

**PROGRAMA FSE - EOI**

**ESTUDIO SOBRE NECESIDADES DE FORMACIÓN  
DEL SECTOR DE ARTES GRÁFICAS EN LA  
COMUNIDAD CANARIA**

**SINTESIS**

**GESTIÓN DE PYMES**

**ESCUELA DE ORGANIZACION INDUSTRIAL  
M A D R I D**

1997



## ***INDICE***



## INDICE

Pág.

### **1.- INTRODUCCION**

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 1.1.- Definición del contexto ..... | 1 |
| 1.2.- Objetivos .....               | 3 |
| 1.3.- Estudios base .....           | 5 |

### **2.- ESTRUCTURA SOCIO-ECONOMICA DE CANARIAS**

|   |    |
|---|----|
| 2.1.- Datos físicos .....   | 7  |
| 2.1.1.- Población .....   | 9  |
| 2.2.- Enseñanza .....   | 11 |
| 2.2.1.- La Enseñanza no Universitaria y la implantación de la LOGSE ..... | 11 |
| 2.3.- Dinámica macroeconómica de la economía canaria .....                | 16 |
| 2.4.- Agricultura .....   | 17 |
| 2.5.- Industria .....   | 18 |
| 2.5.1.- Subsector energético .....  | 18 |
| 2.6.- Servicios .....   | 20 |
| 2.6.1.- Turismo .....   | 20 |
| 2.6.2.- Comercio .....  | 21 |

### **3.- MERCADO DE TRABAJO**

|  |    |
|--|----|
| 3.1.- Encuesta de Coyuntura Laboral .....  | 25 |
| 3.2.- Encuesta de Población Activa .....   | 29 |
| 3.3.- Movimiento Laboral Registrado .....  | 33 |
| 3.4.- Apertura de Centros de Trabajo ..... | 36 |

#### **4.- PANORAMA DEL SECTOR DE LAS ARTES GRAFICAS**

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 4.1.- Panorama Comunitario ..... | 39 |
| 4.2.- Panorama Nacional .....    | 43 |

#### **5.- IDENTIFICACION DEL SECTOR DE LAS ARTES GRAFICAS EN LA COMUNIDAD CANARIA**

|  |    |
|--|----|
| 5.0.- El sector industrial en Canarias .....   | 46 |
| 5.1.- La industria gráfica en Canarias .....   | 47 |
| 5.2.- La oferta .....  | 50 |
| 5.3.- Estudio de la Demanda en las Artes Gráficas de Canarias .....  | 54 |
| 5.4.- Análisis morfológico .....   | 68 |
| 5.5.- Análisis Estratégico .....   | 72 |
| 5.5.1.- Análisis externo. Evaluación del atractivo de la Rama de Imprentas<br>y Litografías .....  | 73 |
| 5.5.2.- Análisis externo. Descripción de los Factores de Exito, en el sector<br>de Artes Gráficas. (Ramas Imprentas y Litografías) ..... | 81 |
| 5.5.3.- Análisis interno. Determinación de Puntos Fuertes y Puntos<br>Débiles. (Imprentas y Litografías) .....                           | 83 |
| 5.6.- Conclusiones estratégicas .....  | 85 |

## **6.- NECESIDADES DE EMPLEO Y FORMACION EN LA COMUNIDAD CANARIA**

|   |     |
|---|-----|
| 6.0.- Introducción .....  | 86  |
| 6.0.1.- Características de la Encuesta .....                          | 86  |
| 6.0.2.- Representatividad de la Muestra .....                         | 88  |
| 6.1.- Perspectivas del Sector .....                                   | 90  |
| 6.2.- Expectativa de cada empresa sobre evolución de plantillas ..... | 94  |
| 6.3.- Formación realizada .....                                       | 96  |
| 6.4.- Necesidades de Formación en los procesos de Producción .....    | 100 |
| 6.5.- Necesidades formativas en los procesos Comerciales .....        | 104 |

## **7.- PERFILES PROFESIONALES DE LAS OCUPACIONES DETECTADAS**

|   |     |
|---|-----|
| 7.1.- Introducción .....                                  | 106 |
| 7.1.1.- Definición y descripción de las Ocupaciones ..... | 107 |
| 7.1.2.- Ordenación de datos en cuadros modulares .....    | 108 |
| 7.1.3.- Ocupaciones detectadas .....                      | 110 |
| 7.2.- Dirección de Producción Gráfica .....               | 111 |
| 7.2.1.- Descripción de la Ocupación .....                 | 111 |
| 7.2.2.- Perfil del trabajador .....                       | 112 |
| 7.2.3.- Evolución de la Ocupación .....                   | 113 |
| 7.3.- Pre-impresión .....                                 | 114 |
| 7.3.1.- Descripción de la Ocupación .....                 | 114 |
| 7.4.- Integración - Fotoreproducción .....                | 115 |
| 7.4.1.- Descripción de la Ocupación .....                 | 115 |
| 7.4.2.- Perfil del trabajador .....                       | 116 |
| 7.5.- Impresión por hueco grabado .....                   | 117 |
| 7.5.1.- Descripción de la Ocupación .....                 | 117 |
| 7.5.2.- Perfil del trabajador .....                       | 118 |

|   |     |
|---|-----|
| 7.6.- Impresión Offset .....              | 118 |
| 7.6.1.- Descripción de la Ocupación ..... | 118 |
| 7.7.- Impresión por Serigrafía .....      | 120 |
| 7.7.1.- Descripción de la Ocupación ..... | 120 |
| 7.8.- Encuadernación Industrial .....     | 122 |
| 7.8.1.- Descripción de la Ocupación ..... | 122 |
| 7.8.2.- Perfil del trabajador .....       | 124 |

## **8.- RESUMEN Y CONCLUSIONES**

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| 8.- Conclusiones .....               | 125 |
| 8.2.3.- La oferta de formación ..... | 139 |



## INDICE DE CUADROS

| Nº      | Denominación   | Pág. |
|---------|--|------|
| 2.1.-   | Evolución de la Población de derecho, por islas, en Canarias. 1995 .....                                 | 9    |
| 2.2.-   | Datos comparados de población por grupos de edad, superficie y densidad de población. 1991 .....         | 10   |
| 2.3.-   | Resultados de las prueba de acceso a la Universidad. Canarias 1996 .....                                 | 13   |
| 2.4.-   | Alumnos presentados y aprobados en las pruebas de acceso a la Universidad por sexos. Canarias 1996 ..... | 14   |
| 2.5.-   | Las Universidades canarias vistas por el alumnado .....  | 15   |
| 2.6.-   | Energía disponible en Canarias, según Islas. 1995-96 .....   | 19   |
| 2.7.-   | Turistas extranjeros llegados a Canarias, por Islas. 1995-96 .....                                       | 20   |
| 2.8.-   | Plan integral del Comercio de Canarias. 1996-1999 .....  | 22   |
| 3.1.-   | Efectivos laborales según sector y división de actividad. 1996 .....                                     | 26   |
| 3.2.-   | Efectivos laborales por Comunidad Autónoma. Industria 1996 .....   | 28   |
| 3.3.-   | Población de 16 y más años según relación con la actividad económica 1997 ..                             | 30   |
| 3.4.-   | Resultados por provincias. Ambos sexos. Valores absolutos en miles y tasas de porcentaje .....           | 31   |
| 3.5.-   | Paro registrado según sexo. Miles (último día de cada mes) .....   | 34   |
| 3.6.-   | Para registrado por Comunidades Autónomas. Miles (último día de cada mes)                                | 35   |
| 3.7.-   | Apertura de centros de trabajo por provincias 1997. Valores absolutos .....                              | 37   |
| 5.3.1.- | Transformados de papel .....   | 55   |
| 5.3.2.- | Artes gráficas y edición .....   | 56   |
| 5.3.3.- | Artes gráficas y edición .....   | 58   |
| 5.3.4.- | Transformados de papel .....   | 59   |
| 5.3.5.- | Artes gráficas y edición .....   | 60   |

|  |     |
|--|-----|
| 5.3.6.- Transformados de papel .....   | 61  |
| 5.3.7.- Artes gráficas y edición .....   | 61  |
| 5.4.1.- Morfología del sector de artes gráficas en Canarias .....  | 69  |
| 5.4.2.- Morfología del sector de artes gráficas en Canarias .....  | 70  |
| 5.4.3.- Morfología del sector de artes gráficas en Canarias .....  | 71  |
| 6.0.2.- Sector de AAGG de Canarias. Clasificación por tipos de actividad .....                           | 88  |
| 6.1.1.- Perspectivas sectoriales .....   | 90  |
| 6.1.2.- %Perspectivas de población ocupada por categoría laboral .....                                   | 91  |
| 6.1.3.- Creación neta de empleo .....  | 93  |
| 6.2.1.- Expectativas empresa-sector .....  | 94  |
| 6.2.2.- Saldos netos. Previsiones en % .....   | 95  |
| 6.3.1.- Sector de AAGG de Canarias. Cursos de formación realizados .....                                 | 96  |
| 6.3.2.- Sector de AAGG de Canarias. Formación realizada por categoría laboral y nº<br>de empleados ..... | 97  |
| 6.3.3.- Formación recibida por áreas temáticas-categorías laborales .....                                | 98  |
| 6.4.1.- Pre-impresión .....  | 101 |
| 6.4.2.- Impresión .....  | 102 |
| 6.4.3.- Post-impresión .....   | 103 |
| N.n.- Demanda-Oferta Formativa para el sector Artes Gráficas de Canarias .....                           | 142 |

## INDICE DE GRAFICOS

| Nº      | Denominación  | Pág. |
|---------|---|------|
| 5.5.1.- | Modelo de las 5 fuerzas competitivas. Sector artes gráficas de Canarias . . . . . | 74   |
| 5.5.2.- | Factores de éxito . . . . .   | 82   |
| 5.5.3.- | Análisis interno. Sector artes gráficas de Canarias (Imprentas y Litografías) . . | 84   |
| 8.3.1.- | Ajuste Oferta-Demanda Formativa . . . . .   | 126  |



## ***1.- INTRODUCCION***



## 1.- INTRODUCCIÓN

### 1.1.- DEFINICIÓN DEL CONTEXTO

El presente estudio tiene por objeto la determinación de las **Necesidades de formación** en el Sector de Artes Gráficas y actividades relacionadas de la Comunidad Autónoma de Canarias.

Se trata de un Sector con un **peso moderado** respecto al total industrial, representando el 3.4% del Empleo y el 3.6% del VAB de la industria canaria en su conjunto.

Su productividad, medida en VAB/EMPLEO es de 6.65 millones, ligeramente superior al total industrial, cuya media se sitúa en 6.40 millones.

La producción de la rama industrial de las Artes Gráficas en Canarias ascendió a 15.470 millones de pesetas en el año 1992, según el FIES, lo que significa una participación relativa en el PIB de la Comunidad Canaria de un 6.7%, que se mantiene en el mismo nivel durante los últimos años.

Según el último Censo de locales realizado por el INE en el año 1990, el empleo en el Sector se cifra en unos 2.215 puestos de trabajo directo que junto a un 25% de empleos indirectos y alrededor de un 41% de empleo indicado, eleva a 3.800 los empleos vinculados, directa o indirectamente a la industria gráfica de Canarias.

La industria de Artes Gráficas se ve claramente afectada por el proceso de **cambio generalizado**, en la década de los 90, caracterizada básicamente por cambios económicos e incidencia de las nuevas tecnologías, lo que determina entre otras exigencias **nuevas necesidades formativas**.

Se precisa, por otro lado, una prospectiva del Sector en relación con los futuros escenarios y evolución de los **factores de competitividad** que permiten un crecimiento sostenido.

Podemos citar entre los más relevantes a:

- Diseño
- Calidad
- Tecnología
- Formación de los Recursos Humanos

Partiendo de una **panorámica sectorial de la Unión Europea**, se trata de diagnosticar la posición competitiva de la industria gráfica en los ámbitos Nacional e insular Canario, analizando el tejido empresarial desde una perspectiva local, con objeto de afinar el análisis y concretar aspectos endógenos significativos.

Finalmente, se evalúan las **capacidades estratégicas** y los **resultados económico-financieros**, que junto a la tipología de productos/mercados, nos permitirá dibujar el perfil morfológico del sector.



## **1.2.- OBJETIVOS**

Teniendo en cuenta la **prospectiva** del Sector, realizada por expertos, es previsible que en un futuro inmediato se produzcan los siguientes sucesos:

- Incremento de las inversiones en renovación de maquinaria, en las áreas de montaje e impresión y mantenimiento de la tendencia al alza en la inversión en el área de preimpresión.
- Bajada de la tirada media, gracias a la irrupción de las nuevas tecnologías, lo que abarata la producción.
- Aumento de la productividad debido a la utilización de filmadoras de gran formato, a la salida directa a plancha, y a los programas de imposición.
- Establecimiento de los estándares de calidad a nivel general, en las empresas del sector, lo que permite la competencia internacional.
- Encargo de trabajos completos por parte del cliente a empresas especializadas en una de las fases de postimpresión, impresión, preimpresión o a agencias de publicidad.
- Coexistencia temporal y espacial de los procedimientos convencionales y digitales en la producción de Artes Gráficas.
- Aparición de nuevas tecnologías con los procesos integrados en el campo de las nuevas tecnologías.

- Crecimiento de la automatización en postimpresión, con la disminución de mano de obra y el abaratamiento de costes, con la especialización de los profesionales cualificados.

De acuerdo con las **tendencias** apuntadas el primer objetivo es conocer las **Necesidades formativas** en las **pequeñas y medianas empresas**, por tratarse de colectivos muy poco estudiados, pese a sus enormes carencias en materia de formación.

Muy particularmente, interesa conocer el tipo de formación que han recibido los **propietarios y gerentes** de las mismas, así como los **mandos intermedios**. En definitiva, las empresas siguen la política de formación que marcan sus directivos, adoleciendo las PYME de orientación en esta materia.

Se trata, igualmente de conocer el interés que suscitan **áreas temáticas** de gran importancia para la competitividad de las empresas, tales como: Logística, Calidad Total y Comercio Exterior.

Conocidas las Necesidades básicas a nivel sector/ localidad, se pueden instrumentar las ofertas formativas correspondientes, facilitando:

- Mejora de la **estabilidad** y crecimiento del empleo, mediante la formación continua y la orientación profesional.
- Recuperación de personas con riesgo de exclusión del mercado laboral.
- Promoción puestos de trabajo de mayor cualificación.

### 1.3.- ESTUDIO BASE

- Se han utilizado simultáneamente **fuentes primarias y secundarias** que pudieron ser contrastadas con expertos y profesionales del sector en la Comunidad Canaria.
  
- Se han utilizado **fuentes primarias y secundarias** tales como:
  - Datos Eurostat
  - Anuarios estadísticos del Gobierno Central
  - Contabilidad Regional
  - Estudios sectoriales
  
- Se han llevado a cabo, igualmente, **entrevistas con expertos** de diversas instituciones públicas y privadas.
  
- Se ha completado esta información con 160 entrevistas telefónicas válidas, realizadas, con **directivos y empresarios del Sector de Artes Gráficas**, según la siguiente tipología de empresas por tramos de plantilla:

| <b>Tamaño Empresa<br/>por N° de Empleados</b> | <b>Número de<br/>Entrevistas</b> |
|---|----------------------------------|
| Hasta 10                                      | 128                              |
| De 11 a 50                                    | 27                               |
| Más de 50                                     | 5                                |

Estas empresas se han seleccionado de listados facilitados por las Cámaras de Comercio de Las Palmas de Gran Canarias y Santa Cruz de Tenerife, así como por la confederación de empresarios de Artes Gráficas de Las Palmas de Gran Canaria, integrados en C. E. C. A. P. Y. M. E.

Las principales **fuentes bibliográficas** consultadas vienen recogidas al final del presente informe en el apartado de Bibliografía.

***2.- ESTRUCTURA SOCIO-ECONÓMICA  
DE CANARIAS***



## **2. ESTADÍSTICA SOCIO-ECONOMICA DE LAS ISLAS CANARIAS**

### **2.1. Datos físicos**

Archipiélago, atlántico africano, situado ente los 27° 40' y 29° 25' de latitud norte, y los 13° 25' de la costa marroquí. Estas "Islas Afortunadas", como las llamaron los romanos, por su delicioso clima, pertenecen por completo a España desde el reinado de Carlos III; formaron luego una sola provincia española, convertida en dos (Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas) en fecha 21 de septiembre de 1927. La integran siete islas principales, que, de este a oeste se denominan: Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria, Tenerife, Gomera, Palma y Hierro y varias pequeñas: Alegranza, Montaña Clara, Graciosa, Lobos y otras. Su relieve es continuación del Atlas africano, y en la isla de Tenerife se halla la cima más alta, que a su vez lo es de España: el pico de Teide (3.710 metros), volcán activo que atrae innumerables turistas. Las capitales de sus dos provincias son Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria.

El clima, a pesar de su situación tropical, es muy benigno, y su flora variadísima. Su economía está basada en el cultivo agrícola: tomate, plátanos, tabaco y patatas tempranas, que son al mismo tiempo sus principales artículos de exportación dirigidos a la Península y Europa principalmente. Se cría el camello en las islas orientales (Lanzarote y Fuerteventura), siendo muy activa la pesca en las costas africanas. En la industria, además del tabaco y la refinación del petróleo para surtir a los barcos que la precisan, descuellan las labores de artesanía, realizadas generalmente por mano de obra femenina, tales como: encajes, bordado y otras. El comercio, dada su admirable situación en las rutas atlánticas de América y Africa es muy importante, pues en estas islas hacen escala casi todos los barcos transatlánticos, que convierten a las dos capitales insulares en los puertos de mayor movimiento de España.

Los municipios con mayor superficie aparte de las Capitales Insulares y con una superficie superior a los 200 Km<sup>2</sup>., son los que a continuación se indican:

|                                 |                        |
|---------------------------------|------------------------|
| San Bartolomé .....             | 440,89 Km <sup>2</sup> |
| La Oliva .....                  | 356,13 Km <sup>2</sup> |
| Pájara .....                    | 383,51 Km <sup>2</sup> |
| San Bartolome de Tirajana ..... | 333,13 Km <sup>2</sup> |
| Tuineje .....                   | 275,93 Km <sup>2</sup> |
| Teguise .....                   | 263,98 Km <sup>2</sup> |
| Antigua .....                   | 250,56 Km <sup>2</sup> |
| Yaiza .....                     | 211,84 Km <sup>2</sup> |
| La Orotava .....                | 207,31 Km <sup>2</sup> |

El resto de los municipios tienen una superficie menor de los 200 Km<sup>2</sup>.



### 2.1.1.- Población

**Cuadro 2.1.- Evolución de la Población de derecho, por Islas, en Canarias. 1995**

| ISLA          | 1991      | 1993      | 1995      |
|---------------|-----------|-----------|-----------|
| CANARIAS:     | 1.493.784 | 1.569.147 | 1.631.498 |
| Lanzarote     | 64.911    | 72.755    | 76.413    |
| Fuerteventura | 36.908    | 39.988    | 42.882    |
| Gran Canaria  | 666.150   | 697.238   | 724.845   |
| Tenerife      | 623.823   | 654.105   | 680.190   |
| La Gomera     | 15.963    | 16.537    | 17.028    |
| La Palma      | 78.867    | 80.913    | 82.183    |
| El Hierro     | 7.162     | 7.611     | 7.957     |

*Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995*

La población de la Comunidad Autónoma, ascendía en el año 1995 a 1.631.498 personas, siendo Gran Canaria con 724.845 habitantes la isla con mayor población lo que supone el 44,4% del total de las islas.

Por volumen de población se concentra el 86,1% del total de población de la Comunidad Autónoma de Canarias en las islas de Gran Canaria y Tenerife, correspondiendo el 13,9% restante a las otras 5 islas que configuran el archipiélago.

*Cuadro 2.2.- Datos comparados de población por grupos de edad, superficie, y densidad de población. 1991.*

*Miles de personas*

|           | Superficie<br>(Km2) | Población | Grupos de Edad |       |       |      | Densidad<br>(Hab/Km<br>) |
|-----------|---------------------|-----------|----------------|-------|-------|------|--------------------------|
|           |                     |           | 0-14           | 15-24 | 25-64 | >65  |                          |
| ESPAÑA    | 504.790             | 38.993,8  | 19,4           | 16,8  | 50,2  | 13,5 | 77                       |
| ASTURIAS  | 10.565              | 1.124,3   | 16,3           | 15,1  | 52,5  | 16,1 | 106                      |
| BALEARES  | 5.014               | 683,1     | 20,2           | 16,1  | 49,2  | 14,6 | 136                      |
| CANARIAS  | 7.242               | 1.489,1   | 22,3           | 19,6  | 48,7  | 9,4  | 206                      |
| CANTABRIA | 5.298               | 527,2     | 18,6           | 15,7  | 50,9  | 14,8 | 99                       |
| MURCIA    | 11.317              | 1.029,4   | 23,1           | 18,1  | 47,3  | 11,5 | 91                       |
| NAVARRA   | 10.421              | 521,4     | 17,6           | 16,1  | 51,6  | 14,7 | 50                       |

*Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC) 1995*

La densidad de población de Canarias era en el año 1991 de 206 habitantes por km2., y como puede observarse en el cuadro la más elevada con diferencia de las comunidades comparadas.

De hecho, las únicas Comunidades españolas con una densidad mayor que Canarias son las de Madrid y el País Vasco con 612 habitantes / Km2. y 293 habitantes / Km2, respectivamente.

## **2.2.- Enseñanza**

La educación constituye uno de los pilares básicos de cualquier sociedad. En el caso de la sociedad canaria, es preciso resaltar que el rápido proceso de transformación socioeconómica que ha experimentado esta Comunidad en los últimos tiempos ha estado acompañado de un importante esfuerzo de adaptación del sistema educativo a las crecientes exigencias económicas y sociales. Desde hace tiempo, el Gobierno Canario viene defendiendo el carácter prioritario que tienen las cuestiones de formación para Canarias debido, entre otros aspectos, a las deficiencias de formación que históricamente ha venido arrastrando la mano de obra en la región y las dificultades que de ello se han derivado.

### **2.2.1.- La enseñanza no universitaria y la implantación de la LOGSE**

El año 1996 ha supuesto un paso más en el proceso hacia la implantación del modelo de enseñanza derivado de la LOGSE. Así, como hechos significativos, en el curso 1996-97 desaparece el tradicional séptimo de EGB, implantándose de forma generalizada el primer curso de la Enseñanza Secundaria Obligatoria. Por su parte, durante dicho curso el segundo ciclo de la ESO, se implanta de forma anticipada en 35 centros, lo que supone un total acumulado de 95 centros, que representan un 39,4 % de los alumnos.

Además, veinte nuevos centros comenzaron en este curso de forma activipada los nuevos Bachilleratos de la LOGSE, alcanzándose la cifra de 42 centros, es decir, el 28,1 %. En relación al nuevo Bachillerato, hay que resaltar igualmente el hecho de que en el curso 1996-97 se han incorporado a la universidad el primer grupo de estudiantes que han cursado el Bachillerato LOGSE en algunos centros de Canarias, habiendo realizado estos alumnos una prueba de acceso específica a la Universidad.

Además, a partir del curso 1996-97 se aplica para los alumnos la obligación de permanecer escolarizados hasta los 16 años.

Como cualquier proceso de transición, la implantación de la LOGSE en Canarias ha sido un proceso difícil, por los problemas que ha suscitado tanto para los alumnos y sus familias, como para los profesores y la propia Administración. Las dificultades presupuestarias han sido una fuente de controversias entre el gobierno canario y el gobierno central acerca de las necesidades de financiación.

La implantación generalizada del primer curso de la ESO ha supuesto que aproximadamente, un 65 % de los alumnos tendrá que cursar la ESO en su propio centro de Primaria.

Durante el curso 1996-97 se incrementa el número de ciclos formativos de Formación Profesional en 50, alcanzándose la cifra de 290 para toda Canarias. Estos ciclos se encuentran encuadrados en dieciocho familias profesionales, con un total de 42 títulos diferentes.

**Cuadro 2.3.- Resultados de las pruebas de acceso a la Universidad. Canarias 1996**

|                     |            | APROBADO | SUSPENSO | TOTAL | %<br>APROBADOS |
|---------------------|------------|----------|----------|-------|----------------|
| Las Palmas          | Junio      | 2.904    | 186      | 3.090 | 93,98          |
|                     | Septiembre | 1.157    | 237      | 1.394 | 83,00          |
| TOTAL               |            | 4.061    | 423      | 4.484 | 90,57          |
| S/C Tenerife<br>(1) | Junio      | 2.455    | 189      | 2.644 | 92,85          |
|                     | Septiembre | 804      | 255      | 1.059 | 75,92          |
| TOTAL               |            | 3.259    | 444      | 3.703 | 88,01          |
| Canarias            | Junio      | 5.359    | 375      | 5.734 | 93,46          |
|                     | Septiembre | 1.961    | 492      | 2.453 | 79,94          |
| TOTAL               |            | 7.320    | 867      | 8.187 | 89,41          |

*Fuente.- La Economía, la Sociedad, y el Empleo en Canarias. Informe anual C.E.S. 1996*

En el año 1996 realizaron las pruebas de acceso a la universidad un total de 8.187 alumnos, de los cuales el 96,1% procesían del COU y el resto del nuevo Bachillerato LOGSE. En las pruebas de acceso realizadas en junio, el porcentaje de aprobados alcanzó el 93,5%. Esta cifra puede considerarse ligeramente alta, puesto que, según datos del Instituto Nacional de Estadística, en junio de 1993 el porcentaje de aprobados en Canarias se situaba en el 88 %, siendo esta última también la media estatal. Por su parte, en septiembre de 1996 el porcentaje de aprobados en Canarias es, como suele ser habitual, más bajo, del 80%.

