



DOCUMENTO TÉCNICO

**MERCADO DE GRAN FORMATO:
TENDENCIAS, OPORTUNIDADES
Y DESAFÍOS**

ABRIL DE 2018





contenido

Índice

Introducción	2
Optimismo y crecimiento del mercado	2
Sigue la diversificación	3
Abundancia de oportunidades.....	3
Aplicaciones de punto de compra	3
Textiles y telas (señalización flexible)	4
Rótulos	5
Áreas especializadas/mercados nicho	6
Proporcionar una solución total.....	7
Opinión de InfoTrends.....	8

Lista de figuras

Figura 1: Volumen mundial de impresión de producción de gran formato	2
Figura 2: Ejemplo de expositor de tela en tensión.....	4



Introducción

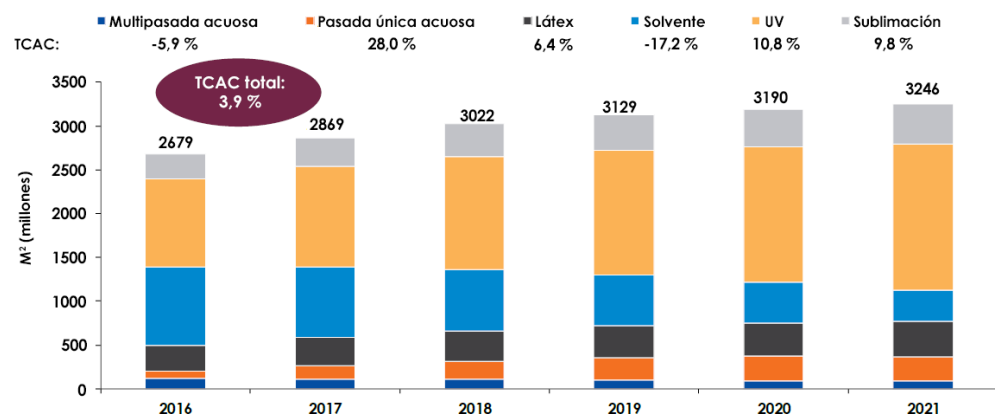
Los impresores de hoy en día están explorando vías que les permitan ampliar sus carteras, aumentar los ingresos y mejorar la satisfacción del cliente. Una extensa línea de productos de gran formato puede permitir que las empresas de señalización, gráficos y comunicaciones visuales aprovechen segmentos de mercado nuevos y emergentes. En este documento técnico se citan datos de Keypoint Intelligence – InfoTrends (InfoTrends) para resaltar áreas de potencial sin explotar en el mercado de impresión de gran formato.

Optimismo y crecimiento del mercado

A principios de 2018, InfoTrends llevó a cabo su investigación más reciente a través de una colaboración con la FESPA. Más de 1400 personas de 102 países de todo el mundo han respondido a la encuesta de este año. Los encuestados representan una amplia variedad de segmentos industriales y del mercado de las artes gráficas cuyo negocio principal gira en torno a la impresión. Los encuestados se mostraron bastante optimistas tanto con respecto a sus negocios como al sector de gran formato general, y este optimismo ha perdurado desde que hace 11 años comenzara la asociación entre InfoTrends y FESPA. El valor medio del gran formato ha demostrado una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del 2,3 % entre 2007 y 2018.

Según los datos de previsión más recientes de InfoTrends, determinados sectores del mercado mundial de impresión de producción de gran formato siguen experimentando un crecimiento saludable. Tal como se muestra en la figura siguiente, se prevé que el crecimiento de los volúmenes de una sola pasada acuosa, látex, UV y sublimación compense sobradamente el descenso de los volúmenes de producción de gráficos de solventes y acuosos convencionales. Las tecnologías de impresión digital siguen presentando un crecimiento sólido debido al desarrollo continuo de nuevas áreas de negocio. Aunque este mercado está madurando, InfoTrends considera que su diversidad contribuirá a mantenerlo en una trayectoria de crecimiento ascendente.

