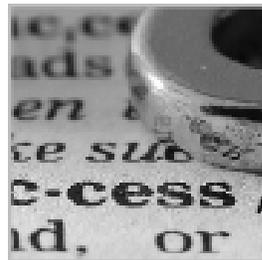
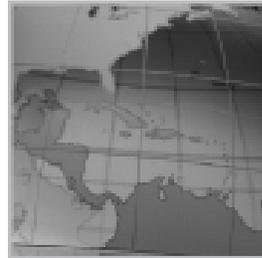


# Análisis



Business Development Services



## La Oportunidad de la Impresión de Gran Formato

Preparado por Konica Minolta

**Índice de Contenidos**

Resumen Ejecutivo ..... 4

Introducción ..... 6

¿Qué es una Impresora de Producción de Gran Formato? ..... 6

La Oportunidad de Negocio del Gran Formato ..... 6

Tecnología Disruptiva: ¡Ahora es el Momento! ..... 8

¿Dónde Hemos Estado... y Hacia Dónde nos Dirigimos? ..... 9

Amplia Exposición a lo Largo del Tiempo ..... 9

Tecnologías en Expansión..... 9

**Inkjet Acuosa ..... 9**

**Inkjet Solvente ..... 10**

**Inkjet Eco-Solvente ..... 10**

**Inkjet Curada por UV ..... 10**

**Inkjet de Látex ..... 10**

**Color Según Tóner ..... 10**

Perspectiva de Futuro..... 12

¿Qué Oportunidad Representa? ..... 13

El Mercado de Gráficas ..... 14

Modelos de Negocio Habituales de los Proveedores de Impresiones Gráficas..... 14

Factores Clave del Éxito ..... 14

El Mercado Técnico ..... 15

Modelo Distribute-and-Print ..... 15

Factores Clave del Éxito ..... 17

¿Por Qué Invertir en Ello?..... 17

Diferenciación del Gran Formato ..... 17

Ventajas de la Tecnología de Gran Formato Según Tóner ..... 17

Mayor Velocidad..... 17

Menor Coste de Funcionamiento ..... 17

Gestión Eficiente del Papel .....	17
Una Proposición de Valor Única.....	18
¿Por Qué Debe Involucrarse? .....	18
¿Qué Representa Para mi Negocio? .....	18
¿Qué Beneficios Obtienen mis Clientes? .....	19
¿Cuál es la RoI Comercial si me Involucro? .....	20
Cómo Empezar: Planificando el Éxito.....	21
Conozca a Sus Cliente.....	21
Conozca Su Mercado .....	21
Conozca a Sus Competidores .....	22
Conozca Su Producto.....	23
Desarrolle Una Estrategia de Precios .....	23
¡Predique Con el Ejemplo! .....	23
La Opinión de InfoTrends.....	24
Sobre los Autores.....	25

## Listado de Tablas e Imágenes

Imagen 1: Mercado EMEA Gráficas de Gran Formato – Valor Impresiones (€miles de M) .....	7
Imagen 2: ¿qué % de trabajos digitales de gran formato DEBEN generarse en estos plazos? .....	8
Imagen 3: La Evolución del Inkjet en las Gráficas de Gran Formato.....	11
Tabla 1: Resumen de la Tecnología de las Impresoras de Gran Formato .....	11
Imagen 4: Gran Formato: Áreas Clave de Inversión para el Cliente .....	12
Imagen 5: Aplicaciones Gráficas del Gran Formato – Posters, Rótulos y Banners .....	14
Imagen 6: Diseños de Ingeniería, Renderings y Fotografía Aérea son Documentos Técnicos Habituales .....	15
Imagen 7: El Modelo Print-and-Distribute ha Cambiado a Distribute-and-Print .....	16
Imagen 8: Efectividad de las Gráficas de Gran Formato.....	19
Imagen 9: Expectativas de Gasto del Consumidor de Gran Formato .....	20
Tabla 2: Ejemplo de Caso de Negocio .....	20

## Resumen Ejecutivo

El gran formato es un área de especialización del sector de la impresión que ofrece una excelente oportunidad de crecimiento a los proveedores. Se prevé que el valor de venta del mercado digital de gráficas de gran formato experimente un crecimiento que irá desde los €19,3 mil de millones de 2013 a los casi €22 mil millones en 2018, lo que representa una tasa de crecimiento anual del 3,3%. La impresión digital de gran formato crece, mientras que muchos otros segmentos del mercado se estancan o decrecen.

Las impresiones de gran formato representan una de las formas más efectivas de trasladar y almacenar información, y transmitirla a un público extenso. Ciertos estudios han demostrado que los rótulos de gran formato pueden ser de tres a diez veces más rentables que otros anuncios convencionales, como en periódicos, revistas, radio o televisión.

En la situación económica actual, la mayoría de empresas evalúa todos y cada uno de los elementos que componen sus costes operativos y tienen en cuenta adquisiciones estratégicas de equipos que les permitan conseguir nuevas fuentes de ingresos. Las barreras de entrada al mercado del gran formato son ahora menores que nunca, gracias a nuevas y efectivas tecnologías.

Las impresoras de gran formato se definen como equipos especializados con un ancho de impresión de entre 43cm y 5 metros de ancho, normalmente monocromos o en color con rodillos, que aplican imágenes utilizando tecnología inkjet o de tóner. Estos equipos son capaces de elaborar trabajos que las impresoras estándar no pueden, por sus propias limitaciones de tamaño.

Las impresoras de gran formato suelen utilizarse en tiendas print-for-pay o de impresión comercial, copisterías, reprografías, impresoras de pantallas, especialistas en gráficas personalizadas o instalaciones in-house. En el mercado técnico, las suelen emplear los estudios de arquitectura e ingeniería y constructoras.

El negocio de las gráficas de gran formato emplea una serie de tecnologías inkjet (incluyendo **aqueous inkjet, eco-solvent inkjet, solvent inkjet, UV-curable inkjet, y latex inkjet** (¿¿se traducen las tintas??)) y también tóner. El rápido desarrollo de estas tecnologías ha sido uno de los factores clave del crecimiento constante de esta área de la impresión, ya que dichos desarrollos bien reducen el coste de la impresión o bien permiten la impresión digital de nuevas aplicaciones. Cada tecnología tiene ventajas distintas para cada aplicación.

Mientras que los tipos de inkjet disponibles ofrecen cierta ventaja sobre las tecnologías tóner en ciertas aplicaciones de impresión de gráficas en gran formato, también presentan importantes desventajas frente al tóner, sobre todo en cuanto a la tendencia a la reducción de los ciclos y los costes de funcionamiento.

En la actualidad, los equipos más demandados son los sistemas digitales de gama baja y media, similares a los de gama alta en cuanto a funcionalidad, con funciones del controlador y de manejo del papel, pero un coste y tamaño más reducidos.

Los trabajos de gran formato más habituales suelen ser planos y bocetos de arquitectos o ingenieros, rótulos y banners, posters, displays para puntos de venta y ampliaciones fotográficas. Con la avanzada

tecnología actual, las impresoras de gran formato son capaces de conseguir cada vez más tipos de aplicaciones técnicas y gráficas.

En los últimos 15 años, el modelo tradicional “print-and-distribute” de gran formato se ha convertido en un modelo “distribute-and-print”, en el que los documentos se envían en formato digital, o sólo los usuarios locales pueden acceder a ellos, y sólo se imprimen las cantidades necesarias, en ubicaciones determinadas. Para las empresas print-for-pay, el gran formato puede resultar una línea de negocio muy rentable, tanto para clientes actuales como atraer clientes nuevos. Ahora es el momento de invertir en nuevas tecnologías que permitan a las empresas que ya ofrecen impresión de gran formato reducir sus costes de operación y sus tiempos de respuesta.

