



**XXIII
CONGRESO
DE LIBREROS
SEVILLA 2018**

¿Pero qué ha pasado aquí?

La crisis vista por el Observatorio de la Librería

Juan Miguel Salvador - Librería Diógenes

Sevilla, 8 de marzo de 2018

Objetivos

- Analizar la evolución de las librerías antes, durante y después de la crisis
- Observar las estrategias seguidas por las librerías
- Diagnosticar la situación actual
- Intuir tendencias para el futuro

Qué es el Observatorio de la Librería

- Lo crea CEGAL en 1998 para elaborar informes sobre las librerías españolas
- Los documentos que genera son:
Mapa, Directorio, Sistema de Indicadores de Gestión de la Librería (SIEGEL), Barómetro de ventas, Ficha comparativa para librerías
- Origen de los datos: encuesta a librerías, Registro Mercantil, INE, gremios, distribuidoras, FGEE

Mapa

- Actualizar el censo de librerías operativas
- Estudiar la situación de la red en España
- Examinar las principales características del Mapa y su evolución
- Establecer perfiles de librerías en función de variables geográficas y tipologías

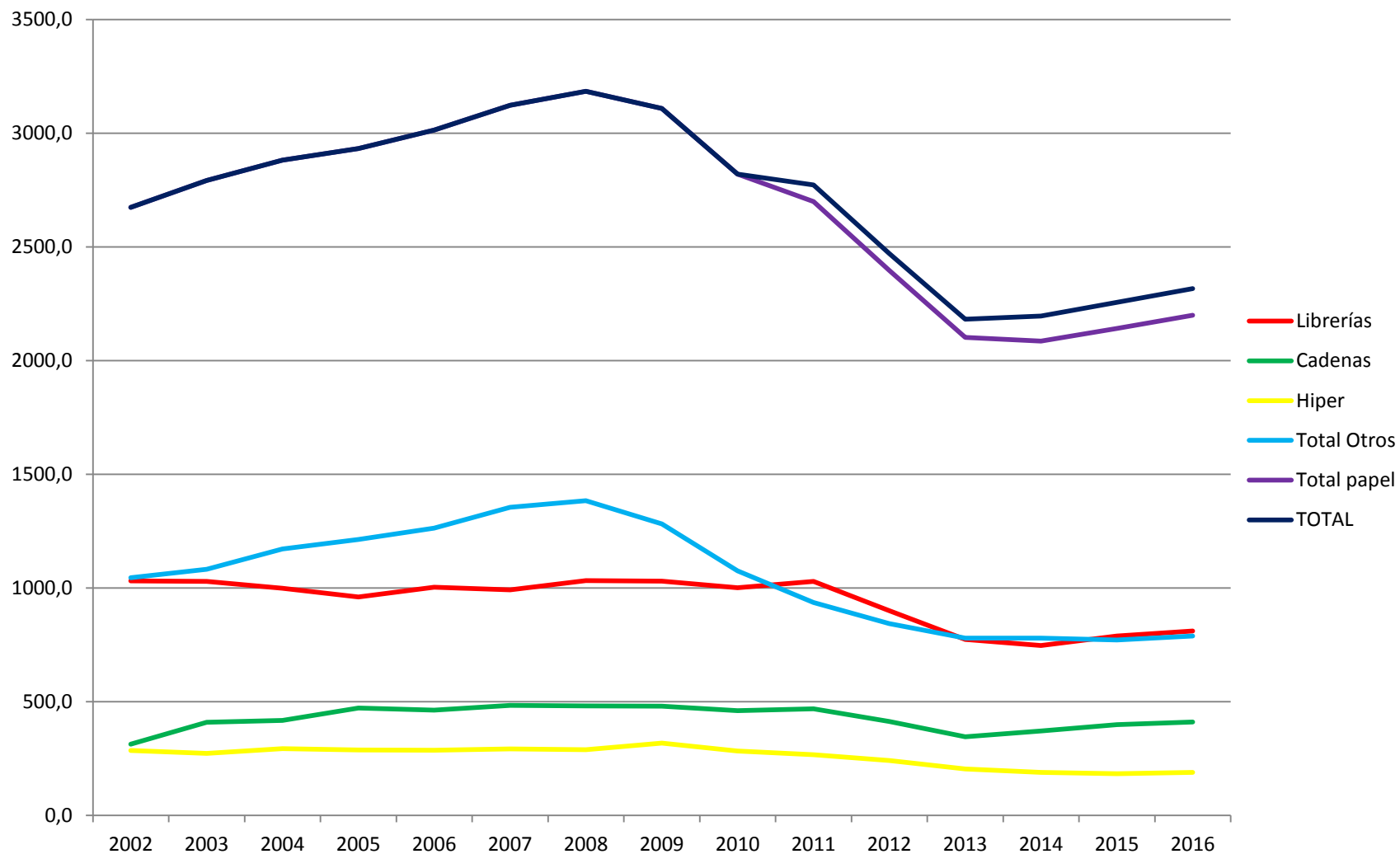
SIEGEL

- Examinar las principales características de las librerías
- Analizar los indicadores económicos más importantes
- Profundizar en el uso de las herramientas informáticas y telemáticas
- Indagar sobre aspectos básicos de gestión comercial
- Generar implicaciones estratégicas

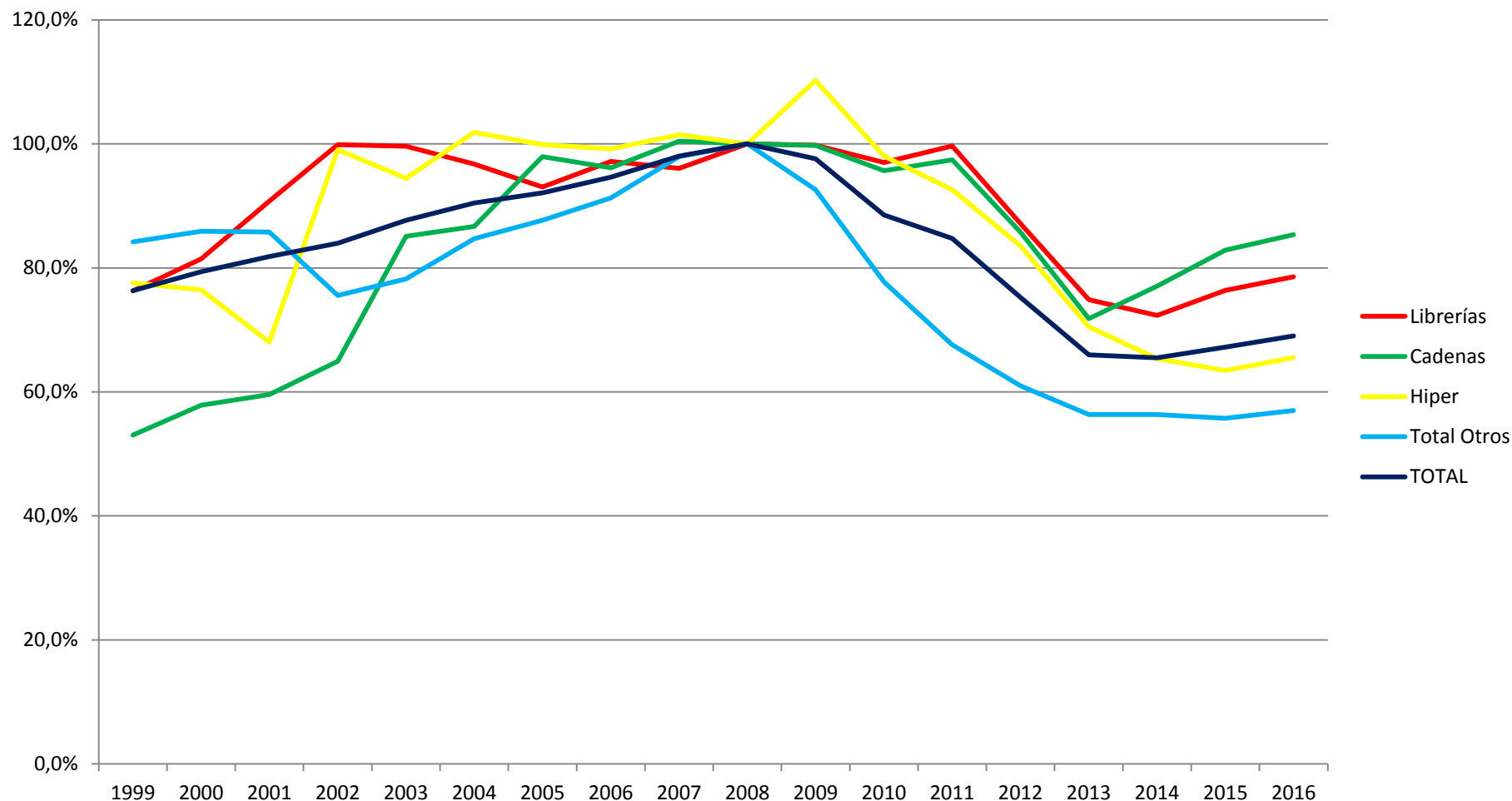
Barómetro de ventas

- Estimación de las ventas por cuatrimestre
- Análisis de la contribución por tipo de librería y por zona geográfica

Mercado interior del libro (FGEE)