Figura 1: Volumen mundial de impresión de producción de gran formato



Fuente: Previsión mundial de impresión de producción de gran formato: 2016-2021; Keypoint Intelligence – InfoTrends 2017



Sigue la diversificación

El mercado de gran formato es grande y diverso, y no deja de expandirse. Productos especializados como las impresoras textiles de señalización flexible y los dispositivos de impresión directa sobre prendas de ropa contribuyen a inyectar más energía al mercado. Las innovaciones tecnológicas continuas han difuminado los límites que existían antes, por lo que el sector de gran formato está mucho menos segmentado ahora que hace unos años. Los propietarios de marcas que anteriormente habían tenido dificultades para penetrar en el mercado ahora están encontrando formas de ampliar sus ofertas, aumentar los ingresos y mejorar la satisfacción del cliente. En la actualidad, es habitual que los establecimientos de señalización o las empresas de impresión digital ofrezcan productos de publicidad especializados o capacidad de imprimir en sustratos no estándar (por ejemplo, papel de pared o cuero sintético). Al mismo tiempo, algunos impresores nicho o especializados están migrando a ofertas más tradicionales y otras empresas que nunca habían ofrecido gran formato están entrando en el mercado porque siguen desapareciendo las barreras de entrada.

Abundancia de oportunidades

Aunque el aumento del interés y de la actividad en el mercado de gran formato es algo positivo para el sector en términos generales, también está endureciendo la competencia. En un mercado actual cada vez más saturado, a las marcas y a sus productos les resulta cada vez más difícil destacar. Aunque el mercado de gran formato tiene sus dificultades, los propietarios de marca inteligentes siguen teniendo oportunidades de crecimiento.

Aplicaciones de punto de compra

En las tiendas minoristas, las señales y los gráficos de gran formato se pueden usar para ofrecer indicaciones a los compradores, proporcionar información y generar interés por los productos y los servicios. Ahora que la mayoría de los artículos se pueden comprar en línea sin ni siquiera ir a la tienda, los minoristas deben desarrollar nuevas formas de atraer a los clientes a sus establecimientos. La buena noticia es que las ubicaciones físicas ofrecen algo que los minoristas en línea no pueden repetir: una experiencia envolvente e interactiva. Mientras que la compra en línea es eminentemente visual, una compra en una tienda puede atraer a los cinco sentidos.

Aunque los pósteres, los rótulos y las señales siguen siendo esenciales para generar afluencia de personas y crear interés, algunos anunciantes están adoptando planteamientos nuevos y creativos para captar el interés de los clientes, aumentar la interacción y mejorar la fidelización. Por ejemplo:



- ♦ Los adhesivos de ventana se pueden usar para que los peatones que pasen cerca de una tienda local que normalmente no visitarían entren en ella. Una vez que los visitantes están en la tienda, se pueden usar gráficos de suelo para dirigirlos a un área específica, donde pueden solicitar presupuestos, hacer consultas, obtener muestras gratuitas o ver demostraciones de producto.
- ♦ Las señales o los rótulos se pueden imprimir con códigos QR que se pueden escanear a distancia para dirigir a los consumidores a vídeos informativos o especificaciones de producto adicionales.
- ♦ Las decoraciones pueden generar un ambiente o un impacto visual atractivo para impulsar las compras. Por ejemplo, los restaurantes pueden añadir papeles pintados y otros toques hogareños para aumentar la comodidad de un cliente. Las tiendas de muebles pueden hacer algo parecido creando distribuciones agradables que ayuden a los clientes a visualizar cómo podrían quedar algunos artículos en sus propias casas. Estos dos planteamientos pueden desencadenar una respuesta emocional que se podría transformar en mayores beneficios.



Decoraciones en un restaurante local

Textiles y telas (señalización flexible)

Aunque el vinilo, el plástico y el papel se han usado tradicionalmente para la señalización, la popularidad de los textiles y las telas está en aumento. Las aplicaciones de señalización flexible ofrecen una serie de ventajas, entre las que se incluyen colores más vivos, efectos más llamativos, opciones atractivas de retroiluminación, menos ondulaciones o decoloración, la opción de crear expositores en estructuras curvas y la capacidad de plegarse o enrollarse sin que se dañen. Los expositores de tela en tensión son bastante habituales y las empresas de ferias y exposiciones han adoptado la impresión en textiles para la señalización e, incluso, para crear sus puestos.

