

53. Industria gráfica

1. Clasificación arancelaria

Cuadro 53.1

Subpartidas arancelarias en las que se clasifican los productos de la industria gráfica

Subpartida	Descripción
490110	Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas
490191	Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos.
490199	Libros, folletos e impresos similares (excepto en hojas sueltas, incluso plegadas y diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos).
490210	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo
490290	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad (excepto que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo)
490300	Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear, para niños
490400	Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadrada
490510	Esferas cartográficas
490591	Manufacturas cartográficas en forma de libros o folletos
490599	Manufacturas cartográficas de todas clases, incluidos los mapas murales, los planos topográficos e impresos, (excepto en forma de libros o de folletos y esferas)
490600	Planos y dibujos originales hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares; textos manuscritos; reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias con papel carbón (carbónico)
490700	Sellos (estampillas) de correo, timbres fiscales y análogos, sin obliterar, que tengan o hayan de tener curso legal en el país de destino; papel timbrado; billetes de banco; cheques; títulos de acciones u obligaciones y títulos similares
490810	Calcomanías vitrificables
490890	Calcomanías de cualquier clase (excepto las vitrificables)
490900	Tarjetas postales impresas o ilustradas, tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres
491000	Calendarios de cualquier clase, impresos, incluidos los tacos de calendario
491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares
491191	Estampas, grabados y fotografías
491199	Los demás impresos.

2. Unión Europea

2.1 Generalidades de la industria gráfica europea¹

La industria gráfica dentro de la Unión Europea se encuentra bien constituida y posee organizaciones gremiales en todos los países que la conforman, además de una confederación internacional para todos sus Estados Miembros llamada Intergraf² (ver Anexo III: Organizaciones Gremiales).

Con base en un estudio de la Comisión Europea en el 2003 sobre la industria gráfica europea, las principales características de este sector, para los entonces 15 Estados Miembros son:

- Los cuatro países más grandes de la Unión Europea (Alemania, Francia, Reino Unido e Italia) son los que dominan los tres sectores de la industria gráfica (periódicos, revistas y libros); siendo Reino Unido el productor más grande de todos.
- España y Holanda también son países con un sector relativamente importante con relación al PIB.
- La productividad dentro del sector varía de país a país y dentro de los sectores. Francia, Holanda y Bélgica tienen una productividad relativamente alta; mientras los países nórdicos tienen una productividad baja.
- Para los últimos años disponibles³, Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y Holanda fueron los estados miembros que tuvieron el mayor valor agregado en el sector de la industria gráfica para un promedio (para el último año reportado por país) de 7.500 millones de euros; donde Reino Unido es el que obtuvo el mayor valor agregado rondando los 11.500 millones de euros.
- En cuanto a la generación de empleo, Alemania y Reino Unido son los países donde hay una mayor proporción de recurso humano trabajando en la industria gráfica. Se estima que concentra a más de 150 mil empleados en cada país.
- En cuanto al comercio, el estudio de la Comisión Europea utiliza la ventaja comparativa revelada (RVC, por sus siglas en inglés), que toma en cuenta las importaciones y exportaciones de un país sobre un bien en particular para ver su potencial comercial. Desde esta perspectiva, el comercio en este sector ha seguido los patrones mundiales de expansión y contracción de la mano con otros sectores. Reino Unido y España son los dos países de la Unión Europea con las más fuertes ventajas comparativas reveladas.

En cuanto a los subsectores de la industria gráfica, el comercio de libros creció en los noventa y luego se contrajo del 2000 en adelante. En este subsector solo Reino Unido y España tienen altas ventajas comparativas reveladas. Para la mayoría de los países, la tendencia en el subsector de libros es relativamente estable.

Otro indicador que sirve para medir las posiciones competitivas relativas para las industrias en diferentes países es el índice de especialización (SI, por sus siglas en inglés), definido como la razón entre la producción y el consumo. Un valor mayor que uno indicaría, en principio, un buen desempeño, lo cual sugiere que un país es un exportador neto en un sector específico. Este índice es una manera alternativa de expresión al balance comercial.

¹ European Commission: "The EU publishing industry: an assessment of competitiveness." Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. 2003-199 pp. -21 x 29.7 cm. ISBN 92-894-5165-3.

² <https://www.intergraf.eu/index.htm?bottom.htm&2>

³ Esto significa que son los datos más recientes disponibles para cada país y pueden ser años distintos.

Cuadro 53.2
Índice de Especialización para las industrias gráficas en 13 Estados Miembros⁴

	Publicación	Libros	Periódicos, revistas
Austria	0,85	0,52	0,95
Bélgica	1,07	0,96	0,91
Dinamarca	0,98	N/A	N/A
Finlandia	1,05	1,01	1,03
Francia	1,00	1,00	1,00
Alemania	1,07	1,06	1,00
Irlanda	0,86	0,53	0,87
Italia	1,08	1,09	1,01
Holanda	1,02	0,98	1,01
Portugal	0,88	0,96	0,91
España	1,26	1,19	1,01
Suecia	0,97	0,91	1,00
Reino Unido	1,03	1,14	1,02

Fuente: *The EU publishing industry: an assessment of competitiveness.* (2003) Pp. 70

Con base en los resultados del cuadro 53.2, la industria gráfica en España muestra el mayor grado de especialización. Esto se debe principalmente a la creciente exportación de libros al mercado de habla hispana y, en particular, a Suramérica. Por otro lado, las industrias gráficas en Austria, Irlanda y Suecia presentan los valores más bajos de especialización. Esto es explicado principalmente por los altos niveles de importación, debido a que muchos negocios e individuos dependen de información foránea, en especial en idioma inglés.

La utilidad del Índice de Especialización resulta limitada para medir la competitividad de la industria gráfica. La principal conclusión que se desprende del índice, sin embargo, es que los idiomas comunes (como el francés, español, inglés, alemán) constituyen una ventaja comparativa para la industria gráfica en estos países pues les asegura mercados más grandes.

La apertura al comercio es alta para la publicación de libros, en particular, en países como Austria, Bélgica e Irlanda (con altos niveles de importaciones de libros en su idioma desde países vecinos) o España (con alto nivel de exportaciones a Hispanoamérica).

El desempeño general se resume en el cuadro 53.3, donde se puede observar que dentro del mercado europeo España, Francia, Austria, Holanda e Italia son los que gozan de una productividad alta mientras que Suecia y Dinamarca son los que tienen la productividad más baja. Entre estos dos extremos se encuentra Finlandia, Portugal, Alemania, Reino Unido y Bélgica.

Cuadro 53.3

⁴ Para la Unión Europea antes de la adhesión del primero de Mayo del 2004. No habían datos disponibles para Luxemburgo ni Grecia.

Industria Gráfica: Desempeño Comercial y Productividad⁵ de los Estados Miembros

Industria Gráfica	Productividad	Desempeño Comercial
Alta	España, Francia, Austria, Holanda e Italia	Reino Unido, España
Mediana	Finlandia, Portugal, Alemania, Reino Unido y Bélgica	Finlandia, Dinamarca, Alemania, Italia, Francia, Austria, Bélgica
Baja	Suecia, Dinamarca	Suecia, Portugal, Holanda.

Fuente: *The EU publishing industry: an assessment of competitiveness*. (2003) Pp 10

En cuanto al desempeño comercial, Reino Unido y España son los que encabezan el grupo mientras que Suecia, Portugal y Holanda son los menos abiertos al comercio. Finlandia, Dinamarca, Alemania, Italia, Francia, Austria y Bélgica, por su parte, tienen un desempeño comercial medio.