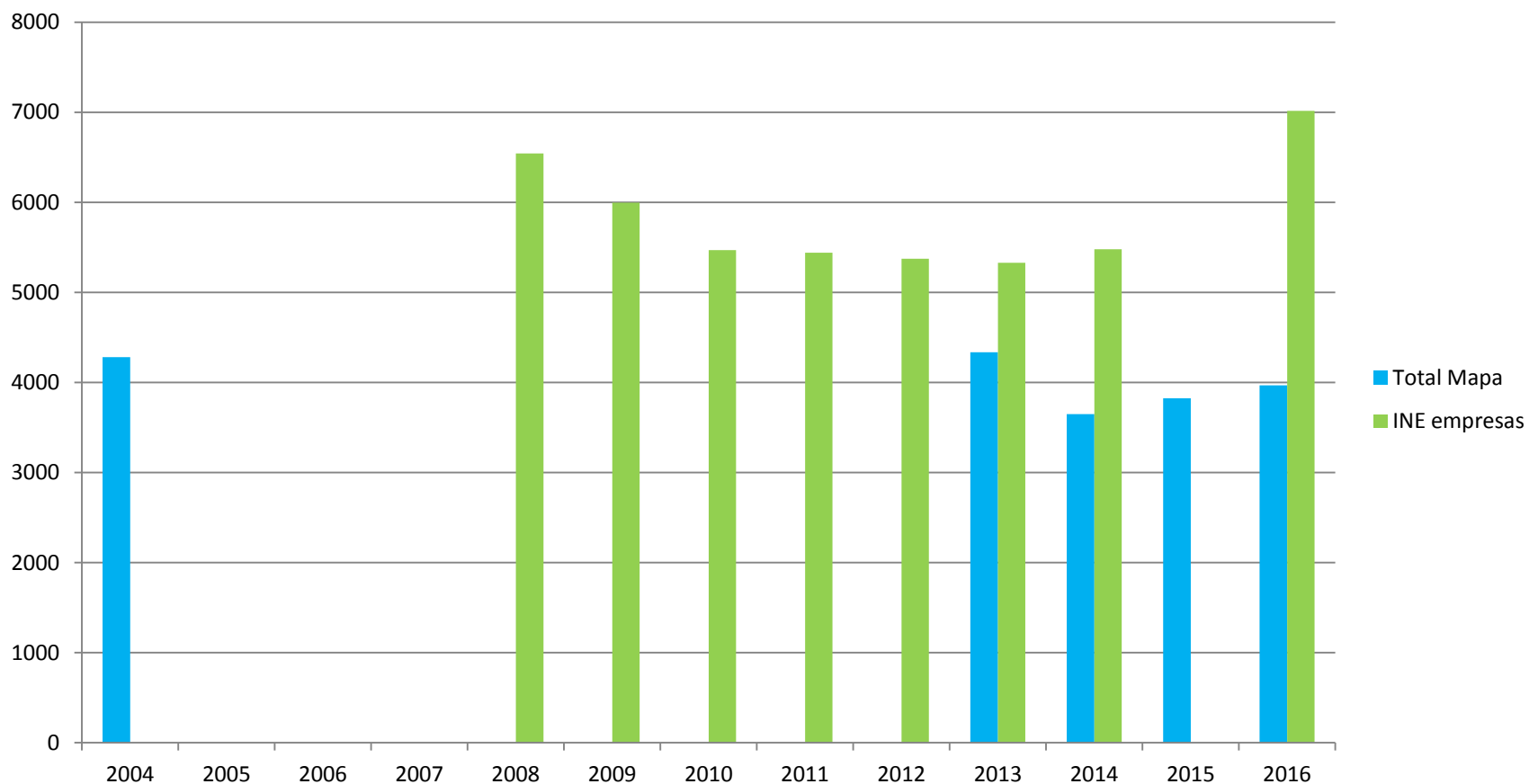
Evolución por canales 2008=100%



Librerías estudiadas

- Establecimientos especializados en comercio al por menor de libros (4761 CNAE-2009)
 - Facturación en libros > 150.000 € anuales
 - Facturación en libros > 50% de sus ventas totales
- Excluidas:
 - Grandes superficies
 - Cadenas a partir de 25 establecimientos o 50 asalariados
 - Librerías de venta on-line exclusivamente
 - Librerías de segunda mano o libro antiguo

Evolución del nº de librerías

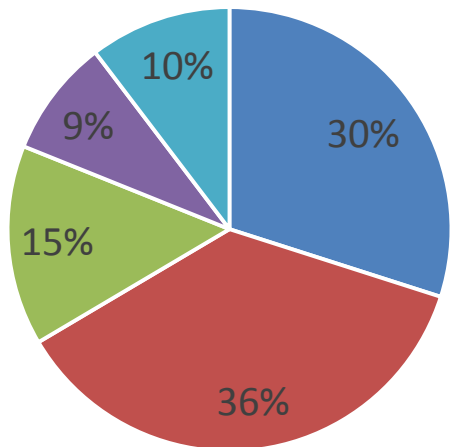


Año 2013
4.336

Año 2014
3.650

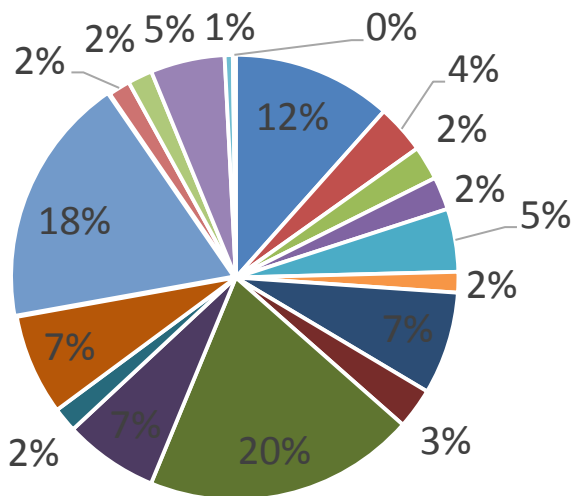
Año 2015
3.824

Año 2016
3.967



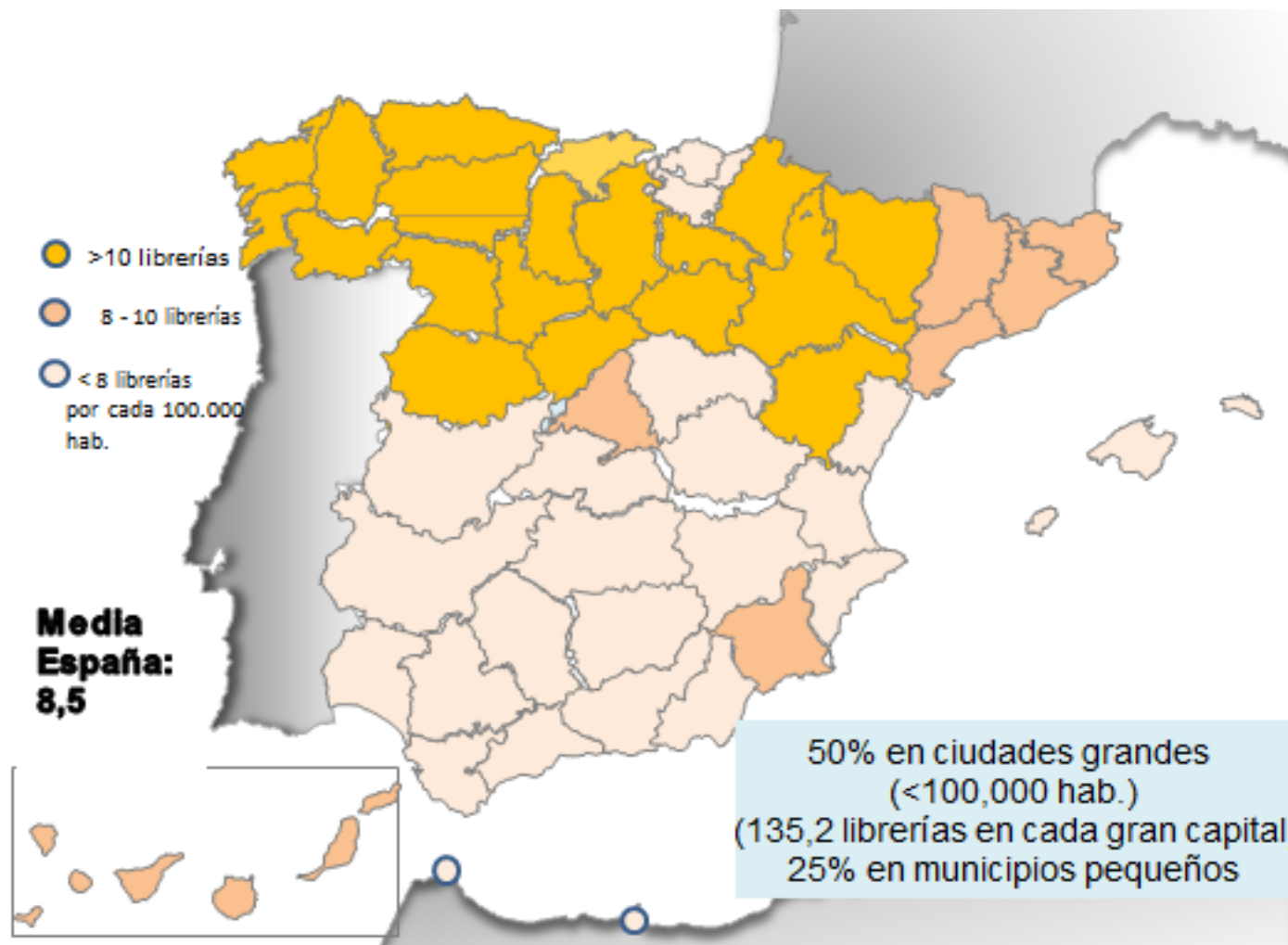
- Mas de 500.000 hab
- De 100.000 a 500.000 hab.
- De 50.000 a 100.000 hab.
- De 25.000 a 50.000 hab.
- Menos de 25.000 hab.

Contribución al total de las ventas
por tramo de población y CCAA.



