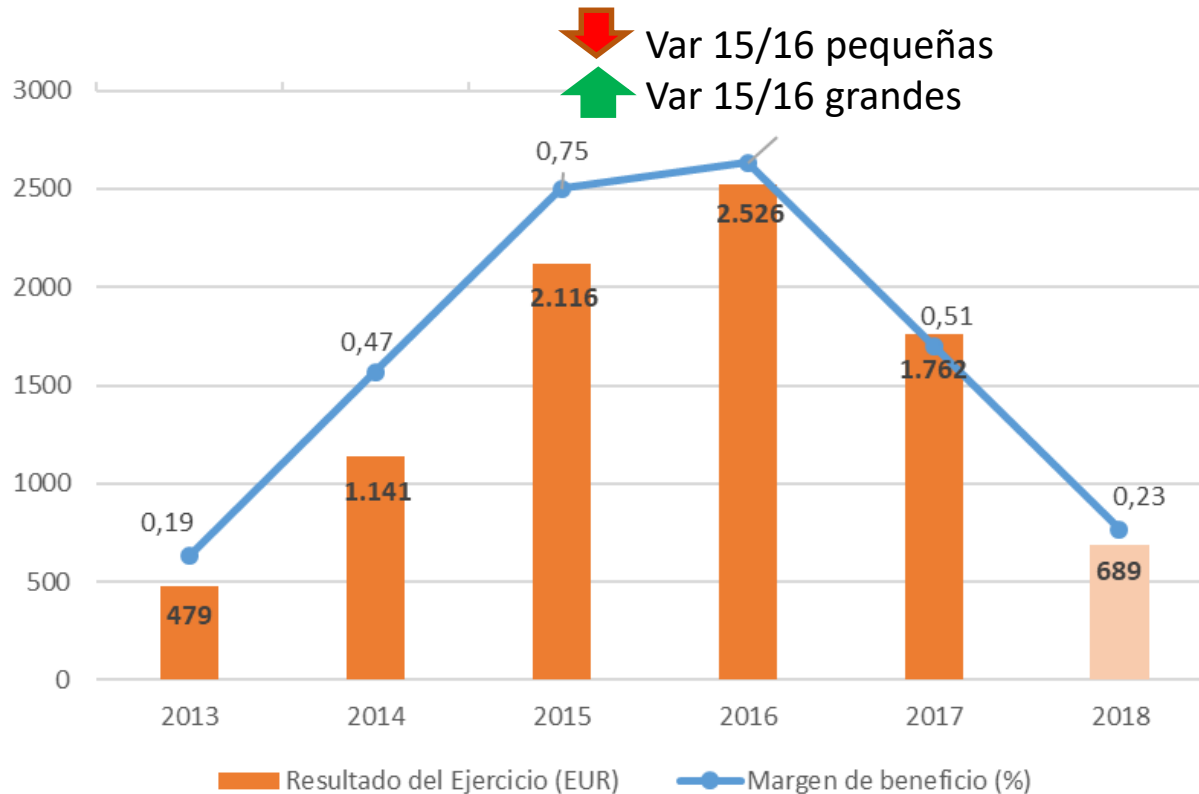
2. Análisis de las magnitudes contables



* Datos: Mediana

Reducción de los beneficios y del margen en 2017 y 2018

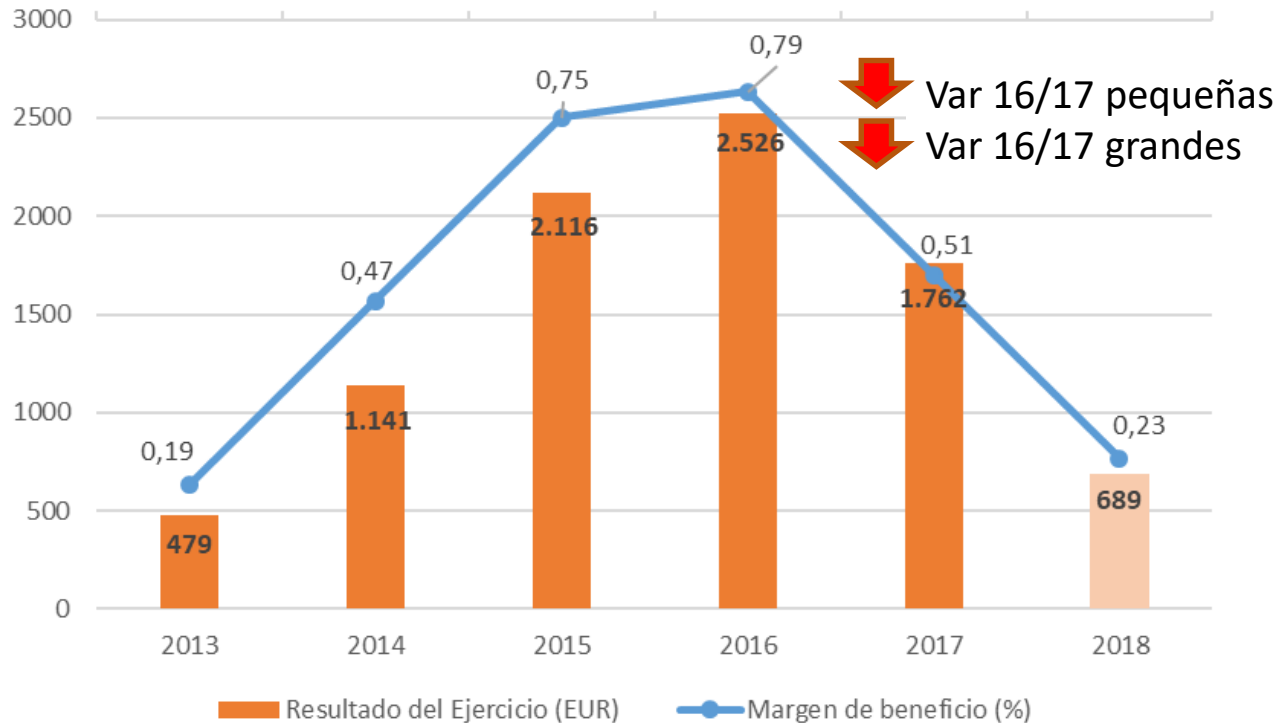
2. Análisis de las magnitudes contables



* Datos: Mediana

Reducción de los beneficios y del margen en 2017 y 2018

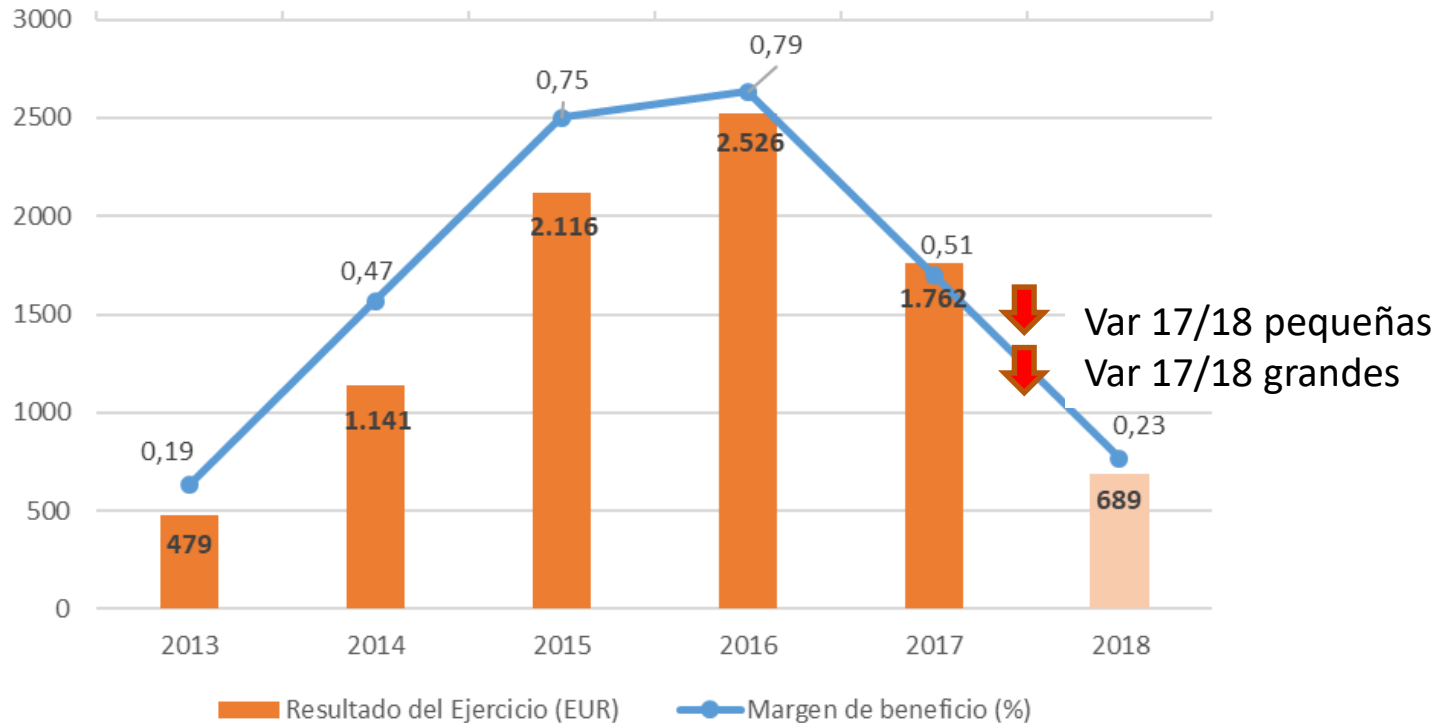
2. Análisis de las magnitudes contables



* Datos: Mediana

