

Impresión Digital

CENTRO DE RECURSOS



**La innovación
es esencial para
el futuro del
mercado de impresión**

brother

La innovación es esencial para el futuro del mercado de impresión

En el mundo post- COVID el mercado tendrá dificultades para recuperarse al nivel previo a la pandemia después del repunte inicial registrado este año. La mayor caída se producirá en las ventas de plataformas analógicas utilizadas en la impresión y las publicaciones comerciales, que se espera descendan un 1,9% en los próximos cinco años. El sector tendrá que innovar para recuperar el terreno perdido durante 2020.

Según el informe de Smithers, "El futuro de los equipos de impresión hasta 2026", el mercado global de equipos de impresión y acabado alcanzará los 15.900 millones de dólares en 2021. Los datos del informe muestran que los ingresos del mercado cayeron de 17.300 millones en 2019 a 13.200 millones en 2020, lo que representan 4.000 millones menos.

A pesar de registrar una recuperación tras la interrupción causada por la COVID-19, las perspectivas del mercado siguen siendo desafiantes hasta 2026. Esto dará prioridad a las nuevas tecnologías, los sistemas y servicios de



valor añadido y una mayor automatización, ya que los fabricantes de equipos de impresión buscan mantener la rentabilidad.

LA IMPRESIÓN EN UN MUNDO POST-COVID

Smithers augura que en el mundo post-COVID el mercado tendrá dificultades para recuperarse al nivel previo a la pandemia después del repunte inicial registrado este año. El mercado será esencialmente plano, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de menos 0,2% de 2021 a 2026 a precios constantes.

A lo largo del período 2021-2026, el mayor mercado para las ventas de equipos estará en Asia, especialmente en India y China. América del Norte y América Latina también verán aumentos moderados en las ventas de equipos, mientras que demanda disminuirá tanto en Europa occidental como en Europa oriental.

El impacto sísmico de la pandemia se está sintiendo en todos los sectores tecnológicos y mercados geográficos, pero no por igual. El

Todas las novedades sobre el mercado de impresión en #IMPRESIONIT



análisis de Smithers muestra que habrá pocos segmentos que continuarán expandiéndose a lo largo de la década de 2020, a medida que los compradores y proveedores de servicios de impresión se adaptan a un

entorno empresarial remodelado por la experiencia de la pandemia.

La mayor caída se producirá en las ventas de plataformas analógicas utilizadas en la impresión y las publicaciones comerciales, y algunos proveedores de servicios de impresión más pequeños se verán obligados a retirarse del negocio. Estas aplicaciones ya estaban en declive con la caída de los volúmenes de impresión a lo largo de la década de 2010, ahora exacerbada por la COVID. Smithers prevé un descenso interanual del 1,9% para los equipos analógicos en los próximos 5 años.

En su análisis, Smithers augura que el mercado registrará un crecimiento esencialmente plano, debido especialmente al descenso de ingresos del segmento de impresoras analógicas. Sin embargo, el aumento general de la demanda de prensas de embalaje y tecnología digital equilibrará en gran medida esta caída del mercado.

A lo largo del período 2021-2026, la base instalada de prensas digitales crecerá en general, con prensas electrofotográficas que se suman a la base instalada. Se prevé que la base instalada de prensas de inyección de tinta sea esen-



cialmente estática entre 2021 y 2026, ya que la eliminación de las prensas de gran formato compensa un mayor uso de unidades de una sola pasada y alimentadas con hojas en envases y otras aplicaciones alternativas.