La frase “si piensas en fallar, fallarás”, también se cumple en el negocio del gran formato. Contar con la tecnología de producción adecuada es sólo una parte del plan, cuyos elementos deben incluir la profesionalidad y experiencia de la empresa, así como las fortalezas de su tecnología. Igual de importante es la estrategia de inversión para el éxito de ventas. Para conseguirlo, es necesario concentrarse en estas áreas:

- **Conozca a sus clientes:** conozca las necesidades del consumidor objetivo, de sus clientes actuales y potenciales.
- **Conozca su mercado:** comprenda cómo y qué quieren comprar os clientes.
- **Conozca a sus competidores:** identifique la dinámica del mercado.
- **Conozca su producto:** comprenda sus beneficios y limitaciones.
- **Desarrolle una estrategia de precios:** marque sus precios según el tipo de cliente, el volumen, el producto y la aplicación.
- **Predique con el ejemplo:** utilice gráficas y rótulos de gran formato que atraigan al cliente y generen más negocio.

InfoTrends cree que la siguiente fase de crecimiento del mercado de la impresión de gran formato estará dictada por la necesidad de integrar más estrechamente este tipo de impresión con otros elementos de campañas publicitarias, desde el punto de vista del mensaje y la producción.

La impresión de gran formato es una de las pocas áreas del mercado global de la impresión que experimenta cambios y un crecimiento muy rápidos, así que ¡este es el momento de implicarse!

## Introducción

### ¿Qué es una Impresora de Producción de Gran Formato?

Las impresoras de gran formato son equipos especializados con un ancho de impresión de entre 43cm y 5 metros. Dan respuesta a la necesidad de imprimir trabajos especiales que no se pueden crear utilizando impresoras convencionales. La diferencia clave es el tamaño. Estas impresoras suelen ser dispositivos con bobina, disponibles para aplicaciones de impresión en b/n o color, con tecnología inkjet o de tóner. Algunos de los trabajos más habituales en este formato son los proyectos o bocetos de arquitectos o ingenieros, rótulos, banners, posters, displays para puntos de venta y ampliaciones fotográficas.

Salvo algunas excepciones, las impresiones de gran formato no son productos de consumo. Se suelen encontrar de forma más habitual en entornos de autogestión de trabajos de impresión, como impresores comerciales, copisterías, rotulistas, impresores de pantallas y especialistas en gráficas personalizadas.

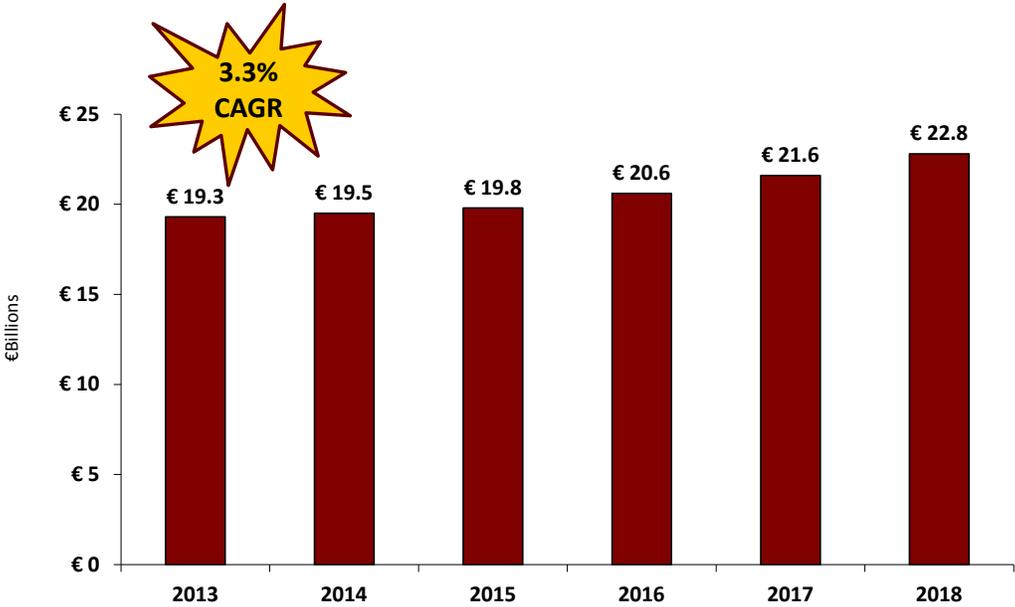
### La Oportunidad de Negocio del Gran Formato

***El valor de venta del mercado de la impresión digital de gráficas en gran formato experimentará una tasa de crecimiento anual del 3,3%***

El negocio de las impresiones de gran formato muestra diversas e importantes características, aunque una de las más destacadas es que las barreras de acceso son pocas. Básicamente, cualquier individuo o pequeño negocio capaz de invertir unos miles de dólares en una impresora de gran formato puede convertirse en un proveedor de servicios de este tipo de impresiones (PSP). Las claves del éxito están en la comprensión del mercado, en acertar con las inversiones en productos y capacidades y en implementar una buena estrategia de salida al mercado.

Se espera que el valor de venta del mercado de la impresión de gran formato experimente un crecimiento que irá desde los €19,3 mil millones en 2013 hasta los €22,8 mil millones en 2018, lo que representa una tasa de crecimiento anual del 3,3%.

**Imagen 1: Mercado EMEA de Gráficas de Gran Formato – Valor de Venta de la Impresión (miles de M de €)**



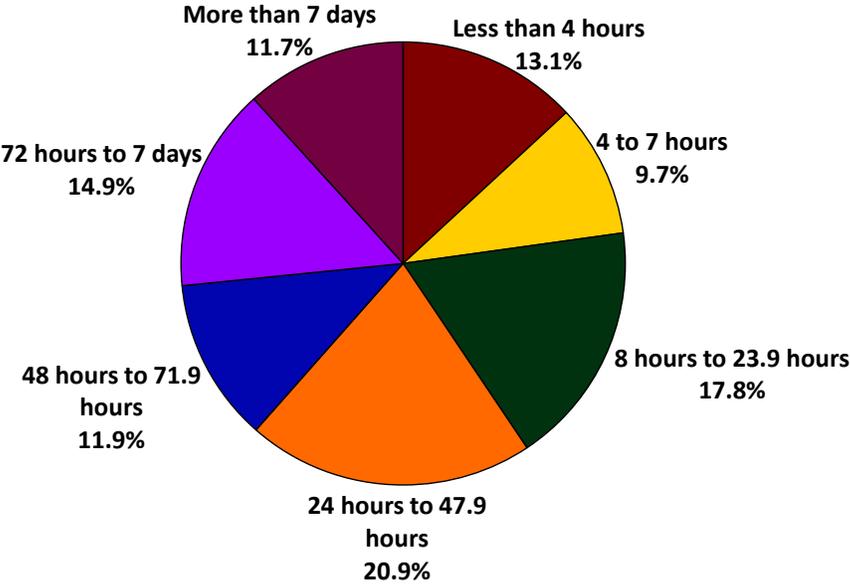
Source: InfoTrends' Wide Format Service

**Tecnología Disruptiva: ¡Ahora es el Momento!**

En el clima económico actual, prácticamente todas las empresas deben tener en cuenta todos los elementos de sus costes operativos. La introducción de una opción tecnológica revolucionaria, que permite la impresión de gran formato en color a gran velocidad de documentos técnicos, facilita el proceso de comunicación de información crítica. Al mismo tiempo, se abre una oportunidad para que las empresas que no están implicadas en la actualidad en el mercado de la impresión de gráficas de gran formato puedan añadir este servicio, y captar ingresos adicionales. Las barreras para entrar en este mercado con tecnologías eficaces nunca han sido tan pequeñas.

