**COMUNICADO DE PRENSA**

15 de mayo de 2018

**PRINT CENSUS 2018 REVELA RESPUESTAS ESTRATÉGICAS A UNA DEMANDA CRECIENTE**

*Los resultados reflejan un crecimiento sostenido de los ingresos y una aceleración de la inversión en tecnología digital centrada en el cliente*

FESPA revela hoy las conclusiones destacadas de su encuesta Print Census 2018 realizada en colaboración con InfoTrends, una división de Keypoint Intelligence.

En la encuesta han participado 1405 personas, lo que representa un aumento del 12 % respecto de la última encuesta Print Census publicada en mayo de 2015. Los encuestados eran de 102 países, lo que supone un ámbito geográfico significativamente más amplio que el de la encuesta de 2015 (+59 %), y los datos se recogieron a lo largo del año 2017 en diversos eventos de FESPA y de miembros de la asociación en Europa, Eurasia, México, Brasil, Tailandia y Sudáfrica.

La última encuesta Print Census ha recopilado datos de una variada gama de empresas de impresión que definen el foco de su negocio como: impresión digital (17 %); serigrafía (15 %); cartelería y rotulación (10 %); impresión textil y directa a prenda (10 %); impresión comercial y reprografía (13 %); artes gráficas y aplicaciones creativas (11 %); y envasado (4 %).\*

**Conclusiones clave de la encuesta Print Census 2018**

Al analizar los datos, las tendencias clave reveladas por el estudio de 2015 son tan sólidas como las de 2018 y, en muchos casos, incluso más presentes, impulsadas por la continuada recuperación económica y el impacto positivo de tecnologías que favorecen la personalización en masa:

1. **Optimismo**

El optimismo de las respuestas de 2015 se ve reforzado en 2018; el 83 % de los encuestados apunta que son optimistas sobre el futuro de sus negocios (2015: 80 %). Esta percepción está bien fundamentada porque el negocio de impresión digital de gran formato sigue creciendo y los encuestados indican una tasa compuesta de crecimiento anual del 4,2 % desde 2007. Hoy día, la producción digital representa el 44 % de los ingresos totales y se prevé que alcance el 53 % de la facturación en 2 años.

**2) Demanda de los clientes**

La redefinición progresiva de la impresión en tanto que industria de servicio impulsada por el cliente es incluso más pronunciada hoy que hace tres años, y en este sentido las empresas responden a la tendencia continuada de personalización en masa. Ahora, un 72 % confirma una demanda creciente de plazos de entrega más rápidos, un 61 % aprecia una mayor solicitud de tiradas cortas y un 59 % observa unas expectativas cada vez más exigentes en cuanto a las entregas “justo a tiempo” (JIT).

**3) Evolución de productos de gran formato combinados**

El escenario actual de aplicaciones de cartelería y rotulación está dominado por los carteles; el 68 % produce regularmente este tipo de productos y la mitad de los encuestados aprecia un potencial de crecimiento continuado. Los rótulos y vallas publicitarias mantienen su posición de 2015 entre las principales aplicaciones producidas por los encuestados.

Los expositores POS/POP están cobrando interés, el 59 % de las empresas está creciendo en esta área. Más de la mitad de las empresas también está produciendo más aplicaciones autoadhesivas, incluidos recubrimientos, gráficos y calcomanías para vehículos, a medida que aplican y se aprovechan de los avances continuos en los materiales autoadhesivos aptos para la impresión digital.

El crecimiento continuado de aplicaciones de decoración impresa es evidente; actualmente el 74 % de los encuestados identifica el papel pintado y la decoración de interiores como un segmento de crecimiento para su negocio.

**4) Inversión en tecnología digital**

Las empresas de impresión siguen respondiendo a la permanente demanda de sus clientes de plazos de entrega rápidos, tiradas cortas y entregas JIT con inversiones estratégicas en tecnología digital.

Ante el aumento del volumen de negocio, una mayor capacidad es ahora una prioridad clave de la inversión. El 54 % de los encuestados menciona este punto como el factor principal de motivación para el gasto de capital (2015: 34 %). La reducción de costes constituye un factor para el 53 %, mientras que la diversificación hacia nuevos mercados y ofertas de productos sigue siendo un foco de la inversión para el 53 % de los encuestados.