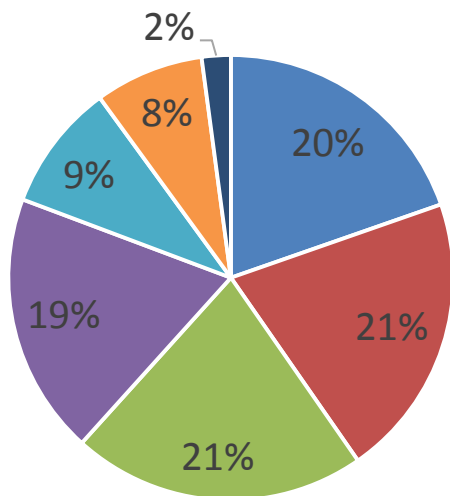
- Andalucía
- Cataluña
- Com. Valenciana
- Galicia
- Madrid
- País Vasco

MAPA 2016



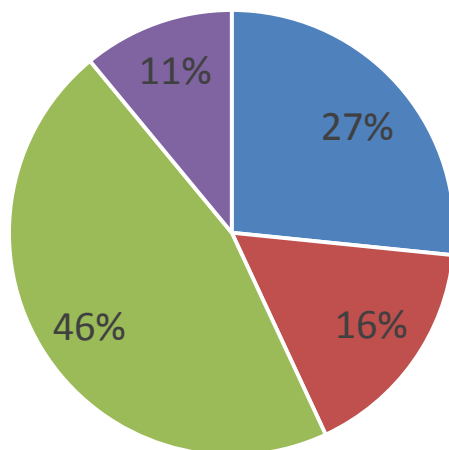
Diversidad temática de la oferta y dimensión del fondo de libros		Tipología de librería
Tiene de 1 a 3 materias o secciones que concentran...	más del 60% de las ventas	Especializada
	entre el 30% y el 60% de las ventas	General con especialización
No hay 3 materias o secciones que concentren más del 30%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

Clasificación por tamaño	Ventas anuales en libros
Muy grandes	+ de 1.500.000
Grandes	Entre 600.001 y 1.500.000
Medianas grandes	Entre 301.000 y 600.000
Medianas pequeñas	Entre 150.001 y 300.000
Pequeñas grandes	Entre 90.001 y 150.000
Pequeñas medianas	Entre 30.000 y 90.000
Muy pequeñas	Menos de 30.000

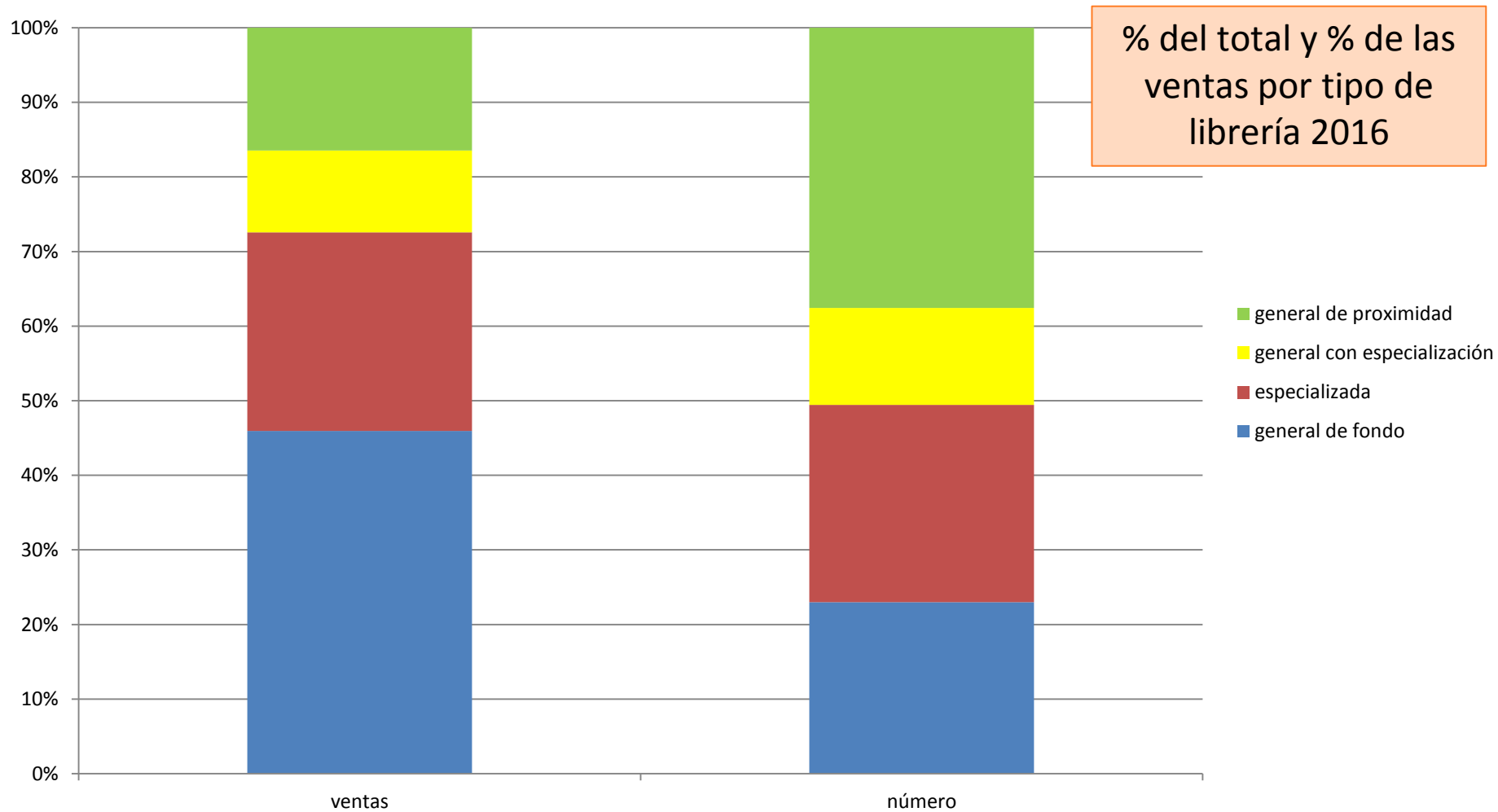


- Más de 1.500.000
- De 600.001 a 1.500.000
- De 300.001 a 600.000
- De 150.001 a 300.000
- De 90.001 a 150.000
- De 30.000 a 90.000
- Menos de 30.000

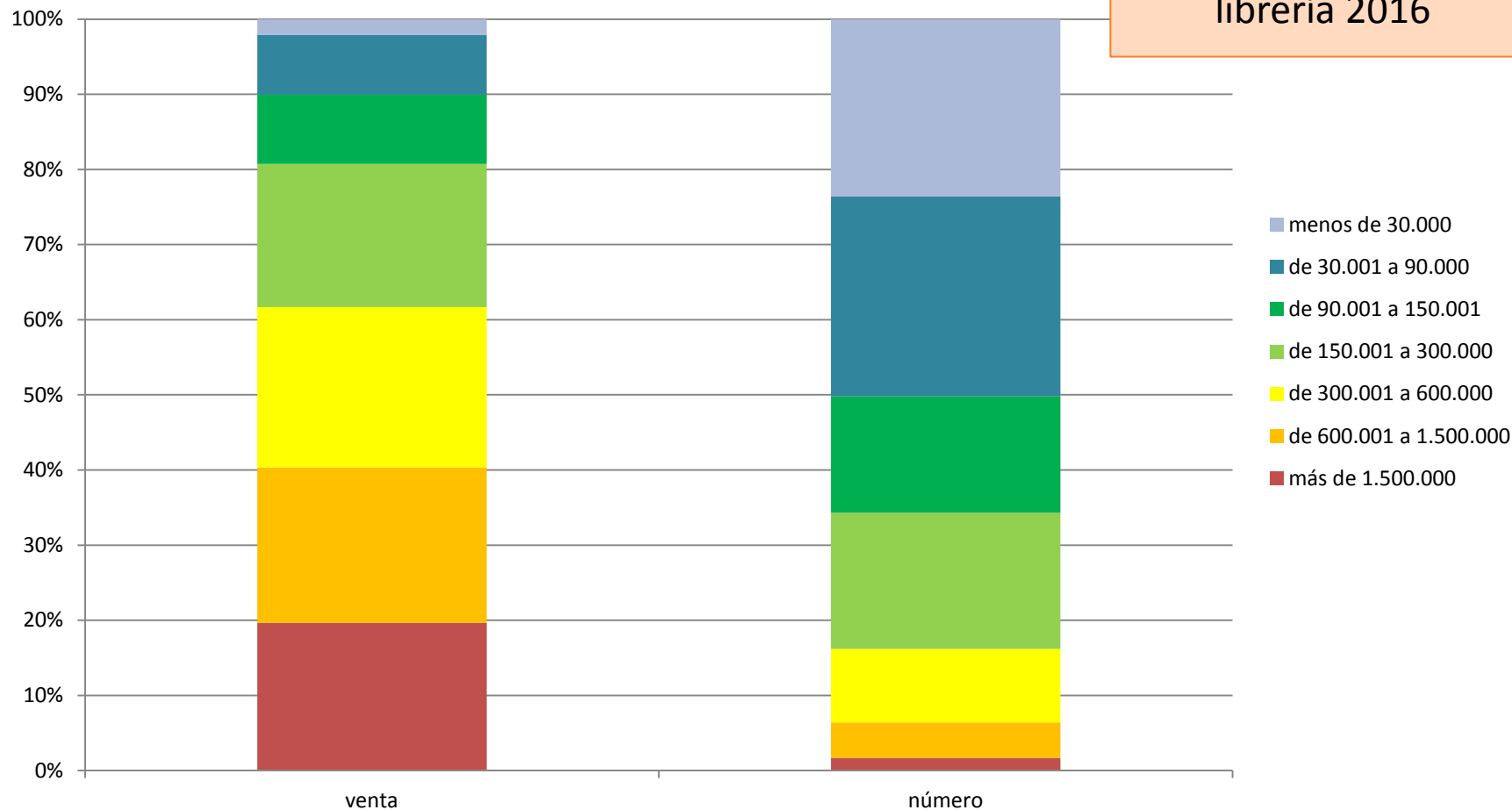
**Contribución al total de las ventas
por tamaño y tipo de librería**