En cuanto a los subsectores de la Industria Gráfica, en el siguiente cuadro 53.4 se muestra que Bélgica y Francia son los de mayor productividad en el subsector de libros, mientras que Suecia, Finlandia y Austria son los que menor productividad exhiben. En cuanto al intercambio comercial, Reino Unido y España son los países de la UE que más comercializan productos de esta categoría.

Cuadro 53.4

Subsector Libros: Desempeño Comercial y Productividad⁶ de los Estados Miembros

Libros	Productividad	Desempeño Comercial
Alta	Bélgica, Francia	Reino Unido, España
Mediana	Holanda, Italia, Portugal, Dinamarca, Alemania, Reino Unido y España	Dinamarca, Alemania, Italia, Suecia, Finlandia, Holanda, Francia, Bélgica
Baja	Suecia, Finlandia y Austria	

Fuente: *The EU publishing industry: an assessment of competitiveness* (2003) Pp 10

En los restantes subsectores de periódicos, revistas y diarios, Holanda e Italia ocupan los primeros lugares en productividad. Entre los menos productivos se encuentran Suecia y Dinamarca. Mientras que Finlandia y Reino Unido son los que tienen un mejor desempeño comercial, en tanto Bélgica, Portugal y Suecia se encuentran en la base (ver Cuadro 53.5).

Cuadro 53.5

⁵ Los países son clasificados de la siguiente manera: alta productividad si la productividad laboral excede 70.000 euros, bajo si la productividad laboral es menor a 50.000 euros por empleado.

⁶ Los países son clasificados de la siguiente manera: alta productividad si la productividad laboral excede 70.000 euros, bajo si la productividad laboral es menor a 50.000 euros por empleado.

**Subsector Periódicos, Revistas y Diarios: Desempeño Comercial y Productividad⁴
de los Estados Miembros**

Periódicos, revistas y diarios	Productividad	Desempeño Comercial
Alta	Holanda, Italia	Finlandia, Reino Unido
Mediana	Francia, Bélgica, Alemania, Reino Unido,	Francia, Alemania, Dinamarca, Holanda,
Baja	Suecia, Dinamarca	Bélgica, Portugal, Suecia

Fuente: *The EU publishing industry: an assessment of competitiveness* (2003) Pp 11

2.2 Estadísticas de producción

De acuerdo con estadísticas oficiales de la Unión Europea para el 2001⁷, el sector de industria gráfica contribuye con el 0,5% del PIB en los 25 Estados Miembros de la Unión Europea, con un producto anual valorado en 121 mil millones de euros (ver cuadro 53.6 para la producción por Estado Miembro) El sector provee 750.000 trabajos en 64.000 compañías y, además, está dominado por empresas pequeñas y medianas, aunque más de la mitad de la producción está concentrado en el 0,8% de las empresas con más de 250 empleados. La estructura de la producción del sector se encuentra compuesta principalmente por la publicación de periódicos (36,8%), revistas y otros diarios (32%) y libros (24,6%).

⁷ Fecha más actualizada posible para la mayor cantidad de países miembros. Para el 2005 se estima según Eurostat que la publicación de libros ronda en 511.492 libros, siendo España uno de los principales productores con 71.780 libros.

Cuadro 53.6
Industria Gráfica: Producción Por Estado Miembro, 2001

	Producción (millones de euros)	V.A. al costo del factor (millones de euros)	Empresas (número)	Trabajadores (número)
Reino Unido	28.868,6	13.119,2	9.694	165.430
Alemania	27.900,8	10.140,4	6.709	185.307
Francia	19.140,2	5.854,9	12.223	88.992
Italia	11.553,8	3.514,8	6.934	36.692
Holanda	7.089,2	2.894,7	2.620	38.659
España	7.019,3	2.595,2	5.897	47.900
Suecia	4.027,3	1.221,0	4.493	27.016
Dinamarca	2.762,3	1.115,8	1.239	32.291
Bélgica	2.560,0	739,7	1.119	9.786
Finlandia	2.384,0	944	1.406	17.493
Polonia	2.295,4	1.591,8	4.625	30.372
Austria	1.757,7	621,3	538	8.180
Portugal	1.075,0	338,4	1.020	10.814
República Checa	824,6	181,2	2.671	15.540
Irlanda	567,3	330,4	107	4.245
Hungría	541,8	159,6	342	7.838
Eslovenia	247,5	101,5	658	3.338
Rumania	221,2	76,2	1.320	13.178
República Eslava	172,3	59,2	318	4.660
Lituania	132,8	49,8	609	6.416
Latvia	113,4	63,3	282	5.197
Estonia	91,1	32	240	2.978
Chipre	49	17,5	71	-
Grecia	-	-	-	-
Luxemburgo	-	-	103	-
Malta	-	-	-	-
Total EU-25 ⁽¹⁾	121.173,4	45.685,7	63.918	749.144
Rumania	221,2	76,2	1.320	13.178
Bulgaria	111,8	24,5	622	4.906

(1) Se excluyen Grecia, Luxemburgo y Malta para algunas variables

Fuente: Commission of the European Communities. *Strengthening the Competitiveness of the EU Publishing Sector: The role of media policy* (2005) Pp 32-33.

Al analizar la información por subsector (2000), se puede observar que en la producción de libros (cuadro 53.7), en términos de títulos producidos por millón de personas, las editoriales danesas están bastante por encima del resto de la Unión Europea, seguidos por las editoriales británicas. Bélgica y Reino Unido son los países con mayores libros en impresión por millón de habitantes, seguidos por Alemania. Finalmente, las ganancias de las editoriales como porcentaje del PIB varían entre los países, desde un mínimo de 0,06% para

Irlanda hasta un 0,32% para Reino Unido y 0,35% para Portugal. Las editoriales que más ganancias percibieron fueron la de Reino Unido, seguidas por la francesa e italiana.

Para el 2005, España se situaba como uno de los principales países en el sector editorial al contabilizar el 14% de los más de 511.492 libros publicados en la Unión Europea para ese año.

Cuadro 53.7
Subsector Libros: Producción e Ingresos

Libros	Títulos producidos por millón personas	Títulos en impresión por millón personas	Ganancias Nacionales (en millones de euros)	Ganancias como % del PIB, 2001
Dinamarca	2.822	9.434	166,6	0,090
Reino Unido	1.407	15.815	4.979,6	0,320
Promedio	513	2.525	518,4	0,279
Holanda	763	6.289	670	0,170
España	761	6.056	1.573	0,260
Finlandia	750	1.346	242,7	0,180
Alemania	740	10.949	5.240	0,260
Bélgica	680	16.505	336,6	0,140
Portugal	634	7.144	398,6	0,350
Grecia	554	-	140	0,110
Italia	553	6.219	1.954,8	0,170
Suecia	414	-	420,5	0,170
Austria	394	5.685	178,8	0,090
Francia	361	8.486	2.093,1	0,150
Irlanda	262	2.453	63,16	0,060

Fuente: Federation EP, 2000 survey. Recuperado de: Commission of the European Communities.
Strengthening the Competitiveness of the EU Publishing Sector: The role of media policy (2005) Pp 37

En cuanto a periódicos, países como Dinamarca, Luxemburgo y Holanda tienen las mejores puntuaciones de circulación y títulos por millón de personas. También vale la pena señalar que las menores ganancias por concepto de publicidad en relación al PIB fueron para los países del sur de Europa, en contraposición con los países del norte que, con la excepción de Bélgica, fueron los que mayores ganancias obtuvieron por este rubro. La tabla completa con estos detalles para el resto de los países se puede apreciar en el cuadro 53.8.