CUÁLES SON LAS TENDENCIAS

Una tendencia líder que ha experimentado una marcada aceleración en 2020 es el cambio a tiradas de impresión más cortas, que

está desplazando los costes de impresión por unidad en favor de las prensas digitales (inyección de tinta y electrofotografía). Los equipos digitales son más fáciles de integrar con los modelos de servicios de comercio electrónico, web-to-print y print-on-demand, que son cada vez más populares; y ofrecer impresión de datos variables de valor añadido. A corto plazo, muchos líderes tecnológicos se centran más en las mejoras incrementales de las pla-

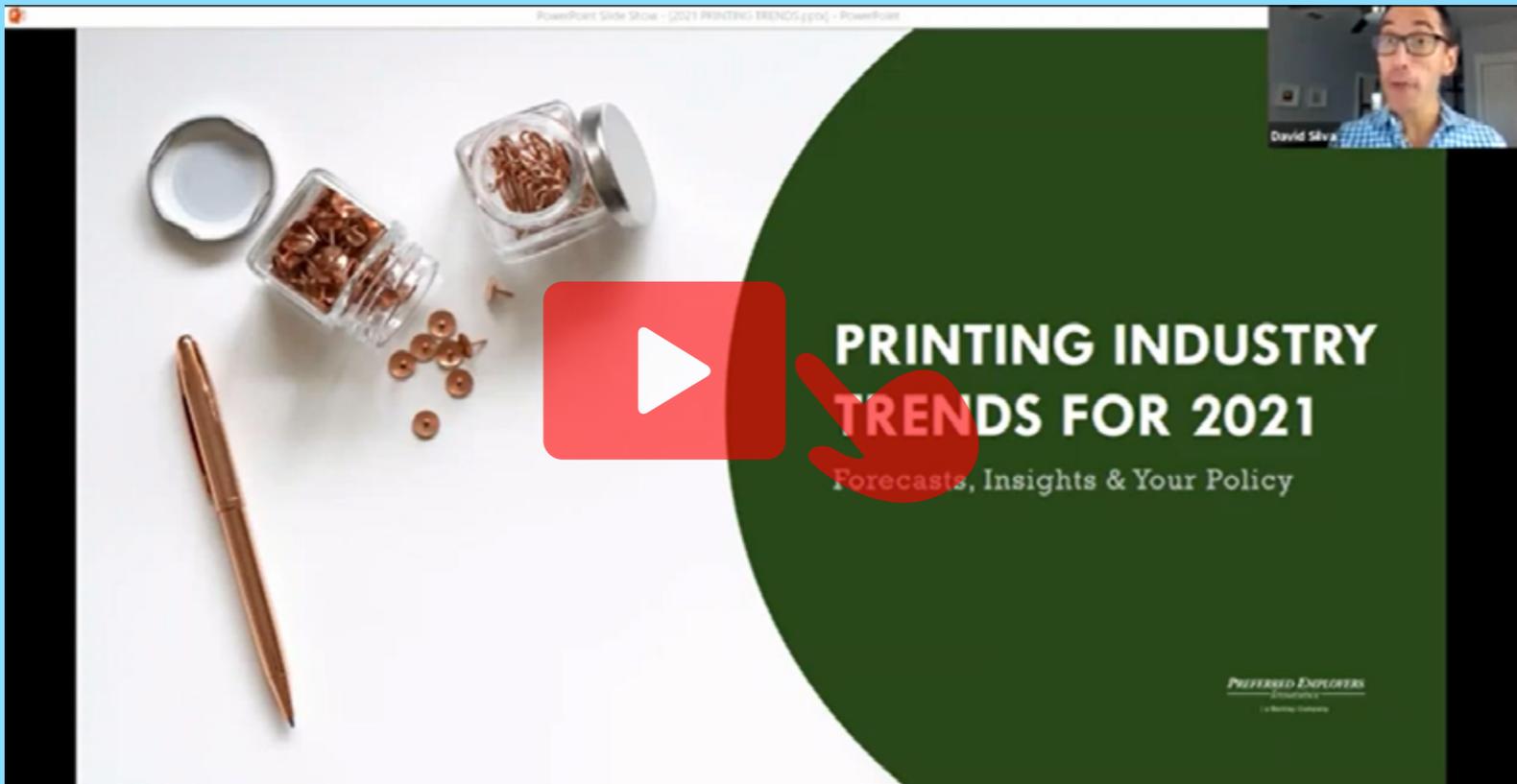
taformas existentes, hasta que los ingresos se recuperen.