**Cuadro 2.4.- Alumnos presentados y aprobados en las pruebas de acceso a la Universidad, por sexos. Canarias 1996**

|                  |            | PRESENTADOS |       | % PRESENTADOS |       | % APROBADOS |       |
|------------------|------------|-------------|-------|---------------|-------|-------------|-------|
|                  |            | H.          | M.    | H.            | M.    | H.          | M.    |
| Las Palmas       | Junio      | 1.184       | 1.906 | 38,32         | 61,68 | 94,09       | 93,91 |
|                  | Septiembre | 621         | 773   | 44,55         | 55,45 | 85,19       | 81,24 |
| TOTAL            |            | 1.805       | 2.679 | 40,25         | 59,75 | 91,02       | 90,26 |
| S/C Tenerife (1) | Junio      | 1.032       | 1.612 | 39,03         | 60,97 | 92,64       | 92,99 |
|                  | Septiembre | 477         | 582   | 45,04         | 54,96 | 75,05       | 76,63 |
| TOTAL            |            | 1.509       | 2.194 | 40,75         | 59,25 | 87,08       | 88,65 |
| Canarias         | Junio      | 2.216       | 3.518 | 38,65         | 61,35 | 93,41       | 93,49 |
|                  | Septiembre | 1.098       | 1.355 | 44,76         | 55,24 | 80,78       | 79,26 |
| TOTAL            |            | 3.314       | 4.873 | 40,48         | 59,52 | 89,23       | 89,53 |

Fuente.- *La Economía, la Sociedad, y el Empleo en Canarias. Informe anual C.E.S. 1996*

Uno de los aspectos a destacar en el acceso a la universidad en Canarias es la presencia mayoritaria de mujeres, fenómeno que encaja dentro de un proceso importante de transformación del sistema educativo en los últimos años. La presencia mayoritaria de mujeres en los estratos más elevados del sistema educativo es un fenómeno que requiere interpretaciones complejas, puesto que si bien está relacionado con el incremento del papel social de la mujer, también se vincula con el mayor esfuerzo que deben realizar y las mayores dificultades que encuentran éstas para acceder a un puesto de trabajo. En cualquier caso, puede destacarse un fenómeno adicional que es el mayor rendimiento académico de las mujeres.

**Cuadro 2.5.- Las Universidades canarias vistas por el alumnado**

|  | UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS G.C. (1) |                 | UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA (2) |                 |
|--|------------------------------------|-----------------|------------------------------|-----------------|
|  | MEDIA                              | DESVIAC. TÍPICA | MEDIA                        | DESVIAC. TÍPICA |
| Organización del centro, profesorado y planes de estudio   | 5,80                               | 1,38            | 4,32                         | 0,897           |
| Claridad de los profesores y satisfacc. metodolog. docente   | 5,38                               | 1,41            | 4,31                         | 0,678           |
| Cordialidad, flexibilidad y respeto por parte de profesores y compañeros   | 6,46                               | 1,23            | 5,99                         | 0,51            |
| Predominio de los aspectos memorísticos en la evaluación   | 2,22                               | 2,52            | 4,81                         | 2,529           |
| Predom. de resol. de problemas, síntesis, relación de conceptos en eval.   | 7,47                               | 2,52            | 4,85                         | 2,529           |
| Satisfacción prácticas y funcionalidad profesional   | 4,78                               | 1,79            | 4,63                         | 1,47            |
| Frecuencia de las prácticas  | 3,89                               | 1,03            | 2,56                         | 1,152           |
| Grado de participación y atención individual en la enseñanza   | 4,85                               | 1,08            | 3,83                         | 1,101           |
| Motivación actual y satisfacción con la carrera  | 6,92                               | 1,36            | 4,63                         | 1,47            |
| Satisfacción con los contenidos teóricos   | 6,41                               | 1,78            | 5,35                         | 0,836           |
| Valoración y resultados de la exigencia de la carrera  | 5,91                               | 1,17            | 7,04                         | 1,126           |
| Grado de autoritarismo del profesorado   | 5,30                               | 2,09            | 4,63                         | 0,772           |
| Nota: la valoración oscila entre un mínimo de 0 y un máximo de 10.<br>(1) Datos referidos a 1994 sobre una muestra de 2.037 estudiantes.<br>(2) Datos referidos a 1992 sobre una muestra de 1.461 estudiantes. |                                    |                 |                              |                 |

Fuente.- *García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995)*

La percepción que tienen los universitarios canarios en relación a la calidad de las instituciones universitarias en los últimos años ha sido objeto de dos trabajos mencionados anteriormente (García y Hernández, 1994 y Luján, García y Hernández, 1995). A pesar de que estos trabajos hacen referencia a una realidad algo lejana (el estudio referido a la Universidad de La Laguna analiza el año 1992 y el correspondiente a la Universidad de las Palmas de Gran Canaria a 1994), constituyen un importante instrumento para la reflexión y el debate. En general, puede afirmarse que los alumnos apreciaban importantes deficiencias en numerosos ámbitos de su actividad.

### 2.3.- *Dinámica macroeconómica de la economía canaria*

La economía canaria volvió a ser una de las regiones españolas que mayores tasas de crecimiento económico alcanzó durante el año 1996. Las estimaciones proporcionadas por la Fundación Fondo para la Investigación Económica y Social (FIES), indican que el Valor Añadido Bruto al coste de los factores de la economía canaria creció un 3,4% con respecto a 1995, es decir, 0,7 décimas por encima del crecimiento registrado por la economía española, que fue del 2,7%.

Otro hecho destacado en lo que se refiere a las cifras de crecimiento económico alcanzadas durante 1996 es que, cuando se excluye a los sectores agrarios, que fueron los que experimentaron un mayor crecimiento durante ese año debido a la existencia de buenas cosechas en los cultivos de secano y la producción de vino, Canarias fue la comunidad autónoma que registró un mayor crecimiento.

Un estudio reciente de la Fundación BBV (Panorámica del crecimiento económico 1960-1996. Comparación de las CC.AA. con la Unión Europea), nos indica que la expansión y el desarrollo de Canarias entre 1960 y 1997 ha multiplicado la producción real en dicho periodo por 7'9 frente al 4'7 del conjunto de España. Otro dato significativo es el de que la población Canaria de derecho registró, en dicho periodo, una considerable expansión en los últimos años al crecer el 66'1%, lo que implica un crecimiento medio anual para la población de derecho, del 1'42% con tendencias a descender, aunque todavía en 1996, con los datos que más adelante presentamos, la población canaria aumenta (un 0'65%).



#### 2.4.- Agricultura

La evolución de la agricultura de exportación durante el año 1996 ha seguido una tónica irregular, puesto que si bien los envíos de plátano a la Península han disminuido, las exportaciones de tomate se han incrementado en la campaña 1995-96 tras el estancamiento sufrido en la campaña anterior. Las exportaciones de plátano durante 1996 ascendieron a 315.000 Tm., lo que representa una caída del 7,6%. Esta disminución se explica principalmente por las caídas registradas en las exportaciones de Gran Canaria (disminución del 18%) y La Palma, donde las exportaciones de plátano descienden en un 9,2%. Si bien las previsiones a principios de año consideraban que la producción y exportación de plátanos se iba a incrementar, los vientos del primer trimestre tuvieron efectos negativos. No obstante, el sector sigue enfrentándose a la incertidumbre vinculada con la situación de la Organización Común de Mercado, aspecto que se ha constatado en 1997 con la publicación del informe sobre el mercado del plátano por parte de la Organización Mundial de Comercio.

Por su parte, las exportaciones de tomate ascendieron durante la campaña 1995-96 a casi 360.000 Tm., lo que supone un crecimiento del 6,3% lo que permite retomar la senda de crecimiento que se ha registrado a lo largo de los años noventa, tras la baja tasa observada en la campaña 1994-95. El sector se ha visto afectado durante la campaña 1995-96 por la competencia de Marruecos y las elevadas oscilaciones en los precios. Especialmente negativo fue el fin de la campaña, con elevadas caídas en los precios ante la entrada al mercado de la producción comunitaria y el mantenimiento de las exportaciones marroquíes que redujeron los precios en los mercados de destino por debajo de los costes de producción en Canarias.

## **2.5.- Industria**

El sector industrial en Canarias depende notablemente de la situación de diversas actividades de apoyo (energía, agua, industrias auxiliares de la construcción, etc.) que no tienen una evolución autónoma, sino que dependen de la marcha global de la economía. Es por ello que la desaceleración del crecimiento económico (3,39% en 1996 frente al 4,77% del año anterior), ha incidido en el crecimiento moderado de los indicadores del sector industrial. El crecimiento económico de la industria canaria en 1996, según las estimaciones del FIES, alcanza el 3,65%, cifra similar a la referida al conjunto de la economía canaria durante el año en cuestión, e inferior a la tasa de crecimiento registrada por la industria durante el bienio 1994-95, que fue del 4,90%.

### **2.5.1.- Subsector energético**

En relación al subsector energético, las cifras muestran que la energía disponible creció durante el año 1996 un 3,9%, frente al 5,9% del año anterior, cifra que constata igualmente la desaceleración anteriormente señalada y que se relaciona con el estancamiento en las entradas de turistas durante el año. La evolución de los datos por islas permite apreciar el carácter más expansivo de la coyuntura económica en Lanzarote y Fuerteventura en comparación con el resto de islas del Archipiélago.

**Cuadro 2.6.- Energía disponible en Canarias, según Islas. 1995-96**

|               | 1995      | 1996      | % CRECIMIENTO<br>1995/96 |
|---------------|-----------|-----------|--------------------------|
| Lanzarote     | 386.658   | 419.251   | 8.4                      |
| Fuerteventura | 228.494   | 244.668   | 7.1                      |
| Gran Canaria  | 1.998.462 | 2.056.130 | 2.9                      |
| Tenerife      | 1.691.185 | 1.760.977 | 4.1                      |
| La Gomera     | 33.235    | 33.671    | 1.3                      |
| La Palma      | 147.732   | 145.102   | -1.8                     |
| El Hierro     | 16.608    | 17.588    | 5.9                      |
| CANARIAS      | 4.502.374 | 4.677.387 | 3.9                      |

Fuente.- *García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995)*

En el año 1996 se puso en marcha el Plan de Desarrollo Industrial de Canarias 1996-2000 (PDINCA). El objetivo general que se marca el PDINCA es "mejorar los factores de competitividad industrial que posibiliten el sostenimiento de las actividades existentes y su creación en sectores de futuro para contribuir con una base industrial y tecnológica suficientes al desarrollo diversificado, articulado y sostenible de la economía regional". Este objetivo general, o declaración de intenciones se concreta en tres objetivos específicos. En primer lugar, aumentar la participación de la industria en el PIB en un punto porcentual. En segundo lugar, la consolidación y creación de empleo industrial. Por último, contribuir al cambio de composición del sector industrial en favor de actividades con mayor potencial de desarrollo competitivo y tecnológico, así como aquellas actividades emergentes en el complejo servicios-manufactura.

## 2.6.- *Servicios*

### 2.6.1.- *Turismo*

El crecimiento registrado por el sector servicios en Canarias durante el año 1996 alcanzó el 2,78% según los datos aportados por el FIES, cifra inferior al crecimiento medio de la economía durante dicho año y al crecimiento de dicho sector en el bienio 1994-95.

**Cuadro 2.7.- *Turistas extranjeros llegados a Canarias, por Islas. 1995-1996***

|               | 1995      | 1996      | %<br>CRECIMIENTO<br>1995-96 |
|---------------|-----------|-----------|-----------------------------|
| LANZAROTE     | 1.348.700 | 1 381 195 | 2,4                         |
| FUERTEVENTURA | 912.087   | 911 201   | - 0,1                       |
| GRAN CANARIA  | 2.592.007 | 2 602 220 | 0,4                         |
| TENERIFE      | 3.012.568 | 2 993 084 | - 0,6                       |
| LA PALMA      | 106.566   | 119 418   | 12,1                        |
| CANARIAS      | 7.971.928 | 8 007 118 | 0,4                         |

**Fuente.- *García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995)***

Esta evolución está relacionada con el estancamiento observado en las llegadas de turistas. La entrada de turistas extranjeros permanece prácticamente estancada durante el año en casi todas las islas, salvo La Palma, donde se aprecia un aumento del 12,1%. Por su parte, en las islas de La Gomera y El Hierro, en las que no se dispone de información sobre llegadas de turistas extranjeros, los datos de viajeros alojados en establecimientos hoteleros reflejan crecimientos del 9,7% en La Gomera y del 12,4% en el Hierro.

La estancia media de los turistas durante el año 1996 se reduce ligeramente, lo que da lugar a que las cifras de ocupación fueran algo inferiores a las registradas durante el año anterior. Estos menores índices de ocupación fueron especialmente importantes en la temporada de verano, si bien fueron en parte compensados por el comportamiento favorable registrado en los meses de enero y febrero, por un lado, y en octubre, noviembre y diciembre, por otro.

### **2.6.2. Comercio**

Uno de los subsectores económicos que mayor debate ha suscitado en los medios de comunicación en Canarias a lo largo del año 1996 ha sido el comercial. Así, puede constatarse el cierre de pequeños comercios en beneficio de hipermercados y grandes cadenas de supermercados, si bien las cifras que se barajan por los implicados puede a veces sobredimensionar la situación. En este sentido, el Plan Integral de Comercio de Canarias 1996-1999, elaborado por la Consejería de Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, tiene como objetivo mejorar los factores de competitividad de las empresas comerciales, con el fin de mantener las actividades y el empleo. Además, pretende desarrollar las pautas de ordenación de la actividad comercial propiciando una mayor estabilidad del sector y aunar intereses entre grandes, medianos y pequeños comerciantes con los de los consumidores y usuarios. Además, el Plan se plantea el objetivo de propiciar la recuperación de la diferencia fiscal entre Canarias y la Península. Los objetivos marcados en el Plan Integral de Comercio se estructuran en seis programas con una duración de cuatro años.

Cuadro 2.8.- *Plan integral del Comercio de Canarias. 1996-1999*

| <i>PROGRAMAS</i>                             | <i>1996</i> | <i>1997</i> | <i>1998</i> | <i>1999</i> | <i>TOTAL</i> |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| <i>Formación</i>                             | 100         | 248         | 243         | 239         | 830          |
| <i>Ordenación territorial</i>                | 400         | 425         | 415         | 410         | 1.650        |
| <i>Promoción y difusión de la innovación</i> | 100         | 110         | 100         | 95          | 405          |
| <i>Cooperación empresarial</i>               | 205         | 200         | 190         | 184         | 779          |
| <i>Orientación e información</i>             | 101         | 101         | 94          | 90          | 386          |
| <i>Ordenación y fomento</i>                  | 850         | 870         | 865         | 865         | 3.450        |
| <i>Total</i>                                 | 1.756       | 1.954       | 1.907       | 1.883       | 7.500        |

Fuente.- García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995)

El dictamen elaborado por el Consejo Económico y Social de Canarias sobre el Plan Integral de Comercio coincide con el planteamiento del Gobierno de Canarias en el sentido de que su objetivo no es el incremento de la actividad comercial, sino propiciar la adaptación del subsector a los nuevos retos, atribuyendo al sector público un papel corrector de las distorsiones y de promoción y fomento de la actividad en sus aspectos de competitividad, calidad e innovación. Estos objetivos se deben articular con la necesidad de propiciar el sostenimiento y la mejora en el empleo, tanto en términos de calidad como de volumen, y de favorecer la coexistencia y el equilibrio entre las distintas modalidades de la actividad.

En este sentido, el Consejo Económico y Social considera este Plan como un instrumento idóneo para dar respuesta a la urgente necesidad de reconversión y modernización que demanda el sector. Además, de los programas que incluye el Plan, se considera que los relativos a la formación y a la orientación e información deben tener un carácter prioritario, debido a las deficiencias existentes tanto en la cualificación de empresarios y trabajadores, como en el acceso a información y asesoramiento de las PYMEs comerciales.





***3.- MERCADO DE TRABAJO EN LA  
PROVINCIA DE CANARIAS***



### **3.- MERCADO DE TRABAJO**

A corto y medio plazo el determinante principal del nivel de empleo, es el nivel de producción real de bienes y servicios. Normalmente la relación entre producción y empleo es positiva, aunque a largo plazo, y con incorporación de progresos técnicos en una parte significativa de los procesos productivos puede contemplarse la posibilidad de que una mayor cantidad de producto pueda obtenerse con una menor cantidad de trabajadores.

La población económicamente activa es el conjunto de personas que, en un periodo de referencia dado, suministran mano de obra para la producción de bienes y servicios económicos que están disponibles y hacen gestiones para incorporarse a dicha producción y consecuentemente a la actividad laboral. Según que el periodo de referencia sea largo (de doce meses, por ejemplo) o corto (de una semana como máximo) quedaría reflejada una situación habitual o coyuntural, respectivamente. En la Encuesta de Población Activa (E.P.A.), del Instituto Nacional de Estadística, dado su carácter periódico ha optado por lo segundo.

En esta Encuesta, por tanto, la población económicamente activa comprende todas las personas de 16 o más años que durante la semana de referencia (la anterior o aquella en que se realiza la entrevista) satisfacen las condiciones necesarias para su inclusión entre las personas ocupadas o paradas.

### **3.1. Encuesta de Coyuntura Laboral**

La información de la Encuesta de Coyuntura Laboral (E.C.L.) procede de los datos elaborados trimestralmente por la Subdirección General de Estadísticas Sociales y Laborales del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

La ECL tiene periodicidad trimestral y consiste en una investigación por muestreo dirigida a las empresas. La unidad a investigar es la denominada cuenta de cotización a la Seguridad Social.

El ámbito geográfico de la investigación es todo el territorio nacional con la excepción de Ceuta y Melilla y el ámbito poblacional está delimitado por los trabajadores que ejercen su actividad laboral en centros de más de cinco trabajadores.

Los efectivos laborales son trabajadores por cuenta ajena, que en el último día del trimestre de referencia mantienen un vínculo laboral con la empresa.

Cuadro 3.1.- *Efectivos laborales según sector y división de actividad. 1996*

| AÑO<br>1996 | TOTAL   | INDUSTRIA |                      |   |  |   | CONSTRUC<br>CION | SERVICIOS |  |                                |   |                    |
|-------------|---------|-----------|----------------------|---|--|---|------------------|-----------|--|--------------------------------|---|--------------------|
|             |         | Total     | Energía<br>y<br>agua | Extracción y<br>transformación<br>de minerales no<br>energéticos.<br>Ind. Química | Industrias<br>transforma<br>doras de<br>metales.<br>Mecánica<br>de<br>precisión. | Otras<br>industrias<br>manufactu<br>reras |                  | Total     | Comercio,<br>restaurantes y<br>hostelería.<br>Reparaciones | Transporte y<br>comunicaciones | Instituciones<br>financieras,<br>seguros, servicios<br>a empresas y<br>alquileres | Otros<br>servicios |
| 1° trim.    | 6.053,1 | 1.920,2   | 108,4                | 361,5   | 649,3  | 801,1                                     | 561,1            | 3.571,7   | 1.336,6  | 386,0                          | 706,2   | 1.143,0            |
| 2° trim.    | 6.181,4 | 1.946,3   | 108,9                | 356,8   | 675,0  | 805,6                                     | 570,4            | 3.664,8   | 1.425,5  | 389,7                          | 726,6   | 1.123,0            |
| 3° trim.    | 6.245,3 | 1.922,8   | 108,8                | 360,0   | 657,7  | 796,3                                     | 578,3            | 3.744,2   | 1.421,5  | 401,7                          | 743,6   | 1.177,3            |

Fuente: Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. M° de Trabajo. Julio 1997.



Siguiendo con la misma Encuesta anteriormente indicada, los efectivos laborales que a nivel nacional se concentran en las Ramas de actividad que pudiéramos considerar del Sector naval y las empresas auxiliares, en el tercer trimestre de 1996, se estimaban en 764.700 personas.

Las ramas de actividad consideradas son:

|  |                  |
|--|------------------|
| - Fabricación de productos metálicos .....                         | 268.000 personas |
| - Construcción de maquinaria y equipo mecánico .....               | 71.600 personas  |
| - Construcción de maquinaria y material eléctrico .....            | 100.500 personas |
| - Construcción de vehículos automóviles y sus piezas de repuesto . | 119.300 personas |
| - Construcción naval y otro material de transporte .....           | 47.300 personas  |
| - Fabricación de instrumentos de precisión y óptica .....          | 16.500 personas  |
| - Otras industrias manufactureras .....                            | 27.700 personas  |
| - Reparaciones .....   | 113.800 personas |

Estos efectivos laborales suponen el 39,8 % del total del Sector Industria.

Cuadro 3.2.- *Efectivos laborales por Comunidad Autónoma. Industria 1996*

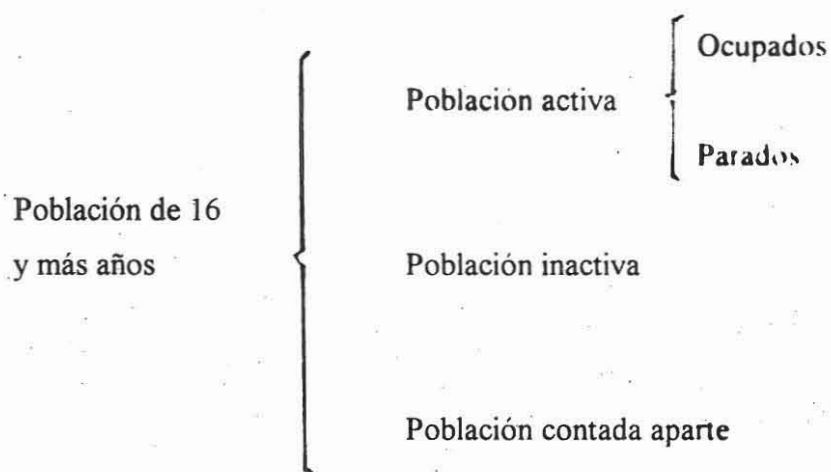
| COMUNIDADES AUTONOMAS |           |        |          |          |          |           |                    |                 |          |                      |             |         |        |        |         |            |          |
|-----------------------|-----------|--------|----------|----------|----------|-----------|--------------------|-----------------|----------|----------------------|-------------|---------|--------|--------|---------|------------|----------|
| Año                   | Andalucía | Aragón | Asturias | Baleares | Canarias | Cantabria | Castilla La Mancha | Castilla y León | Cataluña | Comunidad Valenciana | Extremadura | Galicia | Madrid | Murcia | Navarra | País Vasco | La Rioja |
| 1996                  |           |        |          |          |          |           |                    |                 |          |                      |             |         |        |        |         |            |          |
| 1º trim.              | 146,5     | 81,2   | 60,6     | 21,7     | 30,5     | 27,6      | 67,3               | 107,6           | 483,6    | 238,3                | 13,4        | 96,8    | 265,0  | 47,2   | 48,4    | 163,8      | 20,7     |
| 2º trim.              | 147,3     | 81,9   | 61,4     | 24,2     | 27,5     | 27,5      | 71,8               | 106,6           | 495,1    | 230,8                | 13,4        | 108,3   | 264,0  | 50,9   | 51,1    | 160,9      | 23,8     |
| 3º trim.              | 155,8     | 78,3   | 60,2     | 25,6     | 28,1     | 27,4      | 67,3               | 114,1           | 486,4    | 225,4                | 14,1        | 109,0   | 256,4  | 45,3   | 51,3    | 155,5      | 22,5     |

Fuente: Boletín de Estadísticas laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo. Julio 1997



### 3.2. Encuesta de Población Activa

La Encuesta de Población Activa (E.P.A.) la elabora trimestralmente el instituto nacional de Estadística, y los resultados de la misma se refieren a la población que habita en viviendas familiares, abarcando a todo el territorio nacional. La población a la que se dirige son de 16 y más años, clasificándose, según su relación con la actividad económica, de la siguiente forma:



Cuadro 3.3.- *Población de 16 y más años según relación con la actividad económica 1997*

Miles de personas

| Año 1996 | Total Población | POBLACION ACTIVA |          |         | Población inactiva | Población contada aparte |
|----------|-----------------|------------------|----------|---------|--------------------|--------------------------|
|          |                 | Total            | Ocupados | Parados |                    |                          |
| 1° trim. | 32.035,0        | 15.791,5         | 12.173,9 | 3.617,6 | 16.074,3           | 169,3                    |
| 2° trim. | 32.095,2        | 15.877,8         | 12.342,0 | 3.535,8 | 16.056,0           | 161,3                    |
| 3° trim. | 32.155,2        | 16.039,5         | 12.524,5 | 3.515,0 | 15.955,4           | 160,3                    |
| 4° trim. | 32.215,2        | 16.035,4         | 12.543,6 | 3.491,8 | 16.027,8           | 152,0                    |
| Año 1997 |                 |                  |          |         |                    |                          |
| 1° trim. | 32.270,0        | 16.018,8         | 12.576,4 | 3.442,4 | 16.096,6           | 154,6                    |

Fuente : *Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. M° de Trabajo. Julio 1997*

El total de población de 16 y más años a nivel nacional, se cifraba en el primer trimestre de 1997, en 32.270.000 personas, de las que el 49,6 % se podría considerar como población activa, correspondiendo el 49,9 % a la población inactiva.

Del total nacional de Activos ( 16.018.000 personas ) el 78,5% corresponde a Ocupados estimándose en 3.444.200 personas el número de Parados, lo que viene a significar el 21,5 %.