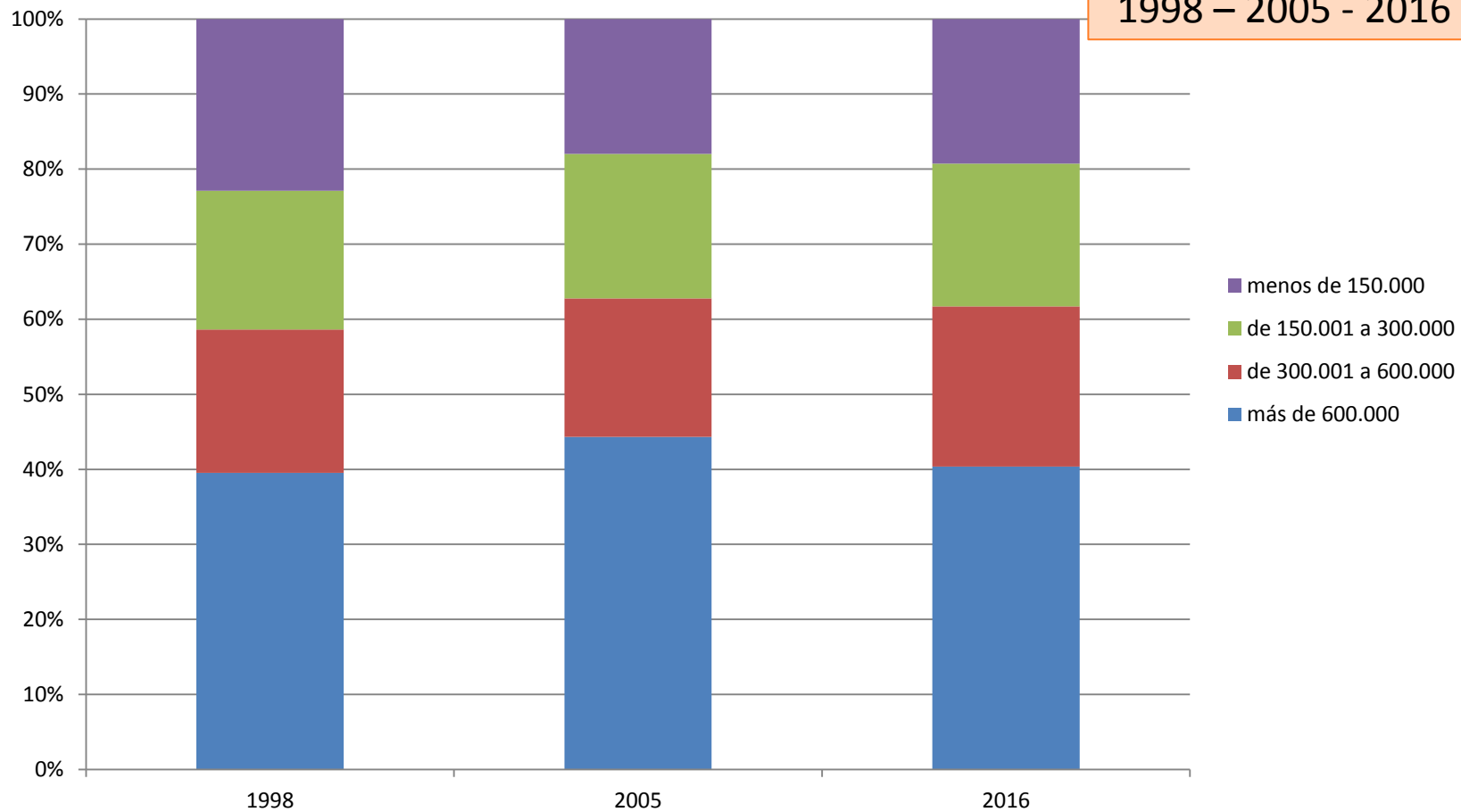
- Especializada
- General con especializ.
- General de fondo
- General proximidad



% del total y % de las
ventas por tamaño de
librería 2016



% de las ventas por tamaño de librería
1998 – 2005 - 2016



Especialidades

- 
- 1º. Infantil y juvenil (27,9%)
 - 2º. Lenguajes, lingüística y literatura (11,2%)
 - 3º. Ciencias sociales (11%)
 - 4º. Cómic (10,4%)

Cadena

- 
- Solo 20% opera en una cadena de hasta 25 establecimientos

Forma jurídica

- 
- La mitad son autónomos y 1/3 son S.L

Año de fundación

- Un 43% de las librerías fueron fundadas entre 1980 y 1999
- Un 30% desde 2000 en adelante
- La antigüedad media es de 28 años
- Las librerías más grandes son las más antiguas: 45 años
- Cuanto más pequeña es la librería más reciente es su fundación

Resumen por tipología

Especializada

- 30% de las librerías de todos los tamaños
- % constante desde 2002
- En ciudades >100.000 habitantes
- Suscritas a CEGAL
- 80% de su facturación en libros

General con especialización

- Tipología menos frecuente: 15%
- Mismo % en todos los tamaños de librería
- En ciudades de > 100.000 habitantes

General de fondo

- Mayor cuota de las ventas totales
- Mayoritaria en las librerías grandes
- En ciudades de 50.000 a 500.000 habitantes
- La mitad están suscritas a CEGAL

General de proximidad

- Mayoría de librerías
- Predominio de librerías pequeñas
- En municipios pequeños
- Bajo nivel de agremiación

Estrategias

- Composición de las ventas
- Personal
- Tecnología
- Innovaciones
- Clientes
- Superficie
- Fondo bibliográfico

Composición de las ventas

- Porcentaje de libros sobre el total
- Texto escolar y universitario
- Libro electrónico

Composición de las ventas

Porcentaje de libros sobre el total

- Más del 70% global uniforme durante 15 años
- Directamente proporcional al tamaño de la librería
- Grandes y muy grandes: 80% de las ventas
- Pequeñas de proximidad: 60% de las ventas

Otros tipos de producto

- Papelería 19%
- Prensa y revistas 3,5%
- Música 0,5%
- Otros 5,5 %

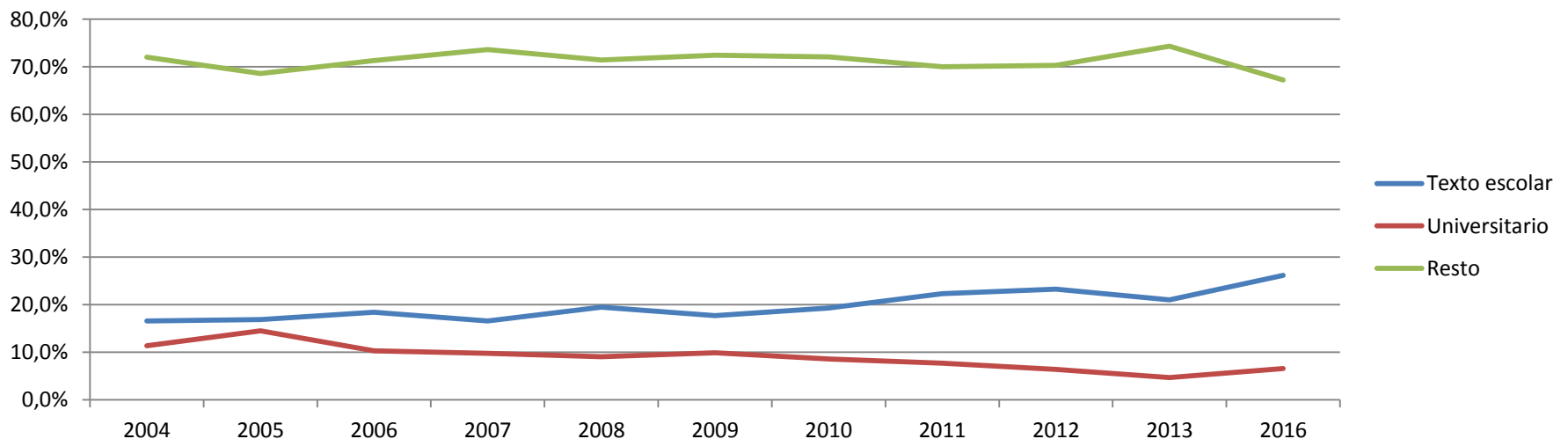
Composición de las ventas

Texto escolar

- Crece su peso global
- Inversamente proporcional al tamaño de la librería

Libro universitario

- Tiende a menos pese a leve recuperación en 2016
- Directamente proporcional al tamaño de la librería