Reducción de los beneficios y del margen en 2017 y 2018

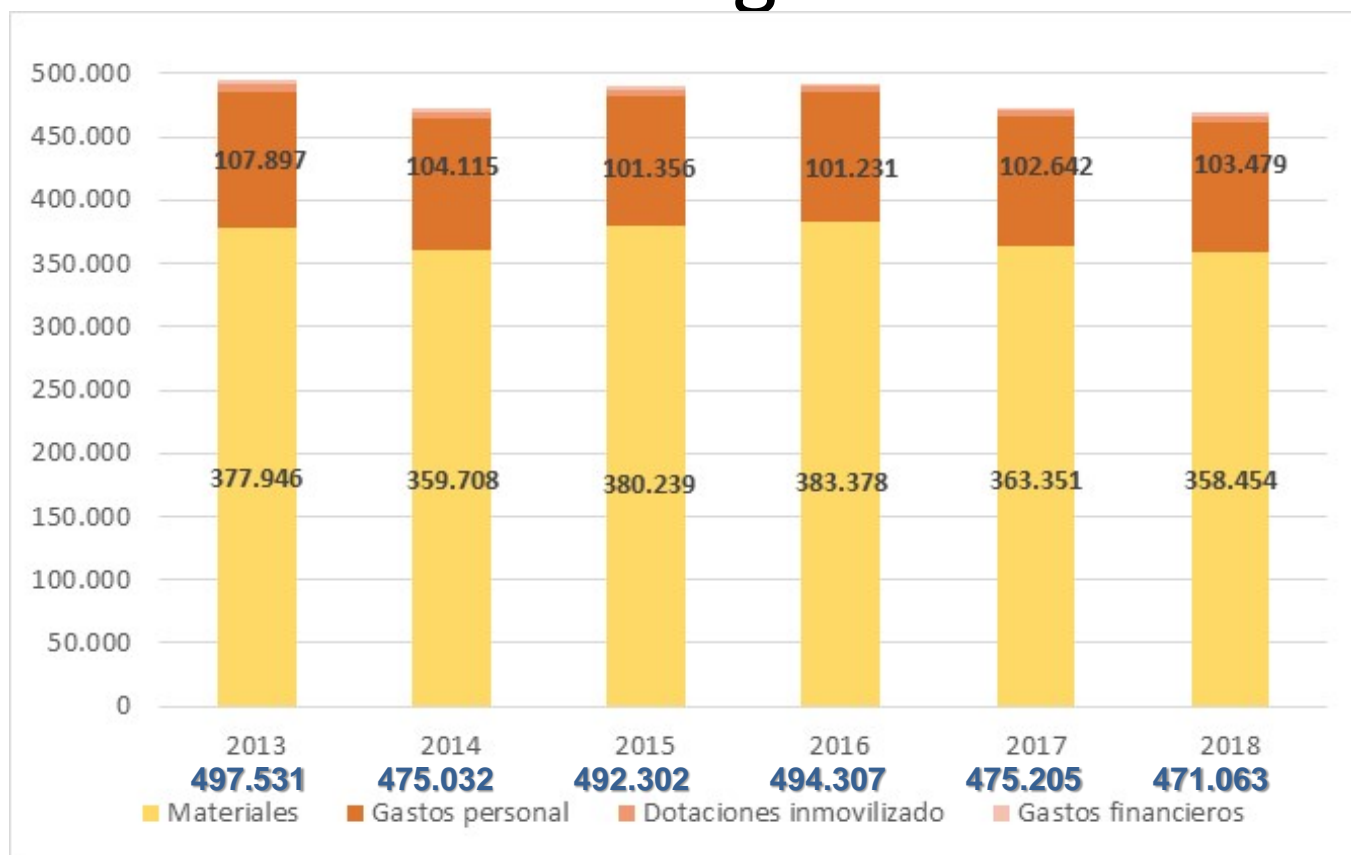
2. Análisis de las magnitudes contables



* Datos: Mediana

Reducción de los beneficios y del margen en 2017 y 2018

2. Análisis de las magnitudes contables



* Datos: Media aritmética

Reducción en las partidas de gastos

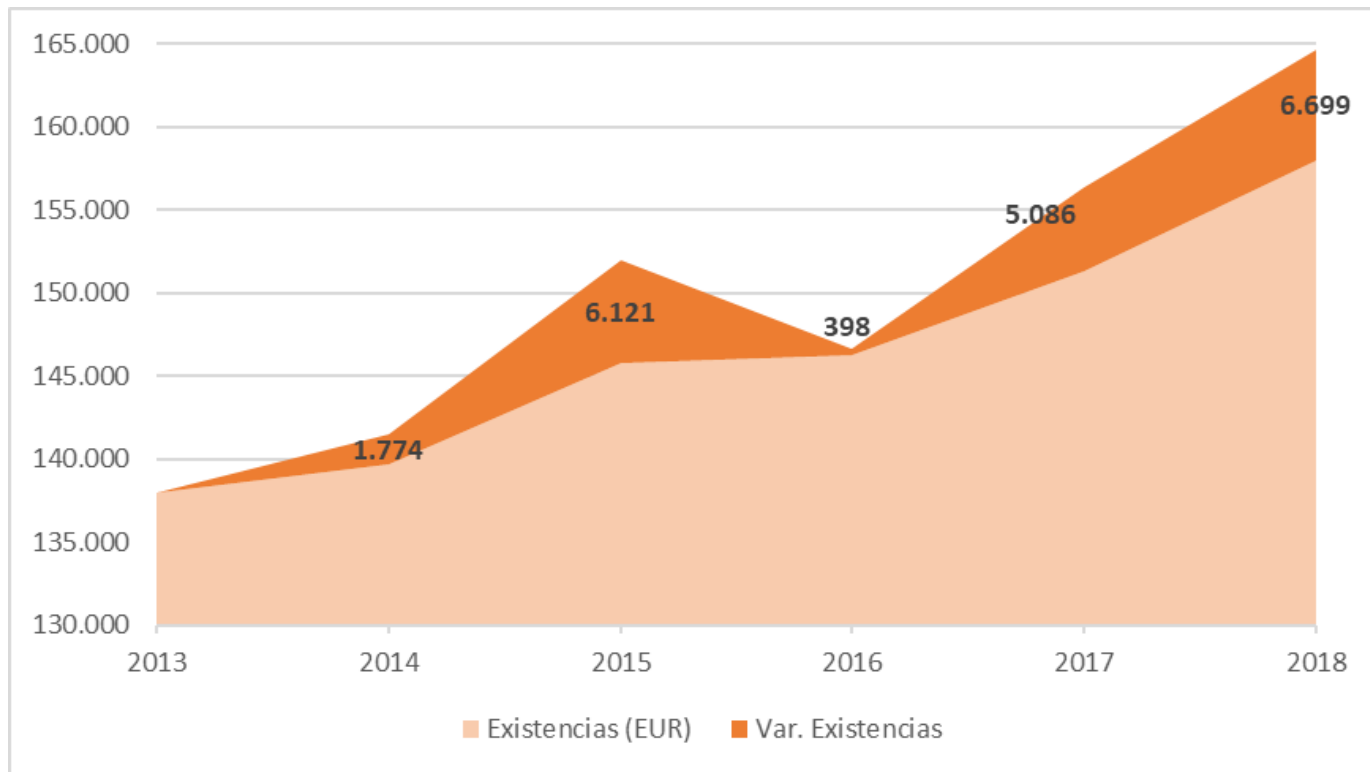
2. Análisis de las magnitudes contables

		2013	2018	VAR. 17-18	VAR. 13-18
Materiales (compras)	Pequeñas	195.624	192.135	2,33%	-1,78%
	Grandes	624.497	583.982	-2,47%	-6,49%
Gastos de personal	Pequeñas	44.960	52.827	14,83%	17,50%
	Grandes	181.574	165.821	-1,77%	-8,68%
Dotaciones inmovilizado	Pequeñas	3.574	2.839	8,95%	-20,58%
	Grandes	8.696	7.050	-2,69%	-18,93%
Gastos financieros	Pequeñas	2.985	2.114	13,40%	-29,18%
	Grandes	4.061	2.468	-5,65%	-39,22%