Cuadro 3.4.- *Resultados por provincias. Ambos sexos. Valores absolutos en miles y tasas en porcentaje.*

| Provincia             | Ocupados | Parados | Tasa de Actividad | Tasa de Paro |
|-----------------------|----------|---------|-------------------|--------------|
| Alava                 | 111,8    | 19,4    | 56,25             | 14,76        |
| Albacete              | 103,1    | 31,9    | 47,81             | 23,60        |
| Alicante              | 450,9    | 124,5   | 53,35             | 21,64        |
| Almería               | 143,6    | 43,3    | 50,36             | 23,19        |
| Baleares              | 287,7    | 99,3    | 84,43             | 10,59        |
| Barcelona             | 673,2    | 356,4   | 53,26             | 18,76        |
| Burgos                | 120,4    | 21,1    | 48,46             | 14,93        |
| Cáceres               | 112,3    | 42,4    | 45,66             | 24,41        |
| Cádiz                 | 284,5    | 151,1   | 50,41             | 34,70        |
| Cantabria             | 161,6    | 40,2    | 45,79             | 19,91        |
| Castellón de la Plana | 165,1    | 18,8    | 48,83             | 10,24        |
| Ciudad Real           | 137,3    | 33,9    | 44,80             | 19,61        |
| Córdoba               | 180,3    | 84,0    | 45,12             | 34,26        |
| Coruña (La)           | 355,4    | 77,1    | 46,30             | 17,82        |
| Cuenca                | 58,2     | 10,0    | 41,67             | 14,44        |
| Girona                | 219,3    | 28,2    | 87,11             | 11,38        |
| Granada               | 201,8    | 92,0    | 45,32             | 31,32        |
| Guadalajara           | 50,8     | 7,6     | 44,79             | 12,95        |
| Guipuzcoa             | 243,7    | 50,0    | 52,15             | 17,02        |
| Huelva                | 122,1    | 48,9    | 48,04             | 28,82        |
| Huesca                | 72,6     | 9,6     | 47,15             | 11,64        |
| Jaén                  | 152,1    | 87,5    | 46,56             | 38,53        |
| León                  | 154,9    | 37,5    | 44,12             | 19,50        |
| Lleida                | 132,5    | 12,7    | 48,93             | 8,73         |
| Lugo                  | 139,5    | 26,7    | 52,21             | 18,08        |
| Madrid                | 1.737,1  | 388,9   | 51,14             | 18,29        |
| Málaga                | 336,5    | 149,9   | 50,65             | 30,82        |
| Murcia                | 360,4    | 51,1    | 51,20             | 18,38        |
| Navarra               | 203,0    | 21,7    | 50,96             | 9,65         |
| Orense                | 115,0    | 24,2    | 46,77             | 17,36        |
| Palencia              | 56,7     | 10,5    | 44,94             | 15,55        |

|               |          |         |       |       |
|---------------|----------|---------|-------|-------|
| Palmas (Las)  | 263,0    | 74,1    | 52,38 | 21,99 |
| Pontevedra    | 289,5    | 78,3    | 49,01 | 21,29 |
| Rioja (La)    | 90,3     | 11,8    | 46,88 | 11,62 |
| Salamanca     | 112,1    | 38,2    | 50,59 | 25,39 |
| S.C. Tenerife | 253,8    | 68,4    | 52,28 | 21,22 |
| Segovia       | 51,3     | 8,4     | 48,01 | 14,12 |
| Sevilla       | 449,6    | 204,1   | 49,17 | 31,21 |
| Soria         | 32,9     | 4,0     | 47,33 | 10,81 |
| Tarragona     | 215,5    | 31,1    | 51,75 | 12,60 |
| Teruel        | 46,8     | 5,5     | 45,11 | 10,44 |
| Toledo        | 164,6    | 33,2    | 47,75 | 16,77 |
| Valencia      | 699,7    | 204,8   | 51,14 | 22,64 |
| Valladolid    | 153,3    | 47,4    | 48,28 | 23,63 |
| Vizcaya       | 368,6    | 100,1   | 48,78 | 21,36 |
| Zamora        | 53,3     | 10,9    | 36,68 | 17,00 |
| Zaragoza      | 302,6    | 56,3    | 50,92 | 15,59 |
| Ceuta         | 21,3     | 6,1     | 50,00 | 22,18 |
| Melilla       | 17,5     | 7,3     | 53,55 | 29,48 |
| TOTAL         | 12.765,6 | 3.359,1 | 49,87 | 20,83 |

Fuente.- Avance de la Encuesta de Población Activa. I.N.F. Junio 1997

En la provincia de Las Palmas, en el segundo trimestre de 1.997, se contabilizaron 263.000 personas ocupadas y 74.100 personas. lo que mantiene unos valores que mejora la media nacional.

La tasa de actividad en esta provincia con un 52,38% es significativa, superó a la media nacional. El dato más negativo es la tasa de paro con un 22%, superó en un 1,2% a la media nacional.

En cuanto a Santa Cruz de Tenerife con 253.800 personas ocupadas y 68.400 paradas, mantiene la situación de las Palmas.

### **3.3.- Movimiento Laboral Registrado**

La fuente de información del Movimiento laboral es el Instituto Nacional de Empleo ( I.N.E.M. ), que obtiene los datos estadísticos mediante la explotación de los datos estadísticos mediante la explotación de una base de datos centralizada cuya información primaria procede de la gestión realizada por las Oficinas de Empleo del INEM, en lo que respecta a las ofertas y demandas de empleo presentadas así como a las colocaciones y contratos registrados.

Las "demandas" de empleo son las solicitudes de puestos de trabajo formuladas durante el mes de referencia en las oficinas de empleo por personas que queriendo y pudiendo trabajar desean hacerlo por cuenta ajena.

Las "ofertas" de empleo son los puestos de trabajo ofrecidos por empresas y organismos públicos o privados.

#### **3.3.1.- Paro Registrado**

El paro registrado se corresponde con las demandas de empleo pendientes de satisfacer el último día del mes en las Oficinas de Empleo.

Cuadro 3.5.- *Paro Registrado según sexo. Miles (último día de cada mes).*

| Año 1997 | Total   | Varones | Mujeres |
|----------|---------|---------|---------|
| Enero    | 2.256,5 | 1.066,1 | 1.190,4 |
| Febrero  | 2.262,7 | 1.059,9 | 1.202,8 |
| Marzo    | 2.227,5 | 1.035,4 | 1.192,1 |
| Abril    | 2.181,7 | 1.003,7 | 1.178,0 |
| Mayo     | 2.123,8 | 975,1   | 1.148,7 |
| Junio    | 2.091,9 | 949,7   | 1.142,2 |

Fuente: *Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. M<sup>o</sup> de Trabajo. Julio 1997.*

El paro registrado a nivel nacional en Junio de 1997, se cifraba en 2.091.900 personas de las que el 45,4%, correspondía a Varones, siendo el 54,6% restante mujeres en paro.

La evolución que ha sufrido en el año 1997 (Enero-Junio), el paro registrado es el de una disminución de 164.600 personas, lo que significa un descenso del 7,3 %.

Cuadro 3.6.- *Paro Registrado por Comunidades Autónomas. Miles ( último día de cada mes ).*

| Comunidad Autónoma   | 1997  |         |       |       |       |       |
|----------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|
|                      | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo  | Junio |
| Andalucía            | 458,7 | 458,8   | 457,9 | 452,8 | 442,9 | 443,3 |
| Aragón               | 56,6  | 56,3    | 54,8  | 51,1  | 49,0  | 48,6  |
| Asturias             | 75,2  | 75,8    | 73,7  | 72,2  | 70,4  | 69,0  |
| Baleares             | 34,3  | 33,9    | 32,4  | 29,5  | 23,2  | 21,3  |
| Canarias             | 114,3 | 114,1   | 114,1 | 114,8 | 115,7 | 116,8 |
| Cantabria            | 29,7  | 30,4    | 29,4  | 28,2  | 27,5  | 26,1  |
| Castilla-La Mancha   | 99,2  | 99,9    | 98,2  | 94,1  | 89,3  | 87,3  |
| Castilla y León      | 130,2 | 131,4   | 128,4 | 124,9 | 120,8 | 117,6 |
| Cataluña             | 277,8 | 276,4   | 268,3 | 262,3 | 254,2 | 245,9 |
| Comunidad Valenciana | 237,0 | 238,5   | 235,6 | 234,1 | 229,2 | 227,4 |
| Extremadura          | 66,7  | 66,6    | 64,8  | 63,1  | 61,5  | 60,2  |
| Galicia              | 179,8 | 179,7   | 177,6 | 174,3 | 171,3 | 167,9 |
| Madrid               | 278,2 | 280,6   | 279,1 | 273,7 | 267,4 | 262,6 |
| Murcia               | 53,9  | 53,8    | 52,0  | 51,0  | 50,2  | 49,7  |
| Navarra              | 25,1  | 25,4    | 24,1  | 23,2  | 22,8  | 23,1  |
| País Vasco           | 120,6 | 121,9   | 118,5 | 114,4 | 111,2 | 108,3 |
| La Rioja             | 11,3  | 11,2    | 10,8  | 10,2  | 9,8   | 9,7   |
| Ceuta                | 4,1   | 4,2     | 4,0   | 4,0   | 3,8   | 3,6   |
| Melilla              | 3,7   | 3,8     | 3,9   | 3,7   | 3,6   | 3,6   |

*Fuente: Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. M° de Trabajo. Julio 1997.*

El paro registrado en la comunidad canaria se cifraba en el mes de junio de 1997 en 116.800 personas, habiéndose producido una disminución de más de 2.500 personas desde Diciembre de 1996, lo que representa un 2,1 % de parados más.

### 3.4.- Apertura de Centros de Trabajo

La comunicación de apertura o reanudación de actividad se presentan en las Direcciones Provinciales de Trabajo, Seguridad Social y Asuntos Sociales, de las comunidades autónomas sin funciones transferidas en esta materia y en los Organos competentes de las comunidades autónomas con funciones transferidas en esta materia.

En las comunicaciones de apertura se recogen diversos datos de la empresa y del centro de trabajo que a efectos estadísticos son los siguientes:

- a) Datos de la Empresa
  - Características de la apertura
    - Nueva creación
    - Ya existente
  - Provincia a la que pertenece
  - Actividad económica ( C.N.A.E. )
  
- b) Datos del Centro de Trabajo
  - Características de la apertura
    - Creación de nuevo centro de trabajo.
    - Reanudación de la actividad.
    - Cambio de actividad.
    - Traslado de uno ya existente.
  - Actividad económica ( C.N.A.E. )
  - Fecha de iniciación de la actividad.
  - Plantilla del centro de trabajo. Número de trabajadores desglosados por sexo.



Cuadro 3.7.- *Apertura de centros de trabajo por provincias 1997. Valores absolutos*

| Provincia     | 1997  |         |       |       |
|---------------|-------|---------|-------|-------|
|               | Enero | Febrero | Marzo | Abril |
| Almería       | 125   | 97      | 82    | 85    |
| Cádiz         | 122   | 198     | 168   | 129   |
| Córdoba       | 102   | 80      | 66    | 61    |
| Granada       | 544   | 459     | 377   | 410   |
| Huelva        | 126   | 113     | 87    | 86    |
| Jaén          | 58    | 50      | 49    | 82    |
| Málaga        | 200   | 200     | 179   | 174   |
| Sevilla       | 8     | -       | -     | -     |
| Huesca        | 156   | 123     | 110   | 135   |
| Teruel        | 71    | 59      | 46    | 58    |
| Zaragoza      | 651   | 541     | 495   | 568   |
| Asturias      | 607   | 459     | 509   | 597   |
| Baleares      | 568   | 221     | 229   | 271   |
| Las Palmas    | 516   | 408     | 386   | 382   |
| S.C. Tenerife | 468   | 341     | 304   | 349   |
| Cantabria     | 244   | 193     | 155   | 196   |
| Albacete      | 101   | 99      | 89    | 96    |
| Ciudad Real   | 85    | 67      | 58    | 98    |
| Cuenca        | 70    | 56      | 54    | 50    |
| Guadalajara   | 43    | 41      | 33    | 43    |
| Toledo        | 198   | 168     | 138   | 155   |
| Ávila         | 77    | 87      | 87    | 98    |
| Burgos        | 131   | 131     | 113   | 137   |
| León          | 176   | 178     | 194   | 182   |
| Palencia      | 78    | 48      | 52    | 60    |
| Salamanca     | 186   | 137     | 114   | 142   |
| Segovia       | 93    | 64      | 81    | 79    |
| Soria         | 61    | 41      | 35    | 44    |
| Valladolid    | 103   | 99      | 84    | 94    |
| Zamora        | 69    | 71      | 87    | 84    |
| Barcelona     | 1.598 | 1.172   | 1.060 | 1.261 |
| Gerona        | 338   | 254     | 265   | 311   |
| Lleida        | 275   | 154     | 163   | 170   |
| Tarragona     | 448   | 303     | 324   | 336   |
| Alicante      | 765   | 509     | 466   | 594   |
| Castellón     | 286   | 190     | 179   | 207   |
| Valencia      | 798   | 596     | 498   | 544   |

|            |       |       |       |       |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| Badajoz    | 263   | 231   | 206   | 252   |
| Cáceres    | 72    | 69    | 63    | 76    |
| La Coruña  | 416   | 289   | 269   | 276   |
| Lugo       | 191   | 106   | 129   | 134   |
| Orense     | 70    | 65    | 59    | 76    |
| Pontevedra | 401   | 349   | 282   | 351   |
| Madrid     | 2.091 | 1.594 | 1.385 | 1.632 |
| Murcia     | 534   | 455   | 403   | 397   |
| Navarra    | 201   | 164   | 130   | 174   |
| Alava      | 149   | 133   | 107   | 150   |
| Guipuzcoa  | 222   | 140   | 161   | 157   |
| Vizcaya    | 303   | 156   | 161   | 168   |
| La Rioja   | 253   | 161   | 153   | 214   |
| Ceuta      | 25    | 28    | 42    | 30    |
| Melilla    | 25    | 17    | 11    | 11    |

*Fuente : Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº del Trabajo. Julio 1997*

La provincia de Las Palmas contabilizó los cuatro primeros meses del año 1.997, un total de 1.692 aperturas de Centros de Trabajo, un alto nivel de aperturas en variación con la media nacional.

El nivel de aperturas en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, es igualmente muy alto con un total de 1.462 centros aperturados de Enero a Abril de 1.997.

Según la Encuesta de Coyuntura Laboral de la Encuesta de Población activa, en el tercer trimestre de 1996, se cifraba en 6.245.300 las personas mayores de 16 años, en el total nacional de las que el 23,3% correspondían a las "Industrias transformadoras de metales, Mecánica de Precisión" y "Otras Industrias manufactureras".

***4.- PANORAMA DEL SECTOR DE  
LAS ARTES GRÁFICAS***



#### 4.1.- PANORAMA COMUNITARIO

El sector de Artes Gráficas en la Unión Europea comprende unas 60.000 empresas y más de 1.000.000 empleados. Los *quince países miembros* facturan alrededor de 75 millones de ECUS. El sector se compone principalmente de pequeñas empresas; un 85% tiene plantillas inferiores a 20 empleados.

La industria gráfica es relativamente moderna, dispone de maquinaria tecnológicamente actualizada y de procesos productivos en general bien organizados. La pre-impresión en la imprenta moderna está asistida por ordenador, lo que requiere trabajadores cualificados.

La mayoría de las empresas de artes gráficas opera sobre *mercados locales* o regionales debido a su tamaño y a las características de los fabricados.

La *estructura de la industria* se compone de pequeñas y medianas empresas. La empresa media tiene menos de 20 empleados y representa un 85% del total. El 15% restante está formado por firmas que emplean entre 20 y 50 trabajadores.

El sector de artes gráficas ha mantenido tradicionalmente una *política salarial* relativamente alta, como reflejo de la gran especialización de la mano de obra utilizada. También se distingue por otras mejoras en cuanto a horarios de trabajo, vacaciones y otras ventajas.

En la mitad de los países de la U.E. la *semana laboral*, es de 37,5 horas o menor. Solamente Portugal mantiene una semana de 43 horas. Los trabajadores alemanes del sector disfrutaban de unas vacaciones de 6 semanas y en otros cinco países comunitarios el sector disfrutaba de 5 semanas de vacaciones.

La industria del sector de artes gráficas comunitaria es una *industria moderna*, en la vanguardia del proceso técnico, e *intensamente competitiva*, tanto en el mercado comunitario como en los mercados exteriores.

La tendencia positiva de la demanda (necesidad de información, auge de la publicidad e impresión comercial, etc.) ha sido estimulada en general, mediante el desarrollo de *productos de mayor calidad*, que incorporan en gran medida el factor diseño, y mediante una comercialización más orientada hacia el consumidor, atendiendo a intereses específicos.

*La evolución de la industria* muestra una estrecha relación entre el sector de las artes gráficas y el desarrollo global de la tecnología de las comunicaciones y de la información; los intercambios cruzados y la dependencia mutua es patente en la tecnología y en la utilización de los medios de comunicación.

La industria de las artes gráficas comunitaria se ha convertido en *un sector de alta tecnología* en el que el equipamiento tiene un impacto decisivo no sólo en el tipo de trabajo y en el volumen, sino también en la comercialización, flexibilidad del trabajo y gestión en general.

## PROCESOS PRODUCTIVOS/TECNOLOGÍA

Fotocomposición como tecnología dominante.

Equipamiento informatizado *para control de la maquinaria*. Utilización creciente de microprocesadores en funciones auxiliares de control (regulación de tinta, etc.).

Enlace de la impresión y las telecomunicaciones en sistemas nuevos de recuperación de información.

Uso de métodos físicos y químicos en la cadena de actividades desde la entrada del Input hasta su terminación.

*Diseño creativo* por ordenador para impresión y publicidad.

Maquinaria altamente automatizada y versátil que permita manipular económicamente tiradas de imprenta más cortas mediante una reducción de los tiempos de cambio y preparación.

## GESTIÓN/RECURSOS HUMANOS

Continuará descendiendo el número de trabajadores poco especializados con respecto al número total de empleo.

Mayor *participación de mujeres*.

Personas multilingües y creativas serán un elemento clave en cuanto a efectividad, velocidad y calidad.

## **ENTORNO**

Necesidad de *armonizar las normas*, legislación y aplicación uniforme en materia medioambiental dentro de la U.E., ya que su heterogeneidad distorsiona gravemente las condiciones de competencia.

La industria gráfica europea sigue muy de cerca el proyecto de directiva comunitaria en relación con la publicidad del tabaco.

También le puede afectar otras directivas relativas a:

Limitación de la Publicidad directa

Restricción de las ventas por catálogo

Limitación de la publicidad de medicamentos que no precisan receta.

## **ASPECTOS ECOLÓGICOS**

La industria gráfica europea destina cada vez mayores recursos para cumplir los *controles medioambientales* más estrictos, sobre todo en relación con las emisiones derivadas de la impresión offset por bobina con objeto de mejorar la calidad del agua y propiciar el reciclado de residuos.



A escala internacional INTERGRAF colabora con la Comisión de las Comunidades Europeas para definir las directivas adecuadas.

#### **4.2.- PANORAMA NACIONAL**

El Sector de Artes Gráficas en España se caracteriza por su orientación a *mercados locales* y por su *rivalidad*, debido a la notable atomización de empresas existentes.

El sector está integrado por unas 6.400 que dan empleo a unos 74.000 trabajadores y que están radicadas alrededor de los principales centros de Demanda, destacando las siguientes Comunidades Autónomas:

- 1.- Cataluña y Madrid, que concentran el 51% de las empresas gráficas
- 2.- En Andalucía, Valencia y el País Vasco se concentra otro 25%
- 3.- En Canarias están radicadas un 2,8% del censo total.

Alrededor del 70% de la facturación se realiza en el propio mercado local, un 20% es regional y apenas el 10% restante se destina a exportaciones.

La *estructura del sector* presenta una gran atomización de la oferta, configurada en su mayor parte por pequeñas empresas de carácter familiar de las que un 70% cuenta con una plantilla de menos de 10 trabajadores.

En el *subsector de imprentas* existen varias tipologías:

- a) **Grandes empresas:** con más de 100 trabajadores que producen en offset o huecograbado y que se localizan principalmente en Madrid y Barcelona, que representan el 1,6% del total.

Están participadas por importantes grupos editoriales mundiales, tales como Berthelsman (Alemania), Hachette (Francia) o Mondadori (Italia), que les procuran fuerte soporte financiero para la renovación tecnológica de sus instalaciones y que tienden a disminuir sus plantillas.

- b) **Empresas medias:** que utilizan preferentemente el sistema offset, uno o dos colores, que cuenta con una plantilla entre 10 y 100 empleados, y que trabajan principalmente para el sector publicitario, con una tendencia a incrementar su plantilla ligeramente, con una participación de casi el 29% del total.

- c) **Pequeños talleres de gestión familiar:** con gran parte del empleo familiar o sumergido y que compiten con una política de precios muy agresiva y una mayor flexibilidad productiva, que constituyen el 70% aproximadamente.

### **Evolución de la Producción**

Aunque en los últimos años la evolución de la actividad ha cambiado significativamente, pasándose de una **tasa media de crecimiento del 17%** en el período **1988-1990**, a una **tasa media decreciente del 8%** en el período **1990-1992**, se puede observar recientemente un cambio de tendencia.

En efecto, en **1994** el valor de la producción se ha situado en torno a los **600.000 millones de pesetas**, con un crecimiento del **2,8** respecto a **1993**. Las

*previsiones* a medio plazo apuestan por una *recuperación del mercado* para el período 1995 - 1996 con una horquilla entre el 9 y el 7% de crecimiento anual.

### **Evolución del empleo**

A corto y medio plazo es previsible una estabilización del empleo en el sector, si bien la renovación tecnológica está provocando la desaparición de algunos puestos de trabajo.

Es preciso mejorar el nivel de formación profesional en este sector, dado que el número de alumnos que terminaron FP-2 es inferior a las necesidades tanto cuantitativas como cualitativas.



***5.- IDENTIFICACION DEL SECTOR DE LAS  
ARTES GRÁFICAS  
EN LA COMUNIDAD CANARIA***



## **5.- IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR DE ARTES GRÁFICAS EN LA C.A DE CANARIAS**

### **5.0.-EL SECTOR INDUSTRIAL EN CANARIAS**

Las limitaciones de desarrollo de la industria canaria, como son el reducido tamaño del mercado interno regional unido a su escaso aprovechamiento, la fuerte dependencia del exterior en cuanto al suministro de materias primas e inputs intermedios, así como la posición negativa del archipiélago en los factores clásicos de las economías de localización, se ven acompañadas de una serie de *problemas estructurales* en su tejido productivo, y que podemos resumir en los siguientes:

A) Una base infraestructural y de conexión a mercados exteriores con *costes adicionales* en las producciones y con minoración de rentabilidad a las inversiones.

B) *El esfuerzo tecnológico más bajo* de todas las regiones españolas, a lo que se añade el escaso impacto de las políticas de fomento e incentivación industrial y una muy baja representatividad de las industrias emergentes que no están apenas representadas en el sector industrial canario.

C) Carencia de *estructuras gerenciales* que dinamicen el tejido empresarial.

D) Apreciable *falta de especialización* en los sectores de mayor complejidad tecnológica y ausencia de una infraestructura de calidad adecuada debido al débil entramado asociativo y la escasa relación con los organismos nacionales y europeos de normalización y certificación.

E) *Escaso dimensionamiento* y articulación del entramado productivo, muy expuesto a la competencia exterior.

F) Descapitalización sectorial y polarización del capital privado hacia otros sectores más productivos.

G) *Baja cualificación profesional* laboral y empresarial.

H) Ausencia de un sector desarrollado que despliegue actividades de apoyo a las empresas

Y) Falta de recursos naturales específicos, susceptibles de un proceso de industrialización, impiden una especialización destinada a comercializar esa producción.

### **5.1.-LA INDUSTRIA GRÁFICA EN CANARIAS**

- La Industria Gráfica en Canarias también se halla inserta en el *proceso de cambio* generalizado que domina el momento actual, caracterizado básicamente por los cambios económicos, los cambios en los sistemas productivos, la incidencia de las nuevas tecnologías, las necesidades y nuevas exigencias de los mercados, entre otros factores.

- El subsector de artes gráficas en Canarias reúne características de los *sectores industrial y de servicios*, ya que si bien tiene una estructura industrial, se trabaja *sobre pedido* y no cabe el almacenaje de productos terminados.



- *Participación en el PIB regional*, dentro del sector industrial, de carácter "discreto".
- Alto grado de *dependencia externa* (abastecimientos en general). Dependencia de proveedores extraregionales. Lejanía de los centros de aprovisionamiento. Saldo importaciones - exportaciones altamente deficitario.
- De lo anterior se derivan una serie de problemas entre los que resaltan: elevados costes de producción (fundamentalmente por la incidencia del transporte); *desventaja comparativa* (en relación a competidores de la *Península*); imposibilidad de generar economías de escala.
- Fuerte *concentración espacial* en las dos capitales de provincia (cercanía a los centros de demanda).
- Existencia de un *mercado minifundismo*: el 89% de las empresas cuenta con menos de 10 trabajadores por lo que la estructura de la industria gráfica en Canarias tiene una estructura piramidal de baja altura, en cuya base se asienta un gran número de pequeñas empresas con menos de 10 trabajadores, en el medio las pocas que tienen entre 10 y 50 y en la cúspide una muy marcada minoría que cuenta con más de 50 trabajadores.
- Este predominio de pequeñas empresas puede justificarse por la excesiva *atomización de la demanda*, lo que da lugar a una serie de pedidos cuya ejecución resulta sólo de interés para las pequeñas empresas.
- Fuerte *peso* de la *empresa de tipo familiar*, teniéndose por lo tanto una baja participación en la gestión empresarial por parte del personal directivo, técnico o

administrativo asalariado. En muchos casos, los propietarios y gerentes de este tipo de empresas provienen del mundo del trabajo. Se da por lo tanto:

- el predominio de una gestión empresarial no profesionalizada
  - un débil desarrollo organizacional.
  - limitado uso y apoyo en la informática aplicada a la gestión
- 
- La gran *mayoría* de las empresas del subsector se dedican, fundamental y básicamente, a la *impresión offset*, fotomecánica y fotocomposición.
  - El *ámbito de actuación* de las artes gráficas de Canarias es básicamente *local* o insular.
  - *Inexistencia de estrategias conjuntas* que favorezcan el aprovisionamiento (compras conjuntas, central de compras)
  - Escasa o nula proclividad a la *cooperación* y/o el asociacionismo interempresarial: aislamiento interempresarial (el problema no radica en que sean empresas pequeñas, sino en estar solas)
  - Rigidez estructural. *Escasa especialización*
  - Importante *tirón de la demanda interna* en los últimos años, lo que ha dado lugar a un aumento en la producción y a un importante aumento de las inversiones (notoriamente superiores al volumen de facturación).

- Ese *aumento de las inversiones* se ha producido fundamentalmente gracias al esfuerzo realizado por una gran parte de las empresas con el afán de lograr una actualización tecnológica conveniente.
- Dicho salto cualitativo ha permitido una considerable modernización en la industria gráfica, y por lo tanto una mejora en la productividad. La industria gráfica, si bien tradicional, es altamente innovadora.
- En cuanto al *consumo*, el valor total ha ido también aumentando progresivamente en los últimos años. Estos antecedentes parecen indicar que el subsector está en expansión.
- Respecto a la *distribución de la producción*, ésta se da, aproximadamente, en la siguiente proporción:
  - Productos gráficos sin componente adicional: 45%
  - Productos editoriales: 25%
  - Manipulaciones de papel: 25%
  - Productos de cartón: 5%

## **5.2.-LA OFERTA**

La industria de Artes Gráficas en Canarias se ha caracterizado por un gran número de *pequeñas imprentas* dedicadas principalmente a la *impresión offset* y orientadas básicamente al mercado local o insular. En dicho mercado destacan las

demandas dispersas y de pequeños volúmenes por lo que su atención sólo ha resultado adecuada para los servicios y dimensiones de estas pequeñas empresas.

Se tratan de *empresas familiares, tradicionales*, pero también innovadoras que han ido asumiendo la implantación de nuevas tecnologías de forma heterogénea pero con un nivel en general "aceptable" sobre todo en preimpresión.

Las *Litografías* destacan con un tamaño medio/grande y un ámbito de negocios regional e incluso con capacidad exportadora. Las grandes empresas, en general, han sido las primeras en implantar las nuevas tecnologías y contar por tanto con unos procesos más competitivos.

