

ANÁLISIS FINANCIERO DE LAS LIBRERÍAS TINERFEÑAS



FINANCIAL ANALYSIS OF THE BOOKSTORES OF TENERIFE

Autoras:

García Ilaria, Diana Carolina
Almendras Vargas, Morelia

Tutora:

González Pérez, Ana Lorenza

Grado en Contabilidad y Finanzas

Curso 2018-2019

Convocatoria Septiembre 2019

Fecha de presentación: 13 Septiembre 2019

RESUMEN

Nuestro principal objetivo en este trabajo es analizar tres de las librerías más conocidas de Tenerife, La Isla, Lemus y Agapea. Nos adentramos en el sector del libro para estudiar el progreso de la producción y la facturación, además de los precios de venta medios. También hemos examinado la situación económica y financiera de cada uno de los negocios para poder ver el estado en el que se encuentran y poder hacernos una idea de cómo les afectó la crisis económica. Como suponíamos, las consecuencias de la crisis fueron más que notables.

Adicionalmente, hemos hablado sobre Amazon ya que es una gran competencia para este sector. La evolución del formato digital ha sido otro tema importante en el trabajo porque es un nuevo mercado que se está desarrollando rápidamente. Por último, creamos una encuesta para investigar las preferencias y opiniones de un número determinado de personas.

Palabras clave: librería, crisis, libro electrónico.

ABSTRACT

Our main objective in this project is to analyze three of the best known bookstores in Tenerife, La Isla, Lemus and Agapea. We enter the book sector to study the progress of production and turnover, in addition to the average sales prices. We have also examined the economic and financial situation of each of the businesses to be able to see the state in which they are and to get an idea of how the economic crisis affected them. As we assumed, the consequences of the crisis were more than remarkable.

Additionally, we have talked about Amazon as it is a great competition for this sector. The evolution of the digital format has been another important topic at work because it is a new market that is developing rapidly. Finally, we created a survey to investigate the preferences and opinions of a certain number of people.

Keywords: bookstore, crisis, ebook.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. LA LECTURA EN ESPAÑA	6
2.1. La evolución del formato digital	8
2.2. El gasto cultural en España	10
2.3. Volumen de producción, precio de venta y cifras de facturación	12
2.4. Canales de distribución	16
3. ANÁLISIS DE EVOLUCIÓN DE TRES LIBRERÍAS. LA ISLA, LEMUS Y AGAPEA	18
3.1. Antecedentes	18
3.2. Análisis Contable	20
3.2.1. La Isla	20
3.2.2. Lemus	24
3.2.3. Agapea	26
4. ENCUESTA	29
5. CONCLUSIONES	32
6. BIBLIOGRAFÍA	34
7. ANEXO	36
7.1. Encuesta	36

ÍNDICE DE GRÁFICAS Y TABLAS

Gráfico 1: La lectura total y la lectura digital	7
Gráfico 2: Lugares de lectura	8
Gráfico 3: Préstamos domiciliarios en bibliotecas	10
Gráfico 4: Gasto de los hogares en bienes y servicios culturales por CA	12
Gráfico 5: ISBN concedidos 2008-2017	13
Gráfico 6: Números de títulos editados y tirada media, 2007-2016	13
Gráfico 7: Estimación del precio medio del libro	14
Gráfico 8: Cifras de facturación 2008-2018	15
Gráfico 9: Facturación por canales de comercialización	17
Gráfico 10: Evolución del activo, pasivo y PN, 2000-2009. La Isla	21
Gráfico 11: Evolución del activo, pasivo y PN, 2014-2015. La Isla	21
Gráfico 12: Margen de Beneficio 2000-2009. La Isla	23
Gráfico 13: Margen de Beneficio 2014, 2015. La Isla	23
Gráfico 14: Evolución del activo, pasivo y PN, 2003-2017. Lemus	25
Gráfico 15: Margen de Beneficio. Lemus	26
Gráfico 16: Evolución del activo, pasivo y PN, 2009-2017. Agapea	27
Gráfico 17: Margen de Beneficio. Agapea	28
Gráfico 18: ¿Cuántos libros lees al año?	29
Gráfico 19: ¿Cuál es tu gasto medio por cada compra de libros que realizas?	30
Tabla 1: Gasto de consumo cultural en España	11
Tabla 2: Ratios y coeficiente de solvencia. La Isla	22
Tabla 3: Ratios y coeficiente de solvencia. Lemus	25
Tabla 4: Ratios y coeficiente de solvencia. Agapea	28

1. INTRODUCCIÓN

El sector del libro es uno de los comercios más preocupantes de la actualidad. Desde la crisis económica y financiera que afectó a una multitud de empresas y la transformación del libro en formato digital, ha provocado el cierre de muchas librerías con años de experiencia. Como la librería Nicolás Moya, la más antigua de Madrid, o La Isla, una de las más conocidas de Tenerife. No se trata solo del cierre de un establecimiento más, también simboliza el cierre de las puertas a la cultura española. Un impacto negativo que afecta al comercio interior del país. Motivo por el cual hemos decidido estudiar la situación financiera de las librerías tinerfeñas y las preferencias del consumidor isleño a la hora de comprar un libro, para así compararlos con los datos globales que presenta el sector del libro en España. Analizar si estamos próximos a un nuevo cierre en la isla, y conocer los motivos económicos-financieros por los cuales llegan a cerrar.

Para ello, se estudia el hábito de la lectura en el país, los factores relevantes que influyen en su cambio, los canales de distribución que más facturan y se realiza una encuesta dirigida a los lectores tinerfeños para conocer sus gustos y opiniones con respecto al servicio que prestan las librerías en Tenerife. Los datos del SABI y algunas cuentas anuales del Registro Mercantil fueron fuentes importantes a utilizar.

El trabajo se distribuye en cuatro partes. Primero, en el estudio del sector del libro en España. Segundo, en el análisis contable de tres librerías de Tenerife. Tercero, en la realización de una encuesta para conocer de primera mano la opinión de los tinerfeños. Y cuarto, es la conclusión a la que llegamos tras conocer los datos estudiados y analizados.

2. LA LECTURA EN ESPAÑA

La lectura es la segunda actividad más practicada por los españoles. Según la “*Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2014-2015*” las actividades culturales más frecuentes de la población, en términos anuales son, escuchar música, leer e ir al cine con el 87,2%, el 62,2% y el 54%. Reflejándose un incremento de los lectores en un 3,5% respecto a los datos de la encuesta 2010-2011 (con un 58,7%). No obstante, solo el 25,6% de la población acudió cada año a una biblioteca o accedió virtualmente a ella.

Del 62,2%, el 59% utilizó el soporte papel y el 17,7% el soporte digital. Entonces la tasa de lectura anual en mujeres fue de un 66,5%, y en hombres de un 57,6%. Siendo una actividad más practicada por las mujeres, salvo si se trataba de leer la prensa o publicaciones periódicas. En 2018 ambos porcentajes se han incrementado, y en algunos casos casi coinciden. Las mujeres son las que más leen libros, revistas y contenidos en redes sociales. En cambio, los hombres son más propensos a leer la prensa, los cómics, blogs, foros y contenidos de las webs.

El hábito de la lectura también está determinado por la edad, los niveles de estudios y la situación familiar. La tasa entre jóvenes de 15 a 19 años es la más alta, con un 90,1%, seguida en segundo lugar por los jóvenes entre 20 y 24 años con un 79,8%, y en tercer lugar por personas entre 35 y 44 años con un 69,4%. El número de lectores desciende a medida que aumenta la edad. Dentro de los niveles de estudio la tasa más alta la representan aquellos con formación universitaria, en un 91,7%. Y en función de su situación familiar los solteros no emancipados son los que más leen, con un 77,8%, seguidos por parejas con hijos menores, con un 67,9%.

La lectura es una costumbre o rutina que no ha parado de crecer. Algo que viene confirmando los informes que la Federación de Gremios de Editores de España viene encargando a Conecta desde el año 2000. El último informe publicado, “*Hábitos de lectura y compra de libros en España 2018*”, revela que el 96,1% de los españoles lee algún tipo de material, al menos una vez al trimestre. De los cuales un 67,2% lee libros, porcentaje que incrementa cada año, y un 73,9% lee periódicos, rutina que disminuye en un 4,2% respecto al año 2010.

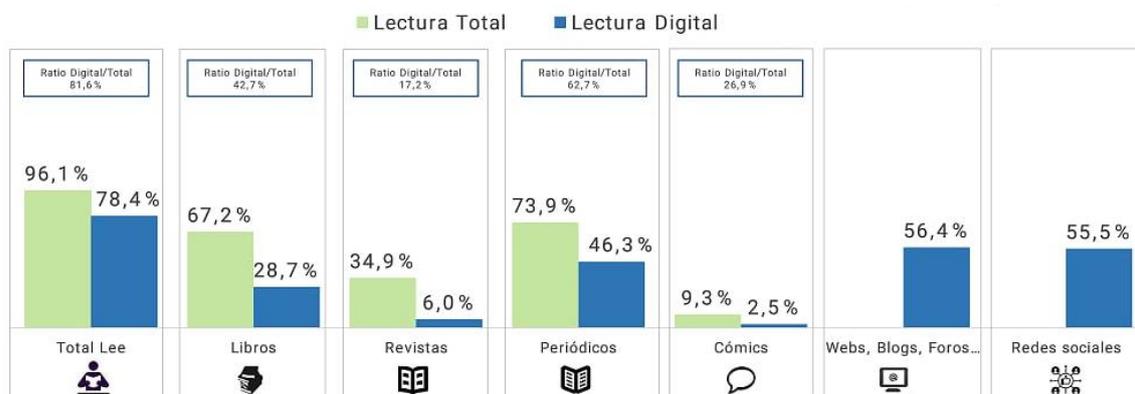
De los que leen libros, un 38,3% lo hace por ocio en su tiempo libre, un 23,4% lee por trabajo o estudios en su tiempo libre, y un 5,5% lee solo por trabajo o estudios.

El 78,4% de los españoles utiliza el soporte digital para leer cualquier contenido, un hábito que crece con fuerza. En 2010 lo utilizaba el 47,8%, en 2011 el 52,7%, en 2012 el 58% y en 2017 el 76,3%. Y si comparamos ambos soportes, del 61,7% que lee en su tiempo libre el 38,7% lo hace solo en papel, el 6% solo en formato

digital y el 17,2% en ambos formatos. Concluyendo, el 23,2% de la población lee por ocio en soporte digital.

La siguiente gráfica refleja el peso que tiene la lectura total y la lectura digital en cada medio de información o soporte.

Gráfico 1. La lectura total y la lectura digital



CONECTA.

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA

Fuente: Hábitos de lectura y compra de libros en España 2018. FGEE.

Del total de libros leídos en 2018 el 73,7% fue en papel y el 26,3% en soporte digital. De la parte digital el 20,8% fue sin pagar y el 5,5% fue mediante pago.

Si nos preguntamos cuál es la comunidad española que más lee (libros) en su tiempo libre, el informe de *“Hábitos de lectura y compra de libros en España 2018”* nos da como dato que la media es de un 61,8%, un 2,1% más que el año anterior. Los resultados proceden como base de 4.800 entrevistas dirigidas a una población de 14 o más años, con el fin de saber el porcentaje de españoles, por comunidad, que lee en su tiempo libre.

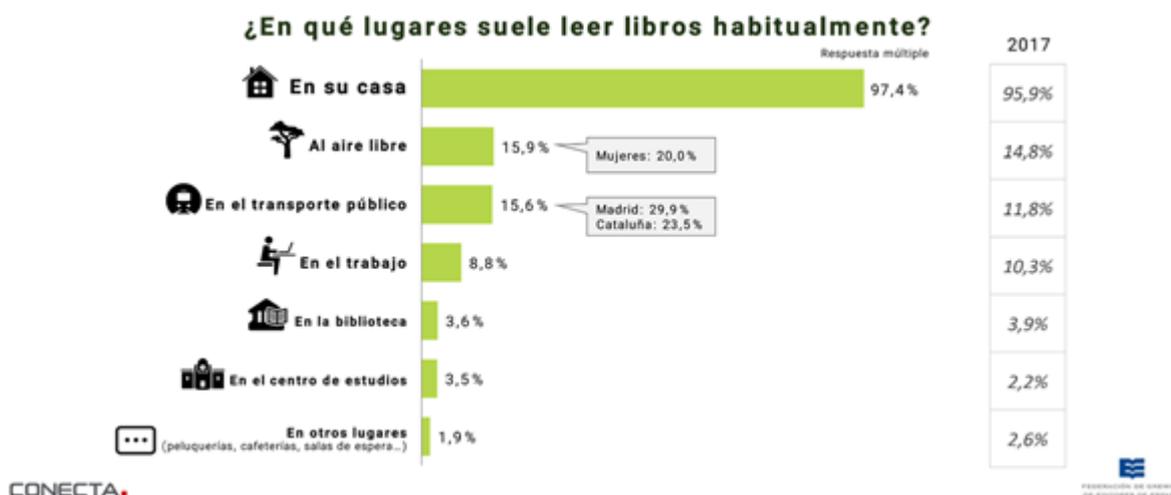
Casi todas las comunidades autónomas mantienen el mismo orden que los resultados del año 2017. Madrid sigue siendo la primera en contar con un mayor número de lectores, pasa de un 71,4% en 2017 a un 72,8% en 2018, seguida de Navarra que pasa de un 65,1% a un 66,7%. Las comunidades que se han visto alteradas son: Aragón, quien en 2017 ocupaba el séptimo puesto, en 2018 pasar a ser el octavo con un 61,9%; y Valencia, que pasa del octavo al séptimo puesto con un 62%. La comunidad que ha mantenido el penúltimo puesto, decimosexto, es Canarias, de un 56,4% a un 56,7%. Y la última sigue siendo Extremadura, que pasa de un 52,6% a un 52,2%.