De acuerdo con un estudio de InfoTrends, más del 60% de los trabajos de impresión de gran formato se debe generar y entregar a los tres días de la confirmación del pedido, y un 40% de trabajos requieren un plazo de entrega en el día, o en 24 horas.

**Imagen 2: ¿qué % de trabajos digitales de gran formato DEBEN generarse en estos plazos?**



N = 310 Wide Format Print Providers  
Source: *Wide Format Printing: A Critical Element in the Communications Mix*, InfoTrends 2013

La combinación del imperativo económico, la introducción de nuevas tecnologías, y la creciente demanda de respuestas cada vez más rápidas crea la oportunidad de un nuevo modelo de impresión y compra de gráficas de gran formato.

## Dónde Hemos Estado... y Hacia Dónde nos Dirigimos

### Amplia Exposición a lo Largo del Tiempo

Los gráficos tienen una historia casi tan larga como la propia historia de la humanidad. Desde las pinturas rupestres hasta las pantallas interactivas actuales, la humanidad ha buscado siempre el impacto visual de sus mensajes. Las vallas publicitarias y los posters han sido las aplicaciones dominantes de la impresión de gran formato a lo largo de la historia. Veamos algunos ejemplos:

- **Obeliscos de piedra egipcios:** hace miles de años, los obeliscos se utilizaban para dar a conocer leyes y tratados al pueblo egipcio. Quizá uno de los primeros modos de publicidad exterior conocidos.
- **Poster exterior del circo de Nueva York:** en 1835, Jared Bell creó un inmenso poster para promocionar el circo de Nueva York. ¡Medía más de 4,5 metros cuadrados!
- **Valla publicitaria de 24 hojas de París:** la Exposición Universal de París 1889 utilizó una valla publicitaria de 24 hojas. Este diseño fue rápidamente adoptado para otros fines publicitarios, sobre todo en el mundo del circo o el cine.

*Desde los obeliscos egipcios a las lonas de edificios actuales y displays para puntos de venta, la humanidad ha buscado siempre el impacto visual de sus mensajes*

Al principio, el entorno del gran formato se limitaba a la impresión matricial de ancho especial para documentos de tipo legal y documentos de tamaño B2 para impresiones electrofotográficas. En los 80, nació el mercado de la impresión de gran formato con el desarrollo de equipos electrostáticos que permitían una producción de gráficos a todo color. Las primeras impresoras inkjet de gran formato se aparecieron en los 90, con un coste de inversión inicial menor y la posibilidad de utilizar una gama más amplia de soportes.

Hoy en día, la impresión de gran formato se utiliza para lonas de edificios o muros, banners para vehículos, y un sinfín de aplicaciones de artes gráficas y técnicas (por ejemplo, rótulos exteriores, displays para punto de ventas, diseños de ingeniería o fotografías aéreas).

### Tecnologías en Expansión

El negocio de la impresión de gráficas de gran formato se sirve de una serie de tecnologías inkjet, sobre todo, (incluyendo inkjet **acuosa, eco-solvente, solvente, curada por UV y de látex**), aunque también de tóner. Esta sección es un resumen de dichas tecnologías.

#### **Inkjet Acuosa**

Con el nacimiento del mercado gráfico, surgió esta primera tecnología. Las primeras impresoras de gran formato con inkjet acuosa eran en realidad impresoras CAD modificadas. Con el tiempo, y con el desarrollo de medios recubiertos, nuevos tipos de tinta y tecnologías mejoradas, la impresora de inkjet acuosa se convirtió en estándar para la producción de gráficos de gran formato. Aunque se trata de la tecnología más flexible en cuanto a calidad, su principal limitación es su coste de utilización, sobre todo para los gráficos de exteriores, ya tienen que ser plastificados.

### ***Inkjet Solvente***

La tinta inkjet solvente se creó para reducir los costes de utilización en gráficos de exterior. Las impresoras de gran formato con inkjet solvente tienen un mínimo coste de operación y permiten crear gráficos de exterior duraderos sin necesidad de plastificado. Sin embargo, las tintas inkjet solventes, al secarse, liberan componentes orgánicos volátiles (VOCs) que tienen un fuerte olor y son perjudiciales.

### ***Inkjet Eco-Solvente***

La evolución de la tinta solvente dio lugar a la impresión con inkjet eco-solvente, que permite obtener resultados duraderos de gran calidad, pero con una emisión reducida de VOCs. Esta tinta sigue siendo solvente; aunque el peligro para el medioambiente se ha reducido, no se ha eliminado por completo. Aparte, los PSPs aseguran que estas impresoras son relativamente lentas, y que es necesario esperar unas horas antes de poder enrollar los trabajos, ya secos, y enviarlos al cliente.

### ***Inkjet Curada por UV***

Esta tinta es uno de los desarrollos más novedosos. Su gran ventaja es que las impresiones se secan al instante, lo que permite una alta productividad. Por otra parte, estas impresoras tienen un alto coste de inversión inicial, y no son del todo compatibles con algunos medios en formato película.

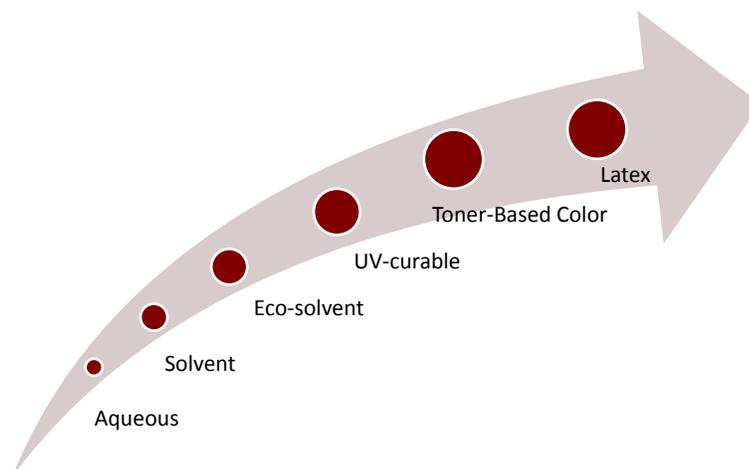
### ***Inkjet de Látex***

Es la más nueva de todas las tecnologías del mercado de impresión de gran formato. La tinta, que contiene pequeñas partículas de plástico, se esparce en una página, previamente calentada para ayudar a “derretir” los polímeros de látex y crear así imágenes duraderas. Una segunda secadora elimina el líquido de las impresiones. Las impresoras de tinta de látex tienen secadores integrados, para condicionar el medio de forma adecuada, antes de aplicar la tinta. Esto permite también que su correcto secado. La formulación de las tintas de látex reduce el impacto ambiental de la impresión. Los equipos con inkjet de látex generan impresiones duraderas, aptas para su uso tanto en exterior como en interior. El lado negativo es su alto consumo energético.

### ***Color Según Tóner***

Las impresoras de color según tóner son una categoría reciente de equipos que combinan una sólida calidad de imagen con un mínimo coste de funcionamiento.