Cuadro 53.8
Subsector Periódicos: Producción e Ingresos

Periódicos	Circulación per cápita	Títulos por millón 2001	Ingresos por Publicidad % del PIB, 2001	Ingresos por Ventas % del PIB, último año
Dinamarca	1,83	57,80	0,43	0,29
Holanda	1,58	40,48	0,52	0,19
Alemania	1,47	21,27	0,39	0,18
Luxemburgo	1,34	65,75	0,35	0,07
Reino Unido	1,07	18,18	0,47	0,19
Francia	0,84	12,78	0,11	0,17
Irlanda	0,73	18,98	0,30	0,25
Finlandia	0,67	64,85	0,46	0,34
Suecia	0,65	23,08	0,43	0,34
Austria	0,30	25,60	0,53	-
España	0,26	8,23	0,25	0,18
Portugal	0,24	27,26	0,18	0,19
Grecia	0,18	6,53	0,28	0,15
Bélgica	0,18	2,72	0,15	0,11
Italia	0,13	1,59	0,14	0,10

Fuente: World Association of Newspaper-World Press Trends 2002, Eurostat. Recuperado de: Commission of the European Communities. *Strengthening the Competitiveness of the EU Publishing Sector: The role of media policy* (2005) Pp 36.

Para el 2004, en el subsector de periódicos, el Reino Unido sigue siendo la potencia al tener un mercado de 11,8 mil millones de euros; le siguen Alemania con 9 mil millones de euros y Francia con 3,6 mil millones de euros.

Para el 2006, la circulación de periódicos en Europa fue de alrededor de 256.543 mil copias y Alemania ocupaba el primer lugar con una circulación de 104.736 mil copias de periódicos, seguido a distancia por Reino Unido con 45.408 mil copias.

Con respecto al subsector de revistas, cabe señalar que Finlandia obtiene el puntaje más alto en títulos por millón de personas. La caída en los ingresos por publicidad ha sido más notoria en Dinamarca y Portugal. Los números de títulos y circulación varían mucho de país a país, sin ningún patrón geográfico discernible. Más información detallada por país se encuentra en el cuadro 53.9.

Cuadro 53.9
Subsector Revistas: Producción e Ingresos

Revistas	Títulos por millón 2001	Publicidad como % del PIB, 2001	Tasa de Crec. Publicidad (%), 1999-2001	Ingresos por publicidad por título
Finlandia	478,0	0,134	6,6	0,0732
Austria	366,0	0,259	14,7	0,1847
Holanda	299,0	0,139	-0,4	0,1249
Reino Unido	140,6	0,170	3,1	0,3198
Promedio	127,0	0,160	7,2	0,3600
Irlanda	115,0	0,017	0,0	0,0459
Dinamarca	76,5	0,030	-10,2	0,2016
Alemania	71,0	0,220	2,6	0,7759
Bélgica	69,0	0,101	4,0	0,3686
España	68,4	0,135	8,3	0,2712
Suecia	58,0	0,112	8,8	0,5091
Francia	50,8	0,220	5,8	1,0728
Italia	49,6	0,100	17,0	0,4223
Portugal	46,9	0,130	-5,9	0,3279
Grecia	-	0,427	46,0	-

Fuente: FIPP, World Magazine Trends 2002, and OECD. Recuperado de: Commission of the European Communities. *Strengthening the Competitiveness of the EU Publishing Sector: The role of media policy* (2005), Pp 36.

Para el 2006 la publicación de revistas rondó los 44.698 números; liderada por Italia, con 10.138 números, seguido por Polonia y Finlandia con 6.400 y 5.055 ejemplares, respectivamente.

2.3 Estadísticas de consumo y precios internos⁸

En cuanto a consumo es importante indicar que ha habido un cambio estructural que se evidencia en el notorio declive en la circulación de periódicos, debido principalmente a un cambio en la demanda y en las características demográficas. El grupo de consumidores de 45 años o más constituye la base de lectores de periódicos, compuesto por alrededor de 180 millones⁹ en la Unión Europea. A pesar de que este grupo se mantendrá en los próximos años, es clara la preferencia de personas más jóvenes por otros tipos de medios de comunicación.

El tiempo dedicado por parte del consumidor al consumo de medios de comunicación no está aumentando y la proporción dedicada a cada medio está cambiando. La televisión y la radio cuentan con cerca del 70% del consumo de tiempo, pero la Internet muestra el crecimiento más veloz al tener un 10% del mercado, según cifras proporcionadas por el Informe de la Comisión Europea en el 2005.

⁸ Euromonitor Global Market Information Database.

⁹ Datos de la Commission of the European Communities. *Strengthening the Competitiveness of the EU Publishing Sector: The role of media policy* (2005) pp5.

2.4 Subsidios a la industria gráfica en Unión Europea

La Unión Europea no reporta subsidios directos al sector.

Sin embargo, el sector de industrias gráficas está contenido implícitamente en aquellos programas de la Comisión Europea tendientes a promover un mayor pluralismo, transparencia, libertad y diversidad dentro de los medios de comunicación europeos. Estos proyectos cubren la difusión televisiva y radial, la prensa nacional y regional, revistas, además de los medios cibernéticos¹⁰.

3. Estadísticas del comercio internacional europeo

3.1. Exportaciones

La Unión Europea es la principal región exportadora en el sector de industria gráfica al concentrar el 58,8%¹¹ de las exportaciones mundiales del sector. La composición de sus exportaciones está bastante concentrada al agrupar un 70% en libros, folletos e impresos (subpartida 490199); impresos publicitarios, catálogos comerciales (subpartida 491110); diarios y otras publicaciones (subpartida 490290).

Como se puede apreciar en el cuadro 53.10, las principales exportaciones están dirigidas a países dentro de la misma Unión Europea, siendo Alemania, Reino Unido y Francia los principales demandantes. Estados Unidos, por su parte, es el principal destino de las exportaciones que van fuera de la UE.

Costa Rica tiene una importancia relativamente baja como destino de las exportaciones europeas al situarse, en promedio, por debajo de los primeros noventa destinos de las exportaciones para la mayoría de las subpartidas.

Cuadro 53.10
Unión Europea (EU-27): Principales productos de exportación de industria gráfica

Subpartida (6D)	Descripción	Valor (en millones de euros)			Volumen (en TM)			País de destino (por importancia relativa)
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
490199	Los demás libros, folletos e impresos similares	5.075	5.133	5.365	888.783	902.165	938.002	UE (62,3%) -Francia (10,3%) -Alemania (8,6%) -Reino Unido (6,2%) Suiza (7,2%) EE.UU. (6,6%) Noruega (2,2%)

¹⁰ Más información en http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/news.cfm?redirection=1&item_type=fo.

¹¹ TradeMap

Subpartida (6D)	Descripción	Valor (en millones de euros)			Volumen (en TM)			País de destino (por importancia relativa)
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares	3.825	3.907	4.063	2.024.070	2.210.059	2.453.229	UE (83,0%) -Alemania (15,8%) -Francia (15,6%) -Reino Unido (9,7%) Suiza (6,0%) Noruega (2,3%) EE.UU. (1,8%)
490290	Los demás diarios y publicaciones	2.911	3.046	2.942	821.017	834.363	918.356	UE (71,0%) -Francia (11,4%) -Holanda (9,4%) -Alemania (7,9%) Suiza (8,2%) Rusia (6,0%) EE.UU. (3,1%)
490110	Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas	1.129	1.145	1.308	152.750	165.407	158.970	UE (60,4%) -Reino Unido (9,4%) -Alemania (8,6%) -Holanda (7,4%) EE.UU. (11,7%) Suiza (3,5%) Australia (3,4%)
491199	Los demás libros, folletos e impresos similares	793	720	714	138.222	117.246	106.303	UE (60,2%) -Alemania (9,4%) -Reino Unido (8,6%) -Francia (7,4%) Suiza (7,0%) EE.UU. (4,0%) Noruega (3,1%)
Subtotal		13.733	13.952	14.391	4.024.843	4.229.239	4.574.860	
Otros		2.831	2.807	2.925	303.730	306.043	282.517	
Total		16.564	16.759	17.316	4.328.572	4.535.282	4.857.377	

*Otros se refiere a correcciones a códigos erróneos y comercio confidencial.