Por tanto, las comunidades que están por encima de la media son Madrid (72,8%), Navarra (66,7%), País Vasco (63,7%), La Rioja (63,6%), Cantabria (63,3%), Cataluña (63,2%), Valencia (62%) y Aragón (61,9%). Por debajo están, Baleares (60,9%), Asturias (60,2%), Galicia (59,6%), Murcia (58,8%), Castilla-La

Mancha (58%), Castilla-León (57,9%), Andalucía (56,8%), Canarias (56,7%) y Extremadura (52,2%).

Respecto al lugar de preferencia el elegido es el hogar, con un 97,4%. Seguido con preferencia por las mujeres, al aire libre con un 15,9%. Y en tercer lugar, durante el trayecto de ida y vuelta a casa con un 15,6%, practicado sobre todo en Madrid y Cataluña.

Gráfico 2. Lugares de lectura



Fuente: Hábitos de lectura y compra de libros en España 2018. FGEE.

2.1. LA EVOLUCIÓN DEL FORMATO DIGITAL

Años atrás los libros se editaban con ordenador para facilitar su publicación en papel, por lo que podemos decir que ya se escribían en formato digital. Esta edición digital se generaliza entre los años 70 y 80.

Aunque si queremos remontarnos al principio de todo nos encontramos con la profesora gallega Ángela Ruiz Robles. Una mujer que pese a estar sumida en la larga postguerra española quiso inventar un artilugio que permitiera reducir el espacio ocupado por la gran cantidad de libros, y adaptarla a las necesidades de cada lector. Así, en 1949 desarrolla y patenta la primera propuesta de enciclopedia mecánica, la precursora del libro electrónico. Un procedimiento mecánico, eléctrico y a presión de aire para la lectura de libros. En 1962 realiza un prototipo de la misma, la cual del 2006 al 2012 forma parte de la exposición del Museo Pedagógico de Galicia en Santiago de Compostela, para luego pasar a la Exposición permanente del Museo Nacional de Ciencia y Tecnología de La Coruña.

Pero es en 1971 cuando por muchos se identifica al verdadero inventor del libro electrónico. El proyecto Gutenberg de Michael Hart, el cual buscaba digitalizar libros y ofrecerlos gratis. En 1993 Zahur Klemath_Zapata registra el primer

programa de libros digitales, *Digital Book*, y se publica el primer libro digital, “*Del asesinato*” de Thomas de Quincey.

En 1995, Amazon comienza a vender e-books a través de Internet lo que facilitó el acceso del lector a los libros electrónicos, aunque fueran de pago. En 1996, el proyecto Gutenberg alcanza los 1000 libros digitalizados, siendo su meta un millón. En 2001, Grupo Planeta lanza “Veintinueve.com”, la primera tienda de libros electrónicos en español. En 2007 Zahurk Technologies, corporación dueña de *Digital Book*, lanza la primera biblioteca de libros digitales para su lectura en Internet, “BibliotecaKlemath.com”. Ese mismo año, Amazon lanza *Amazon Kindle* y Grammata el *Papyre*. En 2009, la editorial Luarna lanza *booq*, el primer libro electrónico español. En enero de 2010 Apple lanza el *iPad* y comienza a vender libros electrónicos para su producto. En octubre de 2010 Barnes & Noble lanza el *NookColor*, el primer lector de libros electrónicos en color con sistema operativo Android. En 2013 Google comienza a distribuir libros a través de su tienda de aplicaciones para posteriormente lanzar la tienda *Google Play Books*, y *Kobo* llega a España en las Librerías La Central.

Las grandes multinacionales como Amazon, Microsoft, Apple y Google no solo han venido llevando a cabo el gran negocio editorial del e-book, sino que también han estado poniendo en peligro la supervivencia de los pequeños editores, los distribuidores y las librerías. Las cuales frente al volumen, diversificación e ingeniería financiera (para reducir las cargas impositivas) que poseen estas multinacionales poco pueden hacer para competir. Su única salida era adaptarse y convivir con ellas o innovar.

Esta evolución tecnológica ha afectado al comercio de los libros en soporte papel, ha promovido un cambio social y ha cuestionado todos los papeles que intervienen en la creación de un libro, como su oferta al público. La facilidad de poder acceder a la información en cualquier momento y en cualquier parte ha contribuido en la comodidad y en el ahorro de tiempo de cada lector. El poder tener al alcance cientos de libros con un solo dispositivo electrónico, con un coste inferior a lo que supondría tenerlos en soporte papel, ha revolucionado la forma de vida del ser humano. Por ello muchas entidades tanto privadas como públicas se han visto obligados a acogerla, por ser el mejor soporte de transmisión de un gran volumen de información y por ser cada vez más demandada por la sociedad.

Así, en 2010 surgen los primeros intentos de poner en marcha un servicio de préstamo de contenidos digitales en las bibliotecas españolas públicas. A finales del mismo año el Ministerio adquiere 677 dispositivos de lectura (*ereaders*) que contienen obras en dominio público para ponerlos a disposición de las bibliotecas. Dispositivos que fueron incrementando. En 2013 el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte inicia un proyecto ambicioso de ámbito nacional para dar un impulso definitivo a este tipo de préstamos, la eBiblio. Plataforma

que permitiría a los usuarios, con acceso a internet, descargar y leer ebooks y audiolibros. No fue hasta septiembre de 2014 que pudo estar disponible en varias comunidades y ciudades autónomas a través de sus redes de bibliotecas.

De este modo, la demanda de los préstamos domiciliarios en las bibliotecas públicas cambió. Según “España en cifras 2018” en 2016 el libro es lo más solicitado con respecto a los préstamos domiciliarios que prestan las bibliotecas españolas, con un 67% del total. Un porcentaje inferior a 2014 y similar al de 2008. Mientras, el libro electrónico representa un 1,6% del total de los préstamos, creciendo en un 44,3% respecto a 2014.

Gráfico 3. Préstamos domiciliarios en bibliotecas



Fuente: España en cifras 2018. INE.

Por otro lado, los datos de “Panorámica de la Edición Española de Libros” registraron, en 2016, 60.763 ISBN en soporte papel, un 6,39% más que en el año anterior. Resultando sobre el total editado un 70,65%. El soporte papel pasa de representar el 91,64% en 2007 a un 70,65% en 2016 dejando hueco a otros soportes, en especial a la digital con un 27,5% (año 2016).

2.2. EL GASTO CULTURAL EN ESPAÑA

Según la Encuesta de Presupuestos Familiares 2017 los libros y las publicaciones periódicas son el tercer componente más significativo del gasto cultural en España. Los servicios de telefonía móvil e internet presentan un 36,7% del gasto total. Le sigue los soportes, equipos y accesorios audiovisuales para el tratamiento de la información con un 23,9%. Los libros y las publicaciones

periódicas con un 20,2%. El resto como teatros, museos, bibliotecas, alquileres de radio y servicios fotográficos entre otros con un 19,1%.

Sin embargo, el gasto en bienes y servicios culturales en los hogares españoles ha estado decreciendo a lo largo de los años. En el año 2000 se registró un gasto cultural de 9.390,9 millones de euros, el cual no paró de crecer hasta el 2008 con un total de 16.962,5 millones. 2009 fue el momento en que empezó a disminuir, finalizando con 16.295,8 millones. Nuevamente se incrementó entre 2015 y 2016, con 13.187 millones y 14.099,4 millones, para volver a disminuir en 2017 con 13.298,4 millones de euros (el 2,5% del gasto total estimado en bienes y servicios).

La misma evolución decreciente se ha reflejado en las Islas Canarias con respecto al gasto total en libros y publicaciones periódicas. Los siguientes datos fueron extraídos del *Anuario de Estadísticas Culturales 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018*.

Tabla 1. Gasto de consumo cultural en España. (En millones de euros)

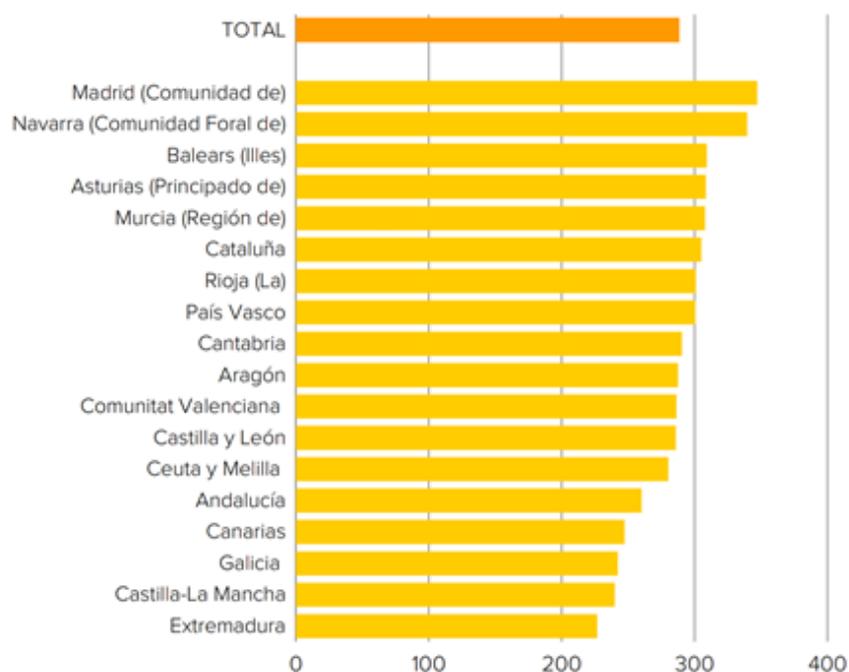
	2006	2007	2008	2009
<i>Gasto en bienes y servicios culturales.</i>	15.546	16.808,2	16.962,5	16.295,8
<i>Gasto en libros y publicaciones periódicas.</i>				
<i>Gasto en libros y pub. periódicas. Canarias.</i>				

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
15.860	14.696,6	13.366,9	12.261,7	11.963,2	13.187	14.099,4	13.298,4
		2.208,8	1.941	1.659,3	2.919,6	3.129,7	2.687,9
		59,5	55,8	48,3		117,5	77,9

Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales y Elaboración Propia.

Al parecer el gasto medio por persona es mayor en municipios con más de 100.000 habitantes. Tomando en cuenta que el gasto medio por hogar, vinculado a bienes y servicios culturales, fue de 718,3 euros y el gasto medio por persona se situó en 288,6 euros observamos claramente que toma su máximo valor en la comunidad de Madrid y su menor en Extremadura. Tal como muestra la siguiente gráfica.

Gráfico 4. Gasto de los hogares en bienes y servicios culturales por comunidad autónoma, 2017. Gasto medio por persona en euros.



Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales 2018. MECD.

Canarias pasa de un gasto medio por persona de 277,8 euros en 2016 a 247,3 euros en 2017.