Composición de las ventas

Libro electrónico

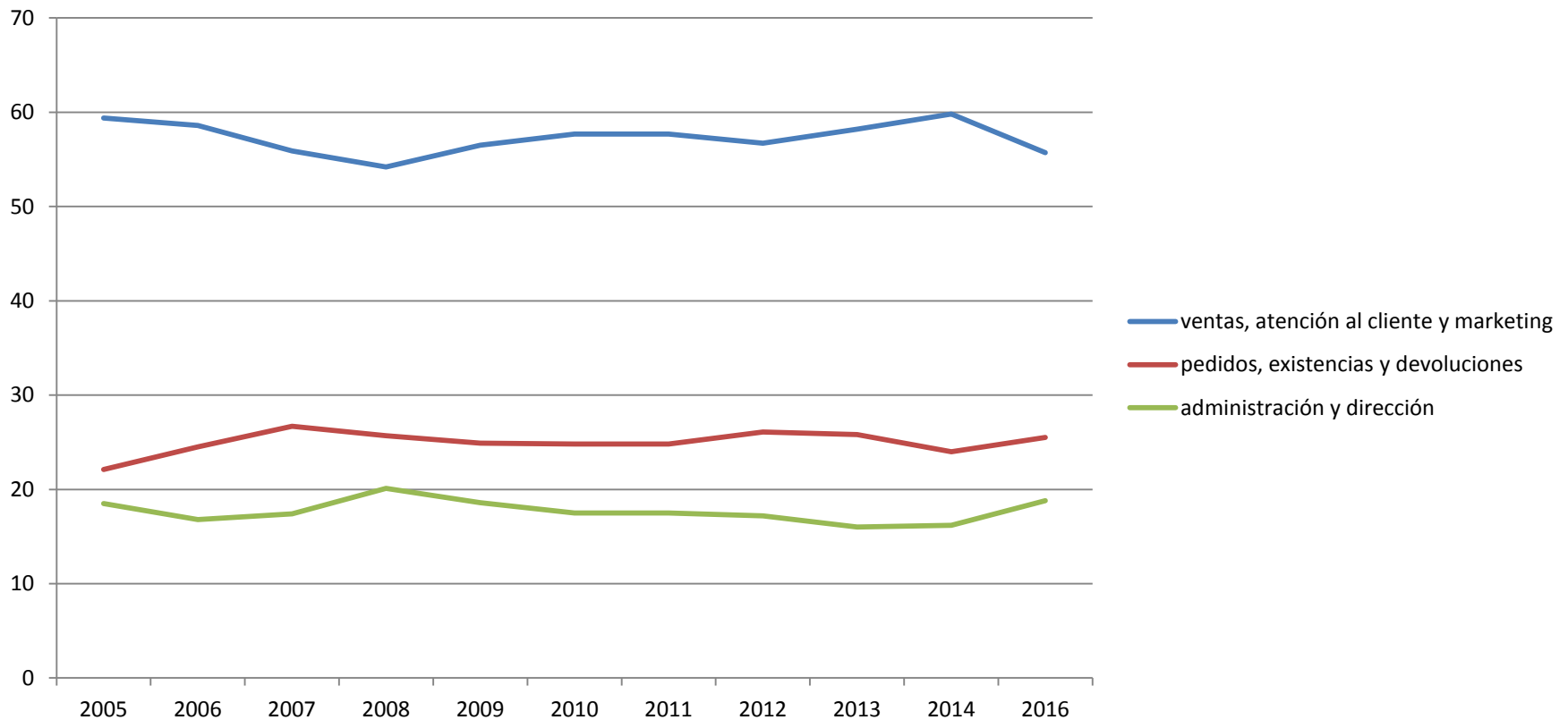
- El 5,1% vende lectores (0,1% de las ventas)
- En 2009 los vendían el 15,4%
- Clara tendencia a la baja
- El 11,4% vende ebooks (0,3% de las ventas)
- Porcentaje parecido a años anteriores

Personal

- Sexo
- Reparto de tareas
- Evolución del número de personas trabajando
- Facturación media por empleada

Personal

- **Sexo:** 60% mujeres
- **Reparto de tareas**



Personal

Evolución del número de personas trabajando

- Descenso hasta 2014
- Leve repunte desde 2015
- Aumento de trabajo eventual en librerías pequeñas

Facturación media por empleada

- Descenso hasta 2013
- Leve repunte desde 2014

Tecnología

- Grado de informatización
- Sistema de pedidos
- Uso de SINLI
- Normas CSL
- CEGAL en Red

Tecnología

Grado de informatización de la gestión

- 100% en librerías grandes y muy grandes
- 70% en librerías pequeñas

Sistema de pedidos

- Fax: mayoritario en 2000, hoy residual
- Ordenador: 15% en 2000, hoy mayoritario
- Ordenador: 80% grandes, 60% pequeñas
- Teléfono: mayor % cuanto más pequeña la librería
- Visita comercial: casi 15% en todos los tamaños

Tecnología

Uso de SINLI

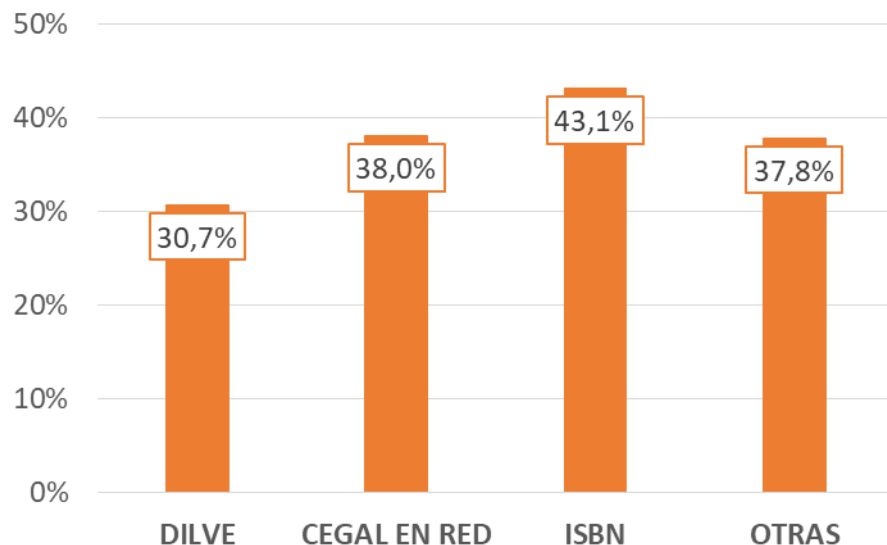
- 25% en 2004, 45% en 2016
- 70-80% en librerías grandes y muy grandes
- <30% en librerías pequeñas
- Usuarios: alta valoración y alta utilización
- No usuarios: la principal razón para no usarlo es el desconocimiento

Tecnología

Normas CSL

- Las conocen y aplican el 27%
- 67,9% de las librerías grandes
- Solo el 4,5% de las muy pequeñas
- Mejora en su conocimiento y aplicación en todos los tamaños desde 2008
- Gran margen de mejora

Descarga desde bases de datos



FUENTES DE DESCARGA DE INFORMACIÓN

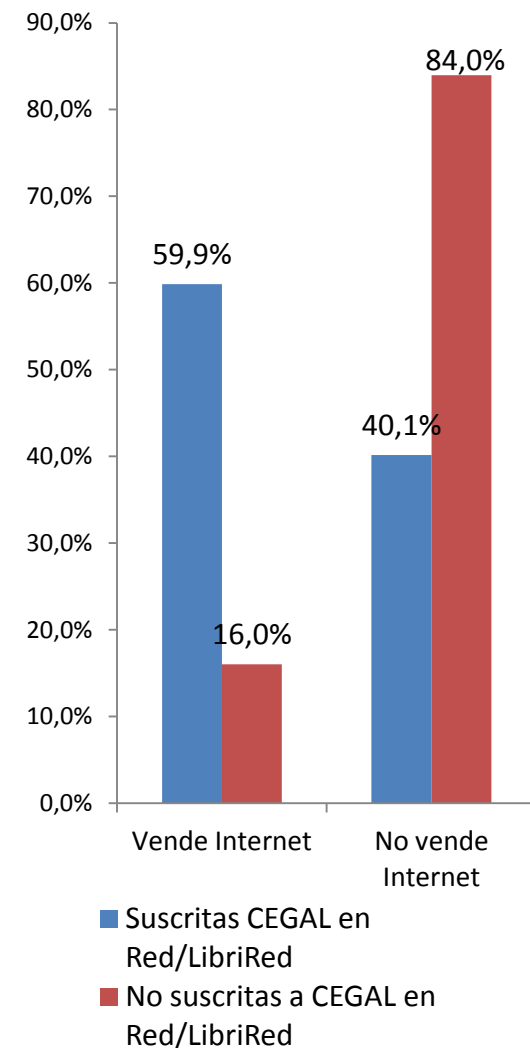
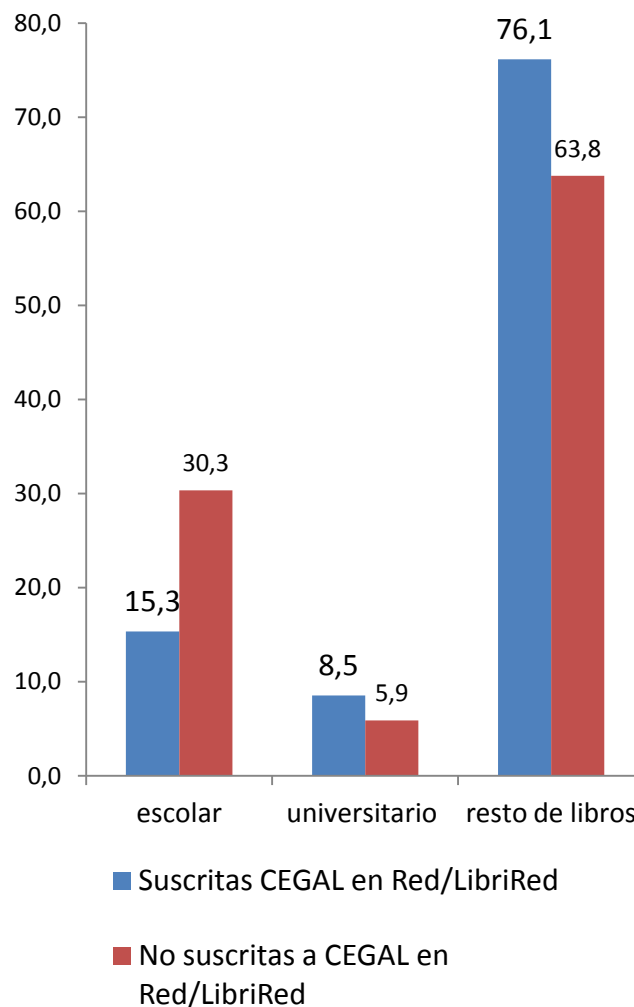
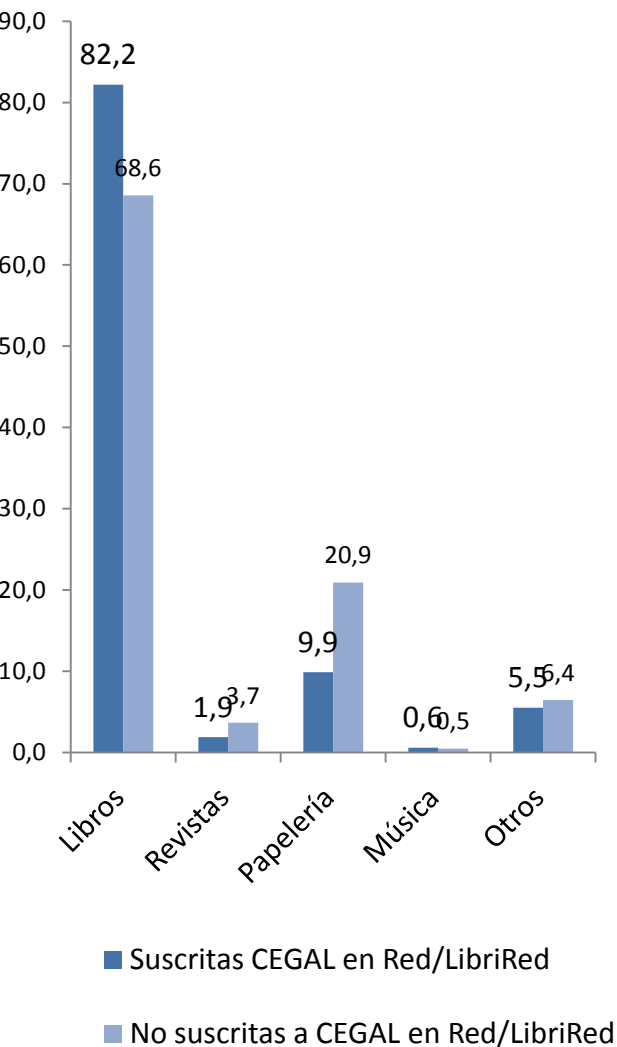
- Mayoritariamente **ISBN**
- Su **uso** sigue siendo **minoritario**
- CEGAL en RED** genera **mayor uso diario**
- Se **incrementa** conforme **mayor tamaño**