Fuente: Eurostat

Dentro de la UE Francia, Alemania y Reino Unido son los principales destinos de las exportaciones; juntos contabilizan el 28% de las exportaciones del sector.

Por su parte, los productos que la UE exportó a Costa Rica con la mayor importancia relativa en el año 2005 fueron libros, folletos e impresos similares –excepto en hojas sueltas (subpartida 490199), los demás impresos (fracción arancelaria 491199), manufacturas cartográficas en formas de libros o folletos (subpartida 490591), diarios y publicaciones periódicas –excepto que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo (subpartida 490290), diccionarios y enciclopedias (subpartida 490191) y calendarios de cualquier clase (subpartida 491000)¹².

¹² Para más información ver el cuadro 53.18, Anexo IV.

3.2 Importaciones

La Unión Europea, a pesar de ser el principal exportador mundial, también concentró el 51,6%¹³ de las importaciones mundiales para el 2005. Esto se debe a que muchas de las exportaciones e importaciones se dan entre los países de la misma Unión Europea.

En el cuadro 53.11 se puede apreciar que para el 2006, el 68% de las importaciones estaba compuesto por apenas tres subpartidas arancelarias: 490199, 491110 y 490290. Buena parte de las importaciones procedía de países dentro de la Unión Europea, como Alemania, Reino Unido y Francia. Fuera de la UE, los principales países de origen fueron Estados Unidos y China.

Costa Rica es un origen relativamente poco importante de las importaciones europeas ya que para algunas subpartidas aparece por debajo de los 80 principales países de origen y, para otras, ni siquiera figura.

Cuadro 53.11
Unión Europea: Principales productos de importación del sector gráfico
2003-2005

Subpartida (6D)	Descripción	Valor (en millones de euros)			Volumen (en TM)			País de origen (por importancia relativa)
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
490199	Los demás libros, folletos e impresos similares	3.631	3.770	3.959	665.089	769.363	786.716	UE (67,2%) -Alemania (15,2%) -Reino Unido (15,2%) -Holanda (6,0%) EE.UU. (12,1%) China (7,0%) Hong Kong (3,4%)
491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares	2.548	2.504	2.552	1.352.458	1.445.803	1.482.246	UE (92,6%) -Alemania (15,2%) -Francia (15,2%) -República Checa (9,8%) Suiza (3,4%) EE.UU. (1,6%) China (0,5%)
490290	Los demás diarios y publicaciones	2.341	2.413	2.424	648.821	658.930	647.481	UE (90,0%) -Alemania (23,5%) -Reino Unido (15,6%) -Holanda (11,0%) EE.UU. (6,7%) Suiza (1,1%) Croacia (0,4%)

¹³ Trademap

Subpartida (6D)	Descripción	Valor (en millones de euros)			Volumen (en TM)			País de origen (por importancia relativa)
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
490110	Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas	829	915	942	169.954	697.309	227.485	UE (77,2%) -Alemania (28,7%) -Reino Unido (11,5%) -Holanda (8,6%) EE.UU. (10,6%) Suiza (2,9%) Croacia (2,7%)
491199	Los demás libros, folletos e impresos similares	784	627	676	92.518	107.058	107.520	UE (70,6%) -Alemania (16,6%) -Holanda (7,5%) -Reino Unido (6,4%) EE.UU. (12,6%) Suiza (5,3%) Canadá (3,2%)
Subtotal		10.134	10.229	10.553	2.928.840	3.678.462	3.251.448	
Otros		1.939	2.070	2.193	244.128	263.467	297.190	
Total		12.073	12.299	12.746	3.172.968	3.941.929	3.548.638	

Fuente: Eurostat

Adicionalmente, los productos que la UE importó de Costa Rica en el año 2005 referentes a la industria gráfica fueron libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas (subpartida 490110), libros, folletos e impresos similares –excepto en hojas sueltas (subpartida 490199), los demás impresos (subpartida 491199), diarios y publicaciones periódicas (subpartida 490290), tarjetas postales impresas o ilustradas (subpartida 490900) e impresos publicitarios (subpartida 491110)¹⁴.

4. La industria gráfica en los acuerdos comerciales suscritos por la Unión Europea

4.1 Arancel consolidado de nación más favorecida (NMF)

Todas las fracciones arancelarias aplican como arancel NMF el arancel consolidado ante la OMC. En el sector el arancel NMF es de 0%.

4.2 Aranceles preferenciales

Todas las partidas arancelarias aplican como arancel NMF el arancel consolidado actual. El arancel NMF para todas las partidas arancelarias es del 0%.

¹⁴ Para más información ver el cuadro 53.17, Anexo IV.

Cuadro 53.12
Unión Europea: Aranceles aduaneros aplicados a la industria gráfica

TARIC (8D)	Descripción	Consolidado	NMF	SGP Plus	SGP ("Todo menos armas")	México	Chile
49011000	- In single sheets, whether or not folded	0	0	Excluido	0	A	0
49019100	- - Dictionaries and encyclopaedias, and serial instalments thereof	0	0	Excluido	0	A	0
49019900	- - Other	0	0	Excluido	0	A	0
49021000	- Appearing at least four times a week	0	0	Excluido	0	A	0
49029010	- - Appearing once a week	0	0	Excluido	0	A	0
49029030	- - Appearing once a month	0	0	Excluido	0	A	0
49029090	- - Other	0	0	Excluido	0	A	0
49030000	Children's picture, drawing or colouring books	0	0	Excluido	0	A	0
49040000	Music, printed or in manuscript, whether or not bound or illustrated	0	0	Excluido	0	A	0
49051000	- Globes	0	0	Excluido	0	A	0
49059100	- - In book form	0	0	Excluido	0	A	0
49059900	- - Other	0	0	Excluido	0	A	0
49060000	Plans and drawings for architectural, engineering, industrial, commercial, topographical or similar purposes, being originals drawn by hand; handwritten texts; photographic reproductions on sensitised paper and carbon copies of the foregoing	0	0	Excluido	0	A	0
49070010	- Postage, revenue and similar stamps	0	0	Excluido	0	A	0
49070030	- Banknotes	0	0	Excluido	0	A	0
49070090	- Other	0	0	Excluido	0	A	0
49081000	- Transfers (decalcomanias), vitrifiable	0	0	Excluido	0	A	0
49089000	- Other	0	0	Excluido	0	A	0
49090010	- Printed or illustrated postcards	0	0	Excluido	0	A	0
49090090	- Other	0	0	Excluido	0	A	0
49100000	Calendars of any kind, printed, including calendar blocks	0	0	Excluido	0	A	0
49111010	- - Commercial catalogues	0	0	Excluido	0	A	0
49111090	- - Other	0	0	Excluido	0	A	0
49119100	- - Pictures, designs and photographs	0	0	Excluido	0	A	0
49119900	- - Other	0	0	Excluido	0	A	0

Fuente: Base de datos TDW-TRAINS

4.3 Contingentes arancelarios

La Unión Europea no aplica contingentes arancelarios en este sector.