2.3. VOLUMEN DE PRODUCCIÓN, PRECIO DE VENTA Y CIFRAS DE FACTURACIÓN

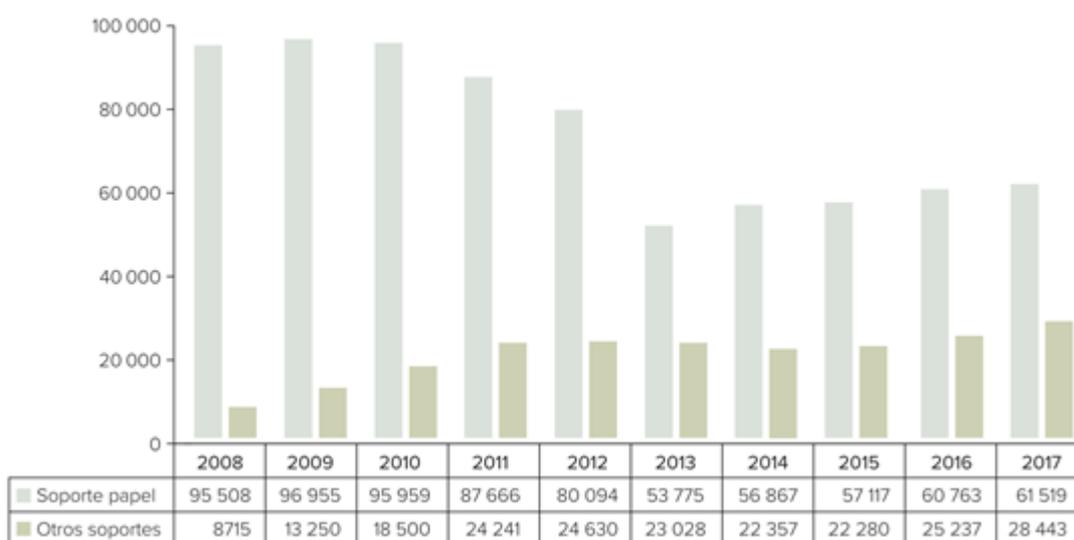
Según el documento *“BookMap. How big is global publishing?”* publicado en 2017 España es el noveno mercado del libro más grande del mundo. Detrás de Corea del Sur, Italia, Francia, Japón, Reino Unido, Alemania, China y Estados Unidos. Y se le sitúa en el sexto puesto en el volumen de ventas por número de habitantes.

Es el cuarto país europeo con mayor número de lanzamientos anuales. Siendo el 97.7% primeras ediciones.

Aunque el comercio interior de España se vió afectada, principalmente, por las consecuencias de la crisis económica y financiera iniciada en el año 2007 acompañada posteriormente por la evolución digital, finalmente pudo evitar que las ventas del sector del libro continuasen desplomándose, gracias a su esfuerzo por intentar ajustar la oferta y la producción editorial a la demanda real del mercado. Resultados que empiezan a surgir a partir del 2014.

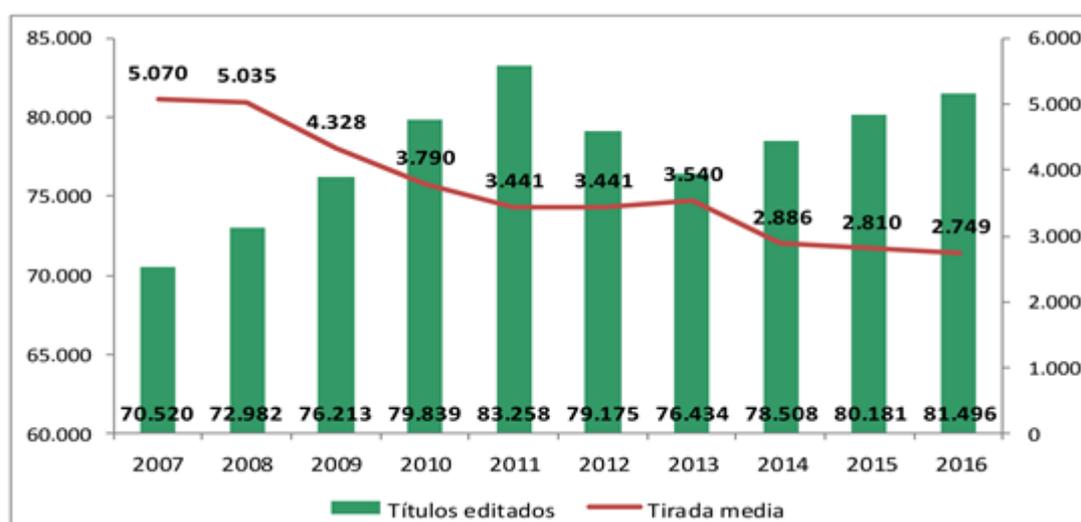
Desde el año 2000 al 2006 España viene presentando una produciendo editorial al alza, de manera progresiva tanto en el soporte papel como en el pequeño porcentaje que representa el resto, entre el 6,78% y 7,28%. Es en 2007 donde se aprecian pequeños cambios, aunque el soporte papel sigue incrementándose, el resto de soportes lo hace por primera vez casi el doble con respecto al año anterior. A partir del 2008 se observa mejor cómo la producción del resto de soportes crece en gran tamaño como nunca antes lo había hecho, cinco veces más de lo que había crecido hasta el 2006, sin embargo, deja de crecer a partir del 2013. Y el soporte papel también decrece a partir del 2010 hasta el 2013. Es en 2014 cuando la producción del soporte en papel se incrementa y el resto de soportes lo hace a partir del 2016.

Gráfico 5. ISBN concedidos 2008-2017



Fuente: Panorámica de la Edición Española de Libros 2017. MECD.

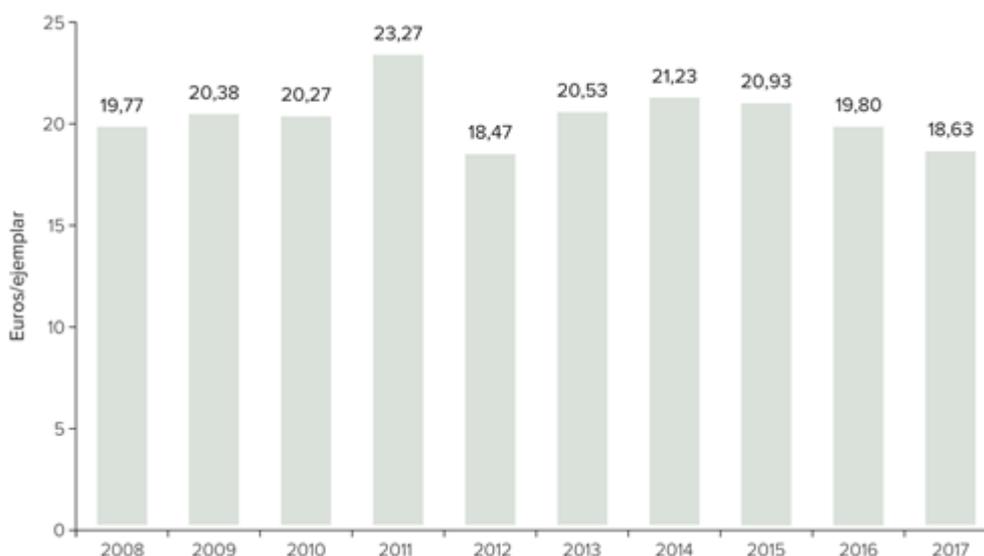
Gráfico 6. Números de títulos editados y tirada media, 2007-2016



Fuente: Comercio Interior del Libro en España. FGEE.

En 2017 se editan 87.262 títulos y la tirada media es de 2.753, 4 ejemplares más por tirada.

Gráfico 7. Estimación del precio medio del libro



Fuente: Panorámica de la Edición Española de Libros 2017. MECD.

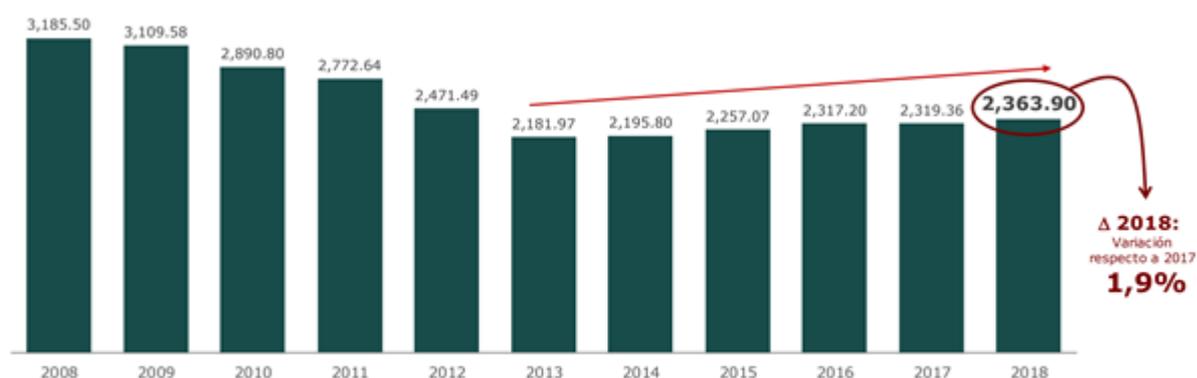
Al principio, partiendo del año 2000, tanto la producción como el precio medio del libro en general van incrementándose. En 2007, con la llegada de la crisis económica y financiera, para algunos es señal de tomar medidas al respecto, y otros esperan que la situación termine estabilizándose. De tal manera que la producción editorial y el precio medio del libro se va incrementando ligeramente, como venía siendo. Sin embargo, la producción en soporte papel empieza a disminuir en el año 2010, todo lo contrario de lo que ocurre con el resto de soportes (los cuales empezaron a disminuir a partir del 2013). Resulta que la crisis tuvo un mayor impacto a partir del 2009, la demanda interna del mercado había decrecido gravemente. Y con el cambio de hábito en el consumo cultural motivada por la evolución digital la situación empeoró aún más entre el año 2010 y 2013. Tanto que, entre el 2008 y 2013 se produce un descenso de alrededor de 1.000 millones de euros.

Aunque es en el año 2011 y 2012 donde se disminuye la producción de un mayor número de ISBNs, al disparar el precio medio más alto, en 2011, imposibilita una posible recuperación. Con unos precios altos y una demanda cada vez más pequeña, las ventas no tendrían el mismo resultado al de los años anteriores a la crisis. Posiblemente con el gran descenso del precio que se da en 2012, acompañado de la disminución de la producción, haya sido el posible inicio de la recuperación del sector. Es más, en 2013 la producción del papel disminuye más de lo que disminuyó en los dos años anteriores, y también empieza a disminuir el resto de soportes. Centrándose en la cantidad real de la demanda. En los años

siguientes la producción del soporte papel se incrementa ligeramente, lo suficiente para atender la demanda, al igual que el precio en 2014.

Si observamos la siguiente gráfica, en 2009 podemos ver que la facturación empieza a caer a medida que se incrementa la producción y los precios, ante una demanda que ya se veía disminuir fuertemente. Entre 2010 y 2013 la facturación sigue decreciendo constantemente, periodo en el que se disminuye cierta parte de la producción con unos precios volátiles y, parece no establecerse con la cantidad demandada. A partir del 2014 se produce justo lo que se demanda y se sube un poco el precio posiblemente para compensar los gastos e incrementar los ingresos. De este modo la facturación empieza a incrementar. A medida que mantienen la producción demandada y van bajando ligeramente el precio, la facturación incrementa.

Gráfico 8. Cifras de facturación 2008-2018 (En millones de €)



DNECTA Fuente Iconos: FlatIcon

Comercio Interior del Libro en España 2018

FEDERACIÓN DE AGENCIAS DE EDITORES DE ESPAÑA

Fuente: Comercio interior del libro en España 2018.

Dentro de la cuota de mercado del año 2018 las editoriales consideradas como las más grandes fueron las que más han facturado, el 39% del total. Las editoriales grandes facturaron el 22,8%, las medianas el 24,5% y las pequeñas el 13,6%. De los 2.363,90 millones de euros facturados, 2.244,92 millones fueron por libros en soporte papel y el resto, 118,98 millones, por libros en soporte digital.

Aunque el porcentaje de lectores de libros en España haya incrementado, el 32,8% de la población sigue sin leer, según datos de *“Hábitos de lectura y compra de libros en España 2018”*. El 61,8% que leen libros en su tiempo libre, porcentaje que ha ido creciendo a lo largo de los años, daría a pensar que son más los españoles que compran libros, sea en formato digital o en papel. Pero la realidad es otra. La piratería ha acaparado gran parte de la demanda de la lectura. En 2012, donde el 4% de los españoles ya se había familiarizado al libro

electrónico, más del 73% confesaba que pirateaba lo que leía. Resultando ser España el país más favorable a la piratería de la Unión Europea.

Y es justo en este panorama de crisis, sobre todo entre 2008 y 2013 acompañada de la introducción del formato digital y la piratería, donde los libros de Bolsillo resultan ser un gran apoyo para nuestros lectores. Su pequeño tamaño, su peso ligero, su contribución con el medio ambiente y su precio bajo ha permitido que muchos españoles no dejaran de leer. Este formato ha supuesto en 2018 el 5,3% de los libros editados, 8,9% de los ejemplares editados, 3,9% de la facturación y un 7,8% de los ejemplares vendidos. Su precio medio fue de 7,53 euros, 0,2% menos que el año anterior (2017).

2.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La presencia de los canales de comercialización en cada materia y soporte es diferente. Sin embargo, todos los canales han incrementado su facturación respecto al año anterior (2017), salvo los canales para libros electrónicos que descendió un 0,1%. Según datos del *“Comercio interior de libros en España 2018”*.