Entre los tipos de industrias que conforman la oferta destacan:

- Litografías
- Serigrafías
- Tipografías
- Huecograbado
- Lacados y diseño gráfico
- Manipulados para Artes Gráficas
- Fotomecánicas y Fotocomposición
- Reprografías y Fábricas de Formularios.

Las actividades comprendidas en estos epígrafes ofrecen una gran variedad de productos para las empresas industriales, comerciales y de servicios, incluyendo a las Administraciones Públicas.

La oferta de Artes Gráficas en Canarias ofrece las siguientes particularidades y condicionantes:

a) Se considera que su crecimiento está condicionado por factores económicos y sociodemográficos tales como el *nivel de actividad económica* de la región, las características de la población y el crecimiento de acciones publicitarias.

b) La PUBLICIDAD: Sobre este factor cabe comentar que países como Alemania han estimado que, casi dos terceras partes de los productos del sector de la impresión están relacionados directa o indirectamente con la publicidad. Salvando las distancias respecto a Canarias podemos encontrar también, una posición muy significativa de la actividad publicitaria gráfica regional.

Sin embargo, su expansión por radio y la televisión comercial han puesto "en alerta" a otros medios impresos. Es por ello que encontramos actualmente en la prensa canaria anuncios como el de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), destacando las ventajas de la publicidad en este medio e incitando a los anunciantes a utilizar "el poder de la prensa" para sus mensajes.

Por otra parte conviene señalar la paradoja de que precisamente las empresas de Transformados de Papel y Artes Gráficas realizan una inversión muy escasa en promover y publicitar sus actividades profesionales, siendo, por tanto, un sector poco conocido en cuanto a la variedad y calidad de sus servicios en Canarias.

c) En cuanto a la presencia de las GRANDES SUPERFICIES y las estrategias publicitarias de muchos otros SECTORES COMERCIALES, se observa que han jugado un importante papel en la expansión de las actividades gráficas en Canarias, reflejándose en una demanda creciente de catálogos, folletos, prospectos turísticos, informes anuales, material promocional, etc.

Esta situación ha conllevado a que, en ciertas imprentas la demanda recibida para alguna de estas producciones resulte de tal dimensión, respecto a sus capacidades

productivas, que les excluye completamente de cualquier otra actividad o clientela. Esta situación, tiene una particular importancia para dichas empresas, ya que, si bien tales producciones les garantiza un determinado volumen de negocio actual, simultáneamente se implican en una dependencia directa con las variaciones del cliente.

d) Sobre la información ilustrada a COLOR, ha dado un importantísimo ascenso en los últimos años, previéndose que continuará en los siguientes. La policromía en la publicidad ha resultado decisiva, además de haberse incorporado los colores a los diarios en sus portadas y/o artículos especiales. También en los informes de sociedades y en muchos documentos informativos cotidianos se ha hecho presente el color con la intención de seguir abarcando cada vez nuevos campos.

e) Por otra parte, las NUEVAS TECNOLOGÍAS están incorporando una serie de "competidores" que este sector no había previsto. De hecho, están posibilitando, cada vez más, que las empresas y hasta las instituciones públicas realicen en sus ordenadores internos y con impresoras propias, una serie de elementos y productos (formularios y artículos) que antes debían encargarse a las imprentas.

## **5. ESTUDIO DE LA DEMANDA EN LAS ARTES GRÁFICAS EN CANARIAS**

Con base en las últimas Tablas Input-Output, publicadas por el CEDOC en 1988, donde se exponen una serie de datos referidos a los recursos totales (Oferta) y a la utilización de los mismos (Demanda) para cada uno de los sectores de la economía canaria, ha procedido a elaborar una serie de tablas, referidas a las variables pertinentes en cada caso, para las ramas que nos ocupan:

### **1º. DEMANDA INTERMEDIA (O DESTINO INTERMEDIO)**

Utilización de los productos/servicios Transformados de Papel y Artes Gráficas(en adelante TP.AG) por otras ramas o sectores de la economía canaria, para sus procesos productivos. En las siguientes tablas se reflejan los principales demandantes del sector atendiendo al total del valor consumido según los precios de los productos.

Se observa que, mayoritariamente, en más de un 74% los principales consumidores del Papel y sus derivados (Transformación de Papel y Cartón) pertenecen a sectores industriales que requieren de estos productos como inputs en sus procesos productivos o para la posterior comercialización de su producción.

CUADRO 5.3.1.- TRANSFORMADOS DE PAPEL

| SECTOR DEMANDANTE<br>(sectores D) Consumidores | CONSUMO TOTAL<br>por Sectores | Consum. Produc.<br>Regional por c/Sector D. | Importaciones para<br>c/Sector D |
|--|-------------------------------|---|----------------------------------|
| Transformados del Papel                        | 26.03%                        | 18.10%                                      | 81.90%                           |
| Industria del Tabaco                           | 23.84%                        | 52.15%                                      | 47.85%                           |
| Artes Gráficas y Edición                       | 14.68%                        | 33.20%                                      | 66.80%                           |
| Comercio Mayorista                             | 10.72%                        | 53.40%                                      | 46.60%                           |
| Comercio Minorista                             | 9.15%                         | 80.00%                                      | 20.00%                           |
| Otra Industria alimentaria                     | 5.05%                         | 75.00%                                      | 25.00%                           |
| Materiales de construcción                     | 2.54%                         | 75.60%                                      | 24.40%                           |
| Conservas de Pescado                           | 2.04%                         | 75.70%                                      | 24.30%                           |
| Otros: Admón. Pública                          | 1.62%                         | 33.20%                                      | 66.80                            |
| Instituciones Fras.                            | 1.36%                         | 29.30%                                      | 70.70%                           |
| Demás consumidores                             | 2.97%                         | 33.37%                                      | 66.63%                           |
|  | 100%                          |   |                                  |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de "Tabla Input-Output y Contabilidad Regional de Canarias 1980"

En cuanto a la rama de las Artes Gráficas y Edición, destaca un mínimo de consumidores industriales en su demanda intermedia, alrededor del 8%.



CUADRO 5.3.2.- ARTES GRÁFICAS Y EDICIÓN

| SECTOR DEMANDANTE<br>(sectores D) Consumidores | CONSUMO TOTAL<br>por Sectores | Consum. Produc.<br>Regional por c/Sector D. | Importaciones para<br>c/Sector D |
|--|-------------------------------|---|----------------------------------|
| Comercio Minorista                             | 33.15%                        | 100.00%                                     |                                  |
| Comercio Mayorista                             | 24.08%                        | 100.00%                                     |                                  |
| Instituciones Financieras                      | 16.65%                        | 99.90%                                      | 0.10%                            |
| Industria del Tabaco                           | 8.14%                         | 100.00%                                     |                                  |
| Otros servicios                                | 6.34%                         | 99.90%                                      | 0.10%                            |
| Educ., e Investig. Pública                     | 3.16%                         | 17.60%                                      | 82.40%                           |
| Administración Pública                         | 3.06%                         | 90.00%                                      | 10.00%                           |
| Otros: Comunicaciones                          | 1.56%                         | 99.90%                                      | 0.10%                            |
| Transporte terrestre                           | 1.27%                         | 99.90%                                      | 0.10%                            |
| Sanidad Pública                                | 0.96%                         | 99.90%                                      | 0.10%                            |
| Demás consumidores                             | 1.63%                         | 100.00%                                     |                                  |
|  | 100%                          |   |                                  |

Fuente:Elaboración propia a partir de los datos de "Tabla Input-Output y Contabilidad Regional de Canarias 1980"

Estas tablas muestran la participación de cada sector / actividad demandante en el Consumo Total de la *producción ofertada* (2ª columna). También detallan la proporción que de cada consumo sectorial corresponde a la *producción regional* (3ª columna), y la proporción que corresponde a los *productos importados* (4ª columna).

Así, observando en la Tabla 5.3.1.- "TRANSFORMADOS DE PAPEL", la columna de Consumo Total, se aprecia que la gran mayoría de las demandas realizadas a esta rama se concentran entre las actividades de TP.AG y en la Industria del Tabaco. De hecho, tanto AG (14,68%) como la misma rama TP (26,03%) requieren en sus procesos productivos una serie de materias básicas encuadradas en este epígrafe. En cuanto al sector del Tabaco bien es conocida su relación directa con esta rama industrial (23,84%) de la que consume diversos tipos de papel y cartón, tanto para su producción como para sus necesidades de envase y embalaje.

El *Comercio (Mayorista y Minorista)* se encuentra ocupando una importante posición en casi todas las ramas de la actividad en Canarias debido a las particulares características de su economía. De ahí que en este caso represente un 19,87% del consumo total de T.P.

En cuanto al sector "*Otra Industria Alimentaria*" destaca, en su interrelación con la rama de "Transformados de Papel" (5,05%), como el 75% del total de este consumo corresponde a la producción canaria. Dicho porcentaje regional se repite para los sectores "Materiales de Construcción" y "Conservas de Pescado" cuyas participaciones en el consumo total de TP representan un 2,54% y un 2,04% respectivamente.

Por último, se exponen otros sectores que por sí solos no llegan al 2% del Consumo Total: "*Administración Pública*" (1,62%) e "*Instituciones Financieras*" (1,36%). El resto por su escasa participación han sido agrupados en el concepto "Demás consumidores" (2,97%).

En cuanto a la Tabla 5.3.2.- "ARTES GRÁFICAS Y EDICIÓN" se aprecia como principal demandante al *Sector Comercial (Minorista y Mayorista)* con un 57,23% conjunto sobre el Consumo Total de esta rama. Le siguen las "*Instituciones Financieras*" con una importante participación del 16,65%, la "Industria del Tabaco" con un 8,14% y "Otros Servicios" con el 6,34%.

A mayor distancia y con participaciones en torno al 3% se posicionan "Educación e Investigación Pública" y "Administración Pública". En el apartado final de "Otros" nuevamente se agrupan aquellos sectores que individualmente no alcanzan el 2%: "Comunicaciones", "Transporte Terrestre", "Sanidad Pública" y "Demás Consumidores".

Para todos los demandantes de AG destaca un alto porcentaje de consumo regional (superior al 90% del total), con la única excepción de "Educación e Investigación Pública" donde el 82,40% de su demanda es cubierta con importaciones.

**CUADRO 5.3.3.- ARTES GRÁFICAS Y EDICIÓN**

| <b>SECTORES DEMANDANTE</b>        | <b>CONSUMO TOTAL</b> | <b>CONSUMO REGIONAL</b> | <b>CONSUMO PROD. IMPORT.</b> |
|-----------------------------------|----------------------|-------------------------|------------------------------|
| <b>Comercio Minorista</b>         | 33.15%               | 33.15%                  |                              |
| <b>Comercio Mayorista</b>         | 24.08%               | 24.08%                  |                              |
| <b>Instituciones Financieras</b>  | 16.65%               | 16.63%                  | 0.02%                        |
| <b>Industria del Tabaco</b>       | 8.14%                | 8.14%                   |                              |
| <b>Otros servicios</b>            | 6.34%                | 6.33%                   | 0.006%                       |
| <b>Educ., e Investig. Pública</b> | 3.16%                | 0.56%                   | 2.60%                        |
| <b>Administración Pública</b>     | 3.06%                | 2.75%                   | 0.31%                        |
| <b>Otros: Comunicaciones</b>      | 1.56%                | 1.558%                  | 0.002%                       |
| <b>Transporte terrestre</b>       | 1.27%                | 1.269%                  | 0.001%                       |
| <b>Sanidad Pública</b>            | 0.96%                | 0.96%                   | 0.001%                       |
| <b>Demás consumidores</b>         | 1.63%                | 1.63%                   |                              |
|                                   | <b>100%</b>          | <b>97.06%</b>           | <b>2.94%</b>                 |

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de "Tabla Input-Output y Contabilidad Regional de Canarias 1980"*

Por último se ofrecen dos modelos de tablas donde los consumidores se presentan ordenados según los porcentajes de su participación en la demanda total de la producción regional (Tablas 5.3.4 y 5.3.5), y según tales porcentajes para la demanda total de productos importados (Tablas 5.3.6 y 5.3.7).

**CUADRO 5.3.4.- TRANSFORMADOS DE PAPEL**

| <b>SECTORES DEMANDANTES</b> | <b>SUMINISTRO REGIONAL</b> |
|-----------------------------|----------------------------|
| Industria del Tabaco        | 28.11%                     |
| Coercio Minorista           | 16.54%                     |
| Comercio Mayorista          | 12.94%                     |
| Artes Gráficas y Edición    | 11.02%                     |
| Transformados del Papel     | 10.65%                     |
| Otra Industria alimentaria  | 8.56%                      |
| Materiales de construc.     | 4.34%                      |
| Conservas de Pescado        | 3.49%                      |
| Otros: Admón. Pública       | 1.22%                      |
| Instituciones Fras.         | 0.90%                      |
| Demás consumidores          | 2.23%                      |
|                             | 100%                       |

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de "Tabla Input-Output y Contabilidad Regional de Canarias. 1980"*

**CUADRO 5.3.5.- ARTES GRÁFICAS Y EDICIÓN**

| <b>SECTORES DEMANDANTES</b> | <b>SUMINISTRO REGIONAL</b> |
|-----------------------------|----------------------------|
| Comercio Minorista          | 34.16%                     |
| Comercio Mayorista          | 24.815                     |
| Instituciones Financieras   | 17.14%                     |
| Industria del Tabaco        | 8.39%                      |
| Otros servicios             | 6.52%                      |
| Administración pública      | 2.84%                      |
| Educ., e Investig. Pública  | 0.57%                      |
| Otros: Comunicaciones       | 1.60%                      |
| Transporte terrestre        | 1.31%                      |
| Sanidad Pública             | 0.99%                      |
| Demás consumidores          | 1.67%                      |
|                             | 100%                       |

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de "Tabla Input-Output y Contabilidad Regional de Canarias. 1980"*

La gran relevancia que la "Industria del Tabaco" representa en el sector de "Transformados del Papel" en Canarias queda reflejada en la tabla 5.3.4.- al ubicarse como el principal consumidor de su producción regional. También el sector del Tabaco ocupa una posición destacada entre los principales consumidores del suministro regional de las "Artes Gráficas y Edición" (Tabla 5.3.5.-), si bien aquí es superado por el sector Comercial y las Instituciones Financieras.

**CUADRO 5.3.6.- TRANSFORMADOS DE PAPEL**

| SECTORES DEMANDANTES       | IMPORTACIONES |
|----------------------------|---------------|
| Transformados del Papel    | 38,24%        |
| Industria del Tabaco       | 20.46%        |
| Artes Gráficas y Edición   | 17.6%         |
| Comercio Mayorista         | 8.96%         |
| Comercio Minorista         | 3.28%         |
| Otra Industria alimentaria | 2.26%         |
| Materiales de construc.    | 1.11%         |
| Conservas de Pescado       | 0.895         |
| Otros: Admón. Pública      | 1.94%         |
| Instituciones Fras.        | 1.72%         |
| Demás consumidores         | 3.54%         |
|                            | 100%          |

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de "Tabla Input-Output y Contabilidad Regional de Canarias. 1980"*

**CUADRO 5.3.7.- ARTES GRÁFICAS Y EDICIÓN**

| SECTORES DEMANDANTES      | IMPORTACIONES |
|---------------------------|---------------|
| Educ. e Investig. Pública | 88.67%        |
| Admón. Pública            | 10.41%        |
| Instituciones Financieras | 0.57%         |
| Otros servicios           | 0.22%         |
| Comercio Minorista        |               |
| Comercio Mayorista        |               |
| Industria del Tabaco      |               |
| Otros: Comunicaciones     | 0.05%         |
| Transporte terrestre      | 0.04%         |
| Sanidad Pública           | 0.03%         |
| Demás consumidores        |               |
|                           | 100%          |

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de "Tabla Input-Output y Contabilidad Regional de Canarias. 1980"*

El mayor volumen de consumos importados de "Transformados de Papel" corresponde precisamente a este mismo sector, (38,24%) debido a que sus requerimientos de materias primas básicas no son ofrecidos por el mercado regional. También realizan significativos consumos importados de TP, según los datos aquí expuestos -T.IO 80-, la "Industria del Tabaco" (20,46%), "Artes Gráficas y Edición" (17,6%) y el sector Comercial (12,24%).

En cuanto a las importaciones de productos de "Artes Gráficas y Edición" el principal porcentaje de consumos corresponde al sector "Educación e Investigación Pública" (88,67%) seguido, solamente y a considerable distancia, por la "Administración Pública" (10,41%). El resto de los consumidores no presenta una situación significativa respecto al total, no llegando a alcanzar siquiera un 0,6% en ninguno de los casos.

## **PRINCIPALES SECTORES DEMANDANTES**

### **1.- TRANSFORMADOS DE PAPEL**

- Papel: Kraft, Tissú, etc.:100% del exterior
- Papel ondulado: 100% del exterior
- Papel viejo: 100% de Canarias

## **2.- INDUSTRIA DEL TABACO:**

- Papel de fumar: 100% de Canarias
- Papel de cigarrillos en bobinas: 100% de Canarias
- Papel de boquillas: 100% de Canarias
- Papel metalizado: 95% de Canarias: 5% exterior
- Papel de envoltura de cajetillas 100% de Canarias
- Papel celofán: 100% del exterior
- Cartoncillo de refuerzo: 100% de Canarias
- Estuches: 100% de Canarias
- Cartones para cajetillas: 100% de Canarias
- Cajas, embalaje: 100% de Canarias
- Anillas de puros, vitolas: 100% de Canarias

## **3.- ARTES GRÁFICAS: EDITORIAL, IMPRENTA Y RELACIONADOS:**

- Papel: 100% del exterior
- Cartón: 100% del exterior
- Cartulina: 100% del exterior

## **4.- INDUSTRIA AGROALIMENTARIA:**

- CONSERVAS VEGETALES Y ZUMOS.
- PRODUCTOS LÁCTEOS Y CAFÉ
- HARINAS Y PIENSOS
- PRODUCTOS CÁRNICOS
- ACEITES Y GRASAS
- PASTAS ALIMENTICIAS Y GALLETAS
- CACAO, CHOCOLATE Y CONFITERÍA



- Envases de cartón brik y rex: Cartón: 100% exterior, (La fabricación del envase se realiza en las industrias canarias).
- Bandejas de cartón: 100% de Canarias.
- Embalajes (sacos de papel, cajas de cartón): 100% de Canarias
- Cartonaje: 100% de Canarias
- Etiquetas: Industrias locales: 100% de Canarias. Multinacionales ubicadas en Canarias: 100% exterior
- Papel celofán: 100% exterior
- Envases para confitería, estuches de lujo, etc.: 60% exterior: 40% Canarias

#### **5.- CONSERVAS DE PESCADO:**

- Cartonaje, envases y embalaje: 100% de Canarias

#### **6.- MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN:**

- Papel pintado en grano, para tapizar, aproximadamente el 80% en Canarias, pintado plastificado y otros, y el 20% restante del exterior.
- Sacos para el cemento y otros: 100% de Canarias

#### **7.- ADMINISTRACIÓN PÚBLICA:**

Los principales productos de Papelería, Artes Gráficas y Edición consumidos por las diversa áreas de la Administración comprenden: material fungible (principalmente folios), piezas de "gráfica ligera" y publicaciones varias.

### ***Gráfica Ligera Gubernamental:***

- Papel de cartas y segundas hojas
- Sobres, bolsas grandes y pequeñas
- Tarjetas y tarjetones
- Portadas y carpetas para dossiers
- Carpetas para documentos administrativos, saludas, invitaciones
- Elementos secundarios: sellos de goma, etiquetas

Procedencia regional mayoritariamente

### ***Publicaciones:***

- Memorias, folletos, libros, revistas, material de difusión, etc.
- Su contratación varía para cada área gubernamental. En algunos casos se abastecen por sí mismos a través de sus propias imprentas y departamentos de publicaciones, pero a medida que la complejidad del documento se incrementa estos son encargados a otras empresas (regionales o nacionales)

Para conocer la proporción en que se acude a empresas de uno u otro origen, y ante la carencia de informes al respecto, se consultó, en la provincia de Las Palmas, a encargados de archivos, bibliotecas, servicios de información y publicación en diferentes Consejerías, así como a profesionales de las Artes Gráficas. De la información recogida se desprende que estos trabajos se reparten mayoritariamente entre las imprentas y editoras peninsulares y las imprentas o litografías tinerfeñas.

## **8.- SECTOR EDUCATIVO E INVESTIGACIÓN**

Al igual que en el ámbito de la Administración Pública, este sector consume diversos productos de papelería, gráfica ligera, ediciones y publicaciones. Sus características resultan muy similares a las referidas en el apartado anterior, con la matización de contener un mayor volumen de adquisiciones en artículos hemerográficos y principalmente bibliográficos.

El sector de la enseñanza se convierte así en uno de los primeros consumidores de publicaciones periódicas, bibliografía y otros documentos, destinados no exclusivamente al alumnado, sino también para el mismo profesorado, especialmente en el campo de la investigación universitaria.

Su procedencia es casi totalmente del exterior, primando la producción nacional con un porcentaje muy superior respecto a la producción extranjera.

## **9.- BEBIDAS:**

- AGUARDIENTES Y LICORES
- BEBIDAS REFRESCANTES
- AGUAS ENVASADAS REGIONALES
- VINO DE CANARIAS EMBOTELLADO

- Cartonaje: 100% de Canarias
- Cajas decoradas individuales: 100% de Canarias
- Etiquetas: 70% exterior. 30% Canarias

#### **10.- PRODUCTOS QUÍMICOS DESTINADOS A LA INDUSTRIA Y AL CONSUMO FINAL:**

- Pinturas=----- Cartonaje: 100% de Canarias.
- Productos destinados al consumo final, como lejías, jabones, productos de perfumería, cerillas, etc.= ---- Envases y cartonaje: 100% de Canarias

#### **11.- TEXTIL Y CONFECCIÓN:**

- Material de embalaje: 100% de Canarias

#### **12.- TRANSFORMADOS DE MATERIAS PLÁSTICAS:**

- Productos de Papel: casi el 100% de Canarias

#### **13.- SECTOR EXPORTADOR:**

- Envases y embalaje de cartón para exposiciones (principalmente en el sector hortofrutícola): 100% Canarias

#### **14.-CONSUMO PRIVADO:**

- Productos Transformados de Papel: 80% Canarias; 20% exterior
- Artículos y servicios de Artes Gráficas (tarjetas de presentación, invitaciones, diversas modalidades de copias, encuadernaciones, etc.) 74% Canarias, 26% exterior
- Productos Editoriales (libros, revistas, prensa): 60% Canarias; 40% exterior

#### **5.4.-ANÁLISIS MORFOLÓGICO**

Analizando el Censo total de Empresas de Artes Gráficas en Canarias, se puede concluir que tan solo la *Rama de Imprentas y Litografías* tiene una representación significativa de los intereses generales del sector de Artes Gráficas. El análisis morfológico se va a centrar en este segmento, con objeto de que las características analizadas sean representativas del conjunto de la Rama a nivel provincial y total Canarias.

Las morfología de la rama de Imprentas y Litografías se presenta en tres dimensiones:

a) *Dimensión económica*, con objeto de configurar *perfiles* relativos a tamaño, nivel de integración de la producción, intensidad de capital y coste de entrada.

b) *Dimensión de Mercado*, en relación con tipologías de clientes, concentración de mercados, vocación internacional y estandarización de productos.

c) *Dimensión tecnológica*, expresión del ciclo de vida de la tecnología utilizada, organización de la producción, autonomía de la mano de obra, tamaño de las series y niveles técnico- productivos.

Cuyas características básicas se describen en los siguientes cuadros:

5.4.1. Dimensión Económica

5.4.2. Dimensión de Mercado

5.4.3. Dimensión tecnológica.

#### 5.4.1. MORFOLOGÍA DEL SECTOR DE ARTES GRÁFICAS EN CANARIAS

**RAMA:** Imprentas y Litografías

**ÁMBITO:** Canarias

**DIMENSIÓN:** Económica- Financiera

**PERIODO DE ANALISIS:** 1993 - 1995.

**Valores mínimo-máximo de las empresas analizadas en cada grupo morfológico**

| DIMENSIÓN ECONÓMICA |                       |                                  | GRUPOS MORFOLÓGICOS |           |         |           |
|---------------------|-----------------------|----------------------------------|---------------------|-----------|---------|-----------|
|                     | FACTORES              | INDICADOR                        | 1                   | 2A        | 2B      | 3         |
| <b>A</b>            | Tamaño empresas       | Venta en millones de pesetas     | menor 35            | 35-70     | 70-300  | mayor 300 |
| <b>B</b>            | Plantillas            | Número de empleados              | 1-5                 | 6-10      | 10-30   | +30       |
| <b>C</b>            | Valor añadido         | En porcentaje sobre Ventas       | 39.6-43.4           | 41.6-49.5 | 46-55.4 | 40-43.9   |
| <b>D</b>            | Valor añadido         | Por empleado en millones         | 2.1-2.7             | 3.4-3.7   | 4.2-5.2 | 4.3-6.1   |
| <b>E</b>            | Intensidad de capital | Ventas / Inmovilizado neto       | 0.6-1.9             | 1-2.6     | 0.8-1.7 | 0.6-1     |
| <b>F</b>            | Nivel de Integración  | Ventas / Compras                 | 1.1-2.8             | 2.3-4.1   | 1.2-3.8 | 1.9-2.1   |
| <b>G</b>            | Coste de Entrada      | En millones de pts               | 10-30               | 30-70     | 70-250  | 250-1500  |
| <b>H</b>            | Rendimiento           | Facturación por empleado*        | 5.3-6.1             | 6.9-7.3   | 9.2-9.4 | 9.1-15.1  |
| <b>I</b>            | Coste laboral         | Retribución media por empleado * | 1.5-1.9             | 2.6-2.9   | 2.3-3   | 3.1-4     |

\* En millones de pesetas.

#### **NOTAS:**

1) El grupo morfológico identificado como 2 para el conjunto del análisis se desglosa en 2A y 2B en la dimensión económica por la razón de los distintos rendimientos obtenidos, sin perjuicio de que su mercado natural y tecnología sean análogos.

2) Otros ratios y niveles de comparación intergrupos pueden consultarse en el epígrafe 34 Análisis económico - financiero, teniendo en cuenta que se trata de datos ponderados por número de trabajadores.