**Imagen 3: La Evolución del Inkjet en las Gráficas de Gran Formato**



Los proveedores de estas tecnologías realizan desarrollos constantes, a la par que identifican sus respectivas limitaciones.

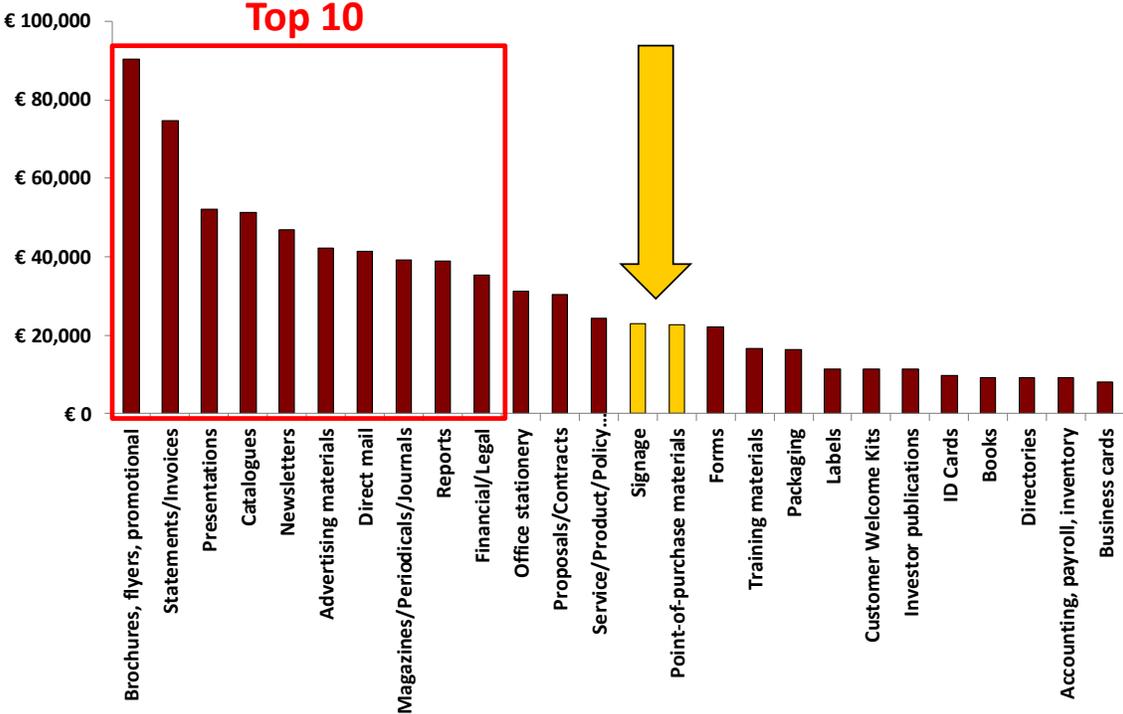
**Tabla 1: Resumen de la Tecnología de las Impresoras de Gran Formato**

Tecnología	Aplicaciones	Fortalezas	Debilidades
Acuosa	Verificación, bellas artes, fotografía, gráficas de interior	Calidad de imagen Inversión inicial reducida	Alto coste de operación Velocidad Durabilidad de imagen
Látex	Gráficas de interior y exterior, textiles	Inversión inicial reducida Variedad de aplicaciones	Consumo
Eco-solvente	Gráficas de interior y exterior	Inversión inicial reducida Variedad de aplicaciones y colores especiales Gran calidad de imagen	Velocidad Aspecto medioambiental
Solvente	Gráficas de exterior	Bajo coste de operación Imagen duradera	Aspecto medioambiental Calidad de imagen
Curada por UV	Gráficas de interior y exterior	Velocidad Impresión directa en el soporte	Inversión inicial elevada
Color según tóner	Gráficas CAD y efímeras	Velocidad Bajo coste de operación	Baja calidad de imagen

**Perspectiva de Futuro**

Estudios recientes de InfoTrends confirman que tanto los rótulos como las gráficas son productos clave para las grandes corporaciones europeas. De acuerdo con una encuesta reciente sobre toma de decisiones de marketing y comunicaciones, el gasto medio destinado a la compra de material de rotulación y puntos de ventas, está en unos €23,000.

**Imagen 4: Gran Formato: Áreas Clave de Inversión Para el Cliente**



Source: *Understanding Vertical Markets in Western Europe: Corporate Communication Requirements*, InfoTrends 2014

La impresión de gran formato es un área que lleva más de 10 años suscitando interés, en parte por la novedad que representa. Al mismo tiempo, sin embargo, en la actualidad se está reafirmando como parte del media mix. Tanto para los diseñadores como para sus clientes, los rótulos, displays, gráficas de feria y rotulación de eventos de gran formato, son una parte integral de la estrategia de campañas y proyectos. Los proveedores que todavía no hayan adoptado la impresión de formato a su cartera de servicios, tienen ahora la ocasión perfecta para hacerlo.

Para los proveedores de impresiones que posean funciones documentales digitales, el proceso de introducción de la impresión de gran formato será muy sencillo. Ya conocen la impresión digital, y el gran formato es una aportación lógica a un modelo de negocio de tiradas cortas. Esto permite también ofrecer servicios con valor añadido, como rótulos personalizados para ubicaciones específicas y gestión de distribución para clientes actuales o futuros.

InfoTrends cree que la siguiente fase de crecimiento de la impresión digital de gran formato estará impulsada por la necesidad de integrar más estrechamente este tipo de impresión con otros elementos publicitarios, desde el punto de vista del mensaje y la producción. Ya existen iniciativas para incluir el

***la siguiente fase de crecimiento de la impresión digital de gran formato estará impulsada por la necesidad de integrar más estrechamente este tipo de impresión con otros elementos publicitarios, desde el punto de vista del mensaje y la producción***

gran formato en flujos de trabajo JDF, que permite una mayor precisión del control digital. También se están realizando esfuerzos para impulsar una gestión consistente del color en todos los equipos, y para impulsar la impresión VDP en rótulos y gráficas de gran formato. Por otra parte, cada vez se utilizan más los códigos QR y otros elementos interactivos en señalización y gráficas de gran formato. Esto permitirá a las empresas de rotulación y creación de gráficas jugar un papel destacado

en las campañas de publicidad cross-media.

### ¿Qué Oportunidad Representa?

Una de las tendencias constantes del mercado de la impresión de gran formato ha sido la desaparición de los límites de sus distintos segmentos verticales tradicionales. Las empresas que siempre habían encajado en un segmento del mercado (por ejemplo, el de la arquitectura, ingeniería y construcción), han ido introduciéndose también en el mercado de las gráficas digitales de gran formato. InfoTrends espera ver más esfuerzos por vender productos y tecnología desarrollados para el gran formato en el segmento de las gráficas, y viceversa. Algunos ejemplos de ello son los productos de tóner de color identificados anteriormente que se posicionan como soluciones para impresores de gráficas en tiradas cortas de bajo coste. Por otro lado, las soluciones de inkjet acuosa de gran capacidad se posicionan como soluciones de impresión de documentos técnicos, sobre todo para aplicaciones técnicas en las que el color es fundamental. La ventaja de estas nuevas soluciones es que ofrecen unos costes de utilización más competitivos, con lo que los PSPs pueden tener en cuenta estos productos para soluciones gráficas efímeras.

***InfoTrends espera ver más esfuerzos por vender productos y tecnología desarrollados para el gran formato en el segmento de las gráficas, y viceversa***

Por ahora, este informe recoge argumentos separados de empresas que imprimen gráficas y empresas que imprimen documentos técnicos.