cegal en red

 LibriRed

	NUNCA	Al menos UNA VEZ al mes	Al menos UNA VEZ a la SEMANA	CASI TODOS los días	TODOS los días
CEGAL EN RED	61,9%	3,8%	5,5%	9,3%	19,5%
DILVE	69,3%	7,0%	5,0%	7,0%	11,7%
ISBN	56,9%	13,0%	11,1%	9,5%	9,5%
OTRAS	62,0%	5,8%	8,1%	10,7%	13,3%

cegal en red



Innovaciones

De mayor a menor porcentaje:

- Técnicas de exposición (mobiliario, etc.)
- Mayor cooperación con agentes culturales del entorno (bibliotecas, escuelas, etc.)
- Cambio en la distribución de las materias
- Diversificación en formas de pago / suscripción de clientes

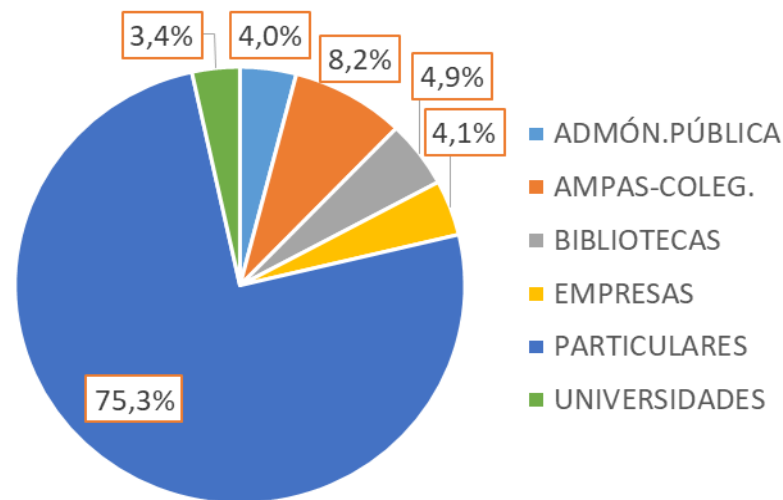
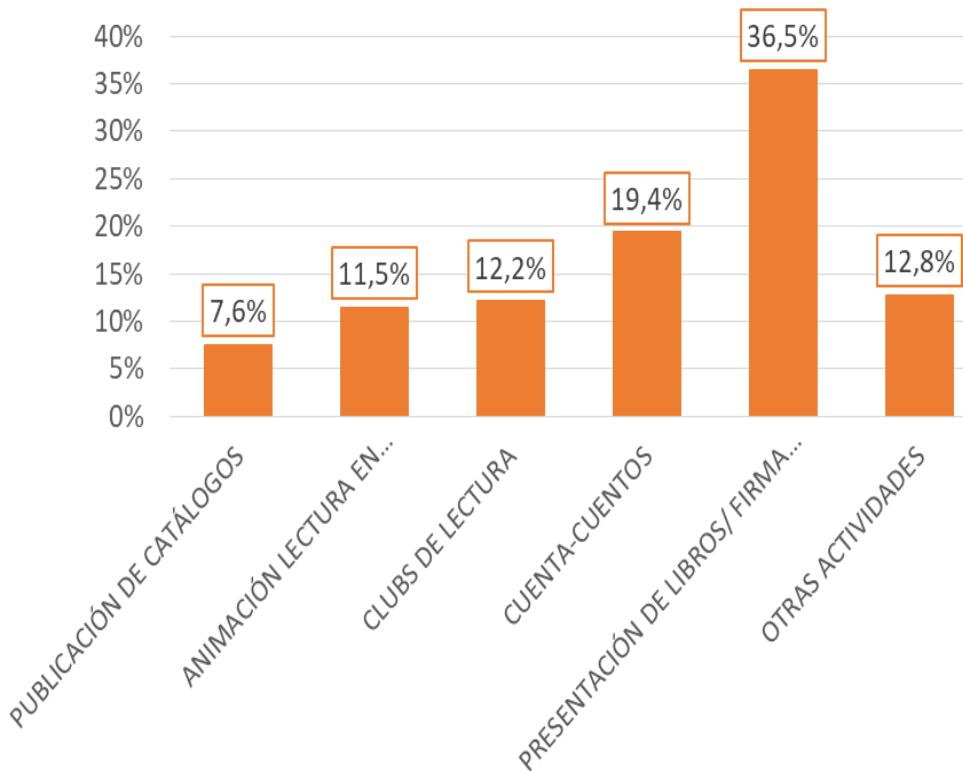
Mayor porcentaje de innovaciones en los años centrales de la crisis (2011 – 2012 – 2013)

Cientes

- Perfil de compradores
- Actividades de dinamización
- Canales de venta
- Redes sociales

ACTIVIDADES DINAMIZACIÓN

 Especialmente **presentación y firma de libros y conferencias**



PERFIL DE COMPRADORES

 Mayoritariamente **particulares**,
independientemente de su tamaño

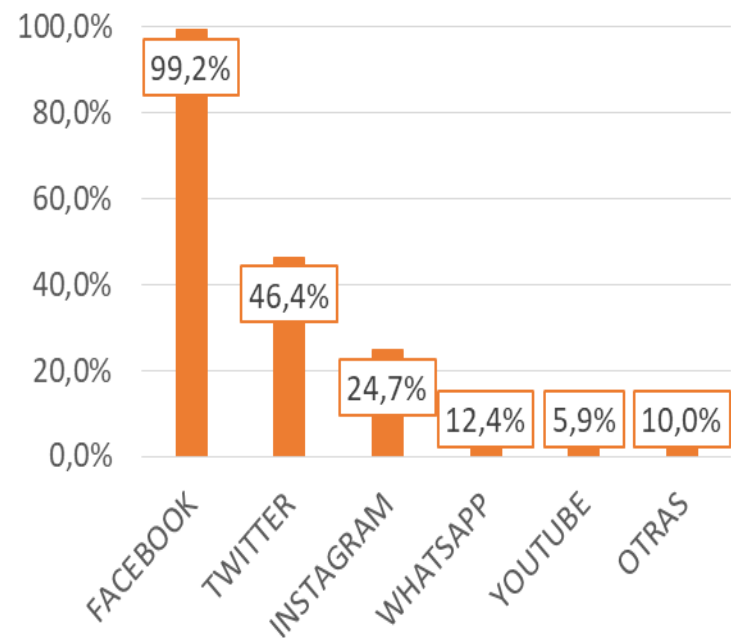
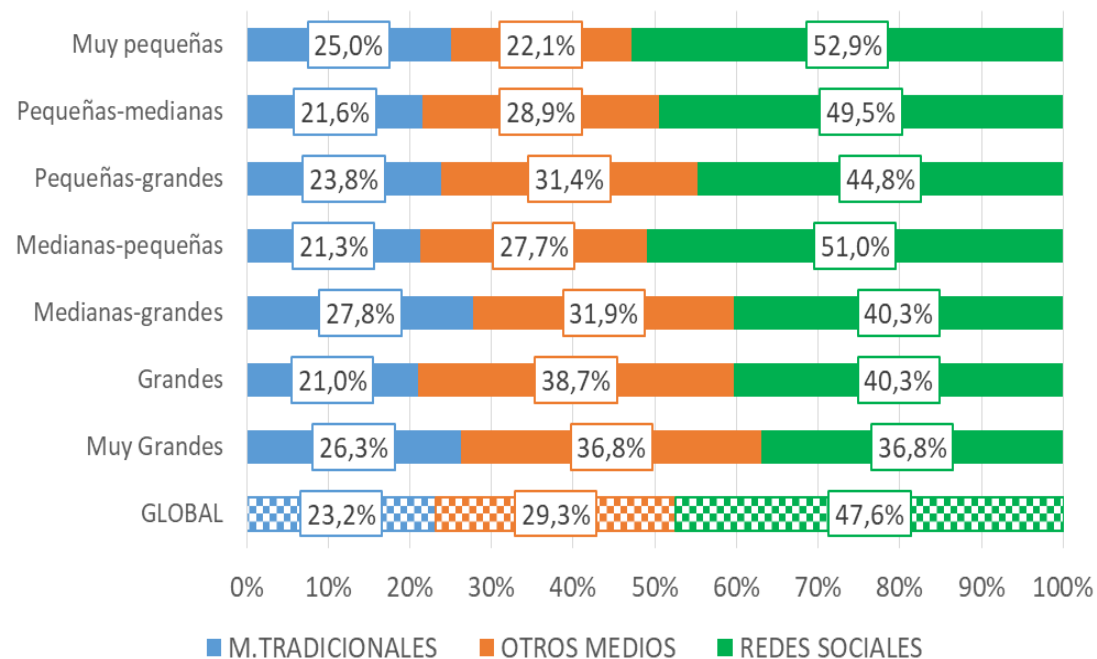
Canales de venta