## 5.4. 2. MORFOLOGÍA DEL SECTOR DE ARTES GRÁFICAS EN CANARIAS

**RAMA: Imprentas y Litografías**

**ÁMBITO: Canarias**

**DIMENSIÓN: Mercado- Comercial**

**PERIODO DE ANALISIS: 1993 - 1995.**

| DIMENSIÓN MERCADO |                              |   | GRUPOS MORFOLÓGICOS |                          |                   |
|-------------------|------------------------------|---|---------------------|--------------------------|-------------------|
|                   | FACTORES                     | INDICADOR                               | 1                   | 2                        | 3                 |
| <b>A</b>          | Tamaño Mercado               | Estimación EOI volúmenes relativos      | Residual<br>28%     | Oligopolio<br>42%        | Duopolio<br>30%   |
| <b>B</b>          | Estructura mercado           | Número de competidores (Estimado EOI)   | Disperso<br>87%     | Medio<br>11%             | Concentrado<br>2% |
| <b>C</b>          | Tipología de clientes        | Según matriz Producto / Clientes        | Particulares        | Más comercio y servicios | Más industria     |
| <b>D</b>          | Vocación exportadora         | Estadísticas ventas ( Pre- Diagnostico) | Nula                | Incipiente               | Baja              |
| <b>E</b>          | Estandarización del producto | Tipología producto / cliente            | Nula                | Media                    | Alta              |
| <b>F</b>          | Frecuencia de Compra         | Tipología producto / cliente            | Baja                | Media                    | Según Programa    |
| <b>G</b>          | Facilidad de acceso          | Tipología cliente                       | Alta                | Media                    | Baja              |
| <b>H</b>          | Acción comercial             | Vendedores (prospectores mercado)       | No                  | Gerente                  | Equipo incipiente |

### 5.4.3. MORFOLOGÍA DEL SECTOR DE ARTES GRÁFICAS EN CANARIAS

**RAMA:** Imprentas y Litografías

**ÁMBITO:** Canarias

**DIMENSIÓN:** Tecnológica- Producción

**PERIODO DE ANALISIS:** 1993 - 1995.

| DIMENSIÓN TECNOLOGÍA PRODUCCIÓN |                                       |  | GRUPOS MORFOLOGICOS  |                     |                             |
|---------------------------------|---------------------------------------|--|----------------------|---------------------|-----------------------------|
|                                 | FACTORES                              | INDICADOR                                      | 1                    | 2                   | 3                           |
| <b>A</b>                        | <i>Ciclo de vida de la tecnología</i> | <i>Tecnología dominante</i>                    | Tipografía (Declive) | Offset (Madurez)    | Más Hueco (Expansión)       |
| <b>B</b>                        | <i>Renovación tecnológica</i>         | <i>Antigüedad media de equipos productivos</i> | mayor 10 años        | 5-10 años           | menor 5 años                |
| <b>C</b>                        | <i>Proceso de impresión</i>           | <i>Número de colores</i>                       | 1-2 colores          | 2-4 colores         | más 4 colores               |
| <b>D</b>                        | <i>Nivel de Subcontratación</i>       | <i>Trabajos de pre-impresión y acabado</i>     | Bajo                 | Medio               | Nulo                        |
| <b>E</b>                        | <i>Proveedores</i>                    | <i>Localización del Proveedor</i>              | -Local               | -Local<br>-Nacional | -Nacional<br>-Internacional |
| <b>F</b>                        | <i>Sistemas de Calidad</i>            | <i>Tratamiento de la calidad</i>               | No sistemático       | Control de calidad  | Implantación Norma ISO      |
| <b>G</b>                        | <i>Nivel de Actividad</i>             | <i>Capacidad utilizada</i>                     | Baja                 | Media<br>Alta       | Alta                        |
| <b>H</b>                        | <i>Especialización</i>                | <i>Tipología de pedidos</i>                    | Series cortas        | Flexibles           | Series largas               |



## **5.5.- ANÁLISIS ESTRATÉGICO**

La metodología del presente estudio trata de completar el *análisis macro* de la oferta y demanda en el sector de Artes Gráficas en Canarias, con el *análisis micro* de empresas de dicho sector.

El contraste de *información macro* y de *información micro*, ofrece una perspectiva de *análisis intermedio* de gran riqueza para la profundización del diagnóstico estratégico y económico financiero del sector.

Por el momento , el *análisis micro* del Sector de Artes Gráficas se ha centrado en la *Rama de Imprentas y Litografías*, cuyo análisis estructural ha permitido diferenciar las siguientes *tipologías empresariales*:

1) *Micro - Empresa*, cuya actividad principal es la tipografía (tarjetas, cartas , impresos etc. ) , cuya producción , se compone de pequeños pedidos de comercios locales, series cortas, precios bajos y escaso margen comercial.

2A) *Pequeñas Imprentas* con offset de uno a dos colores que acceden a demandas de mayor valor añadido. (folletos, publicidad...). Los determinantes fundamentales de su competitividad son la relación calidad/precio, flexibilidad y plazo de entrega. Cuenta con mejores perspectivas de crecimiento al estar vinculadas a empresas de marketing y publicidad.

*2B) Imprentas y litografías* medianas con maquinas de dos o más colores, normalmente sin troquelado. Especializadas en formatos pequeños y tiradas medias pero que captan en el sector grandes clientes: Industria tabaquera, Entidades Financieras, Comercio Mayoristas etc. Se trata de empresas muy competitivas y flexibles.

*3) Grandes Litografías* especializadas en formatos grandes y tiradas altas y gran capacidad de troquelados, que dan servicio a la demanda industrial intermedia de envases y embalajes, así como a empresas de servicios y a las Administraciones Públicas.

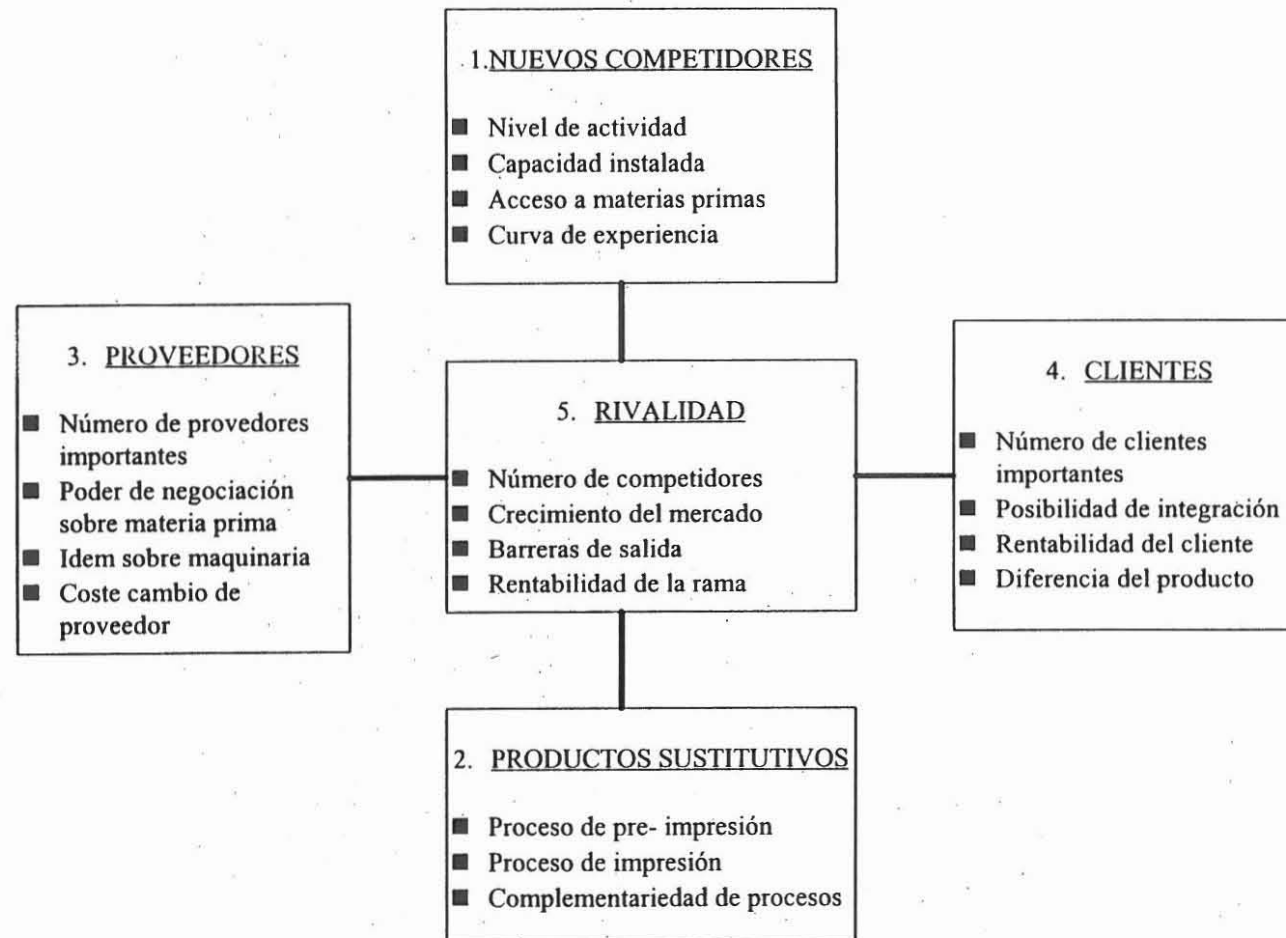
*4) Empresas Auxiliares* dedicadas fundamentalmente al diseño de fotolitos para fotocomposición o fotomecánica, que se caracteriza por su renovación tecnológica y su disposición de personal joven y cualificado. Sus clientes principales los encuentran en los grupos 1 y 2A si bien en los últimos años se detecta una disminución significativa en la subcontratación de esta actividad auxiliar de la pre-impresión.

#### **5.5.1.- ANÁLISIS EXTERNO EVALUACIÓN DEL ATRACTIVO DE LA RAMA DE IMPRENTAS Y LITOGRAFÍAS.**

Para esta evaluación seguiremos el conocido modelo de las cinco fuerzas, que influyen en la rentabilidad de Sectores, Subsectores o Ramas.

Analizaremos el impacto de cada fuerza en la rentabilidad media de la Rama , según la intensidad de la influencia (ALTA , MEDIA O BAJA) y la valoración de su efecto. (ATRACCIÓN, REPULSIÓN, NEUTRO)

**GRÁFICO 5.5.1 “MODELO DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS”  
SECTOR DE ARTES GRÁFICAS DE CANARIAS**



**Rama:** Imprentas y Litografías

**Ámbito:** Canarias

**Fuerza:** 1. Entrada de nuevos competidores

| FACTORES                  | VALORACION EOI |           |   |
|---------------------------|----------------|-----------|---|
|                           | INTENSIDAD     | EFEECTO   | C |
| 1. Nivel de actividad     | Medio-alto     | Atracción | V |
| 2. Capacidad instalada    | Media-alta     | Repulsión | R |
| 3. Acceso a Materia Prima | Amplio         | Atracción | N |
| 4. Curva de Experiencia   | Media          | Repulsión | N |

**LEYENDA:** C = Valoración de la intensidad y del efecto por colores  
R = Rojo muy negativo  
N = Naranja neutral  
V = Verde muy positivo

## JUSTIFICACIÓN

1. Entre 60 y 85 % con alguna estacionalidad.
2. Amplia, pero fragmentada entre los tres grupos morfológicos
3. Sin problemas, salvo coste de insularidad.
4. Efecto curva experiencia

## NOTA:

- La valoración EOI se refiere a Imprentas de los Grupos Morfológicos 1 y 2 fundamentalmente.

- La influencia conjunta final de los cuatro Subfactores es valorado por la EOI como una fuerza neutral (de color naranja).

**Rama:** Imprentas y Litografías  
**Ámbito:** Canarias  
**Fuerza:** 2. Productos Substitutivos

| FACTORES   | VALORACIÓN EOI |           |   |
|--|----------------|-----------|---|
|  | INTENSIDAD     | EFECTO    | C |
| 1. Proceso de Pre- impresión                               | Alta           | Repulsión | R |
| 2. Proceso de Impresión                                    | Media          | Repulsión | N |
| 3. Complementaridad del impreso y del soporte electrónico. | Alta           | Atracción | N |
| 4.   |                |           |   |

**LEYENDA:** C = Valoración de la intensidad y del efecto por colores  
R = Rojo muy negativo  
N = Naranja neutral  
V = Verde muy positivo

## JUSTIFICACIÓN

1. Fuerte demanda de sustitución por equipos "Computer to plate"
2. Fuerte demanda del soporte electrónico para cualquier producto con soporte de papel, pero a un ritmo lento de sustitución, menor del esperado.
3. Impacto atenuado en cualquier caso por el efecto de complementariedad, entre ambos soportes, por la necesidad de Manuales impresos para la difusión de productos electrónicos.

## NOTA:

- Valoración global de la fuerza NARANJA - ROJO.
- Necesidad de atención constante a la evolución tecnológica por los grupos 1, 2 y 3.
- El grupo 4 se juega a largo plazo su supervivencia, si no reacciona adecuadamente a los impulsos tecnológicos del Sector o se diversifica hacia otras actividades auxiliares tales como encuadernación.

**Rama:** Imprentas y Litografías

**Ámbito:** Canarias

**Fuerza:** 3. Poder de negociación de los proveedores

| FACTORES                                     | VALORACIÓN EOI |           |   |
|--|----------------|-----------|---|
|  | INTENSIDAD     | EFEECTO   | C |
| 1. Número de Proveedores importantes         | Medio- Alto    | Neutro    | N |
| 2. Poder de Negociación sobre materia prima. | Medio-Bajo     | Repulsión | N |
| 3. Poder de Negociación sobre maquinaria     | Bajo           | Repulsión | R |
| 4. Coste cambio de Proveedores               | Medio-Bajo     | Repulsión | R |
|  |                |           |   |

**LEYENDA:** C = Valoración de la intensidad y del efecto por colores  
R = Rojo muy negativo  
N = Naranja neutral  
V = Verde muy positivo

## JUSTIFICACIÓN

1. Suficientes para garantizar abastecimientos básicos, pero con la incidencia negativa de los costes de insularidad.
2. Producción sobre pedido y en ocasiones con suplidos de clientes (Editoriales)
3. Factor muy negativo para el Sector, tanto a nivel nacional como insular.
4. Considerando fundamentalmente la carencia de tecnología nacional y las asistencias técnicas en su mayoría peninsulares.

## NOTA:

- Valoración EOI válida preferentemente para grupos morfológicos 1 y 2.
- Evaluación global de esta fuerza NARANJA - ROJO.

**Rama:** Imprentas y Litografías

**Ámbito:** Canarias

**Fuerza:** 4. Poder de negociación con los clientes

| FACTORES                           | VALORACIÓN EOI |           |   |
|------------------------------------|----------------|-----------|---|
|                                    | INTENSIDAD     | EFEECTO   | C |
| 1. Números de clientes importantes | Alto           | Atracción | V |
| 2. Posibilidad de integración      | Baja           | Atracción | V |
| 3. Rentabilidad del cliente        | Media-Alta     | Atracción | V |
| 4. Diferenciación del producto.    | Media          | Atracción | N |

**LEYENDA:** C = Valoración de la intensidad y del efecto por colores  
R = Rojo muy negativo  
N = Naranja neutral  
V = Verde muy positivo

## JUSTIFICACIÓN

1. Las carteras analizadas ofrecen en su mayoría una concentración adecuada y una fidelidad media - alta.
2. Prácticamente nulas por la diversificación de productos, su demanda estacional y la ausencia de eslabones sinérgicos en las cadenas de valor.
3. Por encima de las medias nacionales
4. Atención personalizada, sin agotar todas las posibilidades de diferenciación y descuidando, en nuestra opinión, diseño y calidad.

## NOTA:

- Valoración EOI para los grupos 1 y 2 básicamente.
- Fuerza de coloración VERDE.

**Rama:** Imprentas y Litografías

**Ámbito:** Canarias

**Fuerza:** 5. Intensidad de la competencia

| FACTORES                   | VALORACIÓN EOI    |           |   |
|----------------------------|-------------------|-----------|---|
|                            | INTENSIDAD        | EFECTO    | C |
| 1. Número de competidores  | Alto              | Repulsión | R |
| 2. Crecimiento del mercado | Medio<br>Moderado | Atracción | V |
| 3. Barreras de Salida      | Altas             | Repulsión | N |
| 4. Rentabilidad de la Rama | Media Alta        | Atracción | V |

**LEYENDA:** C = Valoración de la intensidad y del efecto por colores  
R = Rojo muy negativo  
N = Naranja neutral  
V = Verde muy positivo

## JUSTIFICACIÓN

1. Respecto al ámbito nacional, Canarias presenta el mayor número de imprentas por Habitante.
2. Por encima de la media nacional.
3. Por el excelente nivel de renovación tecnológica , respecto a la media nacional.
4. Superior a la media nacional.

## NOTA:

- La valoración EOI , se refiere normalmente a los grupos morfológicos 1 y 2.
- La resultante final de los 4 factores de influencia es valorada para la EOI como una fuerza NARANJA - VERDE.



En su conjunto la Rama de Imprentas y Litografías es valorada por la EOI como un subsector de *atractividad media* para nuevos inversores locales o del exterior.

Las mejores *OPORTUNIDADES* son:

- Estructura de la *demanda intermedia* , con sectores agrícolas e industrias de buen potencial de consumo.
- Estructura de la *demanda final*, diversificada; Turismo, Comercio y Servicios.
- *Rentabilidad de la clientela*, superior a la media nacional.

*Las Amenazas* pueden derivarse de:

- Excesiva *dependencia tecnológica del sector de AAGG Canario respecto a Península (mantenimiento) y Unión Europea (maquinaria)*.
- *Guerra de precios* local.
- Aumento de *capacidad instalada*
- El grupo de empresas especializado en Pre- impresión y fotomecánica tiene una fuerte amenaza por la evolución tecnológica hacia máquinas orientadas a la integración de los procesos y a su flexibilización, si bien quedará siempre un mercado residual para las imprentas menos integradas.

### 5.5.2.- ANÁLISIS EXTERNO DESCRIPCIÓN DE LOS FACTORES DE ÉXITO EN EL SECTOR DE ARTES GRÁFICAS (Rama de Imprentas y Litografías)

Si se analiza la capacidad de respuesta de las empresas de artes gráficas a las necesidades de sus clientes, la clave del éxito empresarial estaría relativizada por los siguientes factores y grado de influencia:

- Flexibilidad
- Plazo de entrega
- Calidad / precio
- Imagen
- Tecnología / Diseño
- Proximidad al cliente.

Como es lógico es prácticamente imposible que una sola empresa pueda disponer de los recursos necesarios, tanto técnicos como humanos, para ofrecer a sus clientes todos estos factores a un nivel de prestación alto.

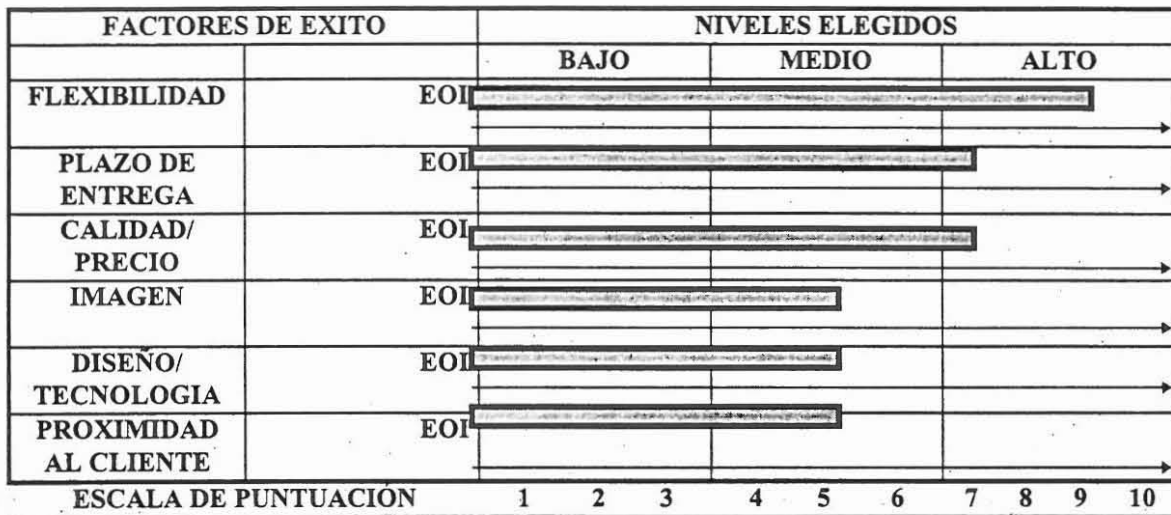
La limitación de recursos, exige a cada empresa, una elección de 2 o 3 factores que constituyen su *ventaja competitiva*, si consigue cumplirlos con un alto grado de satisfacción para el cliente.

Como se ha descrito en el análisis morfológico, existen al menos tres tipologías empresariales en razón de sus dimensiones económico - financieras, tecnológicas y de mercado, lo que seguramente influirá en la elección de los factores de éxito que determinan su ventaja competitiva.

LA EOI presenta una evaluación de los factores de éxito, desde el punto de vista de una empresa media del sector, y desde este posicionamiento ha valorado la influencia relativa de cada uno de ellos.

A tal fin en el gráfico siguiente se presenta la evaluación de la EOI y se deja espacio suficiente para relativizar estos factores en función del grupo morfológico con que quiera contrastarse.

**GRÁFICO 5.5.2**



### **5.5.3. ANÁLISIS INTERNO DETERMINACIÓN DE PUNTOS FUERTES Y PUNTOS DÉBILES (Imprentas y Litografías)**

Se ha conseguido configurar *el perfil interno, de la empresa media del sector* de artes gráficas en Canarias. Se han abierto 4 ejes de diagnóstico:

- Recursos humanos
- Recursos técnico - productivo
- Recursos comerciales y
- Recursos financieros

Describimos a continuación el resumen de puntos fuertes y puntos débiles relevantes en cada eje de análisis:

| <b>EJES</b>                          | <b>PUNTOS FUERTES</b>   | <b>PUNTOS DÉBILES</b>   |
|--------------------------------------|---|---|
| <b>Recursos Humanos</b>              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Escasa conflictividad</li><li>• Coste de Personal</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Formación</li></ul>   |
| <b>Recursos Técnicos-Productivos</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Maquinaria</li><li>• Instalaciones</li></ul>                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Organización</li><li>• Sistema de Información y Control</li></ul>   |
| <b>Recursos Comerciales</b>          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Política de Precios</li></ul>                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Planificación Comercial</li><li>• Sistemas de Información</li></ul> |
| <b>Recursos Financieros</b>          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Estructura Financiera</li></ul>                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Planificación Financiera</li><li>• Control de Gestión.</li></ul>    |

En el gráfico 5.5.3.1 se puede ver con más detalle el perfil interno de una empresa media del sector, en los ejes de referencia.

**GRÁFICO 5.5.3.1 ANÁLISIS INTERNO. SECTOR  
ARTES GRÁFICAS CANARIAS (Imprentas y Litografías)**

| PERFIL DE VALORACIONES              |       |       |        |
|-------------------------------------|-------|-------|--------|
|                                     | DEBIL | MEDIO | FUERTE |
| <b>RECURSOS HUMANOS</b>             |       |       |        |
| Nivel Profesional Dirección         |       | x     |        |
| Idem Personal Administración        |       | x     |        |
| Idem Personal Fábrica               | x     |       |        |
| Coste de Personal                   |       |       | x      |
| Conflictividad Laboral              |       |       | x      |
| Motivación del Personal             |       | x     |        |
| <b>RECURSOS TÉCNICO-PRODUCTIVOS</b> |       |       |        |
| Instalaciones                       |       | x     |        |
| Maquinaria                          |       |       | x      |
| Organización de la Producción       | x     |       |        |
| Mantenimiento                       | x     |       |        |
| Productividad                       |       | x     |        |
| Calidad                             |       |       | x      |
| Aprovisionamiento                   | x     |       |        |
| Sistemas de Información y Control   | x     |       |        |
| <b>RECURSOS COMERCIALES</b>         |       |       |        |
| Productos                           |       |       | x      |
| Mercados                            |       |       | x      |
| Planificación Comercial             | x     |       |        |
| Política de Precios                 |       |       | x      |
| Sistemas de Información y Control   | x     |       |        |
| <b>RECURSOS FINANCIEROS</b>         |       |       |        |
| Estructura Financiera               |       |       | x      |
| Rentabilidad sobre Ventas           |       |       | x      |
| Ratios Económicos-Financieros       |       |       | x      |
| Planificación Económica-Financiera  | x     |       |        |
| Sistemas de Información y Control   | x     |       |        |

*Nota: Perfil interno, empresa media del sector según evaluación EOI*

## 5.6.- CONCLUSIONES ESTRATÉGICAS.

Resumiendo , a modo de conclusiones estratégicas generales debemos destacar las siguientes *tendencias*:

**1. Globalización de Mercados.** En este contexto de internacionalización las empresas de Artes Gráficas deben constituir un *observatorio del Entorno* para no desaprovechar las oportunidades que pueden surgir, por ejemplo, en el subsector editorial con países de habla hispana.

**2. Diferenciación del producto.** Cada vez más los productos deben adaptarse a las exigencias y preferencias de consumidores locales, cuyos *nichos de mercado* deben de ser detectados y evaluados con regularidad.

**3. Nuevas tecnologías.** El impacto de las tecnologías de la información en el sector de Artes Gráficas ha sido notable en el pasado reciente y se vislumbra que en el futuro puede hacer *cambiar las “reglas de juego”* en el sector.

**4. Flexibilidad.** Las tendencias anteriores obligan al empresario a dotarse de una organización flexible capaz de trabajar con series cortas y a precios competitivos. La subcontratación y la cooperación son dos estrategias básicas a estos efectos.

### *Estrategias Genéricas.*

Para hacer frente a las tendencias apuntadas, las empresas pueden adoptar independientemente de su tamaño y rama de actividad una serie de acciones genéricas típicas , tales como:

**6.- NECESIDADES DE EMPLEO Y  
FORMACION EN LA COMUNIDAD CANARIA**





## 6.-NECESIDADES DE FORMACIÓN EN EL SECTOR DE ARTES GRÁFICAS DE CANARIAS

### 6.0-INTRODUCCIÓN

#### 6.0.1.- CARACTERÍSTICAS DE LA ENCUESTA

##### ■ Objeto de la encuesta

Análisis de las **necesidades de formación** en el Sector de Artes Gráficas de Canarias

##### ■ Datos de la encuesta

- **Fecha de realización:** Octubre 1997
- **Universo:** Empresas del Sector de Artes Gráficas de Canarias. La encuesta ha sido dirigida a Directores de Recursos Humanos, de Formación, Gerentes o Directivos de empresas del sector
- **Ámbito:** Comunidad Autónoma de Canarias
- **Muestra:** 160 Entrevistados, con un error posible de  $\pm 7.9\%$  para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y p/q 50/50
- **Selección:** Aleatoria a partir de listados, facilitadas por C. E. C. A. P. Y. M. E y Cámaras de Comercio de Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife
- **Entrevista:** Telefónica

- **Cuestionario:** Estructurado en 15 preguntas, según modelo adjunto
- **Trabajo de Campo:** Realizado en la primera quincena de Octubre de 1997

## 6.0.2.- REPRESENTATIVIDAD DE LA MUESTRA

Sobre una muestra del 50 % del universo según censos, el 90% de los encuestados pertenecen al sector de Artes Gráficas, propiamente y el 10% al resto de actividades relacionadas con las Artes Gráficas.