## El Mercado de las Gráficas

El mercado de la impresión digital de gráficas de gran formato se puede dividir en dos tipos de empresas: print-for-pay y print-for-use. Los segmentos print-for-pay engloban a productores profesionales de gráficas digitales, como impresores comerciales, empresas de rotulación, impresores de pantallas, reprografías, copisterías y empresas de servicios de preimpresión. Existen decenas de miles de tiendas print-for-pay que ofrecen impresión digital de gran formato. El segmento print-for-use del mercado de las gráficas engloba los departamentos de marketing de grandes corporaciones, o sus instalaciones reprográficas centralizadas, en todo tipo de industrias.

### Imagen 5: Aplicaciones Gráficas del Gran Formato – Posters, Rótulos y Banners



### Modelos de Negocio Habituales de los Proveedores de Impresiones de Gráficas

Un negocio típico print-for-pay de gran formato utiliza un cálculo de tipo “cost-plus” para su estrategia de establecimiento de precios.

Esto significa que la empresa se basa en el coste de sus materiales de impresión para establecer los precios de sus trabajos de gran formato. Cuando cotiza un pedido, simplemente debe establecer el volumen según la cantidad, multiplicado por el tamaño de la impresión. A continuación, debe multiplicar su coste estimado por metro cuadrado, más sus gastos generales y el margen de beneficio deseado por el número de metros cuadrados. Los costes adicionales se añadirán a los servicios de finalizado, como el plastificado, el montaje y la instalación. Los sistemas de impresión que ofrecen costes de operación reducidos ayudan a las empresas de impresión a ser competitivas, gracias a un modelo de costes más ventajoso.

### Factores Clave del Éxito

Existen una serie de factores clave de éxito en el negocio de la impresión de gran formato. El primer factor

**Las empresas que ya prestan servicios de impresión de gran formato al más alto nivel suelen emplear un modelo de ventas muy consultivo, que incluye servicios de diseño, entrega, instalación y gestión que permiten optimizar costes e integrar otros mensajes de marketing y publicitarios.**

de éxito es la capacidad de suministrar este tipo de impresiones de forma rentable. Incluso en este mercado en expansión, es fundamental comprender todos los costes, e incluirlos en el cálculo “cost-plus”. El segundo factor de éxito es la capacidad de vender este tipo de impresiones de forma adecuada.

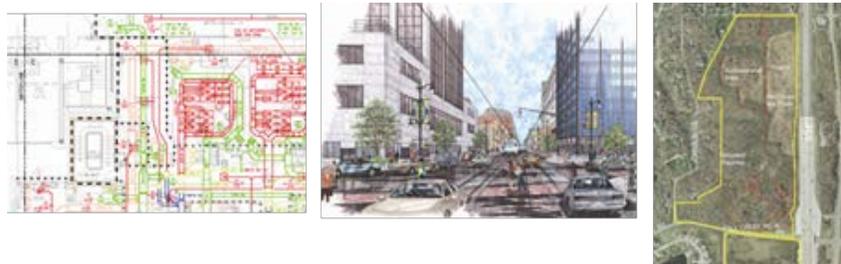
Distintos proveedores tienen distintos grupos de clientes y, en muchos casos, los clientes que ya adquieren impresiones de gran formato difieren mucho del resto. Los usuarios habituales de campañas que requieren impresión de gran formato suelen ser agencias de publicidad, gestores de merchandising o diseñadores de espacios comerciales. Las empresas que ya prestan servicios de impresiones de formato estándar, pero que desean iniciarse en el gran formato, deben gestionar sus cuentas a un nivel superior al actual. Las empresas que ya prestan servicios de impresión de gran formato al más alto nivel suelen emplear un modelo de ventas muy

consultivo, que incluye servicios de diseño, entrega, instalación y gestión que permiten optimizar costes e integrar otros mensajes de marketing y publicitarios.

### **El Mercado Técnico**

Este mercado lo forman empresas que generan documentos de gran formato para transmitir información técnica. Dichas empresas suelen moverse en las áreas de la arquitectura, ingeniería y construcción. El segmento técnico suele incluir también empresas de transporte, utilidades y comunicaciones, al igual que administraciones públicas e instituciones docentes. InfoTrends calcula que existen más de 2 millones de compañías en Europa que sirven a este mercado técnico de gran formato. Otro componente importante del mercado son las reprografías —empresas print-for-pay que prestan servicios de impresión de gran formato a las industrias técnicas enumeradas anteriormente. En el modelo tradicional print-and-distribute, las reprografías eran los centros de producción.

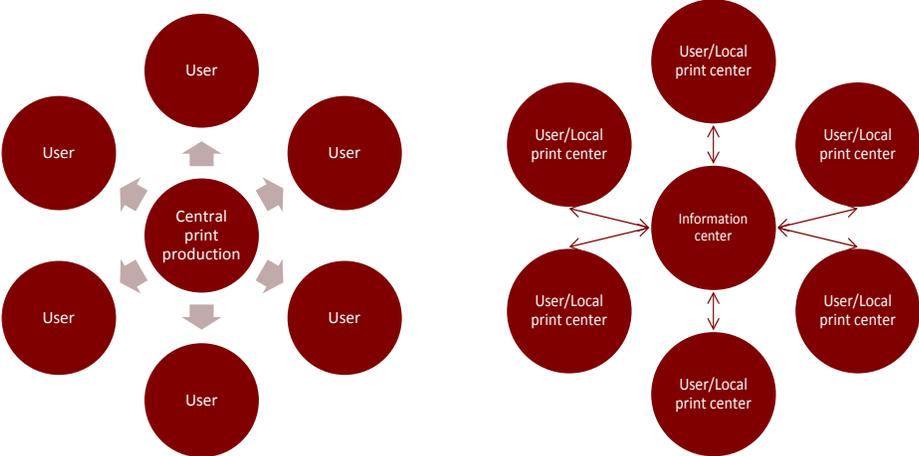
### **Imagen 6: Diseños de Ingeniería, Renderings y Fotografía Aérea son Documentos Técnicos Habituales**



### **Modelo Distribute-and-Print**

El modelo tradicional del mercado técnico de la impresión de gran formato era la estructura clásica “print-and-distribute”, en la que las instalaciones centralizadas de impresión elaboraban trabajos que serían entregados más adelante a ubicaciones que permitieran visualizar documentos técnicos. En las últimas décadas, este modelo se ha convertido en el modelo “distribute-and-print”, en el cual se utilizan documentos digitales, o se accede a ellos de forma local, para su posterior impresión en las cantidades y ubicación deseada por el usuario.

**Imagen 7: El Modelo Print-and-Distribute ha Cambiado a Distribute-and-Print**



Este nuevo modelo “distribute-and-print” ha repercutido negativamente en los departamentos centralizados de impresión, que se encargaban de producir la mayoría de documentos técnicos de gran formato. Un estudio de InfoTrends indica que los envíos de equipos de gama alta, que se conocían como impresoras de documentos técnicos de gran volumen, se han reducido en más de un 30,8% en los últimos 5 años. En la actualidad, los equipos con mayor demanda son los sistemas digitales de gama baja o media que ofrecen casi las mismas funcionalidades de controlador y manejo del papel que los dispositivos de gama alta, pero con un coste y tamaño mucho menores.