* Datos: Media aritmética

Reducción en las partidas de gastos

2. Análisis de las magnitudes contables



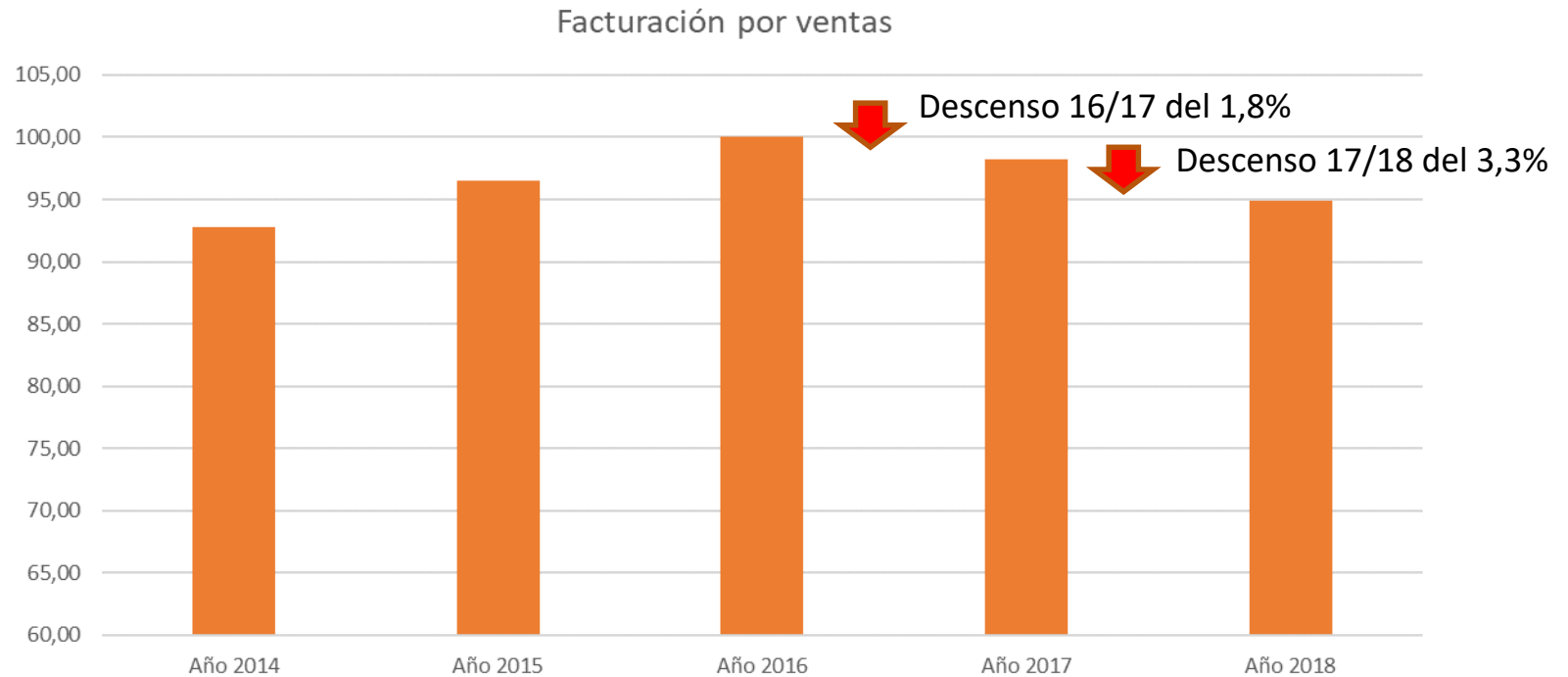
* Datos: Media aritmética

Aumento progresivo de las existencias

3. Barómetro de ventas

COM. AUTÓNOMA	%	TAMAÑO LIBRERÍA	%
Andalucía	13,56%	Más de 1.500.000€	4,81%
Aragón	3,94%	600.001-1.500.000€	13,73%
Asturias	3,01%	300.001-600.000€	21,03%
Baleares	2,78%	150.001-300.000€	28,52%
Canarias	4,40%	90.001-150.000€	15,86%
Cantabria	0,69%	30.001-90.000€	14,62%
Castilla y León	5,32%	30.000€ y menos	1,43%
Castilla La Mancha	3,01%	TIPOLOGÍA	%
Cataluña	22,82%	Especializada	24,65%
Comunidad Valenciana	8,80%	General con especialización	19,35%
Extremadura	0,46%	General de fondo	49,54%
Galicia	9,72%	General de proximidad	6,45%
Madrid	14,95%	TRAMO DE POBLACIÓN	%