Dentro de los canales minoristas las librerías son las que más facturan, su facturación ha sido ascendente al igual que en las cadenas de librerías. Pasó de 746,92 millones, en 2014, a 831,56 millones de euros en 2018. La siguiente que más factura son precisamente las cadenas de librerías, pasa de 370,95 millones (2014) a 421,95 millones de euros en 2018. Los hipermercados y los quioscos han sufrido alguna que otra bajada desde el 2014. Los hipermercados pasan de 188,46 millones a 194,58 millones, y los quioscos de 81,98 millones a 80,80 millones de euros.

Las empresas e Instituciones siguen siendo el tercer canal que más factura. Su facturación desde el 2014, con 335,4 millones, apenas bajó en 2017 (346,44 millones) cerrando 2018 con 353,66 millones de euros. Mientras, las bibliotecas son las que menos ingresos obtienen, desde el 2014 que consiguieron 11,67 millones les ha costado recuperarse, aunque su facturación ha sido ascendente en 2018 solo han facturado 11,12 millones de euros.

Los canales para el libro electrónico es otro de los que no ha parado de facturar desde el 2014, con 110,02 millones, hasta 2018 con 118,98 millones de euros. Salvo por el pequeño descenso que tuvo en 2018 respecto al año anterior, de un 0,1%.

Gráfico 9. Facturación por canales de comercialización



	2014	2015	2016	2017	2018	% Variación 2018/2017
TOTAL FACTURACIÓN (millones de €)	2.195,80	2.257,07	2.317,20	2.319,36	2.363,90	1,9
Librerías	746,92	788,37	810,86	813,71	831,56	2,6
Cadenas de librerías ⁽¹⁾	370,95	398,88	410,75	411,10	421,95	2,6
Hipermercados ⁽²⁾	188,46	182,91	188,90	189,39	194,58	2,7
Quioscos	81,98	80,01	80,26	80,20	80,80	0,7
Empresas e Instituciones ⁽³⁾	335,14	340,66	347,95	346,44	353,66	2,1
Bibliotecas	11,67	10,85	10,90	10,88	11,12	2,2
Venta a crédito	78,62	75,78	77,84	76,93	77,00	0,1
Clubs del libro	48,23	44,75	45,97	45,92	45,91	0,0
Internet ⁽⁴⁾	19,81	20,27	22,00	22,77	24,52	7,6
Suscripciones	68,83	65,32	68,11	68,06	68,58	0,8
Otros canales	135,17	133,82	135,47	134,85	135,22	0,3
Canales para libro electrónico	110,02	115,44	117,19	119,10	118,98	-0,1

Fuente: Comercio interior del libro en España 2018.

Pero, si nos centramos solo en los canales de comercialización de libros en formato digital, la venta a través de plataformas específicas ha sido desde el 2016 la que más ventas ha realizado, representando en 2018 el 76,8% de los 118,98 millones de euros facturados (en formato digital). Dentro de la misma, las plataformas creadas por la propia editorial supusieron el 28,6% de los ingresos, las plataformas conjuntas con otras editoriales el 3,4%, y las plataformas comerciales genéricas y otras plataformas el 44,8%. En estas últimas plataformas, comerciales y genéricas, nos encontramos con Amazon (22,8%), Casa del Libro (7%), App Store (5,7%), Google Play (2,2%) y Fnac (1%), entre otros (6,1%).

La venta directa desde la web de la editorial representa el 18% de la facturación. La venta por medio de librerías el 0,7%. Y el resto (4,5%) en otros canales.

3. ANÁLISIS DE EVOLUCIÓN DE TRES LIBRERÍAS. LA ISLA, LEMUS Y AGAPEA

3.1. ANTECEDENTES

En 1971, en la calle Robayna nº2, José María Celis abre una tienda de electrodomésticos llamada “*Rexachs*”, la cual más adelante cambia de nombre a “*Librería la Isla*” convirtiéndose en librería y tienda de discos. Una pequeña empresa que crece junto a su fundador y sus hijos, Paco y Juan.

En 1984 abren una nueva librería en la avenida Venezuela nº17 “*la isla Librería y Papelería*”, con la idea de fomentar la lectura en el barrio. En 1993 se especializan y abren “*la isla Libros*”, en la calle Jesús Nazareno, pero al poco tiempo se les queda pequeña y se mudan a la calle Imeldo Serís nº79, en 1996. Y en 2004 se embarcan en una nueva aventura, compran un hermoso local en la calle Imeldo Serís nº75, que sigue llevando por nombre “*la isla Libros*”.

Según nuestros datos, las dos librerías de la calle Imeldo Serís y la de calle Robayna se mantienen abiertas como mínimo hasta julio de 2014. La librería de la avenida Venezuela cierra entre noviembre de 2008 y julio de 2014. Sin embargo, sabemos con seguridad que el 30 de agosto de 2014 cierran la primera librería de *La Isla*, tras funcionar 43 años. Según cuenta José María Celis, era momento de que su familia continuará con el legado familiar.

Las riendas de la empresa las toma el hijo y más tarde las nietas con el local de la calle Imeldo Serís.

Un año después, en 1972, surge una nueva librería llamada Librería Lemus en la calle Heraclio Sánchez. Fue constituida por los hermanos Lemus para ofrecer libros de textos especializados y material para los estudiantes.

Un par de años después abren un nuevo local para ampliar la literatura de todos los géneros, además de incrementar la oferta de libros enfocados a colegios, institutos y universidades.

Y en el año 2003 surge otro local, en la Avenida Trinidad, con la expectativa de ser la más grande de la isla y ser especializada en materias como física, biología, astronomía, etc.

En el año 2002, en Málaga, Miguel Ángel Ferrero y Diego Jiménez fundaron la librería online Agapea. Esta empresa comenzó solo vendiendo libros por internet

pero poco a poco ha ido abriendo varias librerías físicas situadas en Santa Cruz de Tenerife, dos en Málaga capital, Granada, San Fernando (Cádiz), Palma de Mallorca y en La Orotava (Tenerife). Ofrece un gran catálogo de libros, que incluye libros de texto, libros de oposiciones, novelas de todos los géneros, libros infantiles, etc.

Además de esto, Agapea dispone de una página web donde podemos encontrar reseñas de libros, noticias sobre libros y una agenda cultural que nos informa de las actividades previstas como por ejemplo presentaciones, cuentacuentos, bebecuentos, firmas y encuentros con autores.

Amazon es una compañía fundada entre 1994 y 1995 por Jeff Bezos. Al descubrir que Internet estaba creciendo más rápido de lo que muchos pensaban decidió adentrarse en el mundo del comercio web. Investigó mucho para poder elegir el mejor producto que pudiera ofrecer su empresa y llegó a la conclusión de que los libros eran la mejor elección por dos motivos: generan poco coste y son demandados mundialmente. A los dos meses de haber empezado ya había vendido a todos los estados de Estados Unidos y a 45 países, teniendo unas ventas de 20.000 \$ a la semana.

En 1998 fue añadiendo nuevas categorías de productos como CDs, DVDs, videojuegos, etc. Más adelante, Amazon se convirtió en un marketplace, una plataforma que permite a los usuarios comprar y vender, y además, comunicarse entre ellos. Posteriormente, Jeff Bezos formó Amazon Web Services, la cual ofrece un conjunto de herramientas y servicios de cloud computing (este término hace referencia al acceso y almacenamiento de los datos de trabajo en aplicaciones, servidores y plataformas en la nube). Además, en 2005 creó Amazon Prime en la que se incluyen varios servicios, entre ellos: envíos en 1 día gratis de productos comprados en la tienda online, reproducción ilimitada de series y películas, y acceso a cientos de eBooks.

Con el paso del tiempo Amazon ha ido creciendo intensamente hasta llegar a obtener una base de clientes de al menos 30 millones de personas. Además, en 2018 la revista Fortune la situó en el octavo puesto de la lista de mayores empresas estadounidenses gracias a sus ingresos totales. Los beneficios de la empresa en 2018 aumentaron un 31% en comparación con el año anterior, llegando a unos ingresos de 232.887 millones frente a los 177.866 millones de 2017.

2.2 ANÁLISIS CONTABLE

En este apartado se analizará la evolución y la situación económica y financiera de dos librerías tinerfeñas (La Isla y Lemus) y un gran comercio (Agapea).

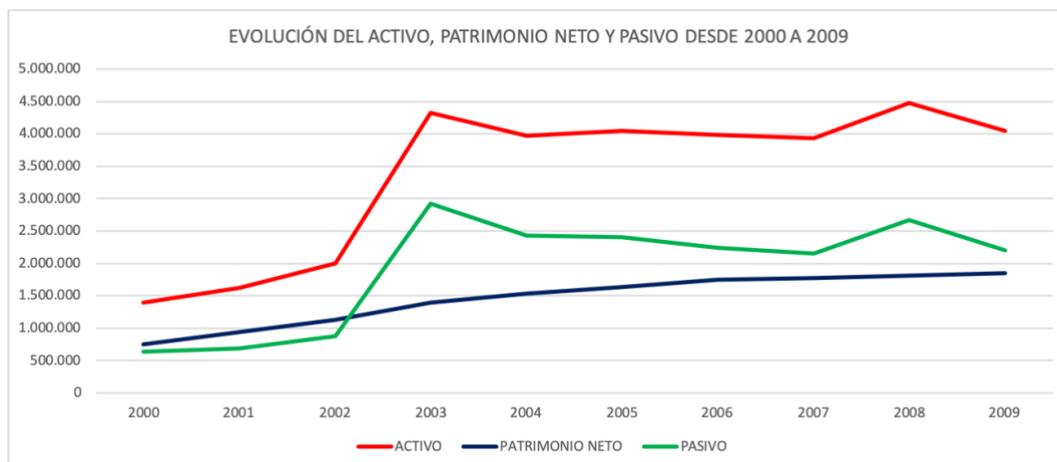
Para ello, hemos creído conveniente elaborar la representación gráfica de la actividad económica y financiera de cada librería, y hacer uso de ratios para facilitar su interpretación. Tanto los datos proporcionados para la elaboración de cada gráfica como las ratios han sido extraídos del SABI.

2.2.1 La Isla

Como podemos observar, hasta finales del año 2002 la empresa se mantiene constante, incluso algo creciente. Su valor se incrementa alrededor de 600.000 €, respecto al año 2000. Tanto su Activo, como su Pasivo y PN se ven incrementados. Pero en 2003 su valor se duplica. Su pasivo fijo crece enormemente, el valor de sus acreedores a l/p pasa de 323.992 € (2002) a 2.662.828 € (2003). Dentro de su activo, su inmovilizado inmaterial se triplica, y su activo circulante incrementa alrededor de 400.000€. Posiblemente, el cambio se debe al nuevo local que adquieren en 2004, en la calle Imeldo Serís nº 75. Una inversión que parece resultar positiva. Aunque en 2004 se aprecia una disminución de su activo y pasivo, por su desembolso monetario y la disminución de sus acreedores a l/p, sus fondos propios se incrementan sin parar. Es más, entre principios del año 2005 y finales del 2007, el activo se mantiene y su PN crece a medida que su pasivo disminuye. En 2008 su activo corriente se incrementa en 573.212€ y su pasivo corriente en 512.357€. En 2009 disminuye sus deudas financieras, sus acreedores comerciales, sus deudores y otros activos líquidos

Sin embargo, es solo hasta el año 2006 cuando consiguen mantener unos buenos resultados. En 2007, el resultado del ejercicio solo representa el 30% de lo que habían estado obteniendo. Porcentaje que a lo mucho llega al 35% hasta el 2009.

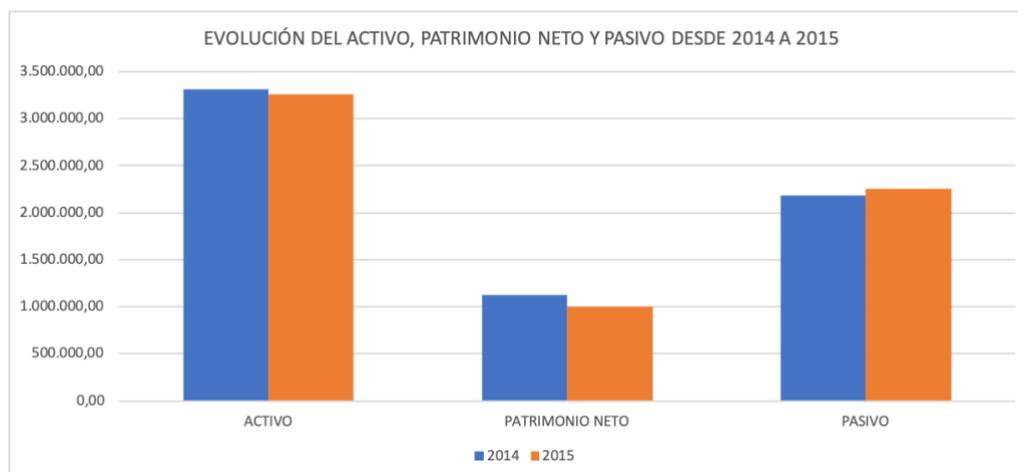
Gráfico 10. Evolución del activo, pasivo y patrimonio neto, 2000-2009. La Isla



Fuente: SABI y elaboración propia.