### **Factores Clave del Éxito**

Rediseñando sus flujos de trabajo, las empresas experimentarán mejoras significativas a todos los niveles. La primera y principal, una comunicación más efectiva de información técnica, lo que resulta en una reducción drástica de costes, ya que ahora no será necesario volver a procesar trabajos para proyectos de ingeniería o arquitectura. Desde el punto de vista de los costes, al trabajar con una configuración de impresión bien diseñada e implementada, es posible reducir el tiempo de espera por un trabajo. Por todo ello, y para asegurarnos de que se consigue esta eficiencia, es importante implementar el equipo adecuado con la configuración correcta. Si la impresora es demasiado lenta, tendrá siempre a un profesional a su alrededor, esperando la impresión de sus trabajos; si no se utilizan las herramientas adecuadas del controlador, será difícil imputar costes de trabajos de forma adecuada.

### **¿Por Qué Invertir en Ello?**

#### **Diferenciación del Gran Formato**

Se espera que el mercado de las gráficas de gran formato experimente un crecimiento del 3,3% entre 2013 y 2018. Por ello, muchos PSPs están invirtiendo en equipos de impresión de gran formato a gran velocidad. Estos equipos serán capaces de responder a las demandas de impresión urgente y permitirán unos tiempos de respuesta más ágiles. Es fundamental que los proveedores ofrezcan las aplicaciones básicas que el mercado del gran formato engloba, como posters, rótulos y banners. Las empresas que apuestan por esta inversión podrán destacar sobre la competencia prestando servicios de un nivel superior y una capacidad de impresión mayor y más asequible.

#### **Ventajas de las Tecnologías de Gran Formato Según Tóner**

Aunque la tecnología inkjet tiene más ventajas que la de tóner para ciertas aplicaciones de gran formato, también tiene importantes desventajas, sobre todo en lo relativo a ciclos rápidos y la reducción de costes de funcionamiento.

#### **Mayor Velocidad**

En cuanto al sector monocromo del mercado técnico, las ventajas clave de las impresoras de tóner (vs inkjet) son una mayor velocidad/productividad y un menor coste de operación. El desarrollo de impresoras inkjet de gran formato de un solo paso ha aumentado significativamente la velocidad y la productividad, aunque estos equipos son más costosos que los de tecnología tóner.

#### **Menor Coste de Operación**

Los costes de operación se calculan mediante la suma de costes de: impresora, tinta/tóner, medios, servicios y piezas que el usuario puede sustituir. Aunque las impresoras inkjet suelen ser más económicas, su coste de funcionamiento es muy elevado, si lo comparamos con el tóner, debido al coste de la tinta.

#### **Gestión Eficiente del Papel**

La gestión del papel es otra de las áreas en la que los sistemas de impresión de gran formato ofrecen mayores ventajas que las impresoras inkjet. Las impresoras de tóner utilizan conImagend para imprimir desde hasta 4 bandejas de papel, mientras que las impresoras inkjet tradicionales sólo pueden manejar

una bobina. Por ello, las impresoras de tóner pueden seguir produciendo durante mucho más tiempo si n tener que sustituir las bobinas.

### ***Una Propuesta de Valor Única***

Hoy en día, las empresas que consumen gráficas de gran formato, gastan entre € 6 y € 400 por metro cuadrado. Las impresoras de tóner permiten a las empresas, tanto en el mercado print-for-pay como print-for-use, atender a los clientes que buscan una solución mejor para la adquisición de gráficas de gran formato.

Ahora un proveedor de servicios print-for-pay tiene una oportunidad real de producir gráficas en plazos más cortos de forma muy rentable. Con costes de funcionamiento un 57% menores que los de un sistema de gran formato inkjet de color, las impresores de tóner ofrecen oportunidades de obtener beneficios inmediatos a los negocios print-for-pay de gran formato.

Para estas empresas, la oportunidad de ahorro es ahora mucho mayor. La disponibilidad de contar con un equipo que permita crear rótulos efímeros asequibles es una gran ventaja a la hora de acometer campañas adicionales. Un estudio reciente de FedEx Office desveló que el 68% de consumidores adquirieron un producto o servicio porque un rótulo les llamó la atención.

### ***¿Por Qué Debe Involucrarse?***

Tanto si usted es un proveedor de servicios de impresión como un operario que se encarga de las impresiones de una empresa, incluso un gestor TIC, debería comprender la oportunidad que le brinda la introducción de nueva tecnología. El mercado crece, cada vez más proveedores exploran las capacidades de la impresión de gran formato, ¡y usted debería hacerlo también!

### ***¿Qué Representa Para mi Negocio?***

Tanto para las empresas print-for-pay como para las operaciones de impresión in-house, el gran formato puede ser una línea de negocio adicional a adoptar, para dar nuevos servicios a clientes ya existentes y atraer clientes nuevos. Para las empresas que ya ofrecen gran formato, ahora es el momento de invertir en nuevas tecnologías que les permitan reducir costes y acelerar sus tiempos de respuesta.

***Un proveedor de servicios print-for-pay tiene una oportunidad real de producir gráficas en plazos más cortos de forma muy rentable. Con costes de funcionamiento un 57% menores que los de un sistema de gran formato inkjet de color, las impresores de tóner ofrecen la oportunidad de obtener beneficios inmediatos a los negocios print-for-pay de gran formato.***

### ¿Qué Beneficios Obtienen mis Clientes?

La última tecnología de impresión de gran formato ha traído numerosas ventajas al mercado, como la posibilidad de personalizar imágenes que comuniquen de forma más efectiva mensajes promocionales o publicitarios. Dichos mensajes suelen estar desarrollados por el comprador de impresiones, que acostumbra a solicitarlas en el último momento. Hoy día, las impresoras de gran formato permiten una mayor velocidad y una excelente calidad, y hacen posible que el proveedor de gráficas cumpla con los plazos de entrega más reducidos, en este exigente entorno.

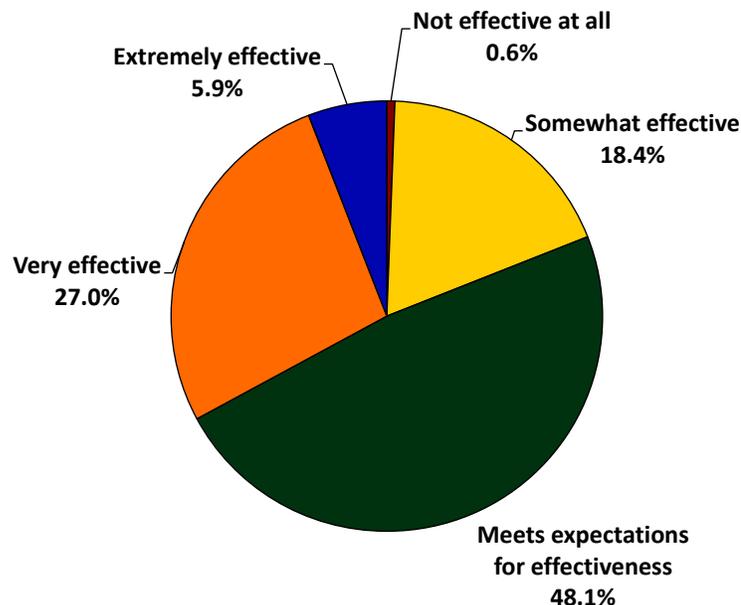
**Estudios realizados demuestran que los rótulos de gran formato son de 3 a 10 veces más rentables que otros métodos de publicidad.**

Las gráficas de gran formato representan una de las formas más rentables de comunicar información a un público numeroso. Estudios realizados demuestran que los rótulos de gran formato son de 3 a 10 veces más rentables que otros métodos de publicidad alternativa, como diarios, revistas, televisión y radio. Al mismo tiempo, es de dominio público que la publicidad de un punto de venta tiene un impacto directo en 2 tercios de la actividad de un espacio comercial.