4.4 Reglas de origen

En el siguiente cuadro, se detalla la regla de origen que deben cumplir todos los productos comprendidos en este sectorial, para obtener un tratamiento arancelario preferencial en la UE, de acuerdo con lo establecido en el Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea y el Sistema Generalizado de Preferencias vigente a julio de 2007:

Cuadro 53.13
Regla de origen para el sector de industria gráfica

Acuerdo de Asociación entre CH-UE ¹⁵	Sistema Generalizado de Preferencias ¹⁶	Interpretación ¹⁷
<p>• ex capítulo 49 Productos editoriales, de la prensa o de otras industrias gráficas; textos manuscritos o mecanografiados y planos, con excepción de:</p> <p>Fabricación en la que todos los materiales utilizados se clasifican en una partida diferente a la del producto</p>	<p>• ex capítulo 49 Productos editoriales, de la prensa o de otras industrias gráficas; textos manuscritos o mecanografiados y planos, con excepción de:</p> <p>Fabricación a partir de materias de cualquier partida, excepto a partir de las materias de la misma partida que el producto.</p>	<p>Esta regla aplica casi a todo el capítulo 49, con excepción de las reglas específicas que se indican más adelante.</p> <p>Las materias primas no originarias utilizadas para la fabricación de estos productos de la industria gráfica, deben clasificar al momento de la importación en una partida distinta a la aplicable al producto final.</p>
<p>• 4909 Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres</p> <p>Fabricación a partir de materiales de cualquier partida, excepto a partir de los materiales de las partidas 4909 y 4911</p>	<p>• 4909 Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres</p> <p>Fabricación a partir de materias de cualquier partida, excepto a partir de las materias de las partidas 4909 y 4911</p>	<p>El producto se considerará originario aún cuando incorpore materias primas no originarias clasificadas en otras partidas, excepto en la misma partida 4909 y la partida 4911 (<i>Los demás impresos, incluidas las estampas, grabados y fotografías</i>)</p>
<p>• Partida 4910 - Los calendarios compuestos, tales como los denominados "perpetuos" o aquellos otros en los que el taco intercambiable está colocado en un soporte que no es de papel o de cartón.</p> <p><i>Fabricación:</i> - en la que todos los materiales utilizados se clasifican en una partida diferente a la del producto, y - en la cual el valor de todos los materiales utilizados no exceda del</p>	<p>• Partida 4910 - Los calendarios compuestos, tales como los denominados "perpetuos" o aquellos otros en los que el taco intercambiable está colocado en un soporte que no es de papel o de cartón</p> <p><i>Fabricación:</i> - a partir de materias de cualquier partida, excepto a partir de las materias de la misma partida que el producto, y - en la cual el valor de todas las</p>	<p>Las materias primas no originarias utilizadas para la fabricación de estos productos de la industria gráfica, deben clasificar al momento de la importación en una partida distinta a la aplicable al producto</p>

¹⁵ Regla de origen de conformidad con el Apéndice II del Anexo III del Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea

¹⁶ Regla de origen de conformidad con el Anexo 15 del Reglamento (CE) No. 881/2003 de la Comisión del 21 de mayo de 2003.

¹⁷ La regla de origen específica (ROE) aplica para productos que incorporen materiales importados, no originarios, siempre que sean objeto de las transformaciones o elaboraciones citadas en la ROE.

Acuerdo de Asociación entre CH-UE ¹⁵	Sistema Generalizado de Preferencias ¹⁶	Interpretación ¹⁷
<p>50 % del precio franco fábrica del producto”</p> <p>- Otros calendarios distintos a los citados anteriormente.</p> <p>“Fabricación a partir de materiales de cualquier partida, excepto a partir de los materiales de las partidas 4909 y 4911”</p>	<p>materias utilizadas no exceda del 50 % del precio franco fábrica del producto</p> <p>- Otros calendarios distintos a los citados anteriormente.</p> <p>Fabricación a partir de materias de cualquier partida, excepto a partir de las materias de las partidas 4909 y 4911</p>	<p>final.</p> <p>Adicionalmente, el valor de estos materiales no originarios utilizados, no debe exceder del 50% del precio franco fábrica del producto.</p> <p>El producto se considerará originario aún cuando incorpore materias primas no originarias clasificadas en otras partidas, excepto de la 4909 y la partida 4911.</p>

5. La industria gráfica en Costa Rica

Según estadísticas proporcionadas por la ASOINGRAF¹⁸, en el 2002 en el sector de industrias gráficas, había 431 empresas registradas en la C.C.S.S., alrededor de 1.000 establecimientos y se generaban aproximadamente 30.000 empleos directos. Además, según esa misma fuente, el 89% de las empresas involucradas eran PYMES.

Con datos del Banco Central de Costa Rica, la producción de la industria gráfica en las ramas de actividad CIU fabricación de envases y cajas (3412), productos de papel y cartón (3419) e imprentas, editoriales e industrias conexas (3420) y su participación relativa dentro de la industria manufacturera en el 2005 fue la siguiente:

Cuadro 53.14
Industria Gráfica: Producción y Participación Relativa dentro de la Industria
En porcentaje y millones de euros

Código CIU	Part. Relativa (%)	Millones de euros ¹⁹
3412	2,0	64,4
3419	0,9	26,7
3420	2,5	79,7
Total	5,4	170,8

Fuente: BCCR

La industria gráfica costarricense se caracteriza por una alta dependencia de insumos y materias primas importadas, ya que las tintas y barnices, papeles y cartones, plásticos y adhesivos, maquinaria y herramientas, planchas, químicos diluyentes, películas, material fotográfico, papeles especiales, etc., no son producidos en el país y son, en su mayoría, importados de Estados Unidos, Alemania y México, entre los más importantes. En el caso del papel, el principal insumo de la Industria Gráfica, en su totalidad es importado, (70% proviene de los Estados Unidos).

¹⁸ ASOINGRAF, *Resultados del I Taller Sectorial de Competitividad Industria Gráfica* (documento final), 2007.

¹⁹ Se utilizó un tipo de cambio de 1,253775 US\$ por euro para la información del año 2005.

Existe producción de papeles a partir de fibras naturales como el banano, café, entre otros. Sin embargo estos procesos no representan aún una parte importante dentro de la industria local.

De acuerdo con ASOINGRAF²⁰, la composición del sector está dada de la siguiente manera: litografía con un 48,4%, seguido por pre prensa y serigrafía con un 21% y 20%, respectivamente. Por último, se encuentra el subsector de flexografía con un 11% del mercado.

El subsector litografía se dedica a las actividades editorial, impresos publicitarios, papelería corporativa, empaque y etiquetas, entre otros. Está compuesto por empresas altamente tecnificadas, pero una gran mayoría de MiPymes que utilizan equipo viejo, aunque funcional.

En el subsector de pre prensa se encuentran empresas especializadas o unidades insertas en las empresas de impresión. Incluye todas las operaciones necesarias para imprimir, antes del trabajo de la prensa. Se especializa en las artes digitales, negativos y planchas.

El subsector serigrafía es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre casi cualquier material, por ejemplo, estampados en camisetas. La mayoría de los talleres utiliza el método artesanal y solo unos cuantos talleres grandes hacen uso de tecnologías más favorables para el ambiente como la ultravioleta.

Por último, el subsector flexografía es un proceso de impresión en sobrerrelieve. Tiene como principales productos las bolsas plásticas impresas, empaques flexibles, etiquetas adhesivas y empaques corrugados.

Según ASOINGRAF, en el sector de las industrias gráficas hay un gran faltante de personal capacitado, tanto en el área técnica como en el área administrativa. Esto provoca alta rotación laboral y operadores con altos y desproporcionados salarios.