- ¼ librerías vende por Internet (11% de su facturación)
- Mayor % venta por Internet en las librerías grandes y en las especializadas (sobre todo, las de Ciencias)
- Prácticamente no venden por Internet ni las muy pequeñas ni las generales de proximidad
- El 95% de la venta de libros se produce en el local en 2016 frente al 88% en 2004

ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN

📖 **Principalmente redes sociales**, independientemente del tamaño de la librería

📖 **Facebook es la más utilizada (99,2%)**



Superficie

- Cuanto mayor es la librería más % de espacio dedica al libro
- La venta por m² aumenta con el tamaño
- El % de espacio dedicado al no libro es similar al % de ventas
- No hay un cambio significativo en la superficie media en ningún grupo de librerías

Fondo bibliográfico

- Existencias: el nº de ejemplares creció durante la crisis en todos los tamaños de librerías
- Baja el firme hasta 2014 pero crece el depósito
- % de depósito: es mayor en las pequeñas (>30%) pero crece en las grandes (25%)
- El inventario neto pagado crece: más recursos propios para financiar el fondo
- Devoluciones: más alta en las librerías que reciben servicio automático de novedades (medianas)
- Bajada en 2016 (26,8%) respecto a 2013 (32,8%)

Resumen estrategias

Composición de las ventas

- El libro sigue siendo la base
- No aumenta el grado de diversificación
- El texto escolar gana peso
- El universitario lo pierde
- El libro electrónico genera ventas residuales

Personal

- El reparto de tareas no cambia
- El número de empleados bajó y se recupera muy lentamente
- Lo mismo la facturación por empleado

Innovaciones

- El mayor grado de innovación se hace durante la crisis
- Mejora de mobiliario y cooperación con el entorno

Tecnología

- La informatización es casi plena
- El uso de SINLI y de Normas CSL es muy mejorable
- Las usuarias de CEGAL en Red venden más % de libros y más por internet

Resumen estrategias

Clientes

- El cliente particular es mayoritario
- La venta en el local 95%
- Las librerías que más venden por internet son las especializadas
- Uso alto de redes sociales
- Intenso programa de actividades

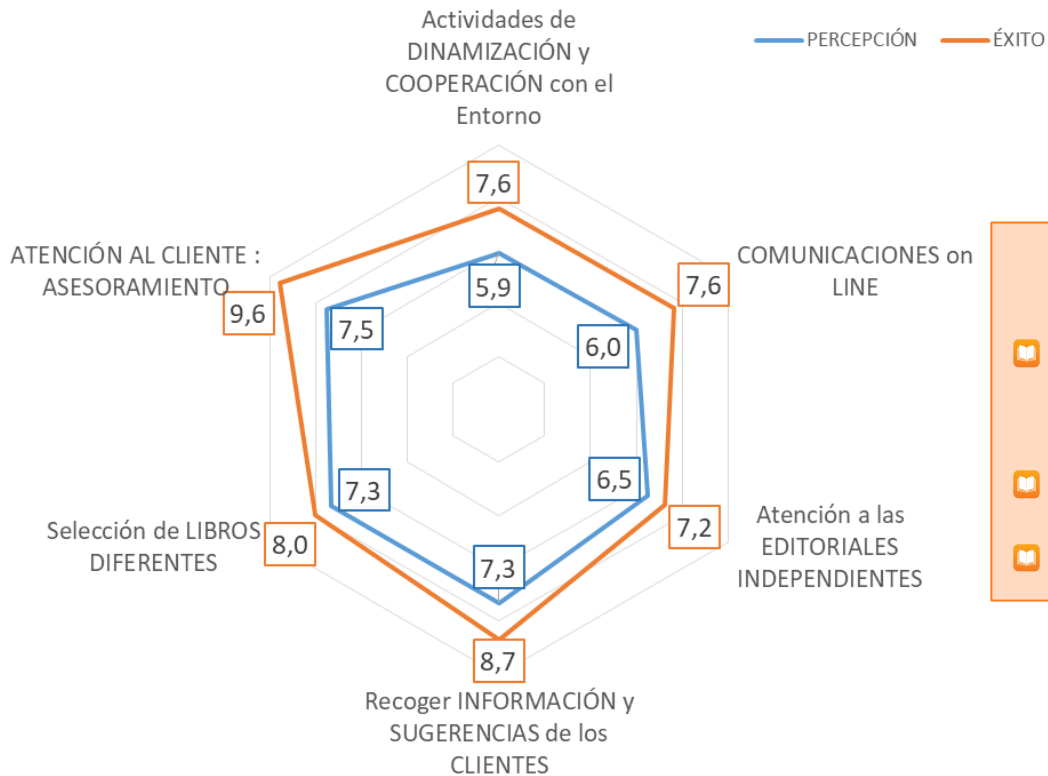
Superficie

- No hay variación de tamaños
- Mismo % de espacio y venta por tipo

Fondo bibliográfico

- Las existencias suben algo en total pero baja el firme
- Se aumenta el % de depósito
- Las devoluciones crecen hasta 2013 y luego bajan

PERCEPCIÓN vs. ÉXITO



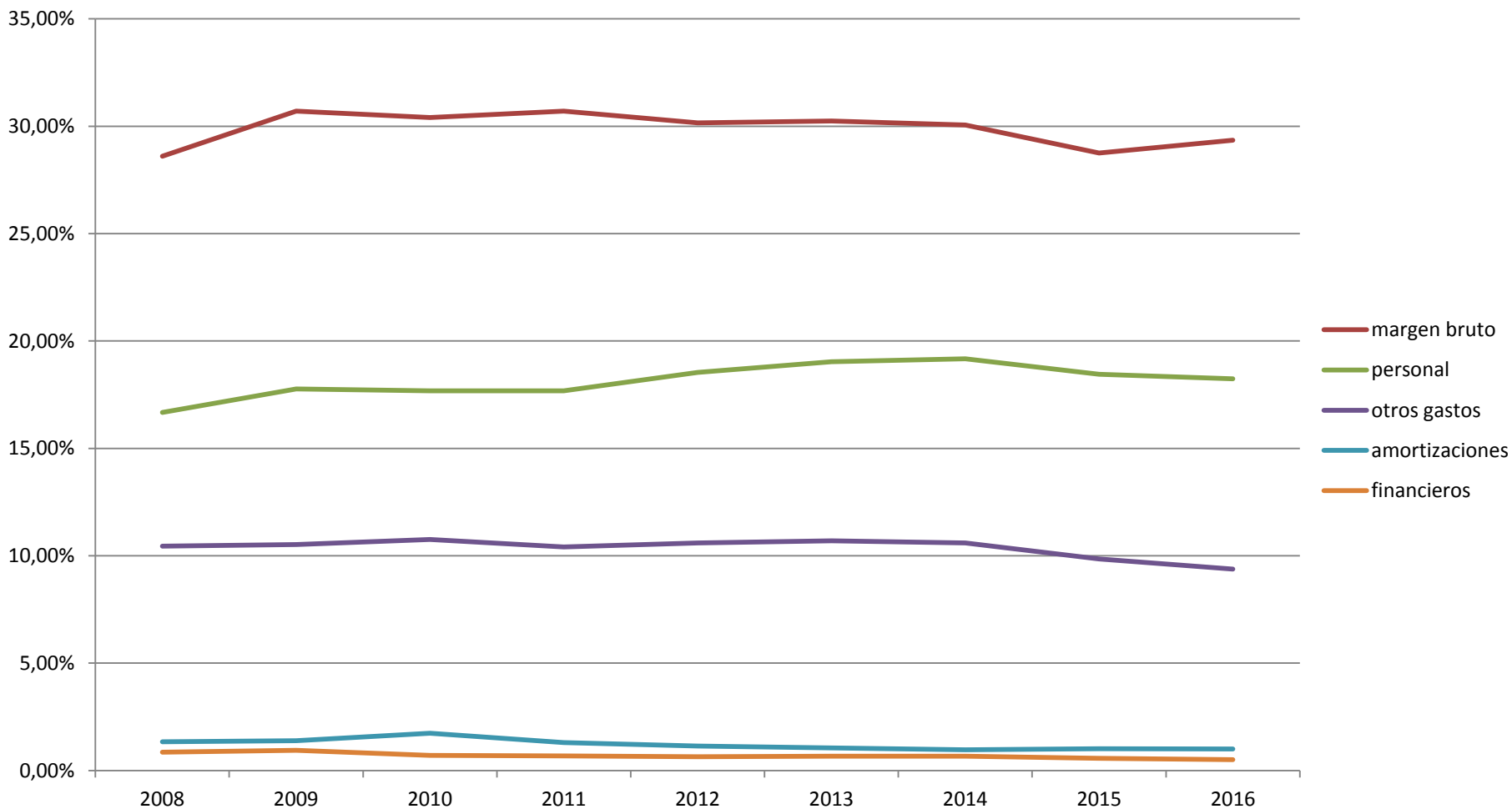
RECOMENDACIONES

- 📌 **Orientados al consumidor:** tratamiento del cliente
- 📌 **Realizar comunicaciones online**
- 📌 **Colaborar con los agentes culturales**