Las empresas de marketing manejan presupuestos cada vez más ajustados, lo que les lleva a justificar un uso más efectivo de sus asignaciones para publicidad, y un retorno en la inversión en marketing. La impresión digital de gran formato da respuesta a estas necesidades, para numerosos sectores de actividad, ya que es una forma rentable de comunicar mensajes promocionales y de producto, y son capaces de ejercer una influencia directa sobre el comportamiento del consumidor, un aspecto clave de la efectividad de los rótulos y gráficos de gran formato.

#### Imagen 8: Efectividad de las Gráficas de Gran Formato

How effective are wide format graphics in terms of accomplishing your goals?



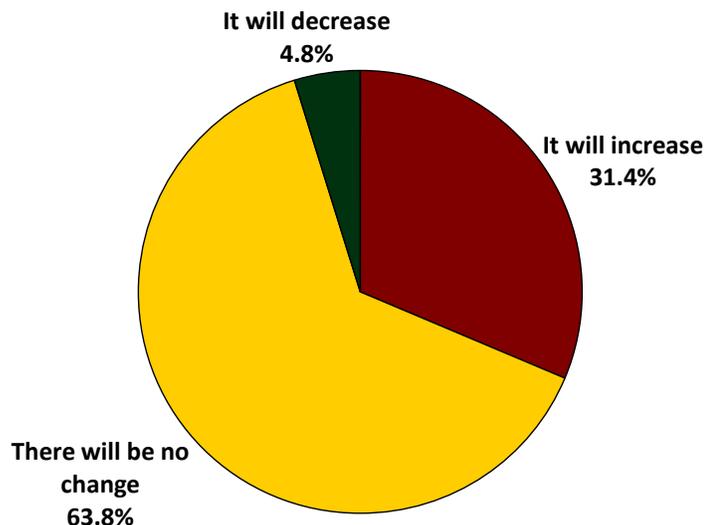
N = 526 Respondents

Source: *Wide Format Printing: A Critical Element in the Communications Mix*, InfoTrends 2013

Un indicio de crecimiento del mercado de las gráficas de gran formato es la expectativa futura de gasto del consumidor. Los encuestados mostraron afirmaron tener más posibilidades de experimentar un aumento, y no una reducción, de su gasto en impresiones de gran formato. Entre los que esperaban aumentar dicho gasto, la media de aumento se situaba en un 14%.

### Imagen 9: Expectativas de Gasto de Consumidores de Gran Formato

What is the outlook for wide format graphics purchasing at your company over the next 12 months?



N = 526 Respondents

Source: *Wide Format Printing: A Critical Element in the Communications Mix*, InfoTrends 2013

### ¿Cuál es la Rol Comercial si me Involucro?

Cuando se trata de procesos de negocio de transformación y de la mejora de las comunicaciones para las empresas en general, el retorno de la inversión no es un mero cálculo. Lo más sencillo es calcular el retorno de la inversión en adquisiciones de productos, únicamente. Utilizando una serie simple de datos de investigación de InfoTrends sobre volúmenes habituales de impresión por equipo, una serie de precios de suministros y un precio medio minorista, es posible desarrollar rápidamente un caso de negocio de impresión mensual de gráficas de gran formato.

**Tabla 2: Ejemplo de Caso de Negocio**

Metros impresos al mes	1.500
Coste por m <sup>2</sup>	€14
Coste total	€21.000
Precio minorista por m <sup>2</sup>	€40
Ingresos mensuales	€60.000
Beneficios mensuales	€39.000

## Cómo Empezar: Planificando el Éxito

La impresión de gran formato no es para todo el mundo, pero sí tiene sentido para muchos. Por ejemplo, para los impresores comerciales que ya cuentan con capacidades para documentos digitales, es fácil adoptar aplicaciones de gran formato. Estas empresas ya han adoptado modelos de negocio de tirada corta con servicios de valor añadido, y el gran formato puede ser simplemente una oferta más de su cartera de servicios. Aparte, los clientes para los que usted ya imprime anuncios, catálogos y folletos suelen invertir mucho dinero en rótulos, con otros proveedores. Estos mismos clientes, que demandan tiempos de respuesta y tiradas cortas y mayor personalización, demandarán lo mismo de sus proveedores de gráficas.

***los clientes para los que usted ya imprime anuncios, catálogos y folletos suelen invertir mucho dinero en rótulos, con otros proveedores.***

Cualquier inversión de envergadura debería ejecutarse únicamente si está planificada de forma exhaustiva. Cuando se está considerando la adquisición de un equipo de impresión de gran formato, es mejor desarrollar un plan que aproveche el conocimiento y la experiencia de la organización, así como las fortalezas de su tecnología.

Igual de importante de cara a realizar una inversión es la estrategia de venta. Concentrarse en las siguientes áreas puede ayudar a su empresa a irrumpir con éxito en el mercado del gran formato.

### Conozca a Su Cliente

El punto de partida obvio para atraer clientes es evaluar su negocio actual y el perfil de su base de clientes. La venta de impresiones de gráficas de gran formato a clientes actuales es una buena idea, pero el ciclo de ventas podría alargarse más de lo previsto, si los clientes que en la actualidad adquieren sus servicios no están interesados en la compra de impresiones de gran formato. Averigüe qué clientes podrían estar adquiriendo servicios de impresión de gran formato y desarrolle un plan de contacto directo para presentarles estos servicios. El siguiente paso es buscar empresas locales similares y desarrollar su propia experiencia con su primer grupo de clientes, para ampliar su base.

Una vez identificados sus clientes objetivo y desarrollado una base de clientes fieles, es muy importante la retroalimentación. Comprender lo que a sus clientes les gusta o no de su empresa y sus productos es muy importante. Muchos vendedores líderes de gran formato dirigen grupos de enfoque y asambleas de clientes, realizan sondeos (online y offline) e invitar a compartir impresiones en la web. Los clientes aprecian este contacto personal y le facilitarán información que le permita orientar la dirección futura de su marketing.

### Conozca su Mercado

Conocer el mercado es una de los aspectos fundamentales del marketing de éxito. Parece algo obvio, pero muchas campañas de marketing que fueron cuidadosamente planificadas fracasaron debido a una identificación deficiente del mercado. Existen numerosos clientes objetivo para la impresión de gran

***Many well-thought-out campaigns have been unsuccessful because the market was not clearly identified.***

formato. Por ejemplo, ¿piensa suministrar al comprador de forma directa, o prefiere concentrarse en las empresas de

eventos/displays/ferias que necesitan impresiones de gráficas de gran formato efectivas para sus clientes? ¿Existen negocios locales que puedan externalizar trabajos de gran formato en usted? El aspecto más importante del marketing es identificar a sus clientes, aunque debe tener en cuenta que esto podría cambiar de repente. Por ejemplo, si las empresas que ahora externalizan deciden invertir en su propio equipo de impresión de gran formato, usted podría perder un cliente muy importante.