Figura 2: Ejemplo de expositor de tela en tensión





Una ventaja añadida es que los procesos que conlleva la producción de señalización flexible no son extremadamente distintos de los de impresión más tradicional, por lo que la producción de estas aplicaciones no se asocia a una curva de aprendizaje pronunciada. Aunque los textiles y las telas requieren tintas, sustratos e impresoras de mayor sofisticación, las nuevas tecnologías hacen que sea mucho más fácil cumplir con estos requisitos. Las tintas basadas en agua y no tóxicas actuales satisfacen los requisitos corporativos, gubernamentales y de los consumidores en cuanto a consumibles y procesos respetuosos con el medioambiente. Las tintas con látex son muy versátiles, con niveles más bajos de compuestos orgánicos volátiles (COV) en comparación con las tintas basadas en solventes. Asimismo, las capacidades de curado y adherencia han mejorado considerablemente, lo que hace que las tintas basadas en látex sean una opción mucho mejor en cuanto a la eficiencia y la temperatura de curado que en el pasado. También han aparecido una serie de innovaciones en el sector en los últimos años, como las telas en tensión, los materiales elásticos, una menor necesidad de revestimiento y las opciones de retroiluminación mejoradas. En cuanto a los dispositivos, las impresoras de inyección de tinta directamente en textiles han abierto innumerables opciones para señales, gráficos para ferias, banderas, rótulos, mobiliario para el hogar y ropa. Algunos dispositivos también pueden usar telas y papel sin cambiar de tinta, mientras que otros permiten estabilizar los materiales flexibles que se pueden estirar durante el proceso de impresión.

Aunque la impresión en textiles y telas conlleva algunas dificultades, la mayoría se pueden controlar si se eligen el equipo, la tinta y los materiales más adecuados para el trabajo. Las copisterías, si superan algunas pequeñas barreras, pueden diferenciarse de la competencia y atraer a una base de clientes más amplia ofreciendo señalización flexible.

Rótulos

Los rótulos PVC y sin PVC son otra forma excelente que tienen las empresas para mejorar su visibilidad y aumentar su notoriedad. Para el uso en interiores existen varias opciones ligeras, económicas y llamativas. Los rótulos para uso en exteriores tienen una durabilidad mejorada, resistencia a las condiciones meteorológicas, distintos métodos de sujeción y varias opciones de tamaño. Muchos rótulos pueden tener iluminación frontal, retroiluminación o por ambos lados, y también existen opciones autoadhesivas. Algunos rótulos sin PVC se pueden imprimir con tecnología de secado UV, lo que permite utilizar un proceso más ecológico sin renunciar a la calidad.



Áreas especializadas/mercados nicho

Además de las aplicaciones descritas anteriormente, ciertas áreas especializadas también suscitan gran interés. Entre los ejemplos de algunas áreas nicho interesantes que suponen oportunidades para el mercado de gran formato se incluyen:

- ♦ **Rotulación para vehículos:** la rotulación para vehículos se ha convertido en una forma habitual para que las empresas se promocionen de forma económica y las opciones de personalización son ilimitadas. Las películas laminadas con textura ofrecen diferentes efectos especiales, como el aspecto de vetado de madera y de metal cepillado. Los consumidores y las empresas pueden rotular sus vehículos con colores sólidos o con casi cualquier imagen impresa. Además de crear un toque personal, esta rotulación también protege la pintura original del vehículo y, por extensión, su valor de reventa.
- ♦ **Mobiliario para el hogar:** los muebles y la decoración de interiores representan un área interesante porque atraen tanto a las empresas como a los consumidores. En el caso de los minoristas, la decoración de interiores puede generar un aspecto similar en todas las tiendas y mejorar la identidad de la marca. Además, las tiendas de "temporada" que abren durante un breve periodo (por ejemplo, durante festividades como Halloween y Navidad) suelen necesitar opciones baratas, ecológicas y fáciles de transportar para decorar sus espacios. En el mercado de consumo, los avances tecnológicos ahora permiten obtener papel pintado impreso digitalmente, tratamientos para ventanas, baldosas cerámicas y pavimento.
- ♦ **Hostelería:** a menudo, los hoteles y los complejos turísticos desean generar un tema para conseguir una apariencia y una sensación similares en todo el edificio. Esto se puede lograr añadiendo cortinas, cubrecamas o papel pintado con el mismo diseño decorativo que los muebles del vestíbulo principal o del área de recepción. Además, las cadenas nacionales o mundiales en ocasiones desean crear un entorno familiar y coherente en todas sus instalaciones para que los visitantes sepan lo que les espera al visitar un determinado hotel. La decoración puede ayudar a crear un entorno de "hogar lejos del hogar" predecible para los viajeros habituales o las familias que están de vacaciones.
- ♦ **Elementos arquitectónicos:** el sector de la arquitectura, la ingeniería y la construcción recurre mucho a elementos impresos, como ilustraciones, dibujos CAD y renderizados en alta resolución. Los avances continuos en la tecnología de impresión digital han eliminado muchas de las barreras que obstaculizaban la decoración de materiales de construcción, como la madera, el asfalto y el metal.