Aunque no tengamos información contable del año 2010, 2011, 2012 y 2013, se ve claramente que la crisis económica y financiera les estaba dando un fuerte golpe.

Gráfico 11. Evolución del activo, pasivo y patrimonio neto, 2014-2015. La Isla



Fuente: Registro Mercantil y elaboración propia.

Con los últimos datos publicados, del año 2014 y 2015, podemos confirmar que el activo ya había empezado a disminuir, de 3.308.780,52 €, en 2014, a 3.259.161,06 €, en 2015. Al igual que el PN, de 1.125.912,87€, en 2014, a 1.003.981,07 €, en 2015. Mientras tanto, su PC aumentó, en 171.499,77€ respecto al año 2014 (1.020.463,44 €), y su PNC disminuyó, en 99.187,43€ respecto al 2014 (1.162.404,21 €). Como se veía viniendo desde el 2007, los resultados del ejercicio continuaron bajando, hasta terminar en números rojos,

con una pérdida de 217.611,57 €, en 2014, y otra pérdida de 50.581,05 €, en 2015.

También tuvo efecto en la tesorería, si entre el año 2000 y 2003 rondaba entre casi los 400.000 y 135.000 euros, entre 2004 y 2009 se movió por debajo de los 40.000 €. En 2014 la suma del efectivo y otros activos líquidos equivalentes resultó 20.504,68 €, y 2015 finalizó con 12.434,74 €.

Tabla 2. Ratios y coeficiente de solvencia. La Isla

Ratios de solvencia a corto plazo = Activo corriente / Pasivo corriente

Coeficiente de solvencia (%) = (Fondos propios / Total activo) x 100

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2014	2015
3,26	3,01	2,26	6,19	2,99	2,32	5,76	2,81	1,96	2,63	0,9	0,84
54,39%	57,72%	56,34%	32,22%	38,77%	40,41%	43,79%	45,17%	40,42%	45,63%	34,03%	30,81%

Fuente: SABI y elaboración propia.

Si nos fijamos en los ratios de solvencia, a corto plazo, se puede decir que la empresa presenta una solvencia más que suficiente para hacer frente a sus obligaciones dentro de cada ejercicio. Su activo corriente se financia con deudas a corto y a largo plazo, por lo cual, no es motivo de preocupación los pagos inmediatos. La empresa suele contar, en su activo, con 2 o 3 euros para cubrir cada euro financiado. O incluso más, como ocurre en el año 2003, donde cuenta con 6 euros de su activo para cubrir cada euro financiado. Aunque, a veces, disponer de demasiado activo corriente puede resultar riesgoso, como la pérdida de valor de las existencias o del dinero en caja.

2008 es el primer reflejo de una solvencia disminuida. En 2014 y 2015, ya se ve que la empresa no puede hacer frente a los pagos corrientes del año. Bajo este análisis, podemos decir que la empresa posee una estabilidad financiera.

Sin embargo, si lo que nos interesa es saber el porcentaje que representa los fondos propios de la empresa frente al activo total, podemos decir que, en general, la empresa ha estado en condiciones de financiar su activo entre el 30 y el 56 por ciento. Aunque, siempre es preferible que esté por encima del 40%. Hasta 2009, según los datos que conocemos, la empresa presenta una estabilidad financiera. La cual, se ve afectada en 2014 y 2015.

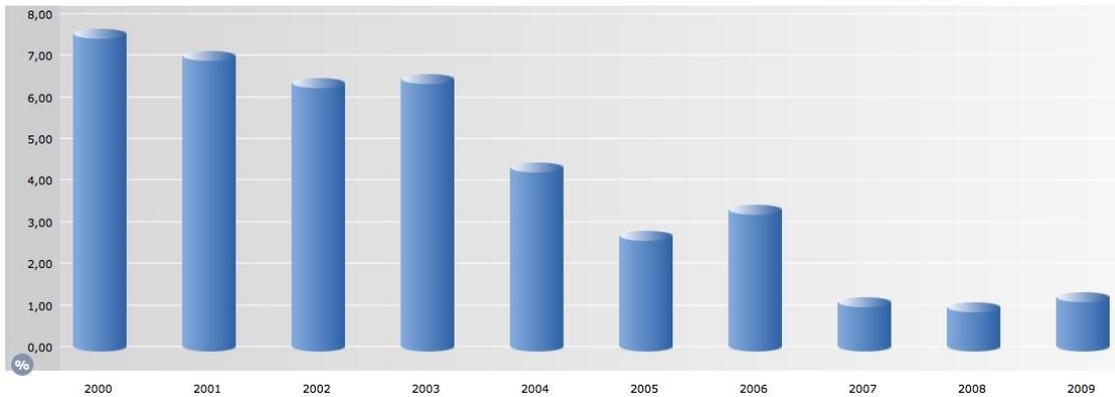
Margen de Beneficio

El margen de beneficio es una medida de rentabilidad que se calcula a través de las ventas y los costes de estas. Este ratio destaca la capacidad de la empresa para afrontar los gastos y obtener ingresos. Es necesario un margen de beneficio

ya que esto significa que la compañía es eficaz en el proceso de producción. Evidentemente cuanto mayor sea este ratio mejor será para el negocio.

$$\text{Margen de Beneficio} = \frac{\text{Resultados Ordinarios Antes Impuestos}}{\text{Ingresos de Explotación}} \times 100 = \%$$

Gráfico 12. Margen de Beneficio 2000-2009. La Isla

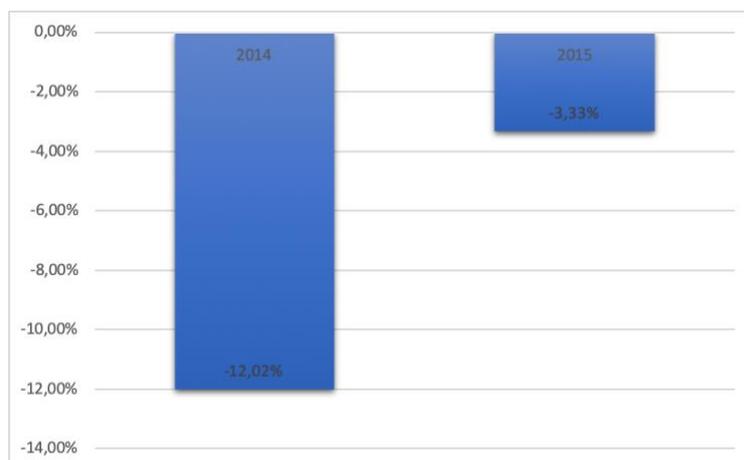


Fuente: SABI.

Como observamos en la gráfica la librería La Isla tiene una trayectoria descendiente. En el año 2000 tiene alrededor de un 7,5% de margen de beneficio y en el año 2005 llega a estar por debajo del 3%. En 2006 sube un poco hasta superar el porcentaje anterior pero a partir de ese año empieza a disminuir todavía más llegando casi al 1%.

Estos resultados nos hacen comprender que la crisis pudo contribuir a este descenso.

Gráfico 13. Margen de Beneficio 2014, 2015. La Isla



Fuente: SABI y elaboración propia.

En cambio, en los años 2014 y 2015 el margen de beneficio es negativo por lo que está teniendo pérdidas. El primer año obtiene un -12% y al año siguiente un -3,3%, esto nos indica que aunque estén en negativo se estaba recuperando levemente.

2.2.2. Lemus

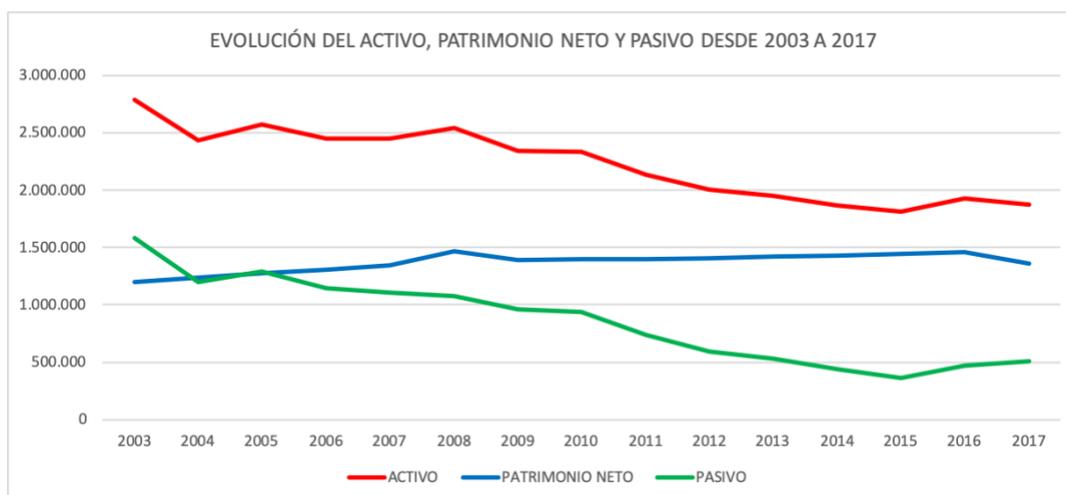
Según los datos que podemos interpretar de la gráfica, el activo y el pasivo siguen una misma trayectoria, de forma paralela. Ambos tienden a bajar. Lo que significa que la inversión de la empresa ha estado financiada, por fondos ajenos, en un máximo del 50%, tipo de financiación que disminuye progresivamente en mayor cantidad. Mientras, el PN se incrementa hasta finales de 2008, en 2009 sufre una bajada casi inapreciable, y a partir del ejercicio 2010 se mantiene constante de forma creciente hasta 2016. Es en 2017 donde el activo y el PN vuelven a bajar, acompañada de una subida inapreciable del pasivo.

En 2004 el descenso del activo se debe sobre todo a la disminución de la tesorería y otros activos líquidos, también disminuye los acreedores a l/p y otros pasivos líquidos. El decrecimiento del activo empieza sobre todo a principios del 2009, hasta finales del 2015. Y el pasivo desde el ejercicio 2006 hasta finales del 2015. Es muy probable que sea a causa de la crisis española, la cual provocó el desarrollo de muchos problemas en nuestro país como, por ejemplo, la crisis bancaria y el aumento del desempleo. En 2016 el activo circulante crece un poco y luego tiende a disminuir, los acreedores comerciales se incrementan durante dos años consecutivos, y el PN crece y disminuye en el siguiente ejercicio.

En general su mayor peso radica siempre en su inmovilizado material. Dentro de su pasivo fijo solo dispone de acreedores a l/p, los cuales van disminuyendo progresivamente. En el pasivo líquido empieza a disponer de acreedores comerciales a partir del ejercicio 2008, y mantiene otros pasivos líquidos entre 591.828 y 770.736 euros hasta 2007, en los años siguientes solo llegan hasta 64.177 euros.

Respecto a sus resultados del ejercicio, siempre ha obtenido ganancias, entre 8.988 y 98.128 euros. Sin embargo, los siete primeros años fueron los mejores, obtuvo a partir de 27.787 euros para arriba.

Gráfico 14. Evolución del activo, pasivo y patrimonio neto, 2003-2017.
Lemus



Fuente: SABI y elaboración propia.

Si nos centramos en su ratio de solvencia, a corto plazo, veremos que a lo largo de su actividad siempre ha estado alrededor de 1,75 y 2. Pudiendo contar, como media, con 1,87 € de su activo para cubrir cada euro financiado. Ratio que resulta razonable y bastante bueno para su situación, dado que lo aconsejable es que esté entre 1,5 y 2. Tener una ratio por encima del 2 puede llegar a suponer riesgos para el valor de los elementos del activo corriente.