Concentrarse en un segmento específico de la industria es inteligente, porque facilita concentrarse en un tipo específico de clientes con soluciones que encajan bien en su negocio. Examinando el tipo de impresiones de gran formato que estas empresas compran y utilizan, será más sencillo comprender qué capacidades necesitará para atraerlos hacia sí. Algunos segmentos son la administración pública, la alimentaria, el ocio, el hotelero, el inmobiliario y la automoción. También es importante conocer las particularidades de dichos segmentos. Por ejemplo, la industria alimentaria lidera el segmento de la compra de impresión de formato, pero esto también es cierto que muchos distribuidores de la cadena de la alimentación producen gráficas para estos fabricantes, por sus propios medios. Esta producción in-plant invierten con fuerza en producir todas las impresiones que el fabricante requiere, lo que indica que ese segmento no se dirige hacia la búsqueda de proveedores de estos servicios. Por otra parte, muchos concesionarios de automóviles, tiendas de venta al por menor y la industria de la moda suelen estar dirigidos por grandes corporaciones que controlan sus adquisiciones de forma centralizada, aunque suelen recurrir a proveedores locales para reducir sus gastos de envío.

### Conozca a sus Competidores

Todas las empresas deberían invertir tiempo en examinar a su competencia para conocer las áreas en las que son más competitivas y que oportunidades de diferenciación existen. La información clave sobre sus competidores le ayudará a posicionarse de forma beneficiosa. ¿Cuántos proveedores de impresión de gran formato, aparte de usted, existen en su zona? ¿Qué tipo de servicios prestan? ¿Tendrá usted (o podría tener) ventaja en cuanto a precios, o tendrá que subirlos? ¿Hay algún servicio que nadie ofrece aun y que podría ayudarle a diferenciarse del resto?

Es necesario que usted conozca su mercado local para posicionar y poner un precio adecuado a sus gráficas de gran formato. Si existe un gran número de competidores locales, el mercado será más receptivo a una estrategia de precios para impresiones de gran formato convencionales, como posters, rótulos y banners. Incluso cuando hay una gran concentración de competidores, un alto nivel de servicios (asistencia en diseño, gestión de activos digitales, instalación y gestión) pueden ser un buen diferenciador.

***Es necesario que usted conozca su mercado local para posicionar y poner un precio adecuado a sus gráficas de gran formato.***

### Conozca su Producto

Como cualquier experto en marketing le dirá, usted no conseguirá vender un producto que no conozca a la perfección. Comprender la necesidad de un conocimiento exhaustivo del producto es el primer paso hacia el éxito de su negocio de impresiones de gran formato. Aunque los especialistas en esta materia vender un servicio, y no un producto concreto, las técnicas tradicionales de venta se aplican igualmente. A continuación, se describen dos que le permitirán conocer mejor su producto:

- Obtenga toda la información escrita que sea posible sobre su producto. En este caso, se incluirán las impresoras de gran formato que se utilizan para generar los productos. Debe estudiar sus características y beneficios.
- Obtenga toda la información escrita que sea posible sobre el hardware, software y medios de la impresión de gran formato. Tenga esta información a mano y utilícela con el cliente, revisando paso por paso cada detalle. Es útil conseguir crear demanda donde antes no la había. Por ejemplo, ayudando a sus clientes potenciales a descubrir los beneficios que resultarán de la creación de anuncios más visuales, un proveedor conseguirá atraer más negocio.

### Desarrolle una Estrategia de Precios

No todos los clientes son iguales. Sólo en función de los productos, los servicios de impresión de gráficas digitales gran formato se suelen ofrecer según el volumen, los medios y los servicios de finalizado utilizados. Puede que un cliente particular necesite otro tipo de precios, basado en el tipo de relación, el historial de ventas, las necesidades de su campaña, o el tamaño/origen del cliente (por ejemplo, grupos de una comunidad entidades sin ánimo de lucro).

### ¡Predique con el Ejemplo!

Tanto si su empresa cuenta con 3 empleados como con 50, es muy importante que tenga un equipo de ventas fuerte. Esta fuerza no reside en el número de comerciales, sino de su conocimiento. Los profesionales de ventas deben entender la estrategia de marketing de la empresa de marketing y sus objetivos, así como los mercados, los clientes y la competencia.

InfoTrends ha observado una tendencia en aumento del uso de las jornadas de puertas abiertas por parte de muchas empresas, como herramienta de marketing que les ayuda a vender sus servicios de impresión de gran formato. Durante estas jornadas, las empresas tienen ocasión de mostrar impresiones creadas con sus propias impresoras: una lona de coche o furgoneta, una gráfica para una ventana o un suelo, impresión sobre velas, muebles y accesorios llamativos. Estos trabajos se exponen de forma atractiva e invitan a los clientes a imaginar nuevas e interesantes opciones para su propia publicidad y gráficas.

### La Opinión de InfoTrends

Mientras los segmentos más tradicionales del mercado de la impresión experimentan descensos anuales, la impresión digital de gran formato continúa creciendo gracias a una mayor demanda de sus aplicaciones por parte del comprador y a la mejora de la economía por parte del proveedor de tecnología. La gente adquiere impresiones de gran formato, gráficas y documentos técnicos, porque funcionan; como medio de publicidad y como herramienta de transferencia de información, aparte de ser muy rentable.

La necesidad de unos ciclos más cortos, el control de versiones, y la producción a tiempo de gráficas digitales aumenta la presión sobre los proveedores y sus tecnologías. Al mismo tiempo, la necesidad de un menor coste de operación y la facilidad de reciclado de impresiones, hace que los aspectos económicos y sostenibles sean aún más importantes. El elevado precio de venta de las gráficas digitales de gran formato hace que esta sea una oportunidad muy atractiva para los proveedores; sin embargo, dicha oportunidad no se limita al negocio de las gráficas. La transformación que está teniendo lugar en el mercado técnico de gran formato también representa una gran oportunidad, dada la transición hacia procesos de distribución más enfocados a la impresión en color.

La impresión digital de gran formato es una de las pocas áreas del mercado global de la impresión que muestra un cambio y un crecimiento rápidos. ¡Este es el momento de involucrarse!

Las opiniones expresadas en él representan nuestra interpretación y análisis de una información generalmente disponible al público o elaborada por las personas responsables en las empresas aquí mencionadas. Creemos que las fuentes de información en que se basa nuestro material son fiables y hemos aplicado nuestro mejor criterio profesional a los datos obtenidos.

## Sobre los Autores



**Steve Urmano**

Director

[Steve.Urmano@infotrends.com](mailto:Steve.Urmano@infotrends.com)

+ 1 781 616 2100 ext. 167



[Sígueme en Twitter](#)



[Conecta conmigo en LinkedIn](#)

Steve Urmano es el Director de los Servicios de Impresión de Gran Formato de InfoTrends. Es responsable de todas las tecnologías de la impresión de gran formato así como los medios especiales que emplea. Steve Urmano también es responsable de elaborar previsiones y de llevar a cabo investigaciones primarias.



**Lisa Cross**

Directora Asociada

[lisa.cross@infotrends.com](mailto:lisa.cross@infotrends.com)

+1 781-616-2192

Lisa Cross es la Directora Asociada del servicio de Desarrollo de Estrategias de Negocio de InfoTrends. Es la responsable de realizar estudios de mercado, dar apoyo a las previsiones de mercado, gestionar proyectos de consultoría e informar sobre eventos empresariales.



**Nichole Jones**

Consultora

[nichole\\_jones@infotrends.com](mailto:nichole_jones@infotrends.com)

+1 781-616-2191

Nichole Jones es Consultora del Servicio de Consultoría sobre Estrategia de Producción, Impresión y Embalaje de InfoTrends. Sus responsabilidades incluyen la gestión de la promoción y distribución de contenido de InfoTrends y la asistencia a clientes y canales para desarrollar programas de desarrollo de negocio. Es también responsable de desarrollar currículums y contenido para los servicios de formación de InfoTrends.

[¿Sugerencias o Preguntas?](#)