El estudio también revela que hay una mayor inversión en áreas que inciden directamente en la satisfacción del cliente y la consistencia. Un 34 % pretende invertir en control de calidad, un 28 % en servicios W2P (impresión directa desde Internet) y un 27 % tanto en gestión de contenidos en la nube como en administración del color, también con presupuesto destinado a formación.

Los patrones establecidos de la evolución tecnológica siguen en 2018, como lo evidencia el crecimiento de los ingresos derivados de la impresión UV, látex y con sublimación directa y de tintas, en claro contraste con el declive en el uso de tecnologías analógicas, de tintas acuosas y con solventes. El 27 % de los encuestados en 2018 dedicados al segmento de cartelería y rotulación, planea comprar una impresora de inyección de tinta con curación UV (plataforma plana o híbrida), y otro 18 % está planeando inversiones en látex o rotativas UV.

La productividad es el criterio de compra dominante, con un 63 % indicando la mayor velocidad como la característica clave de una impresora nueva. El nivel de inversión media en cartelería y rotulación es un 43 % más alto que en 2015, con una cifra de 144 600 euros.

**5) Textil**

La encuesta Print Census 2018 se diseñó para obtener una imagen más detallada del creciente segmento textil. Entre los encuestados se incluyen empresas de serigrafía con enfoque en aplicaciones textiles, productores textiles especializados y empresas de impresión directa a prenda.

Los productos para prendas predominan en todas las empresas textiles, siendo la ropa deportiva, textiles para prendas y la producción de moda rápida los que encabezan la lista de aplicaciones en crecimiento.

La adopción de tecnología digital para el textil es más lenta que en otros segmentos; en todos los segmentos relacionados con el textil, la producción sigue estando dominada por procesos analógicos. Sin embargo, entre los impresores con actividad centrada en el textil, el 56 % ha realizado inversiones en lo digital y un 19 % planea hacerlo en los próximos dos años, con la idea de recoger los beneficios que suponen una comercialización de productos más rápida, colecciones creativas personalizadas, prototipado y el impacto positivo en su huella medioambiental gracias a la reducción del consumo de agua y energía.

La velocidad de producción es una prioridad de la inversión para el 69 % de los encuestados textiles, y el 55 % desea la posibilidad de imprimir directamente en materiales no procesados. Estas inversiones están motivadas por la demanda de los propietarios de marcas de una producción sensible al tiempo que ofrezca mejoras a la cadena de suministro como la reducción de residuos, optimice la respuesta a los picos estacionales y permita entregas locales.

Los impresores textiles y de serigrafía esperan que la contribución de lo digital a la impresión textil suponga un aumento de los ingresos del 12 % en los próximos dos años.

**6) Demanda y medioambiente**

El conjunto de preguntas de la encuesta Print Census 2018 se ha ampliado para obtener información actualizada acerca de la importancia de una producción ecológicamente sostenible.

Las respuestas muestran que las inversiones en medioambiente se ven fuertemente influenciadas por las expectativas de los clientes en lo relativo a materiales y fabricación sostenibles. El 76 % apunta que la demanda de los clientes de productos responsables con el medioambiente está dando forma a la estrategia comercial, con más de uno de cada cinco indicando que se trata de una influencia importante.

La respuesta de un 32 % de los encuestados ha sido utilizar equipos certificados como respetuosos con el medioambiente o energéticamente eficientes para satisfacer la demanda de los clientes; otras respuestas incluyen formación sobre sostenibilidad, uso de tintas sin compuestos orgánicos volátiles (VOC) y materiales reciclables, y programas de reciclaje al final de la vida útil.

El 72 % de los proveedores de servicios de impresión ha podido invertir en sostenibilidad sin aumentar los precios, lo cual ha protegido las ventas y mantenido la competitividad de los precios.

Sean Holt, Director Ejecutivo de FESPA, comenta: “Tras revisar los resultados de la encuesta Print Census 2018, estamos encantados una vez más de ver una comunidad global de empresas de impresión en auge que goza de crecimiento sostenido y responde al mercado ampliando su capacidad, además de diferenciándose de la competencia con productos y servicios nuevos. Los resultados muestran el compromiso continuado entre los proveedores de servicios de impresión por comprender y satisfacer las expectativas cambiantes de los clientes. Las empresas persiguen estrategias de desarrollo centradas en el cliente, respaldadas con inversiones planificadas en tecnología y formación”.