Otra característica del sector es que el gran desaprovechamiento de la capacidad instalada de la industria gráfica ya que el mercado local no resulta suficiente y limitado conocimiento sobre la normativa en materia de propiedad intelectual.

Para el 2006, los principales países de donde se originaron las importaciones (34,1 millones de euros²¹) fueron: Estados Unidos (30,9%), México (16,8%), España (13,9%), Colombia (10,2%), Francia (5,9%) y Panamá (4,9%). Pese a que ASOINGRAF los detecta como competidores directos para algunos sectores, China y Taiwán representan solamente el 1,3% de las importaciones del sector.

Las exportaciones de Costa Rica, por su parte, rondan los 8,3 millones de euros y se encuentran dirigidas, principalmente, a Centroamérica y Panamá, con cerca del 68% del total exportado. Le siguen República Dominicana con 10,7% y Estados Unidos, con 6,3%. Las principales empresas exportadoras para el 2006 fueron el Grupo Nación GN S.A., Litografía e Imprenta LIL, S.A. y Trejos Hermanos Sucesores.

²⁰ ASOINGRAF, *Resultados del I Taller Sectorial de Competitividad Industria Gráfica* (documento final). 2007

²¹ Para el 2006, se utilizó un tipo de cambio de 1,24755 US\$ por euro.

6. La industria gráfica en Centroamérica

El principal productor centroamericano de esta industria es Guatemala, que para el 2006 exportó²² más de 3.238 toneladas métricas con un valor de 11,8 millones de euros²³. Lo sigue Costa Rica país que exportó en el 2005 9,4 millones de euros. El Salvador, por su parte, vendió al mundo 5,5 millones de euros. Nicaragua y Honduras representan una parte pequeña del sector al exportar, con 883 y 273 mil euros, respectivamente.

Según José Guillermo Algier²⁴, vocero de la empresa salvadoreña ALGIER'S IMPRESORES, las empresas dentro del sector de industria gráfica de El Salvador están pasando por un buen momento y no tienen miedo a la competencia foránea. Esto se debe a que las empresas instaladas en el sector trabajan con insumos importados y simplemente se dedican a aportar la mano de obra y otros servicios para dar por finalizado el producto. Para el 2006, solamente la empresa ALGIER'S IMPRESORES exportó cerca de 1,4 millones de euros a Centroamérica y el Caribe, los Estados Unidos y México. Entre los productos que ofrece se encuentran afiches, calendarios, cajas, etiquetas, libros, folletos y revistas.

La región centroamericana aplica un arancel externo común en la mayoría de las partidas de este sector. Los aranceles oscilan entre un 0% y un 15% algunos de los cuales no están armonizados.

Los planos y dibujos hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos, textos manuscritos, reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias con papel carbón (carbónico, de los planos, dibujos o textos antes mencionados) tienen un arancel de 5%. Las tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres, tienen un arancel de 15% (fracción arancelaria 4909.00.00); un arancel de igual monto lo tienen los calendarios de cualquier clases, impresos, incluidos los tacos de calendario (código 4910.00.00). También las estampas, grabados y fotografías (fracción 4911.91.00) tienen un arancel de entrada de 15%.

²² Guatemala Exportes. Trade Statistics.

<http://www.export.com.gt/Portal/Home.aspx?tabpath=Trade%20Statistics/Trade%20Navigation>

²³ Trademap

²⁴ Entrevista concedida telefónicamente a PROCOMER el día 16 de mayo de 2007, a las 11:35 a.m.

ANEXO I

Cuadro 53.15
Cuadro comparativo del comercio Costa Rica-UE 2006
(Millones de euros)

Subpartida	Descripción	Costa Rica		Unión Europea (UE-27)		Comercio Bilateral 2006	
		Exportación 2006	Importación 2006	Exportación 2006	Importación 2006	Exportaciones a UE	Importación desde la UE
490110	Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas	0,0	0,1	5.305	4.085	0,0	0,0
490191	Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos.	0,0	1,3	4.074	2.532	0,0	0,4
490199	Libros, folletos e impresos similares (excepto en hojas sueltas, incluso plegadas y diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos).	4,0	17,1	2.946	2.367	0,0	3,8
490210	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo	0,0	0,3	1.274	995	0,0	0,1
490290	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad (excepto que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo)	0,8	4,5	724	696	0,0	0,9
490300	Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear, para niños	0,1	0,2	459	387	0,0	0,1
490400	Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadrada	0,0	0,0	292	310	0,0	0,0

Subpartida	Descripción	Costa Rica		Unión Europea (UE-27)		Comercio Bilateral 2006	
		Exportación 2006	Importación 2006	Exportación 2006	Importación 2006	Exportaciones a UE	Importación desde la UE
490510	Esferas cartográficas	0,0	0,0	261	288	0,0	0,0
490591	Manufacturas cartográficas en forma de libros o folletos	0,0	0,0	259	193	0,0	0,0
490599	Manufacturas cartográficas de todas clases, incluidos los mapas murales, los planos topográficos e impresos, (excepto en forma de libros o de folletos y esferas)	0,0	0,1	208	159	0,0	0,0
490600	Planos y dibujos originales hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares; textos manuscritos; reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias con papel carbón (carbónico)	0,0	0,0	158	137	0,0	0,0
490700	Sellos (estampillas) de correo, timbres fiscales y análogos, sin obliterar, que tengan o hayan de tener curso legal en el país de destino; papel timbrado; billetes de banco; cheques; títulos de acciones u obligaciones y títulos similares	0,4	2,6	154	123	0,0	1,8
490810	Calcomanías vitrificables.	0,0	0,0	136	112	0,0	0,0
490890	Calcomanías de cualquier clase (excepto las vitrificables)	0,0	0,4	116	53	0,0	0,0

Subpartida	Descripción	Costa Rica		Unión Europea (UE-27)		Comercio Bilateral 2006	
		Exportación 2006	Importación 2006	Exportación 2006	Importación 2006	Exportaciones a UE	Importación desde la UE
490900	Tarjetas postales impresas o ilustradas, tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres	0,1	0,7	103	46	0,0	0,0
491000	Calendarios de cualquier clase, impresos, incluidos los tacos de calendario	0,0	0,3	60	42	0,0	0,0
491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares	2,0	3,9	38	29	0,0	0,3
491191	Estampas, grabados y fotografías	0,1	0,8	26	23	0,0	0,4
491199	Los demás impresos	0,4	1,4	18	17	0,0	0,2
Total		8,3	33,9	17.624	13.141	0,0	8,0

Fuente: SIECA

Anexo II. Cuadro comparativo sobre comercio Centroamérica-UE-MCCA

Cuadro 53.16
Comercio exterior de Centroamérica con la UE,
por subpartida arancelaria

		Centroamérica con el mundo		Centroamérica con la UE		Centroamérica con MCCA	
		Exportaciones 2005 (Mill. Euros)	Importaciones 2005 (Mill. Euros)	Exportaciones 2005 (Mill. Euros)	Importaciones 2005 (Mill. Euros)	Exportaciones a UE 2005 (Mill. Euros)	Importaciones desde UE 2005 (Mill. Euros)
490110	Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas	0,6	2,9	0,0	0,4	0,3	0,1
490191	Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos.	1,4	11,2	0,0	4,5	0,8	0,3
490199	Libros, folletos e impresos similares (excepto en hojas sueltas, incluso plegadas y diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos).	8,3	79,1	0,1	12,1	5,4	3,0
490210	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo	0,0	0,6	-	0,2	0,0	0,0
490290	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad (excepto que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo)	1,1	11,9	0,0	1,1	0,6	0,8
490300	Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear, para niños	0,4	1,3	-	0,2	0,4	0,3
490400	Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadernada	0,0	0,1	-	0,0	0,0	0,0
490510	Esferas cartográficas	0,0	0,1	-	0,1	0,0	0,0
490591	Manufacturas cartográficas en forma de libros o folletos	0,1	0,2	-	0,0	0,1	0,1