Murcia	0,46%	Más de 500.000 hab.	31,02%
Navarra	1,62%	100.000-500.000 hab.	32,87%
País Vasco	3,01%	50.000-100.000 hab.	15,05%
Rioja, La	1,16%	25.000-50.000 hab.	7,64%
Ceuta y Melilla	0,30%	Menos de 25.000 hab.	13,43%

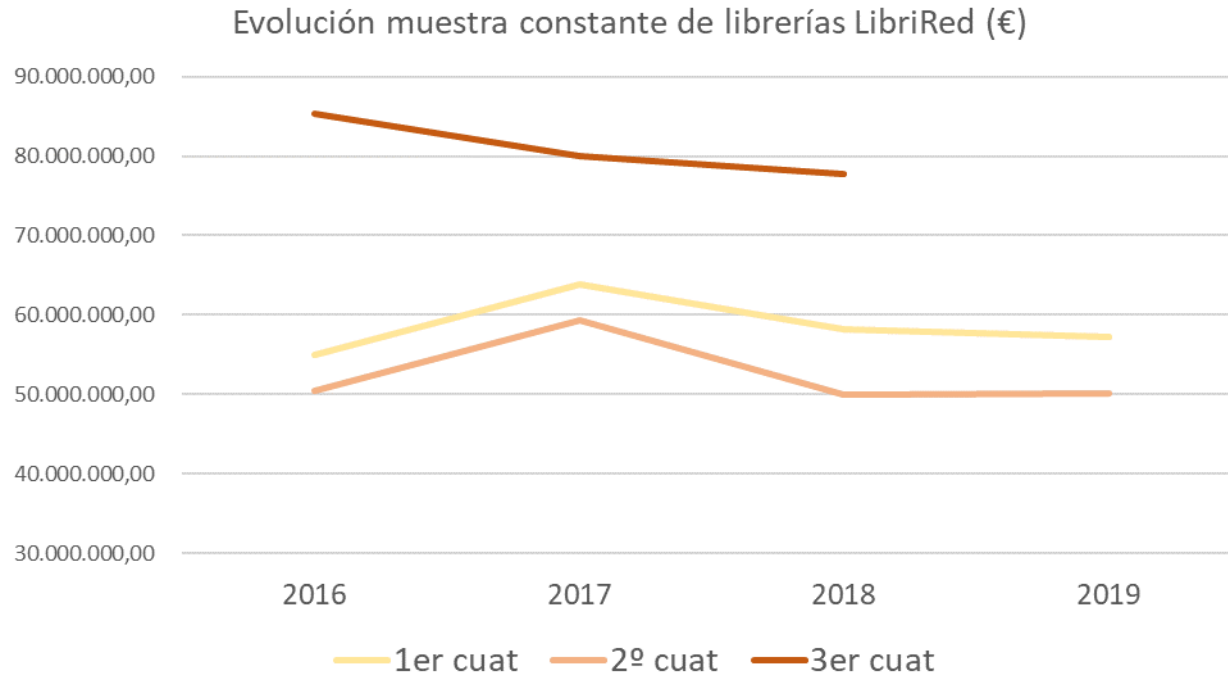
3. Barómetro de ventas



* Datos: Base año 2016

Reducción de las ventas en 2017 y 1018

3. Barómetro de ventas



Estabilidad en los dos primeros cuatrimestres de 2019

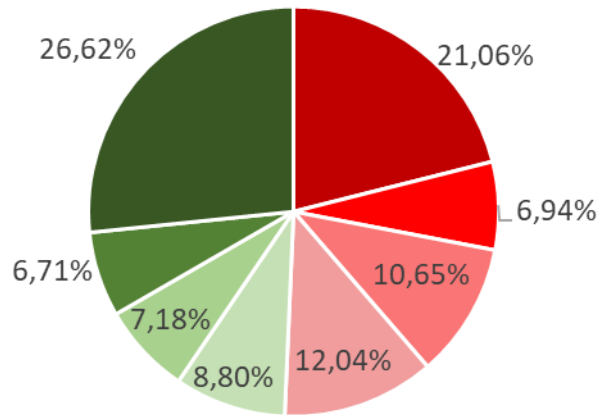
3. Barómetro de ventas

VENTAS ANUALES DE LA LIBRERÍA	% SOBRE EL TOTAL DEL NÚMERO DE LIBRERÍAS	% SOBRE EL TOTAL DE LAS VENTAS
Más de 1.500.000€	1,81%	18,70%
600.001-1.500.000€	4,34%	16,55%
300.001-600.000€	8,22%	16,78%
150.001-300.000€	18,96%	22,98%
90.001-150.000€	16,39%	11,22%
30.001-90.000€	28,95%	11,22%
30.000€ y menos	21,32%	2,55%