Holt concluye: “La encuesta Print Census de FESPA es especialmente significativa como parte de la inteligencia del mercado porque refleja la realidad comercial para alrededor de 1500 empresas de impresión. En nuestra opinión, esta información ‘de base’, complementada por otras iniciativas de investigación de FESPA acerca de oportunidades clave de crecimiento, puede ofrecer ventajas reales a nuestros miembros ayudándoles a tomar decisiones bien informadas que respalden su crecimiento a largo plazo”.

“Durante la mayor parte de una década, FESPA ha consolidado su posición como líder de pensamiento en el sector por su inversión continuada en investigación”, comenta Ron Gilboa, Director de grupo sobre tecnología de producción en Keypoint Intelligence. “Los resultados de la encuesta Print Census 2018 respaldarán a los miembros de FESPA en la planificación de su futura estrategia empresarial, al tiempo que también guiarán a la comunidad impresión especializada global sobre áreas clave de crecimiento del sector y reforzarán el papel de FESPA como fuente de información puntual para innovadores de todo el mundo”.

El informe completo de Print Census 2018 está disponible gratuitamente para los miembros de las asociaciones nacionales de FESPA o los miembros directos de FESPA. El precio del informe completo para no miembros es de 2000 EUR.

-FIN-

**Nota para los editores**

\*El 20 % de los encuestados seleccionaron “Otro”.

**Acerca de FESPA**

Fundada en 1962, FESPA es una federación de asociaciones del sector, así como una entidad organizadora de exposiciones y conferencias para los sectores de impresión digital y serigráfica. El doble objetivo de FESPA es promocionar la impresión digital y serigráfica y compartir con sus socios conocimientos sobre la impresión digital y serigráfica, ayudándoles así a ampliar sus negocios y a conocer los últimos avances experimentados en sus sectores de gran crecimiento.

**FESPA: Profit for Purpose (Beneficio con una finalidad)**  
Nuestros accionistas son la industria. FESPA ha invertido millones de Euros en la comunidad global de impresión durante los últimos siete años, contribuyendo de esta manera al crecimiento del sector. Visite [www.fespa.com](http://www.fespa.com) para obtener más información.

**FESPA Print Census**

FESPA Print Census es un proyecto de investigación global destinado al conocimiento del gran formato, la serigrafía y la comunidad de impresión digital. Se trata del mayor proyecto de recopilación de datos de este tipo.

**Las exposiciones que FESPA celebrará próximamente son:**

* FESPA Global Print Expo, 15-18 mayo 2018, Messe Berlin, Berlín, Alemania
* European Sign Expo, 15-18 mayo 2018, Messe Berlin, Berlin Alemania
* FESPA Awards, 16 mayo 2018, Berlin Alemania
* FESPA Africa, 12-14 septiembre 2018, Gallagher Convention Centre, Johannesburgo, Sudáfrica
* FESPA Mexico, 20-22 septiembre 2018, Centro Citibanamex, Ciudad de México, México
* FESPA Eurasia, 6-9 diciembre 2017, CNR Expo, Istanbul, Turquía
* FESPA Brasil, 20 – 23 marzo 2019, Expo Center Norte, São Paulo, Brasil
* FESPA Global Print Expo, 14-17 Mayo 2019, Messe München, Munich, Germany
* European Sign Expo, 14-17 Mayo 2019, Messe München, Munich, Germany

**Publicado en nombre de FESPA por AD Communications**

**Si desea más información, póngase en contacto con:**

Ellie Martin Sarah Farrell

Tel: + 44 (0) 1372 464470 Tel: +44 (0) 1737 240788

Email: [emartin@adcomms.co.uk](mailto:emartin@adcomms.co.uk) Email: [sarah.farrell@fespa.com](mailto:sarah.farrell@fespa.com)

[www.adcomms.co.uk](http://www.adcomms.co.uk) [www.fespa.com](http://www.fespa.com)

**Acerca de Keypoint Intelligence**

Keypoint Intelligence es líder de inteligencia de mercado y datos globales para el sector de la reproducción digital. Empleamos a más de 125 profesionales en todo el mundo que ofrecen planificación crítica y servicios de comercialización, entre ellos estudios de mercado en profundidad, inteligencia competitiva, formación en ventas, pruebas de productos, creación de contenido y compromiso de los clientes.

Mike Fergus

Tel.: +1 (973)7972150

Email: [mike.fergus@keypointintelligence.com](mailto:mike.fergus@keypointintelligence.com)

[www.keypointintelligence.com](file:///C:/Users/emartin/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content.Outlook/OW7H9OTD/www.keypointintelligence.com)