Los fabricantes tradicionales de prensas analógica están innovando en este espacio. En prensas analógicas la automatización en preimpresión, fabricación de placas en prensa y lavado automatizado, es una prioridad, para aumentar la eficacia operativa y mantener los márgenes y la rentabilidad.

La cancelación de Drupa 2020, y una menor asistencia a Drupa Virtual 2021, ha roto la dependencia de la industria en este evento clave en el calendario impreso. Esto está llevando a las empresas a investigar nuevos canales de ventas y marketing online para interactuar con una base de clientes global y demostrar sus últimos equipos. Esto coincide con el imperativo de ofrecer un servicio y soporte remoto más directo online, por las restricciones del COVID.

INNOVACIÓN, PALANCA PARA LA RECUPERACIÓN DEL SECTOR

La crisis del coronavirus ha supuesto un gran reto para las empresas de comunicación visual, que han tenido que buscar la manera de sobrevivir en un entorno desfavorable en el que la optimización de los recursos y de los procesos está siendo fundamental. La búsqueda de nuevos nichos de mercado y la innovación, sumadas a las tendencias de sostenibilidad y transformación digital son las palancas para que las



PRINTING INDUSTRY TRENDS FOR 2021
Forecasts, Insights & Your Policy

TENDENCIAS EN EL MUNDO DE LA IMPRESIÓN

compañías superen este trance, tal y como se ha puesto de manifiesto en el VII Congreso de FESPA España, celebrado bajo el título Juntos en el camino de la reactivación del sector.

Según Pablo Serrano, Secretario General de FESPA España, “en el inicio del estado de alarma en marzo el sector quedó en situación prácticamente de paro parcial. En junio el sector tenía una actividad estimada del 40%, en verano aumentó hasta el 80% y a fecha de hoy, tras la evolución de septiembre y octubre, se estima que estemos al 70%”. Mientras en el ámbito político y social se abría el debate sobre si había que cerrar la economía para proteger la salud o al revés, las empresas del sector se centraron en cómo ayudar. “Algunas se pusieron a fabricar mascarillas, otras piezas para respiradores o mamparas de separación”, ha señalado Serrano.

La sostenibilidad y la transformación digital son las dos tendencias actuales que demanda el mercado y que facilitan la supervivencia a las empresas. Carlos Reinoso, Director General de Aspapel, habló sobre cómo pueden aprovechar las empresas las ayudas del Pacto Verde Europeo: “Va a suponer una oportunidad para realizar transformaciones en nuestras empresas como jamás hemos conocido, porque va a haber disponibilidad presupuestaria y flexibilización en los procesos”, afirmó. “Son tiempos difíciles, pero el coronavirus ha llegado para

acelerar y reafirmar el Green Deal y poner a disposición fondos como no se había visto antes”.

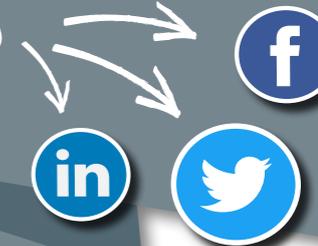
Sobre esas posibilidades de financiación y las ayudas que se están pactando en las mesas de negociación entre el Gobierno, los sindicatos y la patronal, habló Pedro Fernández, Secretario General de CEPYME, que hizo un repaso por los temas de mayor interés para los empresarios y los trabajadores: los ERTE, los préstamos ICO o la regulación del teletrabajo. “Si queremos establecer una coyuntura que apoye a las empresas en esta situación, todos los planes que se han puesto en marcha tendrán que alargarse hasta que se reactive la actividad económica”, afirmó.