Tabla 3. Ratios y coeficiente de solvencia. Lemus

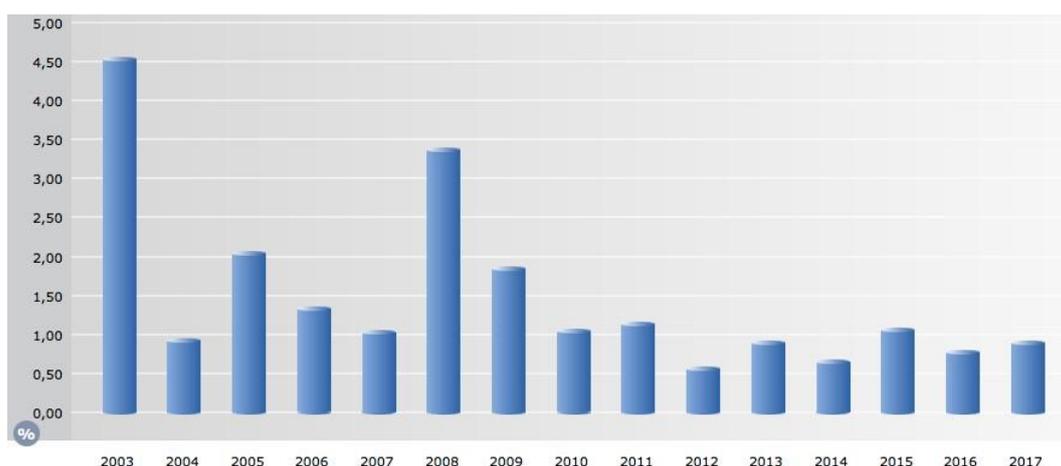
	2003	2004	2005	2006	2007
Ratios de solvencia a c/p = AC / PC	1,77	1,74	1,65	1,79	1,74
Coef. de solvencia (%) = (FP / TA) x 100	43,13	50,75	49,69	53,36	54,79

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1,86	1,80	1,76	1,90	2,03	1,99	1,98	2,08	1,90	1,70
57,59	59,13	59,96	65,47	70,37	72,92	76,67	80	75,51	72,75

Fuente: SABI y elaboración propia.

Ahora bien, si observamos el coeficiente de solvencia de cada año, es evidente que la empresa ha estado presentando, desde el 2004, una estabilidad financiera muy buena. Estabilidad que mejora con el paso de los años, hasta incrementarse en un 50% respecto al 2004. Lo que significa que Lemus ha tenido la posibilidad de financiar su activo entre el 43 y el 80 por ciento, a través de sus fondos propios.

Gráfico 15. Margen de Beneficio. Lemus



Fuente: SABI.

En este caso de la librería Lemus apreciamos varios altibajos durante el intervalo desde el 2003 al 2017. En el primer año alcanza el 4,50% pero al año siguiente desciende considerablemente hasta estar por debajo del 1%. Los años siguientes sigue variando bastante, en el 2008 se ve que asciende hasta casi llegar al 3,5% pero después baja de nuevo. Los últimos seis años varía entre 0,5% y 1%.

Todo lo explicado anteriormente significa que las ventas han caído y los costes han subido.

2.2.3. Agapea

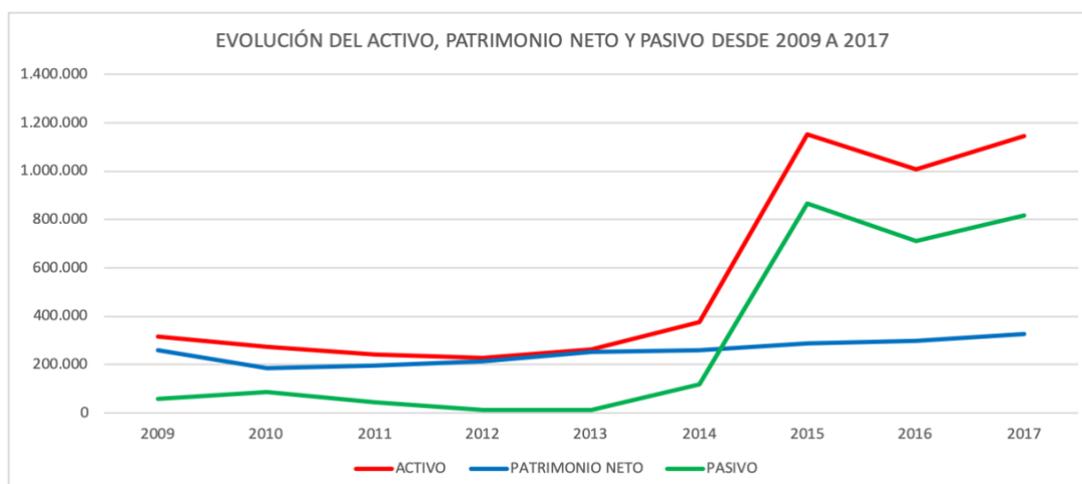
El caso de Agapea es especial. No fue fundada en la isla, pero, se ha hecho con una buena cuota del mercado comercial del libro en la isla de Tenerife. Al igual que las librerías tinerfeñas, trabaja por hacerse un hueco en el sector y mantener su establecimiento activo.

A finales de octubre del 2009 surge la primera librería Agapea en Santa Cruz de Tenerife. En un momento duro para la economía española a causa de la crisis. Pero aquello, no fue un impedimento para que Agapea se estableciera. Su entusiasmo y trabajo en equipo hizo que pudieran permanecer, en equilibrio, dentro del mercado isleño, hasta finales de 2013. El año 2010 fue el más complicado por los gastos de la inversión. Fue a partir del 2011 que consiguieron arrancar de forma positiva, aunque lentamente, incrementando sus fondos propios y disminuyendo su pasivo, mientras el activo disminuye en pequeños porcentajes. A principios del 2013 empiezan a invertir, el activo incrementa hasta finales del 2015, al igual que el pasivo a comienzos del 2014. El pasivo había descendido en un 40% con respecto a 2010, y el activo y pasivo daban un

enorme salto ascendente en 2015, sus existencias se multiplicaban por cuatro y sus acreedores comerciales por seis. Por su parte, el patrimonio neto continuó creciendo ligeramente sin parar, como venía siendo desde el ejercicio 2011. En 2016 disminuye su inmovilizado, pero sobre todo su tesorería y otros activos líquidos en un 71,59%, y sus acreedores comerciales en un 22%. En 2017 vuelven a incrementar sus existencias, deudores y acreedores comerciales.

Aunque los dos primeros años obtuvieron resultados negativos, creció desde el ejercicio 2011 hasta el 2013, finalizando con 36.526€, su resultado del ejercicio más alto. En 2014 baja, en 2015 sube, y vuelve a bajar en 2016. Al año siguiente se recupera, finaliza 2017 con 31.098€.

Gráfico 16. Evolución del activo, pasivo y patrimonio neto, 2009-2017.
Agapea



Fuente: SABI y elaboración propia.

Si nos fijamos en el ratio de solvencia, a corto plazo, de cada año, la empresa en general puede cubrir sus obligaciones rutinarias con su activo corriente. Salvo en el año 2010, donde probablemente tenga que deshacerse de una parte de su activo fijo o compensarlo con buenos resultados del ejercicio. Es decir, ante unos buenos resultados de explotación, que tras aplicarle los intereses e impuestos, sea capaz de cubrir una parte o el total de las obligaciones corrientes del ejercicio. En el resto de ejercicios es capaz de cubrir sus deudas corrientes, aunque un tanto riesgoso en el año 2011, 2015, 2016 y 2017, en el caso de que obtuviese pérdidas. Pero también, corre el riesgo de perder valor en su activo corriente durante el año 2012 y 2013. Por cada euro financiado, en general dispone de unos euros volátiles, entre 0,77 y 9,70 euros de su activo corriente. Siendo el mejor en el año 2013 y el peor en el 2010. Por tanto, a vista de lo que se ve, la empresa presenta una estabilidad financiera más o menos estable.

Tabla 4. Ratios y coeficiente de solvencia. Agapea

Ratios de solvencia a corto plazo = Activo corriente / Pasivo corriente

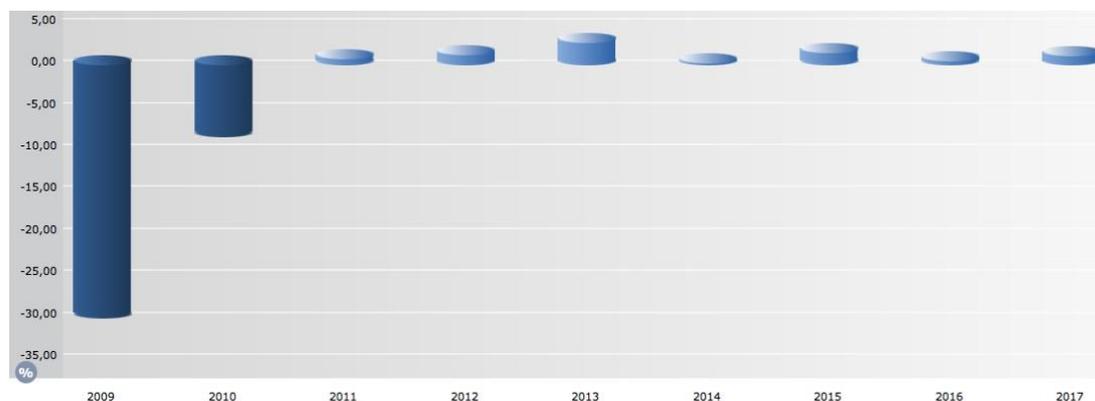
Coefficiente de solvencia (%) = (Fondos propios / Total activo) x 100

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2,24	0,77	1,16	4,50	9,70	2,07	1,20	1,30	1,32
81,56	68,54	81,96	94,56	95,48	68,46	24,78	29,43	28,67

Fuente: SABI y elaboración propia.

Si ahora observamos el coeficiente de solvencia, del año 2009 al 2014, presenta porcentajes excelentes. Lo que significa que durante estos ejercicios la empresa podría cubrir con sus fondos propios gran parte de la inversión. Entre el 68,46% y el 95,48%. En los años siguientes se observa una evidente bajada, lo que hace que dependa mucho más de la financiación ajena. Una estabilidad independiente que se ha visto alterada.

Gráfico 17. Margen de Beneficio. Agapea



Fuente: SABI.

En este caso vemos algo totalmente diferente, la librería Agapea, en el año de apertura de su primer local en Tenerife, muestra un margen negativo de -30%. Al siguiente año empieza a recuperarse, aunque obtiene casi un -10% ya luego comienza a obtener algo de beneficio. A pesar de que se generan beneficios todavía no ha podido llegar al 5% de beneficio.

Esta gráfica nos hace ver que al principio tuvieron gastos muy elevados frente a las ventas. Posteriormente, los resultados han mejorado seguramente gracias a la subida de ventas por lo que han podido hacer frente a todos los costes.

4. ENCUESTA

Para nuestro trabajo nos pareció buena idea realizar una encuesta para conocer los gustos de la gente a la hora de comprar un libro, dónde comprarlo y lo que piensan sobre los ebooks, entre otras cosas. Enviamos a varias personas dicha encuesta y al final obtuvimos 104 respuestas en total. La mayoría de las respuestas resultaron ser de mujeres, con un 69,2%, frente a un 30,8% de hombres.

En cuanto al rango de edad, la mayoría de las respuestas fueron de jóvenes entre 17 y 25 años, con un 41,35%. Un 21,15% de las contestaciones fueron de personas entre 26 y 37 años, con un 17,31% de gente entre 37 y 50 años, y por último, el 20,19% restante fueron de personas mayores de 50 años.

Hemos verificado que hay un número mayor de personas (86,5%) que prefiere comprar en una tienda física que por internet (13,5%). Esto nos demuestra que internet es un gran negocio que ha aumentado a lo largo de los años pero no ha superado todavía al comercio físico, ya que hay mucha gente que no le gusta comprar por internet.

Nos pareció interesante preguntar sobre si conocían las tres librerías de las que hablamos en este trabajo. La librería que más conocen es la librería Lemus, visto que tiene un 88,5%. La segunda más conocida es Agapea, no muy lejos de Lemus, con un 82,7%. Y nos sorprendió saber que La Isla se situó en el tercer lugar con un 75%, dado que fue la primera en fundarse..

Según la encuesta solo el 28,8% lee mucho y un 2,9% no lee nada. La respuesta más marcada es la de que leen poco con un 68,3%. La mayoría contestó que suelen comprar libros en pequeños negocios, llegando al 66,3%. Y los demás frecuentan los grandes negocios. Y un 74% dice que tiene una librería cerca de su zona, los restantes o no saben o contestaron que no.

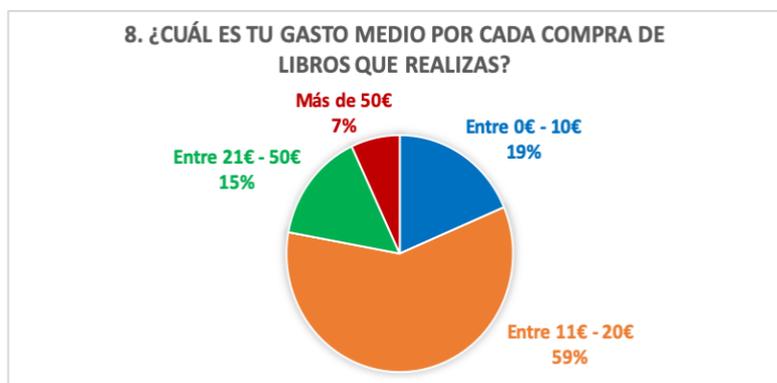
Gráfico 18. ¿Cuántos libros lees al año?



Fuente: Encuesta y elaboración propia.