Ventas concentradas en los establecimientos de mayor tamaño

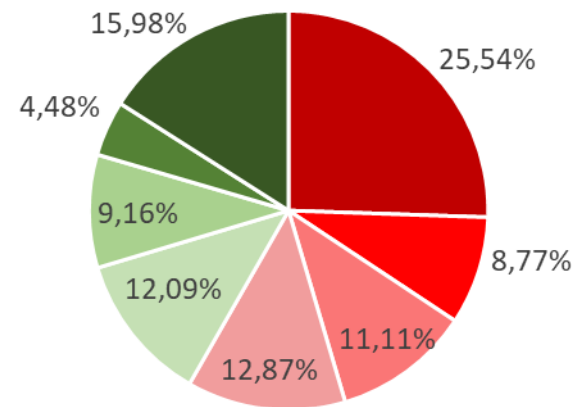
3. Barómetro de ventas

Año 2017



- <-15%
- -15<-10%
- -10<-5%
- -5<0%
- 0<5%
- 5<10%
- 10<15%
- >15%

Año 2018

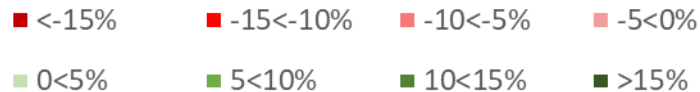
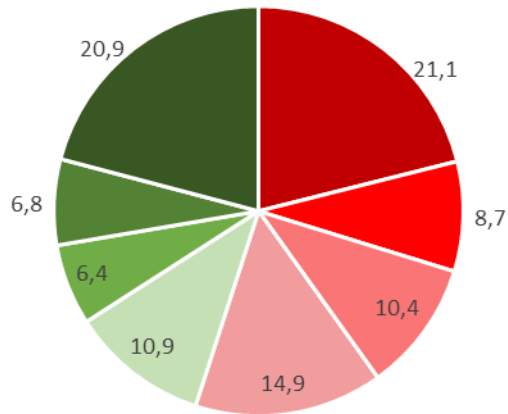


- <-15%
- -15<-10%
- -10<-5%
- -5<0%
- 0<5%
- 5<10%
- 10<15%
- >15%

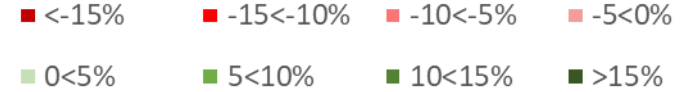
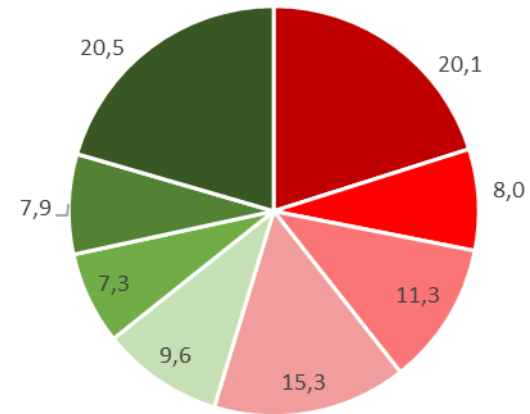
Heterogeneidad y dispersión. 2018 peor que 2017

3. Barómetro de ventas

Año 2019 1^{er} cuatr.



Año 2019 2^o cuatr.