La situación de las empresas de la comunicación visual no es igual en todos los casos. Algunas han encontrado nichos de mercado en los que centrarse en estos momentos que les están ayudando a mantenerse hasta que la situación económica y la demanda se estabili-

A pesar de registrar una recuperación tras la pandemia, las perspectivas del mercado siguen siendo desafiantes hasta 2026

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



cen. También se habló, de la transformación digital, un proceso que están llevando a cabo gran cantidad de empresas y que en muchos casos necesitan apoyo externo. ■



MÁS INFORMACIÓN



[¿Cómo va a evolucionar el mercado de impresión?](#)



[Brother impulsa la innovación en un mundo post-COVID](#)



[Beneficios de los servicios de impresión gestionados](#)



[Cómo proteger la impresión distribuida híbrida](#)



[Era post-pandemia, una oportunidad para reinventar el negocio](#)

Solución de impresión para entornos hiperdistribuidos

Para la mediana y gran empresa
con empleados en teletrabajo

9,90 € empleado/mes*

Descubre más >



*Precio por puesto de trabajo basado en 25 equipos, modelo MFC-L2710DW, con un contrato a 4 años y un volumen de 200 páginas/mes. Impuestos no incluidos.

“EN UN MODELO HÍBRIDO, LA GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE IMPRESIÓN TIENE QUE CAMBIAR”

JOSÉ RAMÓN SANZ, RESPONSABLE DE MARKETING DE PRODUCTO DE BROTHER IBERIA

Durante la pandemia, seis de cada diez empresas mantuvieron a sus empleados trabajando en casa. El 58% de los empleados cree que trabajará desde su casa al menos dos o tres días por semana. El trabajo híbrido ha llegado para quedarse. ¿De qué manera va a influir este modelo de trabajo en el mercado de impresión?

La consolidación del modelo de trabajo híbrido va a dar certeza a cuál va a ser la organización del modelo de trabajo. Habrá empresas que apuesten por el trabajo presencial y otras por el teletrabajo, aunque la tenden-

cia es que se consolide el trabajo híbrido, que combina estos dos aspectos. Esto se traduce en que aspectos de la organización de las empresas, o de los procesos para trabajar, entre los que se incluyen la impresión, se van a ver afectados.

¿Cuál es el rol que van a jugar los departamentos de TI en este nuevo marco laboral?

Nos encontramos en una nueva realidad y muchas empresas están apostando por modelos de trabajo híbrido, que combinan trabajo presencial y trabajo en casa.



Esto hace que para los departamentos de TI o los responsables de infraestructura tecnológica el trabajo sea más difícil. Por un lado, tiene que cambiar cómo es la situación de todos los dispositivos incluido la impresión y digitalización en las oficinas y, o por el otro, tienen que gestionar a los trabajadores que están en su casa.

¿Cuáles son los problemas que se están encontrando las empresas a la hora de implantar modelos de trabajo híbrido?

Si nos centramos en los departamentos de TI o responsables de infraestructura de las empresas, éstos se encuentran que una misma persona, al trabajar en su casa y en la oficina, se convierte en dos usuarios. Esto supone que los perfiles, los accesos y las medidas de seguridad tengan que ser diferentes para, por un lado, mantener esa seguridad, y por el otro, mantener la productividad. Esto nos lleva a una segunda consideración desde el punto de vista de los domicilios. Los equipos de impresión que se utilizan en el trabajo híbrido no pueden



Todas las novedades sobre el mercado de impresión en #IMPRESIONIT



ser los mismos que se utilizaban antes de la pandemia. Es decir, equipos domésticos, de baja gama, que cubrían una demanda de impresión baja o puntual. Ahora se necesitan equipos que dispongan de una serie de funciones digitales, que estén conectados de forma remota, que

se entiendan bien con la nube, o que dispongan de medidas de privacidad que aseguren la confidencialidad de la información. Todo ello en un entorno completamente seguro que evite un posible ataque a la infraestructura empresarial y que evite la vulnerabilidad que pueda tener una impresora.

¿Y desde el punto de vista de las oficinas?

La gestión de los servicios de impresión y gestión documental des-

de el punto de vista de las oficinas también tiene que cambiar.

Por un lado, toda la gestión de personas que están trabajando desde sus domicilios requieren de una atención por parte de los departamentos de TI o responsables de infraestructura de las empresas.