CUADRO 6.0.2.1.- SECTOR DE A. A. G. G. DE CANARIAS  
CLASIFICACIÓN POR TIPOS DE ACTIVIDAD

| ACTIVIDAD         | NÚMERO DE<br>EMPRESA | %          |
|-------------------|----------------------|------------|
| Artes Gráficas    | 144                  | 90         |
| Otras Actividades | 16                   | 10         |
| <b>TOTALES</b>    | <b>160</b>           | <b>100</b> |

*Fuente: Elaboración Propia. Telemarketing 1997.*

La estructura de la muestra es similar a la reflejada en el total nacional en que las Artes Gráficas propiamente dichas representan entre el 88 y el 92% del total sectorial.

La muestra de empresas encuestadas en Canarias no presenta diferencias significativas en cuanto a **Estructura del sector por Actividades**, respecto a España o Unión Europea y refleja adecuadamente la variedad de actividades a nivel provincial y mundial del archipiélago canario.

## **6.1.-PERSPECTIVAS SECTORIALES**

Sobre 152 respuestas recibidas, la **opinión** de las empresas canarias sobre las perspectivas de su sector de Artes Gráficas es positiva. En efecto:

**CUADRO 6.1.1.- PERSPECTIVAS SECTORIALES**

| <b>EVOLUCIÓN<br/>PREVISTA</b> | <b>NÚMERO DE<br/>RESPUESTAS</b> | <b>EN<br/>%</b> |
|-------------------------------|---------------------------------|-----------------|
| <b>Creciente</b>              | <b>55</b>                       | <b>36</b>       |
| <b>Estable</b>                | <b>66</b>                       | <b>44</b>       |
| <b>Declive</b>                | <b>31</b>                       | <b>20</b>       |
| <b>TOTALES</b>                | <b>152</b>                      | <b>100</b>      |

*Fuente : Elaboración propia. Telemarketing .1997.*

## CONCLUSIONES

- El 88% de los encuestados son Gerentes o propietarios, por lo que, las respuestas reflejan la opinión de los máximos responsables.
- El 80% de los empresarios apuestan por CRECIMIENTO o ESTABILIDAD.
- Las de **más de 50 empleados** ven un futuro OPTIMISTA, inclinándose el 100% por el crecimiento del sector.

En cuanto a tendencias de POBLACIÓN OCUPADA en el sector por CATEGORÍAS LABORALES resulta:

**CUADRO S.6.1.2.- % PRESPECTIVAS DE POBLACIÓN OCUPADA POR CATEGORÍA LABORAL**

| CATEGORÍAS             | CRECIMIENTO | ESTABILIDAD | PÉRDIDA |
|------------------------|-------------|-------------|---------|
| Operarios              | 29          | 33          | 38      |
| Especialistas          | 52          | 30          | 18      |
| Profesionales de nivel | 81          | 11          | 8       |
| Cuadros Médicos        | 19          | 49          | 32      |

*Fuente: Elaboración propia. Telemarketing 1997*

## CONCLUSIONES

- Buenas perspectivas de empleo para **Profesionales de nivel y Especialistas**.
- Fuertes incógnitas para el futuro de los **mandos medios**.
- Pérdidas de empleo neto en la categoría de **Operarios no cualificados**.

Si clasificamos las respuestas recibidas, según el tamaño de las empresas encuestadas por **tramos de plantilla**

### NÚMERO DE EMPLEADOS

- Medianos(M) De 50 a 100
- Pequeños(P) De 11 a 49
- Micro(Mi) Menos de 10

Y obtenemos el **saldo neto de evolución de plantillas** por diferencia entre el porcentaje de opiniones que prevén **CRECIMIENTO** y **PÉRDIDA** de puestos de trabajo.

**CUADRO S.6.1.3.- CREACIÓN NETA DE EMPLEO**

| DIMENSION<br>EMPRESA | CATEGORÍA LABORAL |               |                           |
|----------------------|-------------------|---------------|---------------------------|
|                      | OPERARIOS         | ESPECIALISTAS | PROFESIONALES<br>DE NIVEL |
| Mediana              | 0                 | +40           | +40                       |
| Pequeña              | -4                | +55           | +26                       |
| Micro                | -1                | +42           | +34                       |

*Fuente: Elaboración propia. Telemarketing 1997.*

**CONCLUSIONES**

- **El sector**, en su conjunto, en opinión de todas las empresas, con independencia de su tamaño, **creará empleados significativamente** para la categoría de **ESPECIALISTAS Y PROFESIONALES DE NIVEL**.
- Las **empresas más pequeñas** opinan que se producirá una **ligera pérdida** de empleo neto en la categoría **OPERARIOS**.



## 6.2.-EXPECTATIVA DE CADA EMPRESA SOBRE EVOLUCIÓN DE PLANTILLAS

Relacionando las previsiones de cada empresa con la valoración sectorial recogida en el apartado anterior, se puede destacar

CUADRO S.6.2.1.- EXPECTATIVAS EMPRESA-SECTOR

| EVOLUCIÓN<br>PREVISTA DE<br>PLANTILLA | EMPRESA                 |            | SECTOR                  |            |
|---------------------------------------|-------------------------|------------|-------------------------|------------|
|                                       | NÚMERO DE<br>RESPUESTAS | EN<br>%    | NÚMERO DE<br>RESPUESTAS | EN<br>%    |
| Aumento                               | 69                      | 43         | 66                      | 34         |
| Mantenimiento                         | 75                      | 47         | 31                      | 41         |
| Disminución                           | 14                      | 9          | 55                      | 20         |
| NS/NC                                 | 2                       | 1          | 8                       | 5          |
| <b>TOTALES</b>                        | <b>160</b>              | <b>100</b> | <b>160</b>              | <b>100</b> |

Fuente : Elaboración propia. Telemarketing 1997

### CONCLUSIONES

- Un **43%** de los encuestados opinan que **sus propias plantillas crecerán**, nueve puntos por encima de las expectativas sectoriales.
- Por el **mantenimiento de plantillas** se decanta un **47%**, seis puntos superior a su valoración sectorial.
- Contemplan **disminución de plantillas**, sólo un **9%** de los encuestados, frente al **20%** cuando se refieren al sector.

En cuanto a POBLACIÓN OCUPADA, el siguiente cuadro permite comparar por CATEGORÍAS LABORALES las expectativas del sector en su conjunto y las previsiones de cada empresa en particular, medidas por los **Saldos Netos** para cada categoría.

**CUADRO S.6.2.2.- SALDOS NETOS.PREVISIONES EN %**

| CATEGORÍAS    | SECTOR | EMPRESA |
|---------------|--------|---------|
| Obreros       | -9     | +18     |
| Especialistas | +34    | +26     |
| Mandos Medios | -13    | +8      |
| Directivos    | +74    | -1      |

*Fuente: Elaboración propia. Telemarketing 1997.*

#### CONCLUSIONES

- Las previsiones de cada empresa sobre evolución de su plantilla es en general, más optimista que su opinión sectorial.
- La categoría laboral de mayor potencial para creación de empleo neto es la de Obreros especialistas.

### **6.3.-FORMACIÓN REALIZADA**

En materia de Formación, según se desprende del cuadro S.6.3.1, las carencias son significativas.

Solamente un 46% de las empresas encuestadas manifiestan haber participado en alguna acción formativa.

**CUADRO S. 6.3.1.- SECTOR DE A. A. G. G. DE CANARIAS.  
CURSOS DE FORMACIÓN REALIZADOS. (Por nº de Empleados)**

| CURSOS | TOTALES |      | HASTA 10 |      | De 11 a 50 |      | MAS de 50 |     |
|--------|---------|------|----------|------|------------|------|-----------|-----|
|        | V. A    | %    | V. A     | %    | V. A       | %    | V. A      | %   |
| SI     | 73      | 45.6 | 50       | 39.1 | 19         | 70.4 | 4         | 80  |
| NO     | 87      | 54.8 | 78       | 60.9 | 8          | 29.6 | 1         | 20  |
| TOTAL  | 160     | 100  | 128      | 100  | 27         | 100  | 5         | 100 |

*Fuente: Elaboración propia. Telemarketing 1997.*

Como es natural, el número de empleados que han realizado alguna formación, crece según el tamaño de la empresa.

| HAN RECIBIDO FORMACIÓN |     |
|------------------------|-----|
| • Micro-Empresas       | 39% |
| • Pequeñas             | 70% |
| • Medianas             | 80% |

CUADRO S.6.3.2.- SECTOR DE A. A. G. G. DE CANARIAS.

FORMACIÓN REALIZADA POR CATEGORÍA LABORAL Y N° DE EMPLEADOS

| CATEGORÍAS               | TOTAL      |            | HASTA 10   |            | DE 11 a 50 |            | MAS de 50 |            |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|
|                          | V. A       | %          | V. A       | %          | V. A       | %          | V. A      | %          |
| Directivos               | 30         | 25.2       | 22         | 32.4       | 7          | 17.9       | 1         | 8.3        |
| Cuadros medios           | 12         | 10.1       | 5          | 7.4        | 4          | 10.3       | 3         | 25         |
| Técnicos                 | 27         | 22.7       | 14         | 20.6       | 10         | 25.6       | 3         | 25         |
| Administrativos          | 7          | 5.9        | 3          | 4.4        | 3          | 7.7        | 1         | 8.3        |
| Secretarias              | 4          | 3.4        | 1          | 1.5        | 2          | 5.1        | 1         | 8.3        |
| Oficiales                | 5          | 4.2        | 2          | 2.9        | 2          | 5.1        | 1         | 8.3        |
| Obreros<br>especialistas | 32         | 26.9       | 19         | 27.9       | 11         | 28.2       | 2         | 16.7       |
| Obreros                  | 1          | 0.8        | 1          | 1.5        | -          | -          | -         | -          |
| NS/ NC                   | 1          | 0.8        | 1          | 1.5        | -          | -          | -         | -          |
| <b>TOTALES</b>           | <b>119</b> | <b>100</b> | <b>119</b> | <b>100</b> | <b>39</b>  | <b>100</b> | <b>12</b> | <b>100</b> |

Fuente: Elaboración Propia. Telemarketing 1997.

- Las **Empresas de mayor tamaño**, con plantillas superiores a 50 empleados, llevan a cabo acciones formativas centradas en CUADROS MEDIOS Y TÉCNICOS, (50%) y en obreros especializados un 16.7%. El resto 33.2% reparte mejor la formación entre Directivos, Administrativos, secretaria y oficiales.
- Las **Empresas pequeñas y medianas** dan prioridad a la formación de OBREROS ESPECIALIZADOS (28.6%). La formación de Directivos es la tercera prioridad con el 18% de atenciones formativas. Este porcentaje baja al 10% para cuadros medios.

- En las **micro-empresas**, el 76% de la formación se la reparten casi a partes iguales los Directivos, Obreros especializados y Técnicos. Los cuadros medios participan en un 10%, menos de la mitad de las categorías mencionadas anteriormente. El siguiente reparto de la tarta formativa decrece hasta menos del 5% para las categorías de administrativos, Oficiales y Secretarias.

**CUADRO S.6.3.3.- FORMACIÓN RECIBIDA  
POR ÁREAS TEMÁTICAS-CATEGORÍAS LABORALES**

| ÁREAS<br>TEMÁTICAS | CATEGORÍAS LABORALES |                  |           |                  |
|--------------------|----------------------|------------------|-----------|------------------|
|                    | DIRECTIVOS           | MANDOS<br>MEDIOS | OPERARIOS | SIN<br>FORMACIÓN |
| Idiomas            | 9                    | 9                | 3         | 79               |
| Informática        | 22                   | 22               | 30        | 26               |
| Cont.Financiera    | 26                   | 14               | 6         | 54               |
| Impprt-Expprt      | 1                    | 1                | 3         | 95               |
| Mark.Ventas        | 32                   | 19               | 5         | 44               |
| Calidad Total      | 18                   | 10               | 5         | 67               |

- Las carencias mayores se producen en **Importación-Exportación** 95% e **Idiomas** 79%. Se trata de una debilidad estratégica importante en una economía global, sobre todo a medio y largo plazo.

- La **Calidad Total** ha recibido una **atención** relativamente baja en el sector, teniendo en cuenta que los “costes de no- calidad” para el sector se estiman al rededor del 8% sobre ventas.
- **Informática y Ventas**, han estado mejor atendidas por el sector, repartiéndose la formación en estas áreas de forma mas equilibrada por categorías laborales.

#### 6.4.-NECESIDADES DE FORMACIÓN EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Se establecen tres áreas de actividad básicas:

- PRE-IMPRESIÓN
- IMPRESIÓN
- POST-IMPRESIÓN

Para cada área abrimos un cuadro de doble entrada, que recoge por columnas niveles jerárquicos (directivos, mandos medios y operarios) y por filas tamaño de empresas (mediana, pequeña y micro). El análisis arroja la siguiente información:

CUADRO S.6.4.1.- PRE-IMPRESIÓN

|                 |                | DIRECTIVOS | MANDOS<br>MEDIOS | OPERARIOS |
|-----------------|----------------|------------|------------------|-----------|
| FOTOCOMPOSICIÓN | <i>MEDIANA</i> | –          | –                | 3         |
|                 | <i>PEQUEÑA</i> | 25         | 18               | 22        |
|                 | <i>MICRO</i>   | 75         | 82               | 75        |
| COMPOSICIÓN     | <i>MEDIANA</i> | –          | 20               | 20        |
| MAQUETACIÓN     | <i>PEQUEÑA</i> | 21         | 23               | 29        |
| OPER. ESCANER   | <i>MICRO</i>   | 79         | 57               | 51        |
| TRATAMIENTO     | <i>MEDIANA</i> | –          | 4                | –         |
| ELECTRÓNICO     | <i>PEQUEÑA</i> | 18         | 26               | 19        |
| DE LA IMAGEN    | <i>MICRO</i>   | 82         | 70               | 81        |

Fuente: Elaboración propia. Telemarketing 1997.

- Las necesidades máximas se producen en el nivel de **Operarios** y las empresas muy pequeñas.
- En las empresas medianas, estas carencias se pueden resolver con un **Técnico en Pre-impresión**, módulo profesional de grado medio.



CUADRO S.6.4.2.- IMPRESIÓN

|                 |                | DIRECTIVOS | MANDOS<br>MEDIOS | OPERARIOS |
|-----------------|----------------|------------|------------------|-----------|
| COMPOSICIÓN     | <i>MEDIANA</i> | -          | 20               | 20        |
| DISEÑO          | <i>PEQUEÑA</i> | 21         | 23               | 29        |
| EDICIÓN GRÁFICA | <i>MICRO</i>   | 79         | 57               | 51        |
|                 | <i>MEDIANA</i> | -          | -                | 4         |
| MÁQUINAS        | <i>PEQUEÑA</i> | -          | 16               | 24        |
| OFFSET          | <i>MICRO</i>   | 100        | 84               | 72        |
|                 | <i>MEDIANA</i> | -          | -                | -         |
| SERIGRAFÍA      | <i>PEQUEÑA</i> | 11         | 12               | 15        |
|                 | <i>MICRO</i>   | 89         | 88               | 85        |
|                 | <i>MEDIANA</i> | -          | 17               | 8         |
| HUECOGRABADO    | <i>PEQUEÑA</i> | -          | 17               | 17        |
|                 | <i>MICRO</i>   | 100        | 66               | 75        |

Fuente: Elaboración propia. Telemarketing 1997.

- Necesidades equilibradas en los tres niveles para la **industria editorial**.
- Necesidades altas de **mandos medios** en impresión por **offset**, de las empresas de menor tamaño.
- Ausencia de especialistas en Serigrafía y de mandos medios en las gráficas de menor tamaño.
- Necesidades claras de **mandos medios** y **operarios** en la impresión por huecograbado, independientemente del tamaño de la empresa.

CUADRO S.6.4.3.- POST-IMPRESIÓN

|                |                | DIRECTIVOS | MANDOS<br>MEDIOS | OPERARIOS |
|----------------|----------------|------------|------------------|-----------|
| MANIPULACIÓN   | <i>MEDIANA</i> | -          | 18               | 8         |
|                | <i>PEQUEÑA</i> | -          | 18               | 21        |
|                | <i>MICRO</i>   | 100        | 64               | 71        |
| ENCUADERNACIÓN | <i>MEDIANA</i> | -          | 17               | 17        |
|                | <i>PEQUEÑA</i> | -          | 22               | 29        |
|                | <i>MICRO</i>   | 100        | 61               | 54        |

Fuente: Elaboración propia. Telemarketig 1997.

- Se trata de **necesidades formativas importantes** en los niveles de **mandos medios y operarios**, para las empresas medianas y pequeñas.
- En las **micro** las necesidades de **reciclaje de directivos** es total.

En cuanto a sistemas organizativos, niveles profesionales y perfiles nos remitimos al epígrafe 7 puntos 1 a 8 donde se definen las ocupaciones individualmente para cada una de las necesidades detectadas.

## 6.5.-NECESIDADES FORMATIVAS EN LOS PROCESOS COMERCIALES.

### MARKETING-PUBLICIDAD

- Constituye el **área de formación más demandada**, con un 56% de respuestas positivas sobre un total de 193.
- Por **categoría laboral**, es demandada fundamentalmente para los Directivos, entre un 26 y 28%, según tamaño de empresa.
- Para **mandos intermedios**, el porcentaje promedio es casi del 20%, subiendo la demanda desde el 18.6 para las micro- empresas hasta el 28.6 en las de más de 50 empleados.

### VENTAS

- Muy relacionada con el área interior, alcanza también un **alto porcentaje** de respuestas positivas, casi un 53% de las 190 respuestas recogidas.
- Por **categoría laboral**, destaca igualmente el interés de esta materia para los niveles directos y de mandos intermedios, en porcentajes semejantes al área de Marketing- Publicidad.

## LOGÍSTICA

- Se han recogido solamente 173 respuestas, para este importante proceso comercial y sorprendentemente un 71.1% de ellas reflejan la escasa **sensibilización** del sector por mejorar sus capacidades en este área. Entre el 70 y el 89% de las empresas más pequeñas manifiestan no necesitar apoyos formativos en materia logística.
- En las empresas del **tramo alto**, por el contrario, un 57% están interesadas en formación sobre logística, repartiendo las necesidades formativas al 50% entre el nivel directivo y de mandos intermedios.

***7.- PERFILES PROFESIONALES DE  
LAS OCUPACIONES DETECTADAS***



## **7. PERFILES PROFESIONALES DE LAS OCUPACIONES DETECTADAS**

### **7.1.- Introducción**

Podemos definir como **OCUPACION** el conjunto de competencias cuyas funciones, actividades y tareas principales son análogas, se realizan con normas, técnicas y medios semejantes y exigen capacidades y actitudes específicas, con independencia de la entidad concreta en que se realicen.

El equipo técnico de trabajo del Instituto Nacional de Empleo al realizar el análisis de los procesos para configurar las ocupaciones del sector de las Artes Gráficas, ha determinado que en cada ocupación quede integrado un número de actividades individualmente diferenciadas, pero que poseyendo un nexo común, puedan cojugarse en ella las capacidades, tanto técnicas y conceptuales como de programación y control.

En este sentido para el definitivo establecimiento de las ocupaciones se ha realizado un estudio pormenorizado de los datos, de forma que se ha estimado la vinculación existente entre:

- . Tareas de distintos puestos de trabajo semejantes o complementarios.
- . Capacidades técnicas y conceptuales semejantes.
- . Areas de competencia comunes.
- . Coordinación entre funciones y responsabilidades.
- . Relación entre equipos, medios y funciones.

El establecimiento y organización de las nuevas ocupaciones (ocupaciones emergentes) dependerá generalmente de diversos factores:

- . **Aplicación de nuevas tecnologías en los procesos.**
- . **Nuevas técnicas de gestión y organización.**
- . **Relaciones laborales.**

#### **7.1.1.- Definición y descripción de las ocupaciones**

En cada ocupación se reflejan los datos que la definen dentro del proceso productivo, su desarrollo y el campo de aplicaciones atendiendo a los siguientes indicadores:

**a) Definición:**

Se denomina de forma que la caracterice dentro del proceso productivo al que pertenece.

**b) Sistemas organizativos:**

Se describen los sistemas de organización del desarrollo funcional y productivo de la ocupación dentro de la estructura empresarial del sector a nivel gráfico y analítico, definiendo los puestos de trabajo tipo.

**c) Perfil de la ocupación:**

Se recogen las principales funciones, competencias, capacidades y aptitudes que lo complementan.



**d) Perfil del trabajador:**

Se describen los niveles de formación académica, profesional y aptitudinal exigidos para el desarrollo de las funciones.

**e) Evolución de la ocupación:**

Se refleja la situación de la ocupación dentro de la actividad productiva a la que pertenece, según el índice actual o futuro de desarrollo.

**f) Representación gráfica de la configuración ocupacional:**

A la vista de los datos de las diferentes agrupaciones que se han establecido en el estudio, se ha elaborado un diagrama que contempla el sector, subsector/es, actividades productivas y ocupaciones que configuran cada actividad.

**7.1.2.- Ordenación de datos en los cuadros modulares**

De acuerdo con el proceso metodológico, los contenidos ocupacionales se ordenan según los niveles de clasificación requeridos.

Los contenidos ocupacionales que se estudian son:

- . **tareas**
- . **conocimientos profesionales**
- . **maquinaria**
- . **útiles y herramientas**
- . **materiales**
- . **niveles de acceso**
- . **aptitudes y destrezas**
- . **nuevas tecnologías**
- . **condicionantes de trabajo**
- . **riesgos profesionales**

**- Tareas:**

Se relacionan las que quedaron ordenadas en la configuración ocupacional, comenzando por aquellas referidas a las de menor calificación profesional hasta llegar a las tareas que se desarrollan en los niveles de calificación profesional más elevado.

**- Conocimientos profesionales :**

Se enumeran paralelamente en relación con las tareas a nivel únicamente orientativo.

**- Medios de trabajo :**

Se relacionan los necesarios e imprescindibles descritos en la ocupación para la realización de las tareas, siguiendo el mismo orden y correspondencia.

**- Niveles de acceso :**

Se determinan en consideración a la formación académica y/o experiencia profesional exigida para la ocupación, reflejándolos en el cuadro desde el más bajo nivel de cualificación, al más alto.

**- Aptitudes y destrezas :**

Se relacionan las que han sido ya determinadas para la ocupación.

**- Nuevas tecnologías :**

Se describen las nuevas técnicas y tecnologías que se han incorporado a la ocupación y aquellas que de forma prospectiva el estudio determina que van a incidir a medio plazo.

**- Condicionantes de trabajo :**

Se completa la ordenación modular de los datos, describiendo la situación general del trabajo y los riesgos profesionales que puedan existir en el desarrollo de la actividad.

### **7.1.3.- Ocupaciones detectadas.**

Las ocupaciones que se han detectado y consideradas de mayor interés en el sector de las Artes Gráficas en Canarias son las que se reflejan a continuación:

- **Dirección de Producción Gráfica.**
- **Pre-impresión.**
- **Integración-fotorresproducción**
- **Impresión por huecograbado**
- **Impresión offset**
- **Impresión por serigrafía**
- **Encuadernación industrial**

## **7.2.- Dirección de Producción Gráfica**

### **7.2.1.- Descripción de la Ocupación**

#### **a) Definición:**

La ocupación consiste en repetir "n" veces la MAQUETA recibida del Editor, utilizando para ello, la tecnología propia del sector y las primeras materias adecuadas.

Todo conforme a un precio previamente establecido y una calidad acordada.

#### **b) Sistemas Organizativos:**

Es una organización lineal. A partir del material recibido del Editor, se procede a planificar las diferentes etapas de ejecución de los procesos productivos, a contratar las materias y servicios a proveedores, y coordinarlos de manera que lleguen justo a tiempo a la cadena productiva.

La Dirección de Producción Gráfica consta de los siguientes puestos de trabajo:

- Director de Producción Gráfica.
- Adjunto al Director de Producción Gráfica.
- Técnico de Producción en Artes Gráficas.
- Ayudante de Producción en Artes Gráficas.

#### **c) Perfil de la ocupación:**

Es una ocupación eminentemente técnica que requiere de un amplio conocimiento del mercado de impresión y encuadernación de libros y de la maquinaria disponible por cada proveedor, para adecuar la producción a los medios.

Por tanto, son preciosos conocimientos actualizados de marcas, modelos y formatos de toda la maquinaria existente, así como de los procedimientos y procesos más modernos.

Su capacidad de decisión para elegir proveedores debe ser total y consecuentemente, asumir los riesgos que una mala elección pueda comportar.

En la etapa de la planificación de la producción es muy importante que exista una estrecha relación con el Coordinador Editorial-Producción de la Dirección Editorial.

La decisión sobre proveedores es del Director de Producción Gráfica asistido por el Adjunto, aunque tendrá en cuenta la opinión del Coordinador como asesor.

La aprobación de presupuestos también es responsabilidad del Director de Producción, en el bien entendido que a él sólo le competen decisiones sobre costes de producción y no sobre costes editoriales. Sobre el coste total de un libro, aproximadamente el 70% son costes editoriales, el 15% son costes de producción y el 15% restante, costes del papel empleado.

La responsabilidad sobre las medidas de papel y sobre las formas impresoras es de la Dirección Editorial, ya que el editor carga con estos costes, en términos generales. La responsabilidad sobre los fotolitos es de la Dirección de Producción Gráfica.

### **7.2.2.- Perfil del trabajador**

Su formación debe ser eminentemente técnica, Ingeniería, por ejemplo, y es conveniente que sea potenciada por otras licenciaturas de Dirección.

Requiere todas las aptitudes del listado utilizado en el análisis del puesto de trabajo, pero sobre todo, gran capacidad de análisis, síntesis, iniciativa, decisión y asunción de responsabilidades.