En este gráfico vemos el número de libros que suelen leer al año. La respuesta más común es entre 0 y 5 libros. Las otras tres opciones se quedan más o menos igualadas.

Gráfico 19. ¿Cuál es tu gasto medio por cada compra de libros que realizas?



Fuente: Encuesta y elaboración propia.

El gasto medio por cada compra de libros de los encuestados varía un poco. Se gastan sobre todo entre 11 € y 20 €. Y lo menos común es gastarse más de 50 €.

Hemos preguntado si les parecen caros los libros, y la mayoría respondió que más o menos (45,2%), y además el número de personas que respondió que sí les parecen caros es mayor (34,6%) al que dice que no son caros (20,2%). Esto nos hace ver que uno de los motivos por el cual la gente no compra tanto es el precio.

Otro detalle importante, es que a la pregunta de que si prefieren libros físicos o ebooks los primeros consiguen una mayoría evidente (87,5%) en comparación a los segundos (12,5%). Eso quiere decir que aunque los ebooks se han ganado un espacio en el mercado los libros físicos todavía tienen mucho futuro aunque algunos no lo crean.

La mayor parte de los encuestados (41,3%) cree que los libros físicos no desaparecerán a causa de los ebooks. Hay un porcentaje de casi el 35% que no están seguros y un poco menos creen que sí desaparecerán (24%). Aunque en la pregunta anterior vemos que los libros físicos siguen ganándole la batalla a los ebooks, todavía existen personas que consideran que estos superaran a los físicos.

Además, nos pareció interesante averiguar si alguna vez habían comprado en Amazon. Un 64,4% contestó que no y el 35,6% que sí.

Se nos ocurrió preguntar sobre qué era lo que creían que necesitaban las librerías para que la gente comprara más en tiendas físicas y dejara de comprar por internet. En esta pregunta hemos obtenido mucha variedad de respuestas, la favorita fue que se bajaran los precios de los libros. Otras de las más destacadas fueron que tuvieran más variedad y sobre todo que fueran mucho más innovadoras por ejemplo que trajeran escritores para dar charlas o firmar libros, hacer sorteos, tener un club de lectura, hacer campañas, actividades literarias, organizar cuentacuentos, etc. Otras cosas importantes que comentaron fueron la mejora de la atención al cliente, tener atención personalizada, ofrecer envío a domicilio y modernizarse.

Estas respuestas nos dan a entender que la gente además de querer ir a comprar un libro quieren vivir una experiencia al hacerlo. Quieren un lugar atractivo en el que puedan disfrutar y además sentir que los están recompensando por comprar libros.

También queríamos averiguar cuál de las librerías nombradas en este trabajo (La Isla, Lemus y Agapea) les parecía más barata. Agapea fue la que eligieron más personas como la librería más económica entre las tres, la segunda sería Lemus y según los encuestados la menos barata era La Isla.

Preguntamos sobre cuál era la librería favorita de cada uno y de los que contestaron la mayoría contestó que su librería favorita era Agapea. En segundo lugar eligieron la librería Lemus y en tercer lugar La Isla. Y unos pocos nombraron la librería de El Corte Inglés, Tenifer, El Barco de Papel, La Casa del Libro, etc.

Nos interesaba saber qué es lo que más valoran los clientes de una librería y las respuestas más elegidas fueron la atención del personal y la relación precio-calidad de los productos. Otras de las más escogidas fueron los precios y la ubicación de la librería. Y unas pocas personas contestaron que valoraban la variedad de libros, actividades organizadas, la rapidez en llegar los pedidos, el ambiente y el conocimiento de los empleados sobre libros.

La mayor parte de los encuestados comprarían por internet porque no encuentran un libro en Tenerife (69,2%). Los demás, por poco igualados, lo harían porque es más barato (17,3%) o porque es más cómodo (13,5%).

Por último, quisimos preguntar sobre a qué librería acudirían si necesitaran un libro académico y a cuál acudirían si necesitaran un libro de lectura.

En el primer caso la librería Lemus fue la más votada con un 43,3% y la segunda más votada fue Agapea con un 18,3%. Luego le siguieron Internet, La Isla, La Educación, El Corte Inglés y varias más.

En el segundo caso la librería favorita con un 49% fue Agapea. Después le siguen Lemus, La Isla, Internet, La Educación, El Corte Inglés y muchas más.

5. CONCLUSIONES

La lectura es un hábito que evoluciona, incluso en diferentes formatos, pero no se corresponde con la demanda que se refleja en el comercio de libros. Dato que preocupa porque afecta a la economía interna de España. Se llega a pensar que la causa es la aparición y evolución del libro digital, de manera que afecte a la cuota del mercado y desplace a los libros en papel. Pero el verdadero problema no radica en el libro electrónico, el cual apenas representa el 5% de la cuota, sino en la piratería. La facilidad de hacerse con miles de libros sin pago alguno ha provocado que el número de ventas disminuya, y por tanto, que muchas librerías no puedan comercializar con ellos y terminen cerrando por no llegar a cubrir los gastos del mes.

Desde que la crisis estalló las editoriales empezaron a tomar medidas poco a poco, disminuyendo la producción (hasta 2013) y la tirada, para centrarse en satisfacer la cantidad demandada. A partir del 2014 consiguen recuperar la facturación, la cual descendió de manera progresiva durante la crisis. A pesar de que haya constancia de que el sector se recupera a partir del 2014, a medida que se abren nuevas librerías, las antiguas con muchos años de experiencia se ven forzadas a cerrar porque no consiguen competir o mantenerse con respecto al comercio electrónico. O simplemente no han logrado recuperarse de la crisis. La librería *La Isla* fue uno de ellos, tras muchos años de experiencia, la crisis fue la parálisis de su progreso ascendente. De tal forma que los resultados del ejercicio sufrieron una fuerte caída, al igual que su margen de beneficio. Algo con lo que no pudieron lidiar, pese a sus grandes esfuerzos. Poco sabemos de ella, dado que acaba de cerrar su última librería que permanecía abierta. Pero según la encuesta, resultó ser la tercera librería más conocida, la tercera como favorita y cuyos precios resultaban ser más caros. Creemos que tal vez este último dato sea una de las causas por la cual no consiguió recuperarse. Aunque sí prestaban algunos de los servicios que los lectores demandaban, como fijar fechas para la firma de libros por sus escritores, mantener actualizada su redes sociales y a través de la misma prestar una atención-relación bastante cercana.

Lemus, al igual que *La Isla*, es una librería que lleva años de experiencia. Aunque no consiguió obtener enormes beneficios en los resultados del ejercicio, como ocurría con *La Isla* antes de la crisis, siempre mantuvo resultados positivos. Durante la crisis su margen de beneficio disminuyó pero, siempre se mantuvo en positivo. Su estabilidad Financiera en general siempre ha sido buena. Y según la encuesta, es la más conocida, la segunda librería favorita, y es la segunda con precios más baratos. Dato último por el cual, creemos que ha podido mantener resultados del ejercicio positivos. Además, es la elegida a la hora de comprar un libro académico.

Con respecto a Agapea, es la más nueva de las tres librerías que comentamos. Se posicionó en plena crisis. Tras sus dos primeros años, empezó y continuó

obteniendo resultados del ejercicio positivos, aunque medianamente bajos siempre obtuvo beneficios. Y según la encuesta es la segunda librería más conocida, la favorita y la más económica. Lo que nos hace pensar que sus precios es una de sus estrategias de venta. Además, es a la primera que recurren los lectores cuando buscan un libro de lectura.

Entre las ventajas que tiene Tenerife frente a algunas comunidades de España, es que la gran mayoría prefiere comprar los libros en tienda, dato que refleja la encuesta realizada. Les gusta más el contacto con el libro físico, su olor a libro nuevo, lo describen como una experiencia y un placer especial que un libro electrónico no les podrá ofrecer. Y quienes han comprado a través de Amazon es un porcentaje inferior al 40%. La gran mayoría compraría por internet solo en el caso de que no lo consiguiera en la isla. Resulta que a pesar de que el comercio online puede resultar, a veces más barato o más cómodo, gran parte de la población no compra a través de este medio por miedo a un posible fraude o que tengan problemas con su llegada.

Entre las medidas con las que podrían mejorar nuestras librerías, además de estas tres, basándonos en lo que demandan los lectores son: bajar los precios de algunos libros, en la medida de lo posible, si están caros con respecto a otras librerías; implantar más clubs de lectura; renovar las estrategias de venta y promoción; ofrecer descuentos por la compra de una cantidad razonable y asequible para el cliente; ofrecer atención personalizada; traer más variedad u ofrecerlos por pedido; realizar encuentros con escritores; un buen trato de los trabajadores; hacer posible ciertos envíos a domicilio; hacer de la librería un lugar atractivo para disfrutar del mundo de la lectura; una eficiencia logística; tener presencia en internet; motivar al cliente con cursos, charlas o temas de interés; ofrecer tarjetas de fidelización; y ofrecer en parte, libros digitales para que el cliente tenga más elecciones.

Estrategias que además de contribuir con el negocio de una librería también puedan incentivar el gusto por la lectura, dado que según nuestros datos, más de la mitad leen poco.

6. BIBLIOGRAFÍA

Base de datos SABI: Sistema de Análisis de Balances Ibéricos

Diario de Avisos. *Carta de despedida de la librería La Isla Libros a sus clientes.* (2019)

<https://diariodeavisos.elespanol.com/2019/01/carta-de-despedida-de-la-libreria-la-isla-libros-a-sus-clientes/>

Lemus.

<https://www.librerialemus.com>

El Economista. *La librería online Agapea crece un 20% en plena crisis del sector librero.* (2017)

<https://www.eleconomista.es/andalucia/noticias/8311548/04/17/La-libreria-online-Agapea-crece-un-20-en-plena-crisis-del-sector-librero.html>

Nextu. *¿Cómo Amazon se convirtió en el rey del E-Commerce?*

<https://www.nextu.com/blog/historia-de-amazon/>

Actualidad E-Commerce. *¿Qué es Amazon?*

<https://www.actualidadecommerce.com/que-es-amazon/>

RTVE. *Amazon triplicó sus ganancias en 2018 hasta los 10.073 millones de dólares.* (2019)

<http://www.rtve.es/noticias/20190131/amazon-triplico-ganancias-2018-hasta-10073-millones-dolares/1877440.shtml>

Ministerio de Educación Cultura y Deporte. *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2014-2015.*

<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:ad12b73a-57c7-406c-9147-117f39a594a3/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2014-2015.pdf>

Ministerio de Educación Cultura y Deporte. *Anuario de Estadísticas Culturales 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.*

<https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/naec/portada.html>

Ministerio de Educación Cultura y Deporte. *Panorámica de la Edición Española de Libros 2017.*

https://sede.educacion.gob.es/publiventa/descarga.action?f_codigo_agc=16103C

Cegal. *El Sector del Libro en España, Abril 2018.*

<https://www.cegal.es/wp-content/uploads/2018/05/El-Sector-del-Libro-en-Espa%C3%B1a.-Abril-2018.pdf>

Federación de Gremios de Editores en España. *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2018.*

<https://www.federacioneditores.org/lectura-y-compra-de-libros-2018.pdf>

Federación de Gremios de Editores en España. *Comercio Interior del Libro en España 2018 (Avance).*

<https://www.federacioneditores.org/documentos.php>

Instituto Nacional de Estadística. *España en cifras 2018.*

https://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2018/files/assets/common/downloads/publication.pdf?uni=4f7e7b429c56ccbc4bf56b3e93ebc47b

Revistas Científicas Complutenses. *Breve historia y largo futuro del ebook.*

<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44307/41867>

Wikipedia. *Libro electrónico.*

https://es.wikipedia.org/wiki/Libro_electr%C3%B3nico

20 minutos. *¿Por qué el libro electrónico sigue siendo tan caro?*

<https://www.20minutos.es/noticia/1390491/0/dia-del-libro/ebooks/libro-electronico/>

Youtube. *Nuestra historia.*

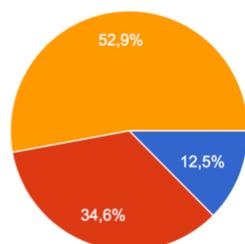
<https://www.youtube.com/watch?v=iQp1SLdpRyE&feature=youtu.be>

7. ANEXO

7.1. Encuesta

1. Eres...

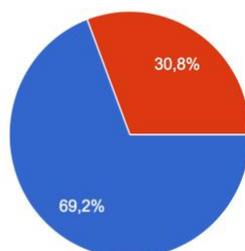
104 respuestas



- Estudiante no perteneciente a la ULL
- Estudiante o personal de la ULL
- No perteneces a la ULL

2. ¿A qué sexo perteneces?