		Centroamérica con el mundo		Centroamérica con la UE		Centroamérica con MCCA	
		Exportaciones 2005 (Mill. Euros)	Importaciones 2005 (Mill. Euros)	Exportaciones 2005 (Mill. Euros)	Importaciones 2005 (Mill. Euros)	Exportaciones a UE 2005 (Mill. Euros)	Importaciones desde UE 2005 (Mill. Euros)
490599	Manufacturas cartográficas de todas clases, incluidos los mapas murales, los planos topográficos e impresos, (excepto en forma de libros o de folletos y esferas)	0,0	0,2	-	0,1	0,0	0,0
490600	Planos y dibujos originales hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares; textos manuscritos; reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias con papel carbón (carbónico)	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
490700	Sellos (estampillas) de correo, timbres fiscales y análogos, sin obliterar, que tengan o hayan de tener curso legal en el país de destino; papel timbrado; billetes de banco; cheques; títulos de acciones u obligaciones y títulos similares	1,4	10,2	-	3,7	0,9	1,0
490810	Calcomanías vitrificables.	0,0	0,2	-	0,0	0,0	0,0
490890	Calcomanías de cualquier clase (excepto las vitrificables)	0,4	2,6	0,0	0,1	0,4	0,4
490900	Tarjetas postales impresas o ilustradas, tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres	0,6	1,8	-	0,0	0,4	0,4
491000	Calendarios de cualquier clase, impresos, incluidos los tacos de calendario	0,3	1,2	-	0,2	0,3	0,4
491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares:	12,9	24,5	0,0	1,0	9,2	8,0
491191	Estampas, grabados y fotografías	0,2	1,6	0,0	0,2	0,2	0,2
491199	Los demás	0,9	6,4	0,0	0,2	0,8	0,8
Total		28,7	156,2	0,1	24,0	19,7	15,9

Fuente: PROCOMER y Eurostat.

02/10/07

Anexo III. Organizaciones Gremiales

Europa

The European Printing Industry
INTERGRAF a.i.s.b.l.
Place E. Flagey 7, bte 8 /BE - 1050 Brussels
Tel.: +32 2 230 86 46 - Fax: +32 2 231 14 64
Email: intergraf@intergraf.eu - www.intergraf.eu
Website: <https://www.intergraf.eu/index.htm?bottom.htm&2>

Austria

Fachverband Der Ppv-Industrie
Postfach 131
Brucknerstrasse, 8
AT - 1041 WIEN
President: Peter Farthofer
Chief Executive: Rudolf Bergolth
Tel.: +43 1 50553820
Fax: +43 1 5059018
e-mail: ppv@ppv.at
Website: <http://www.ppv.at>

Austria

Verband Druck Und Medientechnik
Grünangergasse 4
AT - 1010 WIEN
President: Michael Hochenegg
Chief Executive: Werner Neudorfer
Tel.: +43 1 512 6609
Fax: +43 1 513 282619
e-mail: verband@druckmedien.at
Website: <http://www.druckmedien.at>

Bélgica

Federation Belge Des Industries Graphiques (Febelgra)
Rue Belliard 20, Bte 16
BE - 1040 BRUSSELS
President: Roby Van Daele
Chief Executive: Jan de Brabanter
Tel.: +32 2 512 3638
Fax: +32 2 513 5676
e-mail: info@febelgra.be
Website: <http://www.febelgra.be>

02/10/07

Bulgaria

Printing Industry Union Of Bulgaria
117 Tsarigradsko chause blvd.
BG - 1184 SOFIA
President: Petar Kanev
Chief Executive: Rumen Trifonov
Tel.: +359 2 975 2388
Fax: +359 2 975 2388
e-mail: office@printunion-bg.org
Website: www.printunion-bg.org

Dinamarca

Grafisk Arbejdsgiverforening (G.A.)
Helgavej 26
DK - 5230 ODENSE M
President: Per Kohn
Chief Executive: Lars Bram
Tel.: +45 63127000
Fax: +45 63127080
e-mail: ga@ga.dk
Website: <http://www.ga.dk>

Estonia

Eesti Trükitööstuse Liit
Gonsiori 21
EE - 10147 TALLINN
President: Rain Kaarma
Chief Executive: Kristina Haavala
Tel.: +372 6114 408
Fax: +372 6114 408
e-mail: trykiliit@trykiliit.ee
Website: <http://www.trykiliit.ee>

Finlandia

Graafinen Teollisuus Ry
PO Box 348
Lönrotinkatu 11 a
FI - 00120 HELSINKI
President: Mauri Taivalkoski
Chief Executive: Pertti Lindroos
Tel.: +358 9 228 77 200
Fax: +358 9 603527
e-mail: pertti.lindroos@vkl.fi
Website: <http://www.graafinteollisuus.fi>

02/10/07

Francia

Federation Francaise De L'imprimerie Et De La Communication Graphique
68 Bd Saint Marcel
FR - 75005 PARIS
President: Jacques Chirat
Chief Executive: Pascal Bovero
Tel.: +33 1 44086446
Fax: +33 1 43360951
e-mail: figc@figc.fr
Website: <http://www.figc.fr>

Alemania

Bundesverband Druck & Medien E.V. (Bvdm)
Biebricher Allee 79
DE - 65187 WIESBADEN
President: Rolf Schwarz
Chief Executive: Thomas Mayer
Tel.: +49 611 8030
Fax: +49 611 803113
e-mail: info@bvdm-online.de
Website: <http://www.bvdm-online.de>

Grecia

Hellenic Federation Of Printing Media Communication
4, Radou Street
Attiki Square
GR - 10446 ATHENS
President: Efthimios Matsoukis
Chief Executive: Yannis Rois
Tel.: +30 210 82 12 300
Fax: +30 210 82 50 066
e-mail: info@semece.gr

Hungría

Federation Of Hungarian Printers And Papermakers
Fiastyuk utca, 4-8
HU - 1131 BUDAPEST
President: Miklos Balog
Chief Executive: Katalin Peller
Tel.: +36 1 350 7728
Fax: +36 1 350 7727
e-mail: office@fedprint.hu
Website: www.fedprint.hu

02/10/07

Irlanda

Irish Printing Federation
Confederation House
84/86 Lower Baggot Street
IE - 2 DUBLIN
President: Kevin Walsh
Chief Executive: Terry Cummins
Tel.: +353 1 605 1500
Fax: +353 1 638 1500
e-mail: info@ibec.ie
Website: <http://www.ibec.ie>

Italia

Associazione Nazionale Italiana Industrie Grafiche Cartotecniche E Trasformatrici (Assografici)
Piazza Conciliazione 1
IT - 20123 MILANO
President: Marco Spada
Chief Executive: Claudio Covini
Tel.: +39 02 498 10 51
Fax: +39 02 481 69 47
e-mail: assografici@assografici.it
Website: <http://www.assografici.it>

Lituania

Lithuanian Printers' Association
Mindaugo Str. 42 A
LT - 03210 VILNIUS
President: Erika Furman
Chief Executive: Indre Norkeliune
Tel: +370 5 23 36 966
Fax: +370 5 23 36 966
e-mail: info@lispa.net
Website: <http://www.lispa.net>