### **7.2.3.- Evolución de la ocupación**

No es previsible un cambio básico en esta ocupación, en el plazo de 10 años.

Sí es previsible una ampliación de funciones, en el campo de los medios audiovisuales y de los plásticos en general. Las primeras por la previsible y ya existente competencia, y también como "soporte" de algunas ediciones, sobre todo de Enciclopedias Musicales y de idiomas. Las segundas son cada vez más utilizadas en embalajes.

Pero en cuanto a la técnica gráfica en sí, sólo puede contarse con perfeccionamientos sobre la tecnología ya existente, pero no con cambios conceptuales.

En consecuencia, esta ocupación sólo deberá preocuparse de "mantenerse al día".

### **7.3.- *Pre-impresión***

De hecho coincide este título con el propio nombre del área productiva que nos ocupa dentro del sector de artes gráficas. Su inclusión ha sido consecuencia de la identificación de una serie de puestos de trabajo que abarcan el conjunto de tareas que se llevan a cabo en el área.

#### **7.3.1.- Descripción de la Ocupación.**

##### **a) Definición:**

Entendemos por pre-impresor al conjunto de tareas productivas que tienen por objeto la realización del proyecto gráfico tomando como base su contenido textual, de ilustraciones y los condicionantes que constituyen la estructura del impreso. El producto final de tal ocupación está constituido por la forma impresora adecuada al sistema de impresión que se va a utilizar para la obtención del impreso.

##### **b) Sistemas organizativos:**

Esta ocupación tiene por finalidad el control y la gestión global de toda la actividad del área de pre-impresión. Por tanto, su estructura organizativa estará compuesta por aquellos puestos de trabajo ocupados por la dirección del área y los responsables de aquellos servicios de tipo común en toda la actividad. Se entiende que, al margen de estos puestos de trabajo, dependerán también del Director de Producción del área los encargados o jefes que representen a las demás ocupaciones.

##### **c) Perfil de la ocupación:**

En esta ocupación se precisará personal capacitado en la gestión, en el conocimiento profundo de los sistemas de artes gráficas y en las interrelaciones con proveedores y clientes.

**d) Perfil del trabajador:**

Los puestos de trabajo de esta ocupación precisan de las siguientes características:

- Formación académica de nivel alto, a nivel de gestión y profesional, de tipo universitario.
- A nivel profesional, es imprescindible un conocimiento profundo del sector de artes gráficas y las interrelaciones existentes entre procesos disponibles y productos a obtener.
- En cuanto a actitud, el factor más importante es el de una predisposición hacia el cambio y una atención continua a la evolución mundial en los procesos de pre-impresión.

**7.4.- *Integración-Fotoreproducción***

**7.4.1.- Descripción de la Ocupación**

**a) Definición :**

Conjunto de tareas que tienen por objeto integrar los textos y las ilustraciones para formar las imágenes de las páginas completas y todas aquellas intermedias que se precisan para adaptar ese conjunto a las necesidades de la forma impresora.

**b) Sistemas organizativos:**

Conviven en esta ocupación las tareas manuales con materiales fotográficos junto a la manipulación mediante ordenadores del material preparado en forma de textos y de ilustraciones.



Se trata, por tanto, del núcleo de tareas que se encarga de enlazar todo el material elaborado anteriormente para darle la forma definitiva adecuada a nivel de página con el número de repeticiones de imagen que el proceso pueda precisar. En estas condiciones, la organización puede ser muy variada y, en todo caso, separada claramente cuando existan las dos opciones, electrónica y fotográfica.

Resulta evidente la necesidad de disponer de un jefe de fotomecánica que se encargue de todas las tareas de fotorreproducción y de un responsable de la compaginación para las realizadas por el proceso electrónico. El producto final podrá ser en forma de películas fotográficas de tamaño más o menos grande (con contenido proporcional) o, en los casos más modernos, un disco magnético para llevar a cabo las tareas siguientes del proceso de pre-impresión.

#### **c) Perfil de la ocupación:**

Una vez más debemos distinguir, como hemos indicado en el apartado anterior, las dos vertientes totalmente distintas, la fotográfica y la electrónica para llevar a cabo tareas que pueden ser paralelas o complementarias. Deberíamos destacar la especial idiosincrasia del profesional integrador de texto e imágenes en pantalla, cuyas características se alejan claramente de los antiguos fotomontadores que empleaban el material de fotorreproducción. En ambos casos ambas tecnologías están coexistiendo y probablemente seguirá siendo así durante al menos una década como consecuencia de la amplia variedad de trabajos que se lleva a cabo.

#### **7.4.2.- Perfil del trabajador**

La formación académica necesaria quedará polarizada hacia los aspectos fotográficos en un caso y las habilidades en la utilización de ordenadores en el otro.

La facilidad de interpretación de las posibilidades del sistema de impresión y la respuesta que puede tener la imagen en color al quedar sobre el papel, son aspectos a desarrollar previamente a la ocupación de estos puestos de trabajo.

## **7.5.- Impresión por hueco grabado**

### **7.5.1.- Descripción de la Ocupación**

#### **a) Definición:**

Consiste en imprimir por el procedimiento de huecograbado en máquinas rotativas y utilizando como formas de impresión los cilindros previamente grabados, distintos tipos de soportes, tales como papel, cartoncillo, films plásticos o celulósicos y materiales complejos en general, cuidando de obtener un óptimo rendimiento de los equipos de que se dispone.

#### **b) Sistemas organizativos:**

Esta ocupación se inserta en la organización de Empresas dedicadas a la producción de materiales para envase y embalaje flexibles, entendiéndose como tales a todos aquellos destinados a la protección y contenido de determinados productos, así como también en la de Empresas dedicadas a la producción de revistas, catálogos y folletos. Funcionalmente está integrada dentro de la organización empresarial entre las ocupaciones de preparación de cilindros y acabados o manipulados y aglutina diversos Puestos de Trabajo, cubiertos por personal perteneciente a distintos niveles profesionales de tal manera que esta ocupación puede estructurarse de la siguiente forma:

|  |           |
|--|-----------|
| Jefe de Taller                         | - Nivel 4 |
| Jefe de Sección                        | - Nivel 3 |
| Maquinista de huecograbado             | - Nivel 2 |
| Auxiliar de maquinista de huecograbado | - Nivel 1 |

#### **c) Perfil de la ocupación:**

- Recepcionar las órdenes de trabajo.
- Analizar las órdenes de trabajo determinando los elementos más idóneos para realizarlas, así como los materiales y condiciones de trabajo más adecuados, elaborando una ficha técnica de cada O. de T. (Nivel IV).

- Hacer acopio de los materiales necesarios (Nivel IV).
- Preparar la máquina para la ejecución del trabajo de acuerdo con las instrucciones recibidas.

#### **7.5.2.- Perfil del trabajador**

En esta ocupación se requerirá personal con la formación suficiente en cada uno de los niveles:

- NIVEL 4.- Formación mínima de FP2, siendo aconsejable la formación de Ingeniero Técnico en Artes Gráficas o de Ingeniero Superior, dependiendo de la Empresa.
- NIVEL 3.- Formación aconsejable de FP2 especialidad en Artes Gráficas.
- NIVEL 2.- Formación FP1 o E.G.B.
- NIVEL 1.- No es necesaria formación alguna en este nivel si bien es aconsejable un mínimo de Estudios Primarios o E.G.B.

A nivel actitudinal, se requiere personal con voluntad de trabajo, interés en asimilar nuevos conocimientos y nuevas tecnologías, integración en su puesto de trabajo.

#### **7.6.- Impresión Offset**

##### **7.6.1.- Descripción de la Ocupación**

###### **a) Definición:**

Consiste en la impresión en máquinas de uno o más colores y por el procedimiento offset, de distintos tipos de materiales de dimensiones variables, cuidando de obtener un óptimo rendimiento de los equipos disponibles.

## **b) Sistemas Organizativos:**

Esta ocupación se da en Empresas dedicadas a la producción de material impreso dedicado a infinidad de utilizaciones, siendo el sistema de impresión más comúnmente usado. Sus principales aplicaciones son para estuchería, libros, folletos, etiquetas, etc.. Está integrada en el proceso productivo, inmediatamente después de la preparación de planchas y suministra material impreso a las distintas secciones de manipulados. Los puestos de trabajo que configuran esta ocupación puede pertenecer a todos los niveles profesionales (I, II, III, IV), según la categoría de la Empresa. Normalmente está compuesta por:

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| Jefe de Taller              | - Nivel 4 |
| Jefe de Sección             | - Nivel 3 |
| Maquinista Offset hoja      | - Nivel 2 |
| Auxiliar Maqui. Offset hoja | - Nivel 1 |

## **c) Perfil de la ocupación:**

- Recepcionar las órdenes de trabajo.
- Analizar las O.T. determinando los elementos más idóneos para realizarlos, así como los materiales y condiciones de trabajo más adecuadas, elaborando una ficha técnica para cada O.T.
- Supervisar la realización de los trabajos de acuerdo con las instrucciones y normas de ejecución.
- Preparar la máquina para la ejecución del trabajo según instrucciones recibidas.
- Revisar la calidad de las planchas
- Montar las planchas en la máquina
- Ajustar el registro de los diferentes cuerpos de impresión.
- Ajustar las medidas del marcador.
- Realizar los necesarios ajustes en tinteros y mojadores para obtener la calidad adecuada, manteniéndola durante el tiraje.
- Controlar la calidad de los materiales a imprimir
- Mantener limpia la máquina y su entorno
- Cargar y descargar los paletts de material.

Para desarrollar estos trabajos el personal deberá conocer en grado decreciente según el nivel:

- Técnicas de impresión en offset.
- Conocimiento de materiales para la impresión.
- Conocimiento de tintas y relaciones tinta/papel.
- Mecánica y electricidad básicas.
- Informática a nivel usuario aplicada a la industria gráfica.
- Conocimiento de las máquinas.
- Relaciones humanas, etc..

Según la categoría del puesto a ocupar deberán estar presentes en menor a mayor grado.

Esta ocupación se desarrolla con máquinas de uno o varios colores, siendo la más usual en talleres medianos y grandes las máquinas de 4 colores de medidas 70x100.

## **7.7.- *Impresión por Serigrafía***

### **7.7.1.- Descripción de la Ocupación**

#### **a) Definición:**

Consiste en imprimir por el procedimiento de serigrafía, en máquinas adecuadas y utilizando como formas de impresión pantallas de tela debidamente tratadas, los más variados materiales, entre los cuales podemos destacar, papel, materiales plásticos, cristal, metales, etc., cuidando de obtener un óptimo rendimiento de los equipos de que se dispone.

**b) Sistemas Organizativos:**

Esta ocupación se desarrolla de forma general en Empresas de mediana o pequeña entidad, o bien en grandes Empresas como una más de las secciones o departamentos de que éstas dispongan.

Da trabajo a personal perteneciente a distintos niveles profesionales (I, II, III, IV) en los siguientes puestos de trabajo:

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| Jefe de taller           | - Nivel 4 |
| Jefe de sección          | - Nivel 3 |
| Maquinista de serigrafía | - Nivel 2 |
| Auxil. maqui. serigrafía | - Nivel 1 |

**c) Perfil de la ocupación:**

- Recepcionar las órdenes de trabajo.
- Controlar los stocks de materiales y hacer acopio de los mismos.
- Controlar la calidad de las pantallas y preparar la máquina para la ejecución del trabajo, de acuerdo con las instrucciones recibidas.
- Preparar las tintas de acuerdo con las muestras.
- Realizar la impresión, ejerciendo un control sobre las condiciones en máquina, y realizar los ajustes pertinentes.
- Controlar la calidad de la impresión.
- Mantener limpia la máquina y el puesto de trabajo.

Para realizar estas tareas el personal deberá estar convenientemente capacitado, aportando los siguientes conocimientos y aptitudes:

- Conocimientos de técnicas de impresión en general y específicas de esta subactividad en particular.
- Conocimiento de los diferentes materiales de impresión, tintas y disolventes.
- Organización del trabajo.

Las distintas aptitudes que deberá poseer el personal, serán las siguientes en ambos niveles:

- Atención.
- Capacidad de percibir diferencias.
- Rapidez de reflejos y concentración.
- Capacidad de comprensión oral y escrita.
- Mínima capacidad de expresión oral y escrita.
- Iniciativa y decisión.
- Dotes de organización.
- Capacidad de trabajar en grupo.
- Adaptabilidad, intuición y precisión en el trabajo.

## **7.8.- Encuadernación Industrial**

### **7.8.1.- Descripción de la Ocupación**

#### **a) Definición:**

Conjunto de tareas con el objetivo de convertir los pliegos impresos en un libro, opúsculo, revista o folleto de varias páginas. Estas tareas pueden ser manuales o mecanizadas. Desde el punto de vista de la encuadernación industrial, la definición es: conjunto de tareas de puesta a punto, alimentación, conducción y evacuación de las máquinas del proceso de encuadernación industrial. En esta última fase deben contemplarse una serie de tareas complementarias propias del acabado y de la preparación para el envío del libro acabado, tales como retractilado, apilado, colocación en cajas, etc...

#### **b) Sistemas organizativos:**

Esta ocupación se da en empresas dedicadas exclusivamente a la encuadernación industrial de libros en rústica o en tapa dura y en aquellas empresas de impresión de libros, folletos, catálogos y revistas que tengan un departamento o sección de encuadernación.

Está integrada por distintos niveles profesionales y puestos de trabajo claramente diferenciados.

El nivel 4 corresponde al Jefe de Taller. El nivel 3 al Jefe de Sección. El nivel 2 corresponde a los maquinistas de los trenes de encuadernación, máquinas guillotinas, plegadoras, alzadoras, cosedoras con hilo vegetal, así como las máquinas de hacer tapas y las estampadoras. El nivel 1 corresponde a los oficiales de 3ª y puestos auxiliares (auxiliar de tres de encuadernación, de plegadora, de alzadora, etc...).

Dentro de la ocupación de encuadernador industrial caben varias clasificaciones subocupacionales. El Convenio Colectivo Nacional del Sector distingue entre los maquinistas de máquinas principales de encuadernación y el de las auxiliares. Tiene consideración de máquinas principales las guillotinas, las prensas de dorar, las plegadoras de formatos 70 x 100 y superiores y las máquinas de hacer tapas. Asimismo tienen consideración de máquinas principales aquellas máquinas auxiliares que trabajen de forma sincronizada y en línea (trenes automáticos de encuadernación).

De acuerdo con las tendencias del mercado, alguna de las alternativas señaladas en el diagrama de flujo del proceso de encuadernación (por ejemplo, la opción de tapa dura/fresado) tienen menor importancia que otras (sobre todo, las de cubierta flexible o encuadernación en rústica).

**c) Perfil de la ocupación:**

- Planificar, coordinar, supervisar y orientar, a nivel técnico, todas las fases de producción del artículo, controlando que se ajuste al diseño y ficha técnica aunque en talleres de tamaño reducido estas tareas pueden realizarlas personas con un menor nivel de formación.
- Redactar la ficha técnica del producto.
- Organizar el aprovisionamiento de materiales, de acuerdo con especificaciones de la ficha técnica.



- Organizar, distribuir y coordinar el trabajo y el personal de su sección.
- Ajustar y poner a punto las máquinas principales y auxiliares de encuadernación, de acuerdo con las especificaciones de la ficha técnica del producto.
- Alimentar y evacuar las máquinas y controlar el proceso de producción.
- Atender y reparar las incidencias.

### **7.8.2.- Perfil del trabajador**

Estudión básicos, profesionales, de grado medio o superiores según nivel y puesto de trabajo.

Para el nivel 4, la formación debería ser, como mínimo, la equivalente a Ingeniería Técnica, preferiblemente en la especialidad en Artes Gráficas (Opción Post-impresión). Si ello no fuera posible, puede considerarse un ingeniero superior o técnico, especialidad en mecánica, y una adicional formación ocupacional en Artes Gráficas con énfasis en la Post-impresión.

Para el nivel 3, la formación debería ser la equivalente a la actual formación profesional de segundo ciclo (FP2), o ingeniería técnica en Artes Gráficas.

Para el nivel 2, la formación básica debería ser la correspondiente a la Formación Profesional de 1 er ciclo (FP1).

Para el nivel 1, la formación debe ser la equivalente al graduado escolar.



## ***8.- RESUMEN Y CONCLUSIONES***



## **8.-CONCLUSIONES**

Finalmente, presentamos el AJUSTE entre DEMANDA y OFERTA formativa, que se refleja en el gráfico adjunto 8.3.1, en el que se describen, paso a paso, los respectivos **itinerarios** para determinar la demanda y la oferta de formación en el sector.

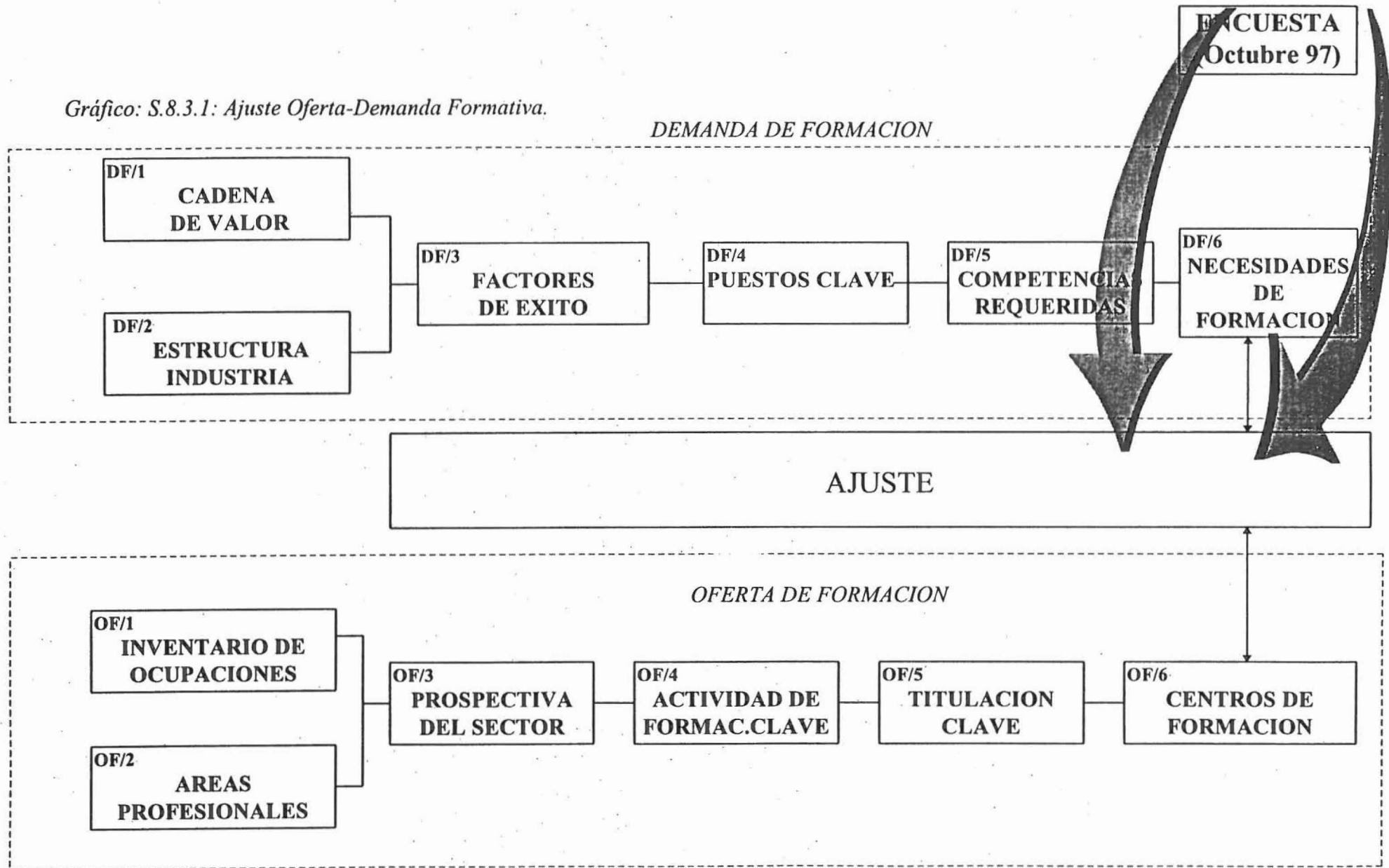
Dado que cada uno de los pasos queda adecuadamente aclarados mediante gráficos o cuadros, y todos son suficientemente explícitos y autoexplicativos, nos limitamos a relacionarlos, según el itinerario correspondiente de demanda o de oferta.

El ajuste final a la demanda y oferta formativa en el sector, se realiza teniendo en cuenta los resultados de la Encuesta de octubre de 1997, dirigido a 100 empresas del sector de Artes Gráficas de canarias.



# SECTOR ARTES GRAFICAS DE CANARIAS

Gráfico: S.8.3.1: Ajuste Oferta-Demanda Formativa.







## DEMANDA FORMATIVA(DF)

- DF- 1- CADENA DE VALOR
- 2- ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA
- 3- FACTORES DE ÉXITO
- 4- PUESTOS CLAVE
- 5- COMPETENCIAS REQUERIDAS
- 6- NECESIDADES DE FORMACIÓN



# SECTOR ARTES GRAFICAS DE CANARIAS

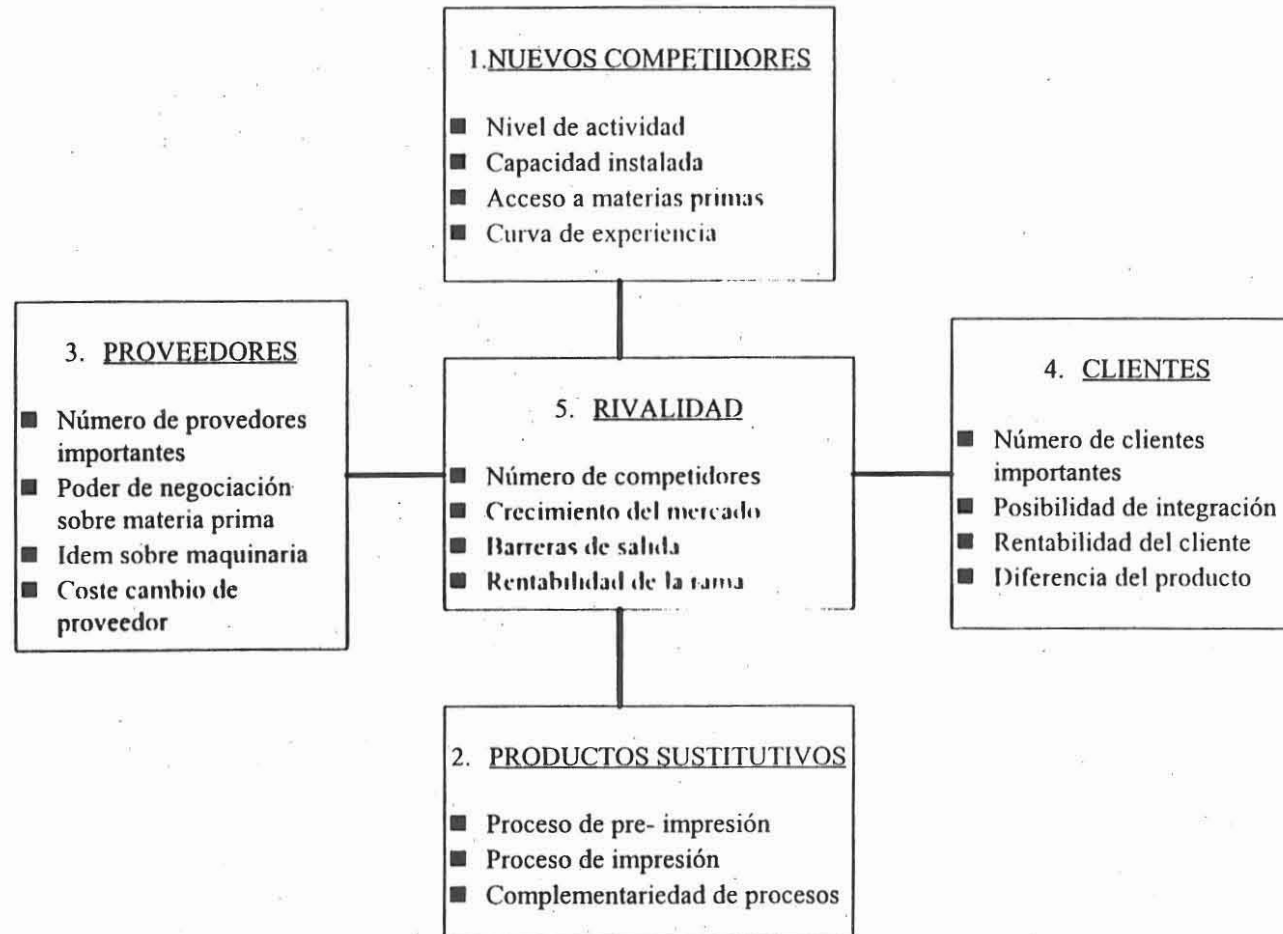
## ACTIVIDADES PRIMARIAS BASICAS

Gráfico: DF/1

| <b>DISEÑO</b>  | <b>APROVISIONA-<br/>MIENTO</b>  | <b>PRODUCCION</b>  | <b>COMERCIAL</b>   |
|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>COMPOSICION.</b></li><li>• <b>CALIDAD DE REPRODUCCIÓN.</b></li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>ECONOMÍAS DE ESCALA. COMPRAS CONJUNTAS.</b></li><li>• <b>BÚSQUEDA DE PROVEEDORES EUROPEOS.</b></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>RENOVACIÓN MAQUINARIA.</b></li><li>• <b>CUALIFICACIÓN M.O.D.</b></li><li>• <b>CONTROL DE CALIDAD.</b></li><li>• <b>PLANIFICACIÓN.</b></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>ESPECIALIZACION.</b></li><li>• <b>PROSPECCIÓN Y FIDELIZACIÓN CLIENTES.</b></li><li>• <b>PLAZO DE ENTREGA.</b></li></ul> |
| <b>ACTIVIDADES DE APOYO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PROCESOS. FORMACIÓN POR PARTE DEL SUMINISTRADOR DE MAQUINARIA.</b></li><li>• <b>PRESUPUESTOS. COSTES. GESTIÓN FINANCIERA.</b></li><li>• <b>GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. FLEXIBILIDAD. POLIVALENCIA. FORMACIÓN CONTINUA.</b></li></ul> |   |  |  |

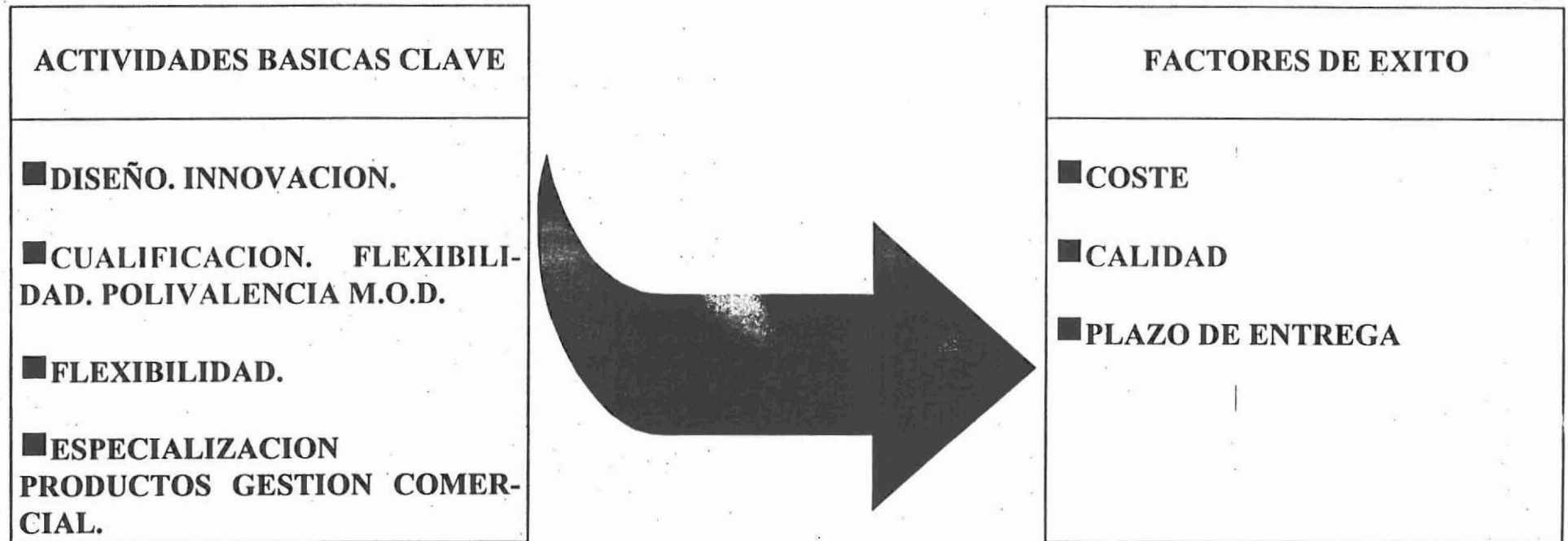
Fuente: Elaboración propia.

