

***Principales conclusiones***

**ARTES GRÁFICAS**  
(8ª edición)

**NOVIEMBRE 2005**

***Estructura de la oferta***

- En los últimos cinco años el número de empresas dedicadas a la producción de artes gráficas y a actividades de servicios relacionados con las mismas se ha incrementado en 1.130 empresas, alcanzando a principios de 2005 las 15.937.
- El volumen de empleo generado por el sector ha experimentado un leve recorte, situándose a principios de 2005 en unos 138.100 trabajadores, lo que supone una media de 9 empleados por empresa. Alrededor del 35% de las empresas no tiene asalariados y las compañías con plantillas de entre 1 y 2 empleados suponen en torno al 30% del total.
- Por Comunidades Autónomas, en Madrid y Cataluña se ubican la mayor parte de las empresas, concentrando cada una de ellas en torno al 24% del total. A continuación, Andalucía y Comunidad Valenciana concentran de forma conjunta más del 20% de las empresas.
- En los últimos años se han producido numerosas operaciones de concentración empresarial, con compras y fusiones de empresas, si bien todavía ninguna de ellas llega a alcanzar una cuota de mercado individual del 1%.
- En 2004 los cinco primeros operadores -**Eurohueco, Printer I. G. Newco, Mateu Cromo, Einsa y Suc. de Rivadeneyra**- reunieron una cuota conjunta del 4,6% sobre el valor total de la producción, incrementándose este porcentaje hasta el 8,3%, al considerar los diez primeros operadores.

***Evolución de la actividad***

- Tras la desaceleración registrada en 2003, en 2004 se produjo un repunte de la actividad de la industria de artes gráficas, favorecido por el mejor comportamiento de importantes sectores clientes, como el de material de envase y embalaje, y la aceleración de la inversión publicitaria.

- Así, el valor del mercado de artes gráficas experimentó en 2004 un crecimiento del 4,6%, frente al 1,9% contabilizado en el ejercicio anterior, situándose en una cifra de 5.555 millones de euros.
- Debido a la tendencia descendente mostrada por las exportaciones, la producción nacional creció a un ritmo inferior al del mercado interior, aumentando en 2004 un 3,9%, hasta alcanzar los 6.325 millones de euros.
- El valor de la producción se reparte en un 39% para folletos e impresos promocionales, un 20% para publicaciones periódicas, un 13% para libros, un 10% para envases y embalajes, y un 18% para otros materiales gráficos.

### ***Comercio exterior***

- Las exportaciones se han visto afectadas durante los dos últimos años por la atonía de la demanda procedente de mercados europeos y por el fortalecimiento del euro respecto al dólar por lo que se refiere a mercados extracomunitarios.
- El valor total de los trabajos de artes gráficas dirigidos a mercados exteriores fue en 2004 de 770 millones de euros, registrando una caída del 1,4%, inferior, no obstante, al retroceso del 9,2% contabilizado en el año anterior. Los principales países de destino de las exportaciones son Francia, Reino Unido y Portugal en el entorno comunitario, y Méjico y Estados Unidos entre los mercados extracomunitarios.

### ***Costes, rentabilidad y financiación***

- En 2004 la estabilidad de los precios del papel, el incremento del grado de utilización de la capacidad instalada, el mayor volumen de ventas y la subida de las tarifas permitieron compensar el incremento de costes laborales, resultando una moderada recuperación de la rentabilidad sectorial.

- La participación del resultado operativo en las ventas agregadas del sector osciló en 2004 entre el 3 y el 5%, alrededor de un punto porcentual más que el porcentaje registrado en el ejercicio anterior.
- El exigible a corto plazo es con diferencia la principal fuente de financiación, habiendo experimentado un incremento sustancial, hasta llegar a concentrar en torno al 57% del pasivo total.

### ***Previsiones y tendencias***

- La industria de artes gráficas atraviesa por una etapa de reestructuración marcada por un escenario tecnológico en continua evolución y un progresivo incremento del grado de concentración de la oferta, caracterizado por el cese de actividad de empresas no rentables y las operaciones de fusión y adquisición de empresas por parte de los grandes grupos.
- El asociacionismo surge como una oportunidad para que las pymes refuerzen su posición negociadora y obtengan mayor capacidad financiera y fortaleza comercial para acceder a clientes y pedidos de mayor tamaño, y ampliar su gama.
- Las nuevas tecnologías han hecho más accesibles los mercados locales para los grandes operadores nacionales, elevando el grado de competencia en dichos ámbitos a cotas inalcanzables para muchas pequeñas empresas.
- La mayor penetración en mercados exteriores, principalmente comunitarios, favorecida por el desarrollo tecnológico, surge como una importante oportunidad de expansión del negocio.
- Durante el período 2004-2007 se prevé que el valor de las ventas de productos gráficos en el mercado interior registre una tasa de variación media anual del 3,6%, frente al 4,6% contabilizado en 2004, lo que supondría alcanzar en 2007 una cifra de 6.180 millones de euros.

- En 2005 las ventas al exterior han seguido encontrando limitaciones derivadas de la fortaleza del euro y la debilidad de algunos de los principales mercados comunitarios, aunque se espera un mejor comportamiento en años próximos.
- El valor de la producción nacional crecerá a un ritmo ligeramente inferior al del mercado, con un aumento del 3,7% en 2005 (+3,9% en 2004), manteniendo un ritmo de en torno al 3% anual en los dos siguientes ejercicios.

Datos de síntesis, 2004.

---

**Principales magnitudes**

Número de empresas (a)	15.937
Número de empleados (a)	138.100
Número medio de empleados por empresa (a)	9
Producción (mill. euros)	6.325
Exportación (mill. euros)	770
Mercado (mill. euros)	5.555
Exportación/producción (%)	12,2
Distribución de la producción por segmentos (%)	
• Folletos e impresos promocionales	39
• Publicaciones periódicas	20
• Libros	13
• Material de envase y embalaje	10
• Otros materiales gráficos	18
Concentración (cuota de mercado conjunta en valor)	
• Cinco primeras empresas (%)	3,8
• Diez primeras empresas (%)	7,0
Estructura media de costes (% sobre facturación)	
• Materias primas/aprovisionamientos	52-56
• Otros costes externos	11-13
• Valor añadido	33-35
- Coste mano de obra	21-24
- Amortizaciones/variación provisiones	7-8
- Resultado operativo	3-5

(cont.)

(a) a 1 de enero de 2005.

Datos de síntesis, 2004. (cont.)

---

**Evolución reciente y previsiones**

Número de empresas (% var. 2005/2004) (b)	+0,9
Número de empleados (% var. 2005/2004) (b)	-0,4
Número medio de empleados por empresa (% var. 2005/2004) (b)	-
Producción en valor (% var. 2004/2003)	+3,9
Exportación en valor (% var. 2004/2003)	-1,4
Mercado en valor (% var. 2004/2003)	+4,6
Previsión de evolución de la actividad en valor (% var. 2005/2004)	
• Producción	+3,7
• Exportación	-1,0
• Mercado	+4,4
Previsión de evolución de la actividad en valor (% var. 2006/2005)	
• Producción	+3,2
• Exportación	+1,4
• Mercado	+3,4
Previsión de evolución de la actividad en valor (% var. 2007/2006)	
• Producción	+2,9
• Exportación	+2,2
• Mercado	+3,0

---

(b) a 1 de enero de cada año.

Fuente: DBK sobre fuentes diversas.