Los arquitectos y los diseñadores de interiores que, entre otros, esperan poder atender el aumento de demanda de personalización, buscan nuevos materiales y aplicaciones que les ayuden a personalizar los entornos. Estamos presenciando un uso cada vez más extenso de aplicaciones de impresión digital, como papeles pintados, tapicería, persianas, vinilo y materiales de lienzo.



Proporcionar una solución total

Cada vez más, las empresas de impresión de gran formato se están esforzando en ser proveedores de la "solución total" y para ello ofrecen servicios de impresión y de acabado de forma interna. Los dispositivos de acabado actuales ofrecen un rendimiento rápido para los usuarios de producción, lo que permite procesos más eficientes y automatizados.

Según el estudio de Keypoint Intelligence – InfoTrends titulado *Looking for Big Opportunity in Graphic Communications & Specialty Printing* (Buscando la gran oportunidad en las comunicaciones gráficas y la impresión especializada), más del 66 % de los encuestados que ofrecen gráficos de señalización/exposición/especializados consideraron importante o muy importante ampliar sus servicios para llegar a ser proveedores integrales. Lo mismo sucede en las técnicas de impresión de gran formato, las nuevas y mejores tecnologías están facilitando la transición a la prestación de una solución total. Incluso los proveedores de servicios de impresión más pequeños ahora pueden desarrollar la capacidad de gestionar el trabajo de acabado de forma interna, ofreciendo a los clientes una experiencia de compra integral.



opinión

Opinión de InfoTrends

El sector de la impresión de gran formato proporciona muchas oportunidades a los nuevos integrantes del mercado, así como a los establecimientos de señalización y gráficos establecidos. Las innovaciones tecnológicas han difuminado los límites del sector y este cruce permite que las empresas acepten una mayor variedad de trabajos de gran formato que antes. Además, los propietarios de marcas que anteriormente habían tenido dificultades para penetrar en el mercado de gran formato están observando cómo desaparecen muchas de las barreras de entrada. Aunque estos cambios son buenos para el sector en general, también pueden significar que destacar y ganar la aceptación de los clientes puede ser un desafío importante para las marcas de hoy en día.

Aunque existan dificultades, las oportunidades de este mercado son prometedoras. Ningún proveedor de servicios de impresión puede ofrecer todo a todos los clientes, por lo que es importante actuar de forma estratégica. Piense en las necesidades de sus clientes actuales y luego considere algunos pasos lógicos a seguir. ¿Podría expandirse a mercados adyacentes o aceptar más solicitudes con algo de inversión? ¿Puede convertirse en un proveedor más "integral" si incorpora más servicios de forma interna? La clave real para tener éxito en el mercado actual es la diferenciación. Si puede conseguir que su empresa destaque ante sus clientes, se encontrará en mejor posición para conseguir un crecimiento rentable en el siempre cambiante sector de impresión de gran formato.



autores



Eve Padula

Analista de
investigación
sénior

+ 1 781-616-2170



Steve Urmano

Director

+ 1 781-616-2129



Eve Padula es analista de investigación sénior de Estrategias de desarrollo empresarial y Servicios de consultoría de comunicaciones con el cliente de Keypoint Intelligence – InfoTrends. Entre sus responsabilidades se incluyen la promoción y la distribución del contenido de InfoTrends, ayudar a los clientes y a los canales a crear programas de desarrollo empresarial, generar estudios de contenido de servicio y multicliente, y administrar el ciclo de edición de numerosos tipos de contenidos.

Steve Urmano es director del Servicio de consultoría de impresión de gran formato de Keypoint Intelligence – InfoTrends. Elabora previsiones anuales del mercado global sobre el hardware y los consumibles empleados en los mercados de impresión de gran formato. Es responsable de llevar a cabo varios estudios de investigación principales anualmente del mercado de gran formato de forma personalizada y como parte de una investigación sindicada.

[¿Tiene algún comentario o pregunta?](#)

Este material se ha preparado exclusivamente para los clientes de InfoTrends, Inc. Las opiniones expresadas representan nuestra interpretación y análisis de la información que está disponible de forma pública o que han publicado responsables de las empresas correspondientes. Creemos que las fuentes de información en las que se basa nuestro material son fiables y hemos aplicado nuestro mejor criterio profesional a los datos obtenidos.

4AA7-2931ESE