

Del 17 al 20 de abril de 2013
 www.graphispag-digital.com

Nuevas tendencias en impresión que generan oportunidades de negocios

Bienvenidos a la era del "Print everything"

Decorar la pared del salón con tu mejor fotografía, convertir el dibujo de tu hijo en un muñeco en 3D, o imprimir la cara de los niños en la puerta de su habitación es posible, rápido y tiene un coste razonable. Las nuevas tecnologías facilitan la impresión digital de calidad sobre todo tipo de superficies y abren un mundo de oportunidades: despegas el negocio del "imprime lo que quieras y donde quieras". La personalización sin límites ya está aquí.

No quieren lo mismo que los demás. Odian sentirse un número. Les gusta decidir y personalizar su ropa, su casa, su coche... y sentirse únicos. Son los consumidores del siglo XXI: más conectados, más informados, más concienciados y más exigentes. Adaptarse a sus nuevas demandas, como la personalización de productos, es el reto, y a la vez la oportunidad, que afronta el sector de la comunicación gráfica, que se reunirá del 17 al 20 de abril en graphispag.digital de Fira de Barcelona. El salón será un auténtico escaparate con lo último en tecnología gráfica digital, nuevos productos gráficos y acabados y soportes innovadores. Todo, para satisfacer a un nuevo cliente que exige calidad, precio y personalización sin límites.

La re-evolución de la comunicación gráfica

Imprimir una puerta, una mesa o los azulejos de la ducha era impensable hace sólo unos años. Pero hoy, gracias a los últimos avances en impresión digital y a su gran versatilidad en el uso de materiales, casi todo es posible.



El estudio de interiorismo Egue & Seta y el centro de impresión digital Sabaté, con 70 años de historia en el sector, lo han demostrado en la última edición de Casa Decor con su "Print Avenue". Se trata de un espacio único donde Sabaté se ha encargado de imprimir los diseños exclusivos de Egue & Seta sobre metal, metacrilato, madera, tejidos o moqueta. El resultado es espectacular y evidencia que casi todo lo imaginable es posible. Para **Daniel Pérez** (Egue & Seta), "la impresión digital está planteando a los interioristas todo un nuevo campo de

exploración formal y la posibilidad de ofrecer una solución de gran impacto a un coste interesante". Esta reducción de precios ha sido clave según César Díaz, director comercial y de producción de Sabaté: "Años atrás, las aplicaciones gráficas que realizábamos eran básicamente para ferias y exposiciones. Hoy, interioristas, arquitectos y escaparatistas se han convertido en grandes consumidores de nuestro producto". De ahí que Sabaté haya hecho una apuesta clara por la gráfica

3D, ofreciendo al cliente la posibilidad de personalizar elementos que hasta ahora no contemplaba (sillas, mesas, estanterías...), y utilizando soportes reciclables.



Clorofiladigital, con 30 años en el sector, es otra de las empresas que se han unido a esta tendencia. Bajo el lema "Con nosotros tu imaginación no tiene límites", ofrece soluciones personalizadas a arquitectos, interioristas, museógrafos, escenógrafos o particulares. **José Luís Cano**, su gerente, asegura que *"la tecnología ha abierto grandes posibilidades artísticas por su fácil aplicación en múltiples*

soportes" y *"los clientes nos aportan una gran creatividad, que intentamos aprovechar"*. En su web es fácil comprobar que, efectivamente, no hay límites para la imaginación: lavadoras con el skyline Nueva York; cabezales con la foto de Marilyn; paredes que te envuelven con un paisaje otoñal casi real o suelos con el mapa del metro de tu ciudad.

Otros, como Pixartprinting, te permiten diseñar tu propia butaca online, te la imprimen, y te la llevan a casa en un par de días por un módico precio. Los ejemplos son infinitos y algunos muy originales, como Crayon Creatures, que imprime en 3D dibujos infantiles, dando "vida tridimensional" a soles, jirafas, niños y casitas dibujados por los más pequeños.