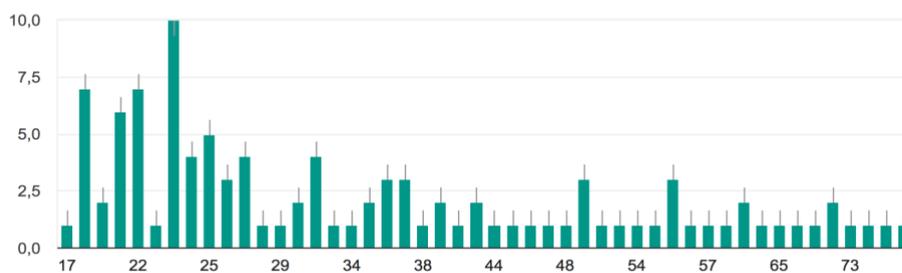
104 respuestas



- Mujer
- Hombre

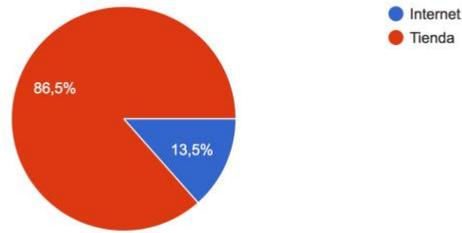
3. ¿Qué edad tienes?

104 respuestas



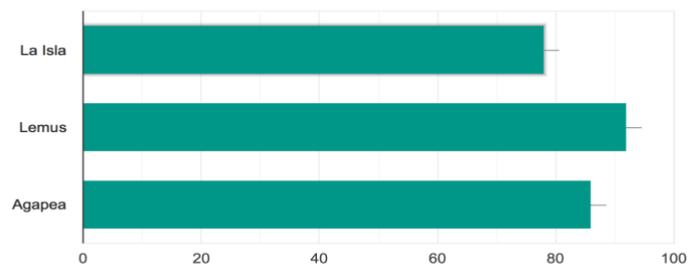
4. ¿Prefieres comprar por internet o en tienda?

104 respuestas



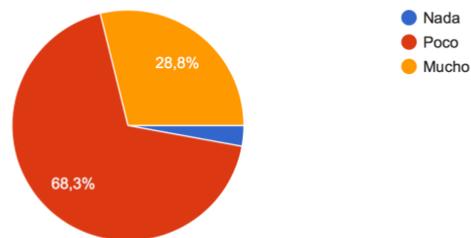
5. ¿Cuál o cuáles de estas librerías conoces?

104 respuestas



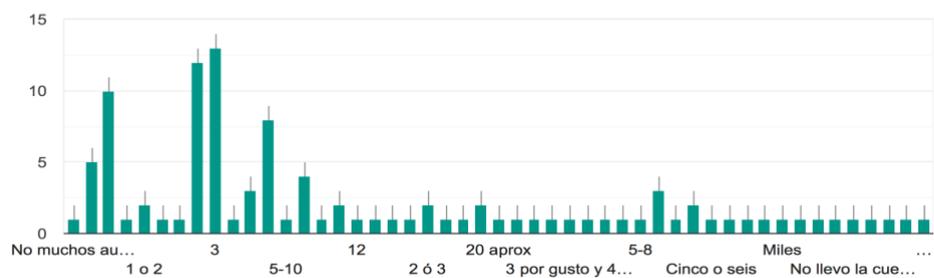
6. ¿Cuánto lees?

104 respuestas



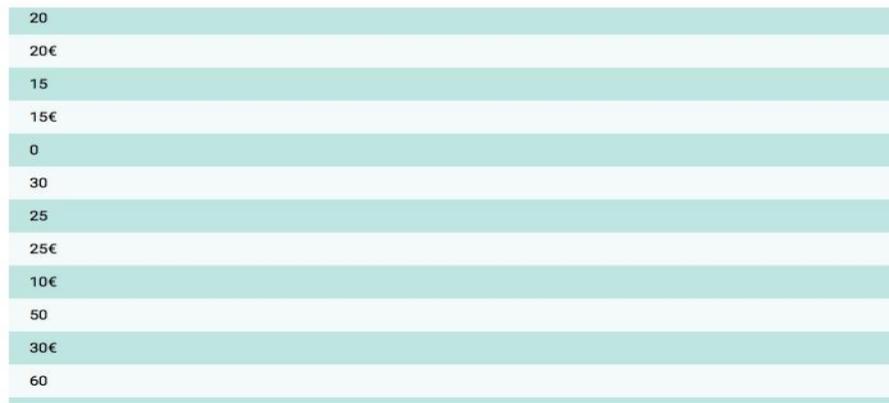
7. ¿Cuántos libros lees al año?

104 respuestas



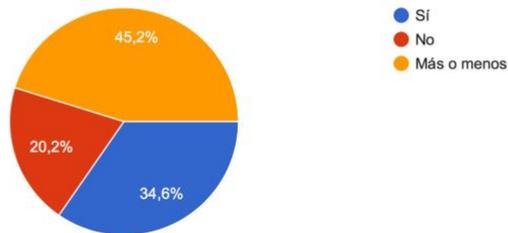
8. ¿Cuál es tu gasto medio por cada compra de libros que realizas?

104 respuestas



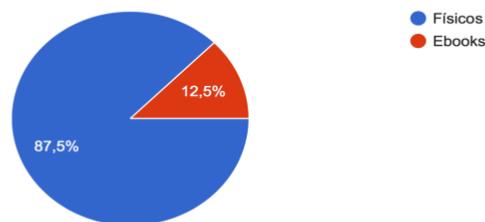
9. ¿Te parecen caros los libros físicos?

104 respuestas



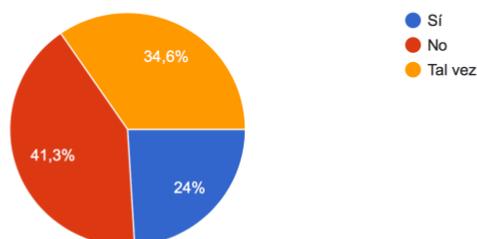
10. ¿Qué tipos de libros te gustan más?

104 respuestas



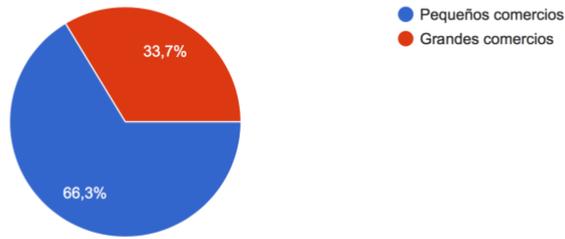
11. ¿Crees que los libros físicos acabarán desapareciendo a causa de los ebooks?

104 respuestas



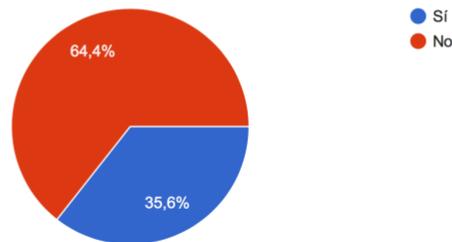
12. ¿Dónde sueles comprar más libros?

104 respuestas



13. ¿Alguna vez has comprado en Amazon?

104 respuestas



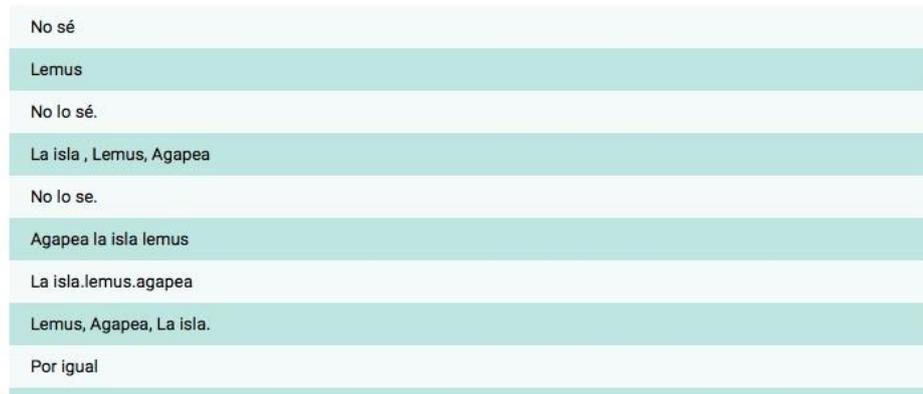
14. Desde tu punto de vista ¿qué es lo que necesitan hacer las librerías para que los clientes vuelvan, y dejen de comprar por internet?

104 respuestas

Creo que deberían poner los precios un poco más baratos así atraerían más lectores
Ofertas, atención personalizada
Que tengan buen atendimento y precio económico.
Traer mas variedad
Bajar los precios
Atención al publico, campañas, innovación
Encuentros con autores estaría bien, también gente entendida en las diferentes categorías...
El buen trato del vendedor y saber que es lo que desea el comprador para así poder satisfacer las necesidades de cada individuo , es decir que el vendedor tenga una buena preparación literaria .
Vender también por internet

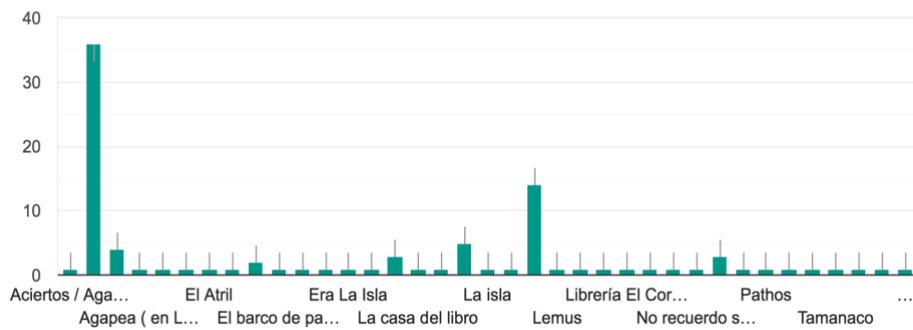
15. Según tu perspectiva, ordena las librerías (Agapea, Lemus y La Isla) más económicas de forma ascendente. Siendo la primera la más barata. De lo contrario, responde "No lo sé".

104 respuestas



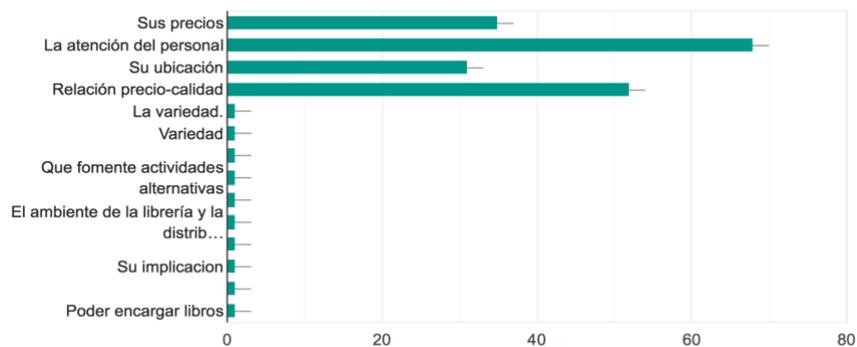
16. ¿Cuál es tu librería favorita?

97 respuestas



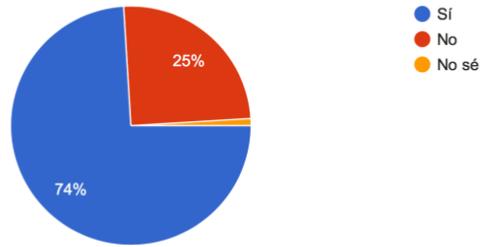
17. ¿Qué es lo que más te gusta o valoras del servicio de una librería?

104 respuestas



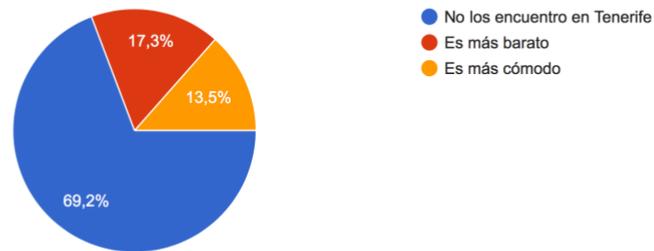
18. ¿Hay librerías cerca de tu zona?

104 respuestas



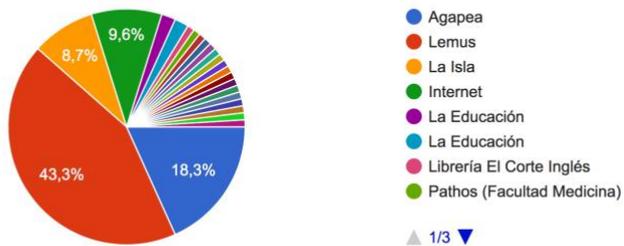
19. Si pides libros físicos por internet ¿cuál sería la razón?

104 respuestas



20. Cuando necesitas un libro académico ¿a qué librería acudes?

104 respuestas



21. ¿Y cuando se trata de un libro de lectura?

104 respuestas