El departamento de servicios generales tiene que estar pendiente de las necesidades de todos los trabajadores, independientemente de dónde se encuentren desempeñando sus funciones. Desde el punto de vista de impresión, ese departamento, además de tener que estar pendiente de, por ejemplo, la compra de consumibles o de las incidencias técnicas que se pueden producir, ahora tienen que gestionar un parque de impresión disperso.

Las empresas ya no sólo tienen que estar pendientes del tipo de marca o proveedor que van a utilizar, sino que tienen que prestar especial atención a los servicios. Ya no se puede hablar meramente de la compra de equipos y consumibles, sino que se tiene que hablar de gestión integral de la impresión.

#ImpresionIT

User
TECH & BUSINESS

it
televisión

José Ramón Sanz
Responsable de Marketing de producto, Brother Iberia

“EL TRABAJO HÍBRIDO TRANSFORMARÁ EL MERCADO DE IMPRESIÓN”

¿Cuál es la propuesta de Brother para facilitar la impresión y gestión documentan en entornos laborales híbridos?

En el inicio de la pandemia, lo que hicimos fue replantear muchos de los servicios gestionados que ofrecemos. Trabajamos en que éstos fueran más sencillos, con equipos más compactos, que puedan ser utilizados o bien en la oficina o bien en casa del trabajador.

Lo que queríamos es que nuestros clientes no tuvieran que dedicar tiempo a tareas administrativas y se centrasen en lo que es realmente importante: su negocio.

¿En qué áreas se va a centrar su compañía?

En Brother estamos trabajando en nuevas soluciones que satisfagan las necesidades de la oficina en casa. El teletrabajo ha llegado para quedarse y nuestras soluciones cubren tanto las necesidades que tienen las empresas como la que demandan las personas.

También estamos trabajando en reforzar nuestra oferta de impresión distribuida. Nuestra oferta facilita la

impresión como servicio. Estamos hablando de que una empresa pueda adquirir un equipo de impresión y gestionar la compra de un consumible y que, a la par, puedan no hacerse cargo de las tareas administrativas que no suponen valor añadido para su negocio. Esas tareas se pueden realizar desde el fabricante o desde los distribuidores. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Conoce cómo está evolucionando el mercado de impresión](#)



[La propuesta de Brother para oficinas y usuarios](#)

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



LOS CLIENTES, SATISFECHOS CON BROTHER

Por 13 años consecutivos, la compañía experimenta un alto grado de participación y buenas valoraciones en la encuesta de satisfacción que realiza todos los años para conocer el grado de satisfacción de los clientes con respecto a su Servicio Técnico y de Atención al Cliente, algo que es especialmente relevante este año. La crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19 ha impactado poco en la buena opinión que los clientes tienen de Brother, ya que el 89% manifestó estar muy satisfecho o satisfecho con su servicio de reparación, y el 85% afirmó estar conforme con los productos de la compañía. El estudio

pone de manifiesto que el 87,5% de los encuestados reconoció estar de acuerdo en cómo se solucionó la incidencia que tenían con su equipo. Además de la calidad, los clientes que han hecho uso del servicio de reparación de Brother destacan especialmente la rapidez (86,5%) y la calidad del informe entregado (93%).

Un 76% de los usuarios han consultado la web antes de contactar con el departamento de atención al cliente, lo que supone un crecimiento del 11% con respecto al año anterior, mientras que las consultas a la Guía de Usuario han aumentado un 25% con respecto a 2020. Este compor-

tamiento resulta significativo, ya que permite mejorar la calidad del servicio de Atención al Cliente, resolviendo posibles dudas de manera temprana y agilizando la búsqueda de la solución adecuada.

Puedes leer la tribuna de opinión entera en [este enlace](#)



JOSÉ RAMÓN SANZ,
Responsable de Marketing de
Producto de Brother Iberia



El mercado de impresión ha experimentado una profunda transformación ayudando a las empresas en sus procesos de digitalización.

¡Descubra en nuestro



cómo está evolucionando un sector clave en la Transformación Digital!



Impresión Digital

Con la colaboración de:



brother