Resultados provisionales del 2019. Misma tendencia que 2018

3. Barómetro de ventas

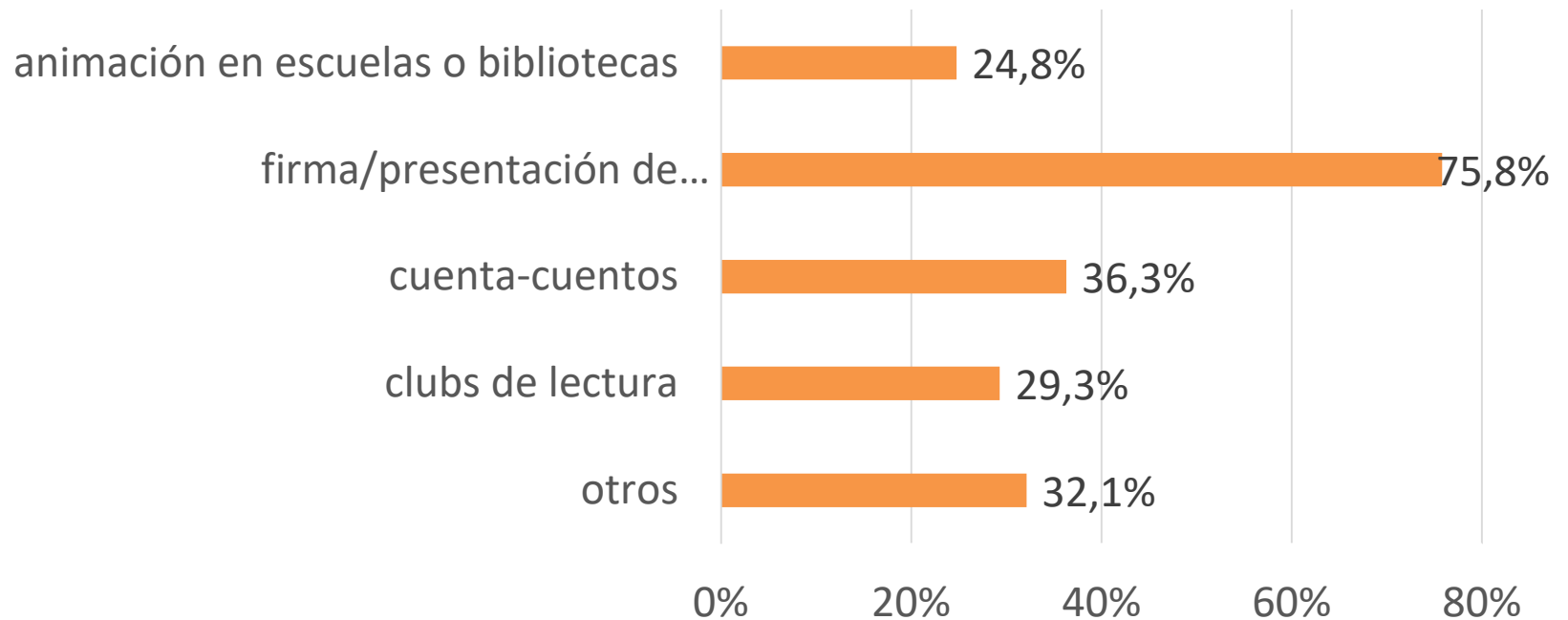
- En 2016 mala evolución de las pequeñas librerías frente a buena evolución de las grandes
- En 2017-2018 mala evolución de grandes y pequeñas
- En 2019 los resultados provisionales muestran estabilidad
- No hay diferencias claras por tramos de facturación, si bien se observa que las pequeñas sufren más descensos bruscos en las ventas (por encima del 15%) que las grandes

4. Informe SIEGLE

CANAL	OLEADA	FECHAS	Nº DE ENCUESTAS
Email	1ª oleada	13-17 marzo	368
	2ª oleada	18-20 marzo	
	3ª oleada	21-26 marzo	
Teléfono	1ª oleada	25-27 marzo	402
	2ª oleada	27 marzo - 2 abril	
	3ª oleada	4-6 abril	
		Total	770

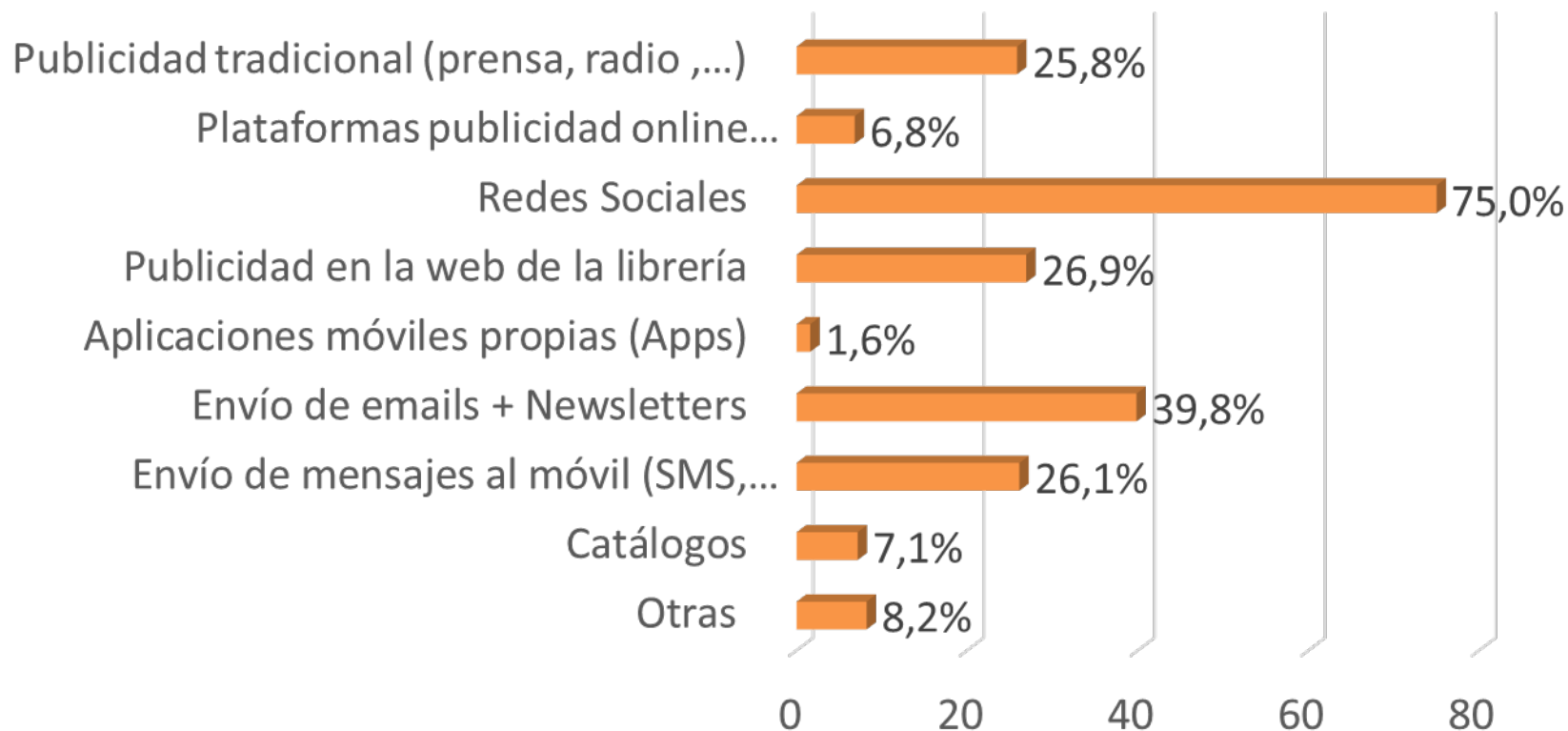
4. Informe SIEGLE

Actividades de dinamización de la lectura:



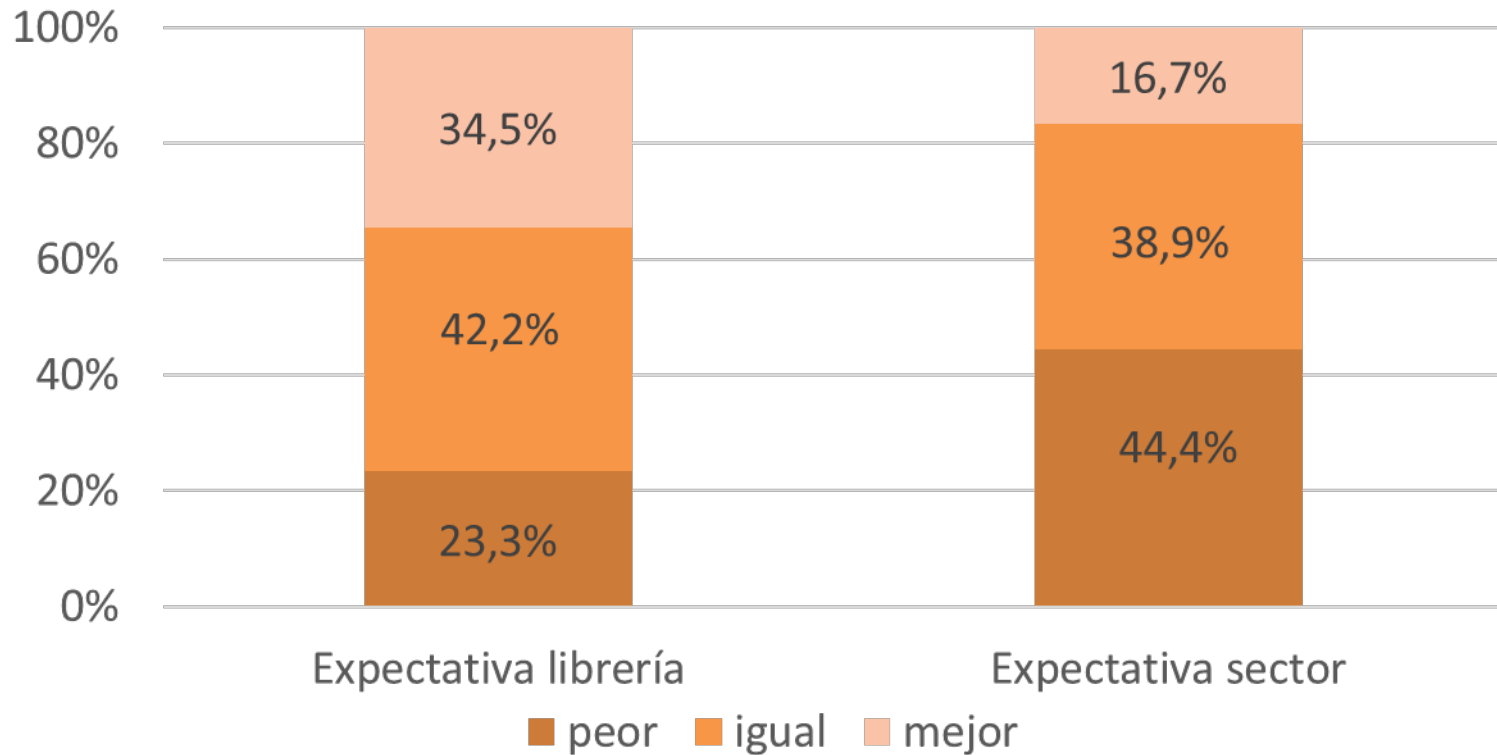
4. Informe SIEGLE

Actividades de comunicación (publicidad):



4. Informe SIEGLE

Expectativas para el año próximo:



4. Informe SIEGLE

Problemas del sector:



4. Informe SIEGLE

PROBLEMAS	%
Venta online en grandes operadores como Amazon	33,94%
Pérdida de compradores de libros en papel	24,09%
Problemas relacionados con la administración y el sistema educativo	16,45%
Problemas relacionados con las librerías	11,29%
Problemas relacionados con las editoriales	8,27%
Problemas relacionados con el contexto económico y el comercio	3,02%
Problemas relacionados con las distribuidoras	2,94%

Ministerio de Cultura y Deporte
Madrid, noviembre de 2019



Este proyecto ha recibido una ayuda de:



Estudios del Observatorio de la Librería

Rafael Bravo, Victoria Bordonaba, José M. Pina
Universidad de Zaragoza



Departamento de
Dirección de Marketing e
Investigación de Mercados
Universidad Zaragoza