La impresión digital textil crece exponencialmente

Entre todos los soportes imprimibles digitalmente, el textil destaca por su fuerte crecimiento en los últimos años. Y no sólo están aprovechando sus nuevas posibilidades las grandes empresas del sector, sino pequeñas *start-up* que han sabido convertirlas en oportunidades de negocio. Es el caso de stikets.com, una pequeña empresa de Igualada que imprime etiquetas personalizadas. La idea nació de **María José Rivas** y **Stephanie Marko**, dos madres emprendedoras que vieron la necesidad de encontrar una solución más fácil y duradera para identificar la ropa de sus hijos. Para Marko, *"es evidente que hay un mercado donde clientes y empresas quieren productos personalizados, competitivos y en cantidades pequeñas"*.

Otra *start-up* que crece gracias a la impresión digital textil es La Fibra Creativa, fundada por **France Buyle**. A través de su página web, esta apasionada del patchwork ofrece imprimir fotos, dibujos o diseños exclusivos sobre pañuelos de seda, algodón y lino sin cantidad mínima. Buyle tiene claro que *"una parte de la producción con serigrafía se irá convirtiendo en estampación digital por su flexibilidad"* y *"se irá recuperando una parte de la fabricación textil local que desapareció hace unas décadas"*. Son previsiones optimistas, como las de la consultora **Pira Internacional** y **FESPA** (Federación Europea de Impresores Digitales), que en un estudio reciente anticipan un aumento en el negocio de la impresión digital textil de más del 870% entre 2009 y 2014.

Es evidente, pues, que la industria de la impresión vive una reconversión profunda pero también está claro que, con los últimos avances en tecnología digital, se abre un mundo de oportunidades para imprimir todo lo que podamos imaginar. **Rafael Farrés**, presidente de graphispag.digital 2013, concluye: *"lo imprescindible es estar atentos a los cambios en la demanda. Es crucial entender esto y ver de qué manera tenemos que adaptar nuestra oferta, dentro de las posibilidades reales de la empresa"*. Algunos ya están aprovechando el tirón de la personalización sin límites.

El placer de la personalización

¿Por qué nos gusta diseñar nuestras bambas o nuestra tarjeta de visita online o imprimir nuestra mejor foto en el salón? ¿Qué hay detrás del *boom* de la personalización? Marc Cortés, profesor de Marketing de ESADE, asegura que "disponer de un producto o servicio personalizado nos hace sentir diferentes y únicos". Además, añade, "aumenta la percepción de buen servicio, de tener un producto hecho a medida. Esto nos garantiza un mayor "placer" en el consumo y, por tanto, una mayor vinculación con la marca".

Un estudio reciente de Accenture corrobora este *boom*: el 63 % de los consumidores quieren poder personalizar los productos o servicios que reciben para que sean exactamente lo que quieren. Es un cambio de conducta del consumidor reforzado, según Cortés, por la eficiencia: "los procesos productivos nos permiten personalizar a un coste más asumible" y, además, "con la digitalización podemos acceder de una forma más fácil, rápida y económica a estos procesos".

Ante estos cambios, Cortés recomienda a las empresas del sector de la impresión que observen a su consumidor: "Sólo sobrevivirán –advierte– aquéllos que entiendan la transformación no desde la perspectiva del sector sino del consumidor y aquéllos que trabajen por desarrollar servicios y no productos".

Imprimir fotos para regalar recuerdos

Acumulamos miles de fotos digitales en nuestro *smartphone*, el portátil, en las redes sociales... Pero, ¿cuántas imprimimos? Si bien la impresión tradicional en papel hace años que está en caída libre, crecen con fuerza otras formas de dar vida física a nuestras fotos y regalar recuerdos. Hofmann, Fotoprix, Kodak o Fann son sólo algunas de las compañías que ofrecen miles de posibilidades en sus webs: fotoálbumes, tazas, lienzos, calendarios, posters, bolsos, o, incluso, carcasas de móvil. Según HP, este mercado crece con fuerza en toda Europa y en 2015 generará más de 780 M€. Además, el negocio se sitúa cada vez más en la red. Según InfoTrends, en 2013 el 75% de productos fotográficos se comprarán online.

Autor:

Natàlia Torrent para graphispag.digital

El contenido del artículo se puede reproducir total o parcialmente.

Agradeceríamos citar graphispag.digital