**GRÁFICO DF/2 “MODELO DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS”  
SECTOR DE ARTES GRÁFICAS DE CANARIAS**



## SECTOR ARTES GRAFICAS DE CANARIAS

*Gráfico: DF/3:Claves de Competitividad.*



*Fuente: Elaboración propia.*

## SECTOR ARTES GRAFICAS DE CANARIAS

*CuadroDF/4:Puestos Clave (X)*

| ACTIVIDAD      | Puestos Clave | DENOMINACIÓN  | Nivel |
|----------------|---------------|---|-------|
| EDITORIAL      |               | <i>Director Editorial</i>                                   | 5     |
|                |               | <i>Técnico Editorial.</i>                                   | 4     |
|                |               | <i>Maquetista Ilustrador.</i>                               | 3     |
| PRE-IMPRESION  | X             | <i>Director de Producción.</i>                              | 4     |
|                |               | <i>Director de Pre-Impresión.</i>                           | 4     |
|                | X             | <i>Jefe de Fotocomposición,<br/>Fotomecánica y Montaje.</i> | 3     |
|                | X             | <i>Operario Compaginación</i>                               | 2     |
|                | X             | <i>Fotoreproducción</i>                                     | 2     |
|                |               | <i>Fotograbado.</i>   | 2     |
|                |               | <i>Montaje.</i>   | 2     |
|                |               | <i>Ayudante de escanner.</i>                                | 1     |
|                |               | <i>teclista.</i>  | 1     |
| IMPRESION.     | X             | <i>Director de Impresión.</i>                               | 4     |
|                | X             | <i>Jefe de Offset.</i>                                      | 3     |
|                |               | <i>Flexografía.</i>   | 3     |
|                | X             | <i>Huecograbado.</i>  | 3     |
|                | X             | <i>Serigrafía.</i>  |       |
|                | X             | <i>Maquinista de Offset.</i>                                | 2     |
|                |               | <i>Flexografía.</i>   | 2     |
|                |               | <i>Huecograbado.</i>  | 2     |
|                |               | <i>Serigrafía.</i>  | 2     |
|                |               | <i>Auxiliar Maquinista Offset.</i>                          | 1     |
|                |               | <i>Flexografía.</i>   | 1     |
|                |               | <i>Huecograbado.</i>  | 1     |
|                |               | <i>Serigrafía.</i>  | 1     |
| POST-IMPRESION | X             | <i>Director de Post-Impresión.</i>                          | 4     |
|                |               | <i>Jefe de Fabricación.</i>                                 | 3     |
|                |               | <i>Maquinista de Fabricación.</i>                           | 2     |
|                |               | <i>Auxiliar de Fabricación.</i>                             | 1     |

**-OFERTA FORMATIVA**

**OF- 1-INVENTARIO DE OCUPACIONES**

**2-ÁREAS PROFESIONALES**

**3-PROSPECTIVA DEL SECTOR**

**4-ACTIVIDADES DE FORMACIÓN CLAVE**

**5-TITULACIÓN CLAVE**

**6-CENTROS DE FORMACIÓN**

**OF/1: INVENTARIO DE OCUPACIONES**

| OCUPACIONES CON   | SUBSECTORES.CNAE   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñadores</li> </ul>   | <p><b>EDITORIAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Edición de periódicos</li> <li>- Edición de revistas</li> <li>- Otras actividades de edición</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotógrafos y operadores de equipos de grabación de imagen y sonido</li> <li>- Otros operadores de equipos ópticos y electrónicos</li> <li>- Correctores de imprenta y asimilados</li> <li>- Cajistas, monotipistas y asimilados</li> <li>- Estereotipadores y galvanotipistas</li> <li>- Gravadores de imprenta y trabajadores asimilados</li> <li>- Trabajadores de los laboratorios fotográficos y asimilados</li> </ul> | <p><b>PREIMPRESIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Composición y fotograbado</li> <li>- Otras actividades gráficas</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Impresores en serigrafía y estampadores en plancha y en textiles</li> <li>- Operadores de máquinas para imprimir</li> </ul>  | <p><b>IMPRESIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Impresión de periódicos</li> <li>- Otras actividades de impresión</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuadernadores y asimilados</li> <li>- Operadores de máquinas de encuadernar</li> </ul>   | <p><b>ENCUADERNACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuadernación y acabado</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jefes de equipo en la fabricación de papel</li> <li>- Operadores en instalaciones para la fabricación de papel</li> <li>- Operadores de máquinas para fabricar productos de papel y cartón</li> <li>- Montadores de productos de cartón, textiles y similares</li> </ul>   | <p><b>MANIPULADOS DE PAPEL Y CARTÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fabricación de artículos de papel</li> <li>- Fabricación de papeles pintados</li> <li>- Fabricación de artículos de papelería</li> <li>- Fabricación de artículos de cartón</li> <li>- Fabricación de otros artículos de papel y cartón</li> <li>- Fabricación de envases y embalajes de papel y cartón</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jefes de taller de imprenta, encuadernación y fabricación de productos de papel</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transversales a todos los subsectores.</li> </ul>   |

**OF/2: ÁREAS PROFESIONALES**



## OF/2: ÁREAS PROFESIONALES

### ÁREAS PROFESIONALES

- Teniendo en cuenta que procede de los sectores o actividades económicas de la industria del papel; edición, artes gráficas y reproducción de soportes grabados, estas actividades se han agrupado en conjuntos o procesos tecnológicos, ligados entre sí por la utilización de una tecnología y unos modos operativos característicos y cuyos medios de producción, materiales, información y resultado del trabajo son homogéneos, dando lugar a cuatro grandes áreas profesionales:

|  |   |
|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b><u>EDITORIAL</u></b></p> <p>Las actividades más significativas de este área profesional consisten en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir, analizar, presupuestar, planificar, organizar y controlar la calidad de la producción editorial.</li> <li>• Definir, analizar, presupuestar, planificar, organizar y controlar la calidad del proyecto gráfico editorial.</li> </ul>                                   | <p style="text-align: center;"><b><u>IMPRESIÓN</u></b></p> <p>Las actividades más significativas de este área profesional consisten en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir, analizar, presupuestar, planificar, organizar y controlar la calidad de fabricación de impresión.</li> <li>• Transferir, a partir de una forma impresora, los grafismos mediante tintas a un soporte.</li> </ul>                  |
| <p style="text-align: center;"><b><u>PREIMPRESIÓN</u></b></p> <p>Las actividades más significativas de este área profesional consisten en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir, analizar, presupuestar, planificar, organizar y controlar la calidad de la fabricación de preimpresión.</li> <li>• Tratar textos hasta filmarlos y procesarlos.</li> <li>• Tratar imágenes, integrar textos o imágenes hasta obtener la forma impresora.</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><b><u>ENCUADERNADOS Y MANIPULADOS</u></b></p> <p>Las actividades más significativas de este área profesional consisten en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir, analizar, presupuestar, planificar, organizar y controlar la calidad de la encuadernación, los acabados y manipulados.</li> <li>• Encuadernar, acabar y manipular productos de la Industria Gráfica.</li> </ul> |

### DF/3: PROSPECTIVAS DEL SECTOR

#### PROSPECTIVA DEL SECTOR

- Las características de los trabajadores de cara al futuro se modificarán de forma notable especialmente en las tareas de **tipógrafos y linotipistas**, produciéndose una fuerte reconversión (en gran parte de las empresas ya se ha producido) motivado por las nuevas tecnologías de la imagen que requieren otro tipo de cualificación, tendiendo a la reindustrialización del personal.
- De cara a la introducción de nuevas tecnologías y equipos avanzados existen grandes posibilidades de incrementarse la demanda de **técnicos en electrónica** que se dediquen al mantenimiento de los equipos utilizados en las industrias gráficas. Las nuevas configuraciones de los sistemas requerirán este tipo de profesionales de cara al aprovechamiento de su rendimiento y desarrollo, ya que cada vez en mayor medida se están incorporando nuevos avances.
- Destaca a su vez la prioridad en la demanda de trabajadores de aquellos que ofrezcan un **alto grado de polivalencia** dentro del **campo de impresión**. Se presenta la necesidad de disponer de operarios que puedan manejar distintos tipos de equipos y que dispongan de una visión global del proceso de impresión para incrementar la eficacia de las fases de producción. El control, observación y la posibilidad de intervenir en el proceso son cada vez más necesarios para llegar a obtener los productos finales de forma óptima.

### DF/3: PROSPECTIVA DEL SECTOR(Continuación)

- Las ocupaciones relacionadas con los **operadores de escáner, montadores y trazadores** serán demandadas en mayor medida trasladándose los montadores y trazadores a operaciones en pantalla de ordenador. También se advierte la necesidad de incorporación de operadores de sistemas de pre-impresión, por el desarrollo de dispositivos electrónicos montados de forma que puedan realizar gran parte de las tareas manuales o fotográficas de pre-impresión.
- También se producirá una gran demanda de **técnicos cualificados** para atender a los **equipos de impresión** ya que el mayor grado de complejidad de los nuevos equipos requiere dichas actitudes para optimizar los rendimientos, apareciendo el temor de la entrada de personal extranjero, principalmente en las empresas de capital europeo, al considerar escaso el nivel de preparación del personal español.
- Los **mandos intermedios** requerirán un gran esfuerzo de reciclaje, por su reducida formación actual, y la gran importancia de su labor en la empresa de cara a su papel intermediador, que permitirá una mejor organización de los procesos industriales para su correcta aplicación.
- No se tiene demasiada confianza en lograr un impulso, desde la Administración, en relación con las acciones formativas centradas en las pequeñas empresas, pese a considerarse un aspecto de trascendencia sobre todo en este tipo de unidades productivas, Algún comentario expone lo beneficioso que resultaría tanto para la empresa como para los trabajadores el aumento de la **formación pero dentro de la propia empresa**, política poco habitual por su alto coste.

### DF/3: PROSPECTIVA DEL SECTOR(Continuación)

- No parece que se llegue a una saturación en la demanda de **impresores** produciéndose una reducción del número de operadores por máquina debido a que se obtendrá mayor productividad de los equipos.
- Tampoco se presenta con claridad la necesidad de formación de personal en **sistemas de grabado electrónico e impresoras de hueco- grabado**, resaltándose que el cambio del grabado químico al electrónico requiere formación específica que actualice los conocimientos de los grabadores al ser una técnica distinta, ocurriendo lo mismo en el caso de las rotativas. Hasta el momento la formación del operario se ha obtenido con el desarrollo de sus funciones, pero se requerirán mayores esfuerzos formativos para nuevo empleo y de reciclaje en las tareas mencionadas anteriormente.
- Pese a la importancia que pueda suponer una mejor calidad formativa y adecuada a las necesidades empresariales no existe garantía de que se vaya a producir a medio plazo. La idea de fomentar una **Escuela de Artes Gráficas** se muestra como un soporte teórico y práctico fundamental si se quiere obtener resultados óptimos en el desarrollo de las tareas empresariales. La formación dual, donde se complemente los estudios teóricos con períodos de prácticas en los centros de trabajo será de gran importancia para el sector, sin que hasta el momento se haya dado una respuesta a una exigencia tan sustancial.

### **8.2.3.- LA OFERTA DE FORMACIÓN.**

Atendiendo a la oferta formativa que existe en estos momentos en nuestro país en lo que se refiere al sector de las **Artes Gráficas** y a las ocupaciones detectadas como prioritarias, los Cursos de Formación que ofrecen las Instituciones, (sin ánimo de ser exhaustivos), son los que a continuación se indican:

#### **I.INSTITUTO NACIONAL DE EMPLEO.**

| <i>AREA</i>             | <i>TIPO DE CURSO</i>   |
|-------------------------|--|
| <b>A.COMERCIAL</b>      | 1.Técnico en Marketing.<br>2.Gestión de Ventas.<br>3.Inglés Empresarial y Comercial.<br>4.Director Comercial y Marketing.<br>5.Director de Marketing Internacional.<br>6.Jefe de ventas.<br>7.Gestión de Stocks.<br>8.Comercio Exterior.                     |
| <b>B.ADMINISTRACION</b> | 1.Aplicaciones Informáticas de Oficina.<br>2.Contabilidad Financiera con soporte informático.<br>3.Aplicaciones informáticas de gestión.<br>4.Administrativo en gestión Fiscal de Empresa.<br>5.Administrativo.<br>6.Secretariado.<br>7.Gestión Empresarial. |
| <b>C.PRODUCCION.</b>    | 1.Maquinista Impresor Offset.<br>2.Operador de Sistemas de tratamiento electrónico de imagen.  |

**I. INSTITUTO NACIONAL DE EMPLEO. (continuación)**

| <i>AREA</i>   | <i>TIPO DE CURSO</i>   |
|---------------|--|
| C.PRODUCCION. | 3.Experto en Control de Calidad.<br>4.Maquinista/Impresor Serígrafo.<br>5.Maquinista/Impresor en huecograbado.<br>6.Composición-Diseño y Edición Gráfica.<br>7.Composición y Maquetación electrónica.<br>8.Maquinista de línea automática de encuadernación.<br>9.Confeccionador de pantalla serigráfica.<br>10.Operador de Scanner.<br>11.Experto en fotocomposición.<br>12.Maquetista.<br>13.Sacador de pruebas.<br>14.Diseño Gráfico.<br>15.Experto en Autoedición.<br>16.Aplicaciones gráficas de Empresa. |

**II. MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA.**

| <i>AREA</i>       | <i>TIPO DE CURSO</i>  |
|-------------------|---|
| A.COMERCIAL       | 1.Marketing y Gestión Comercial.<br>2.Comercio Internacional.<br>3.Ingles en el Comercio Internacional.<br>4.Gestión Comercial y Servicio al Cliente.   |
| B.ADMINISTRACION. | 1.Aplicación Informática de Contabilidad.<br>2.Recursos Humanos.<br>3.Reglamentación y Procedimiento Tributario.<br>4.La Comunicación y la Organización en Secretariado.<br>5.Análisis y Diseño de Aplicaciones Informáticas.<br>6.Diseño de Base de Datos y herramientas CASE. |

| <b>II.MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA.(Continuación)</b> |   |
|--|---|
| <i>AREA</i>  | <i>TIPO DE CURSO</i>  |
| C.PRODUCCION.  | Cursos Reglados realizados a través de Centros Concertados. |

### **III.CAMARAS DE COMERCIO**

Cursos Comerciales y de Administración, fundamentalmente.

### **IV.ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL.(EOI)**

| <i>AREA</i>          | <i>TIPO DE CURSO</i>   |
|----------------------|--|
| A.ADMINISTRACION     | 1.Curso Superior de Control de Gestión y Financiero.<br>2.Planificación Estratégica de la Pyme.<br>3.Administración de Recursos Humanos. |
| B.COMERCIAL          | 1.Internacionalización de la Empresa.  |
| C.GESTION INDUSTRIAL | 1.Gestión del Agua.<br>2.Auditoría Medioambiental.<br>3.Gestión de Proyectos Industriales.   |



Ajuste Demanda-Oferta Formativa para el Sector Artes Gráficas de Canarias.

**Cuadro N.n: Ajuste Oferta-Demanda de Formación. (Universo:325 empresas)**

| DEMANDA DE FORMACION                         |               |                           |            |           |            | OFERT. DE FORMACION |        |        |
|--|---------------|---------------------------|------------|-----------|------------|---------------------|--------|--------|
| Tipo de Acción Formativa.                    | % Resp. + (1) | Nº de Acciones Formativas |            |           |            | INEM                | M.E.C. | E.O.I. |
|  |               | Totales                   | Niv.Direc. | Man.Med.  | Niv.Operat |                     |        |        |
| <b>Pocesos de Prod/Fab.</b>                  |               |                           |            |           |            |                     |        |        |
| <i>Calidad Total</i>                         | 16,2%         | 34                        | 7          | 9         | 18         |                     |        | X      |
| <i>Fotocomposición</i>                       | 7,8%          | 8                         | 1          | 2         | 5          | X                   |        |        |
| <i>Comp., Dis. &amp; Ed. Grf.</i>            | 10,5%         | 16                        | 3          | 4         | 9          | X                   |        |        |
| <i>Maq. Electrón.</i>                        | 8,4%          | 12                        | 2          | 3         | 7          | X                   |        |        |
| <i>Operacs. Scanner</i>                      | 10,5%         | 15                        | 3          | 4         | 8          | X                   |        |        |
| <i>Trat. Elec. Imagen</i>                    | 10,3%         | 15                        | 3          | 4         | 8          | X                   |        |        |
| <i>Máqs. Offset</i>                          | 8,8%          | 12                        | 1          | 2         | 9          | X                   |        |        |
| <i>Maq. Huecograbad</i>                      | 3,1%          | 1                         | 0          | 0         | 1          | X                   |        |        |
| <i>Automat. -Enc.</i>                        | 4,9%          | 4                         | 1          | 1         | 2          | X                   |        |        |
| <i>Seguridad e Higiene</i>                   | 12,7%         | 20                        | 6          | 6         | 8          | X                   |        |        |
| <i>Maquinas-manip.</i>                       | 6,8%          | 7                         | 1          | 1         | 5          | X                   |        |        |
|  | 100,0%        | <b>144</b>                | <b>28</b>  | <b>36</b> | <b>80</b>  |                     |        |        |
| <b>Pocesos Administrativos y Directivos.</b> |               |                           |            |           |            |                     |        |        |
| <i>Direcc/Admon Empr.</i>                    | 20,0%         | 29                        | 16         | 8         | 5          | X                   |        | X      |
| <i>Contabilidad y Finan</i>                  | 13,4%         | 12                        | 7          | 4         | 1          | X                   | X      | X      |
| <i>RR.HH.</i>                                | 15,3%         | 19                        | 9          | 7         | 3          |                     | X      | X      |
| <i>Idiomas</i>                               | 28,0%         | 47                        | 18         | 17        | 12         | X                   |        | X      |
| <i>Informat. Aplicada</i>                    | 23,3%         | 37                        | 12         | 13        | 12         | X                   | X      | X      |
|  | 100,0%        | <b>144</b>                | <b>62</b>  | <b>49</b> | <b>33</b>  |                     |        |        |
| <b>Pocesos Comerciales</b>                   |               |                           |            |           |            |                     |        |        |
| <i>Imag. de E. &amp; Marca</i>               | 37,9%         | 69                        | 32         | 24        | 13         | X                   | X      | X      |
| <i>Ventas</i>                                | 35,1%         | 60                        | 23         | 24        | 13         | X                   | X      | X      |
| <i>Logística</i>                             | 15,4%         | 13                        | 5          | 5         | 3          | X                   | X      | X      |
| <i>Comercio Exterior</i>                     | 11,6%         | 8                         | 5          | 2         | 1          | X                   | X      | X      |
|  | 100,0%        | <b>150</b>                | <b>65</b>  | <b>55</b> | <b>30</b>  |                     |        |        |

(1) Sobre el total. de respuestas que manifiestan necesidad de formación.

Fuente: Elaboración propia



## ***BIBLIOGRAFIA***



## CANARIAS

### BIBLIOGRAFIA

- Consejería de Industria y Energía (1986): "Análisis Sectorial de La Industria en Canarias", Gobierno de Canarias.
- Colección Viera y Clavijo. VI (1986): "La Industria en Canarias. V Jornadas de Estudios Económicos Canarios", Secretariado de Publicaciones. Consejería de Industria y energía del Gobierno de Canarias.
- CEDOC. (1987, 1988): "Tabla Input-Ouput y Contabilidad Regional de Canarias. Año 1980. La Economía Canaria a través de las Tablas Input-Ouput", Consejería de Economía y Comercio del Gobierno de Canarias.
- Comisión de las Comunidades Europeas (1990): "Panorama De La Industria Comunitaria 1993".
- Instituto Nacional de Empleo (1993): "Estudio de Necesidades de Formación Profesional. Sector Industrias Gráficas", Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Consejería de Industria y Comercio (1995): "PDINCA (Plan de Desarrollo Industrial de Canarias ) 1995-1999", Gobierno de Canarias.
- Cuadernos de información SOIVRE (1995): "La incidencia de los Envases en la Exportación Hortofrutícola Española", Dirección General de Comercio Exterior. Ministerio de Comercio y Turismo.
- Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995. "Anuario Estadístico".
- Instituto Nacionl de Estadística. INE (1995): "Encuesta Industrial 1989 a 1992".
- C.E.S. "La Economía, La Sociedad y el Empleo en Canarias. "Informe Anual". 1996.



- Instituto Nacional de Estadística. INE. (1996): "Encuesta Industrial de Empresas 1993".
- NUÑEZ RODRIGUEZ, J. (1991): "El Sector Industrial Canario". Boletín ICE Económico, nº 2287/2288.
- ESPECIAL ARTES GRAFICAS. Diario de Las Palmas, Editorial Prensa Canaria. 29 de Julio de 1994.
- Garcia y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández. (1995).
- RAMIREZ, R.; ALONSO, M<sup>a</sup>. (1995): "Geografía Comercial de España. Canarias", Distribución y Consumo. Nº 21, Abril-Mayo 1995.
- LOPEZ, B.; DAVILA, D. (1995): "Un Análisis Dinámico y Caracterizador de La Industria Canaria". Papeles de Economía Española. Economía de las Comunidades Autónomas, nº 15.
- Avance de la Encuesta de Población Activa. INE. Junio 1997.
- "Comunidad Autónoma Canaria". (1996): Papeles de Economía Española. Monográfico.
- Gobierno de Canarias (1986): Normativa del programa de Grafica ligera.
- Boletín de Estadísticas laborales. M<sup>o</sup> de trabajo. Julio 1997.
- Estadísticas de Comercio Exterior de Canarias según Origen/Destino Geográfico por Partidas, 1992-1994.
- Consejo Económico y Social de Canarias (1994): "La Industria en Canarias". Dossier Documental nº6.
- Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias (1994): "Presupuestos generales de la comunidad autónoma de Canarias 1994".





Camara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de las Palmas, Camara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife, (1996): "Listados del Censo IAE. Periodo 1994".

- Consejería de Industria de Comercio del Gobierno de Canarias, (Febrero-Marzo. 1996): Listados del Registro Industrial 1996. Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife.
- Küppers, Harald. "La situación del sector de la reproducción gráfica en Europa".
- Casals, Ricard "Planteamiento empresarial en el entorno de la Preimpresión".
- Consejería de Industria y Comercio del Gobierno de Canarias (1994, 1995, 1996): "Memorias de Gestión 1993, 1994 y 1995".
- Instituto Nacional de Empleo. "Estudio sectorial de las Artes Gráficas". 1993.

#### **LEGISLACION/NORMATIVAS**

- Real Decteto Legislativo 1175/1990, de 28 de Septiembre, por el que se aprueban las tarifas y las instrucciones del impuesto sobre Actividades Económicas.
- Real Decreto 1560/1992, de 18 de diciembre, por el que se aprueba la Clasificación Nacional de Actividades Economicas. (CNAE-93).
- Directiva 94/62/CE sobre envases y residuos de envases.
- Resolución de 11 de Enero de 1995, de la Dirección General de Trabajo, por la que se dispone la inscripción en el Registro y publicación del texto del Convenio Colectivo Nacional de Artes Gráficas, Manipulados de Papel y Cartón, Editoriales e Industrias Auxiliares.



En cuanto a las demandas planteadas a diversas entidades, sobre el estudio en general, tanto para la obtención de información directa, como para acceder a fuentes secundarias, e incluso para solicitar la elaboración de alguna información concreta (listados, estadísticas), fueron consultadas:

- Federación Emprearial de Industrias Gráficas de España.
- Centros de Información Europea: Eurobiblioteca, Euroventanilla.
- Sindicatos y Asociaciones.
- CEDOC: Centro de Documentación de Canarias.
- ISTAC: Instituto de Estadística de Canarias.
- Consejo Económico y Social de Canarias.
- Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, (ULPGC).
- Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife”.
- Consejería de Industria y Comercio.
- Cabildo Insular de Gran Canaria.
- Instituto de Comercio Exterior (Las Palmas).