Luxemburgo

Association Des Maitres Imprimeurs Du Grand-Duche De Luxembourg
B.P. 1604
LU - 1016 LUXEMBOURG
President: Jean-Paul Schmitz
Chief Executive: Ralph Weis
Tel.: +352 42 451122
Fax: +352 424525
e-mail: info@amil.lu
Website: <http://www.amil.lu>

02/10/07

Malta

Malta Printing Industries Association
Room 1055
KBIC Centre
Corradino Industrial Estate
MT - MALTA
President: Margaret Buhagiar
Tel.: +356 2398 0155
e-mail: salpress@maltanet.net

Noruega

Visuell Kommunikasjon Norge (Viskom)
Tollbugaten 27
NO - 0157 OSLO
President: Håvard Grjøtheim
Chief Executive: Pål Stephensen
Tel.: +47 22 478870
Fax: +47 22 478871
e-mail: ps@viskom.net
Website: <http://www.viskom.net>

Portugal

Ass. Portuguesa Das Ind. Gráficas, De Comunicação Visual E Transformadoras Do Papel (Apigraf)
Largo do Casal Vistoso, 2-D / Esc. B,C,D
PT - 1900 - 142 LISBOA
President: Durvalino Neto
Chief Executive: José Eduardo Carragosela
Tel.: +351 21 849 1020
Fax: +351 21 843 87 39
e-mail: geral@apigraf.pt
Website: <http://www.apigraf.pt>

República Checa

Zváz Polygrafie Na Slovensku
Pekna Cesta 6
SK - 83403 BRATISLAVA
Chief Executive: Peter Blubla
Tel.: +421 2 492 31 254
Fax: +421 2 492 31 217
e-mail: zpns@stonline.sk
Website: <http://www.zpns.sk>

02/10/07

España

Federacion Empresarial De Industrias Graficas
De Espana (Feigraf)
Barquillo 11, 4 dcha
ES - 28004 MADRID
President: Millan Garcia Moreno
Tel.: +34 91 5227249
Fax: +34 91 5326745
e-mail: feigraf@feigraf.es
Website: <http://www.feigraf.es>

Suecia

Grafiska Företagens Förbund (Gff)
Karlavägen 108
Box 241
SE - 10451 STOCKHOLM
President: Lars Fredrikson
Chief Executive: Lars Josefsson
Tel.: +46 8 762 6800
Fax: +46 8 611 0828
e-mail: lars.josefsson@grafiska.se
Website: <http://www.grafiska.se>

Holanda

Koninklijk Verbond Van Grafische Ondernemingen - Kvgo
Startbaan 10
Postbus 220
NL - 1180 AE AMSTELVEEN
President: Klaas Koekkoek
Chief Executive: Fons Bakkes
Tel.: +31 20 543 5678
Fax: +31 20 543 5560
e-mail: info@kvgo.nl
Website: <http://www.kvgo.nl>

Reino Unido

British Printing Industries Federation
Farringdon Point
29-35 Farringdon Road
GB - EC1M 3JF LONDON
President: Dominic Walsh
Chief Executive: Michael Johnson
Tel.: +44 870 240 4085
Fax: +44 207 405 7784
e-mail: info@bpif.org.uk
Website: www.britishprint.com

02/10/07

Reino Unido

Scottish Print Employers' Federation

48 Palmerston Place

GB - EH12 5DE EDINBURGH

President: Terry O'Hare

Chief Executive: Simon Fairclough

Tel.: +44 131 220 4353

Fax: +44 131 220 4344

e-mail: sfairclough@spef.org.uk

Website: <http://www.spef.org.uk>

02/10/07

ANEXO IV. Comercio bilateral Costa Rica – Unión Europea

Cuadro 53.17
Productos importados desde Costa Rica

Subpartida	Descripción	Valor en euros			Imp. Relativa respecto al total importado por subpartida (2005)
		2003	2004	2005	
490110	Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas	29	-	2.575	Menos de 0,01%
490199	Libros, folletos e impresos similares (excepto en hojas sueltas, incluso plegadas y diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos).	24.283	2.737	29.695	Menos de 0,01%
490290	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad (excepto que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo)	17	84	1.659	Menos de 0,01%
490600	Planos y dibujos originales hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares; textos manuscritos; reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias con papel carbón (carbónico)	4	131	-	-
490700	Sellos (estampillas) de correo, timbres fiscales y análogos, sin obliterar, que tengan o hayan de tener curso legal en el país de destino; papel timbrado; billetes de banco; cheques; títulos de acciones u obligaciones y títulos similares	-	954	-	-
490890	Calcomanías de cualquier clase (excepto las vitrificables)	22.406	205	-	-

02/10/07

490900	Tarjetas postales impresas o ilustradas, tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres	-	-	115	Menos de 0,01%
491000	Calendarios de cualquier clase, impresos, incluidos los tacos de calendario	827	-	-	-
491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares:	559	7.263	5.839	Menos de 0,01%
491191	Estampas, grabados y fotografías	42	5.341		
491199	Los demás impresos	846	668	2.591	Menos de 0,01%
Total general		49.013	17.383	42.474	

Fuente: Eurostat

(1) Se refiere al total de importaciones realizadas desde Costa Rica en este sector.

Cuadro 53.18
UE: Principales productos exportados hacia Costa Rica

Subpartida	Descripción	Valor en euros			Imp. Relativa respecto al total importado por subpartida (2005)
		2003	2004	2005	
490110	Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas	181.328	118.869	51.185	Menos de 0,01%
490191	Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos.	39.018	48.356	26.822	0,02%
490199	Libros, folletos e impresos similares (excepto en hojas sueltas, incluso plegadas y diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos).	5.192.424	3.616.566	3.033.875	0,06%
490210	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo	675	1.253	977	Menos de 0,01%

02/10/07

490290	Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad (excepto que se publiquen cuatro veces por semana como mínimo)	573.349	503.254	476.256	0,02%
490300	Álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear, para niños	2.000	3.531	2.293	Menos de 0,01%
490400	Música manuscrita o impresa, incluso con ilustraciones o encuadrada	-	-	1.100	Menos de 0,01%
490510	Esferas cartográficas	-	-	1.600	0,01%
490591	Manufacturas cartográficas en forma de libros o folletos	-	1.287	10.800	0,03%
490599	Manufacturas cartográficas de todas clases, incluidos los mapas murales, los planos topográficos e impresos, (excepto en forma de libros o de folletos y esferas)	6.138	5.596	2.400	Menos de 0,01%
490600	Planos y dibujos originales hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares; textos manuscritos; reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias con papel carbón (carbónico)	9	1.080	1.458	Menos de 0,01%
490890	Calcomanías de cualquier clase (excepto las vitrificables)	84.387	54.879	28.722	0,01%
490900	Tarjetas postales impresas o ilustradas, tarjetas impresas con felicitaciones o comunicaciones personales, incluso con ilustraciones, adornos o aplicaciones, o con sobres	7.467	5.843	14.766	0,01%
491000	Calendarios de cualquier clase, impresos, incluidos los tacos de calendario	32.800	25.932	22.920	0,02%

02/10/07

491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares:	174.985	100.175	73.557	Menos de 0,01%
491191	Estampas, grabados y fotografías	23.146	23.123	44.604	0,01%
491199	Los demás impresos	68.564	187.011	229.692	0,03%
	Otros no especificados	-	2.091	274.296	-
	Total general	6.386.290	4.698.846	4.297.323	

Fuente: Eurostat

(2) Se refiere al total de exportaciones realizadas hacia Costa Rica en este sector.