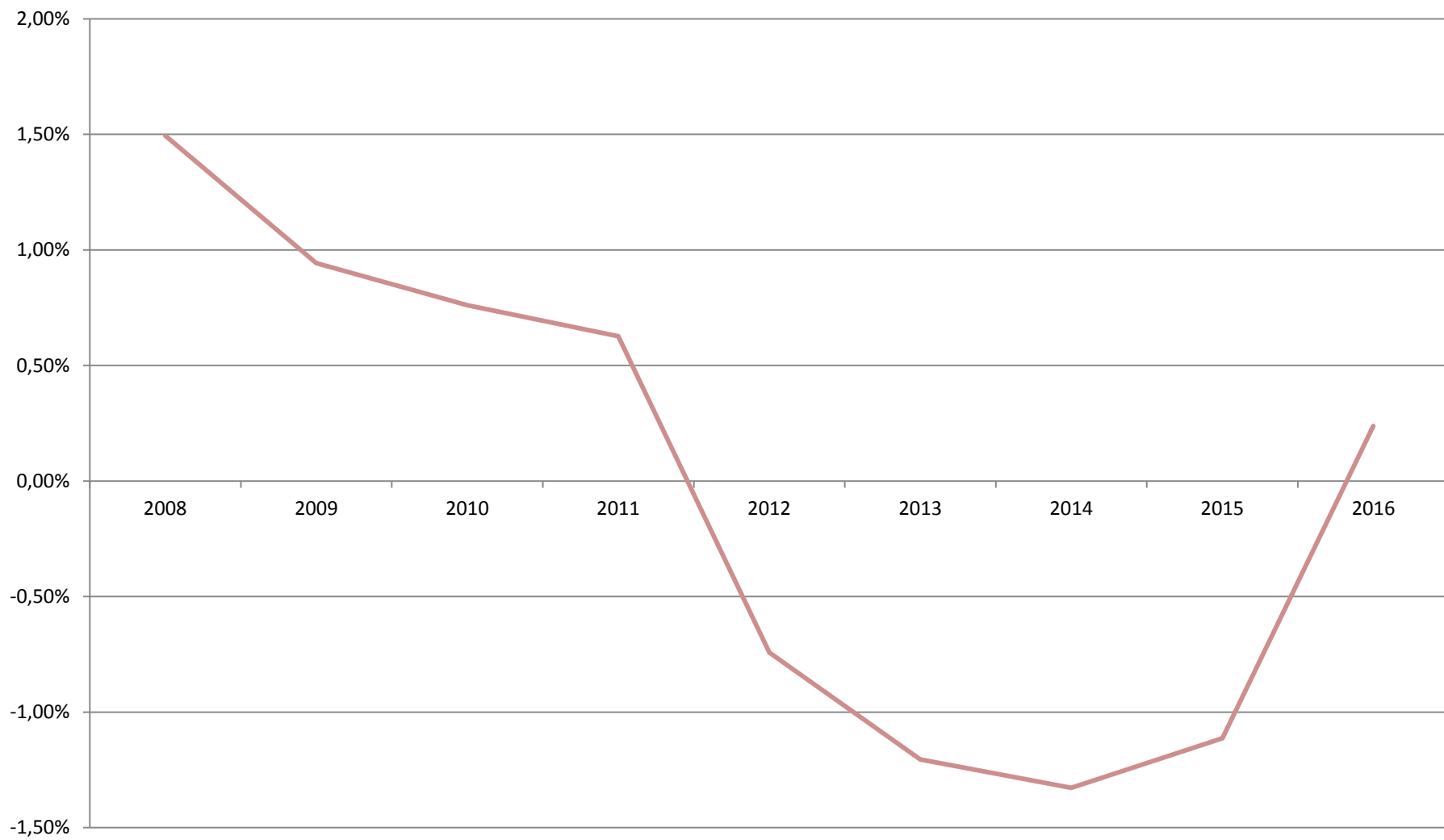
Indicadores económicos

- Margen bruto
- Estructura de gastos: personal, financieros, otros
- Beneficio

Margen y estructura de gastos



Beneficio



Resumen indicadores económicos

Margen bruto

- Tendencia a menguar
- Posible impacto de distribuidores mayoristas

Gastos

- Gastos financieros y amortizaciones bastante contenidos
- Otros gastos: tendencia a la baja difícil de sostener

Personal

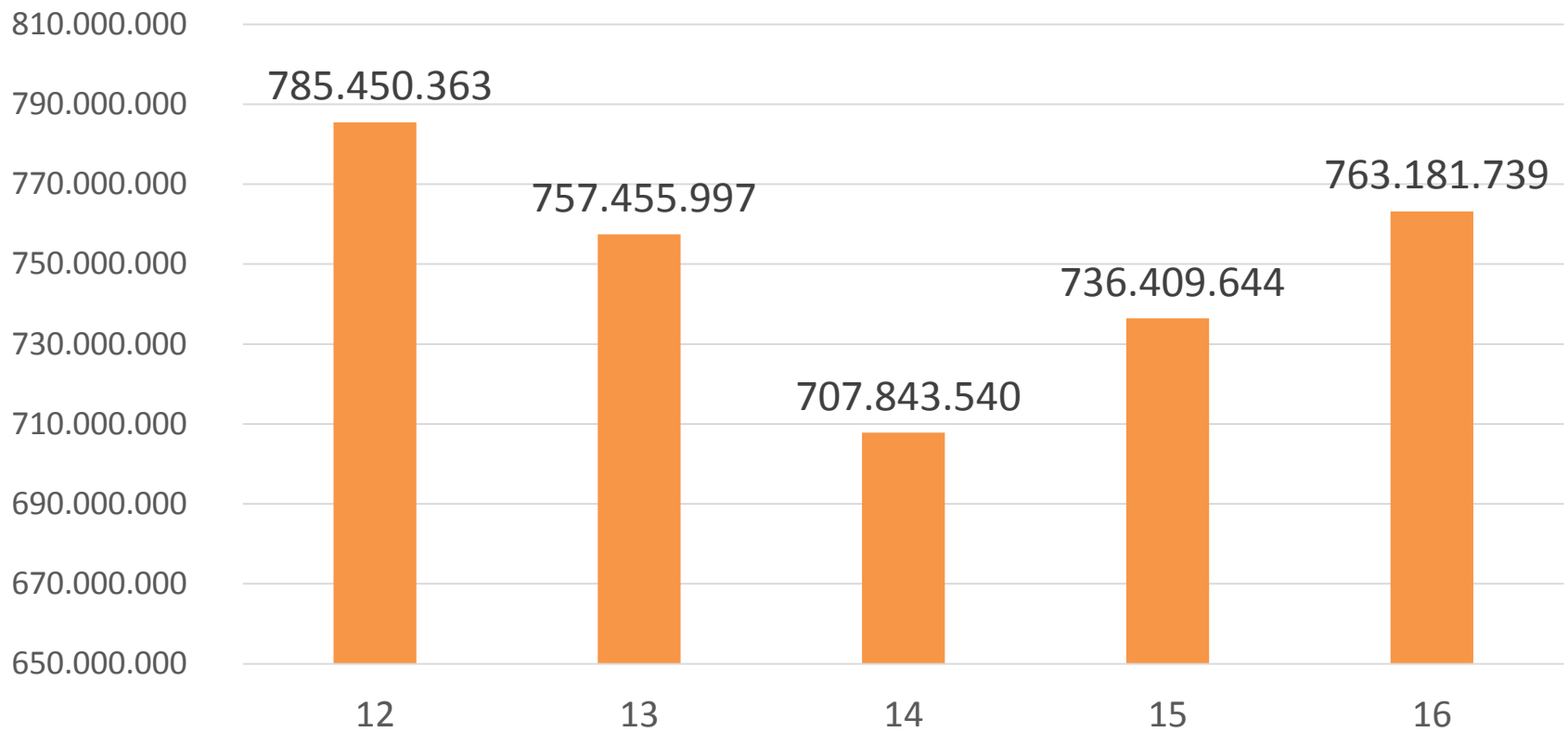
- Subida hasta 2014
- Leve bajada después
- Partida de gasto más importante
- Su gestión es clave

Beneficio

- Pérdidas durante varios ejercicios
- Muy poco margen operativo

Barómetro

Ingresos por venta de libros



Variación ventas



Resumen global

- Fuerte caída del mercado del libro desde el máximo de 2008
- La librería resiste mejor que otros canales
- Menos librerías hasta 2014, recuperación después
- Se mantiene en lo esencial la estructura librera en casi todas sus magnitudes: resiliencia
- Considerables esfuerzos de innovación y adaptación ante la crisis
- Insuficiente uso de la tecnología para optimizar procesos
- El libro de texto sigue siendo muy importante, el universitario cada vez menos
- Libro electrónico residual
- Internet : ni acaba con (todas) las librerías ni es la solución
- El espacio físico y el fondo se han mantenido
- Margen demasiado estrecho
- Gastos de personal: clave
- Beneficio raquítico o negativo
- Incertidumbre en la evolución de las ventas

Futuro: sostenibilidad

Sostenibilidad

- **Social:** ¿Son las librerías útiles a la sociedad? ¿Les reconoce la sociedad lo que aportan?
- **Económica:** ¿Es sólido el modelo de negocio? ¿Podrá resistir la siguiente crisis?
- **Ecológica:** ¿Cómo va a prepararse para el descenso energético y material?



Juan Miguel Salvador
Librería Diógenes



XXIII
CONGRESO
DE LIBREROS
SEVILLA 2018