

7º informe drupa Global Trends

Resumen ejecutivo 2020

Bienvenidos al resumen ejecutivo del 7º informe sobre tendencias internacionales de la drupa 2020. Los informes de la drupa brindan un análisis único de las tendencias clave de la economía y el mercado de las artes gráficas en las siete regiones del mundo y en función de los segmentos principales. Este 7º informe se ha elaborado a partir de la encuesta realizada en noviembre de 2019, que contó con la participación de casi ochocientos profesionales, con una buena representación de la mayoría de las regiones y segmentos de mercado. Damos las gracias al panel de expertos de la drupa, formado por impresores y expositores de la edición 2016 de la feria.

Distribuimos dos encuestas distintas, una para los impresores y otra para los proveedores, en las que algunas preguntas coinciden y otras son más específicas según su actividad. Han participado 581 impresores, y, si bien una mayoría son europeos (353), las demás regiones están bien representadas. La presencia de proveedores es menor, pero nos alegramos de contar con la participación de 189 empresas, 119 europeas, aunque con una buena representación internacional.

En general, los resultados eran optimistas entonces, aunque las empresas se mostraban más precavidas que en años anteriores. En los países más desarrollados había cierto nerviosismo por la amenaza de las guerras comerciales, mientras que en las regiones emergentes las mayores preocupaciones eran la corrupción y la inestabilidad política. Por segmentos, el packaging es el que más crece, aunque la presión ecologista contra el plástico plantea dificultades para algunos (y oportunidades para otros). Otros segmentos como el editorial y, en menor medida, la impresión comercial, echan de menos las oportunidades de expansión del packaging y la impresión funcional.

En el momento de escribir estas líneas, se desconoce el alcance y la duración de los efectos del coronavirus, pero sin duda serán considerables, como lo demuestra que la drupa se haya pospuesto hasta abril del 2021. No obstante, independientemente del mercado al que sirva la empresa y del entorno socioeconómico en que trabaje, la necesidad imperiosa de innovar está clara según los resultados de la encuesta. La demanda de productos impresos continuará evolucionando, y los impresores y proveedores que tomen nota de ello serán los que prosperen.

Messe Düsseldorf, como entidad organizadora de la feria drupa, quisiera dar las gracias a Printfuture (Reino Unido) y Wissler & Partner (Suiza) por elaborar esta serie de informes. Confiamos en que el resultado le aporte datos útiles y sea de su interés. Estaremos encantados de recibir sus comentarios. Envíenos un correo electrónico a drupa-expert-panel@drupa.de.

El equipo de la drupa
Abril de 2020

drupa Global Trends Abril de 2020

7º informe sobre tendencias internacionales de la drupa 2020: resumen ejecutivo

En la industria gráfica vale la pena ser optimista, y la mayoría del panel de expertos de la drupa lo es. Casi 800 impresores y proveedores encontraron un hueco en sus apretadas agendas para responder a nuestra encuesta anual, realizada en noviembre de 2019, es decir, antes del brote de coronavirus.¹ A escala internacional, un 17 % más de impresores describen su situación económica como “buena” en comparación con los que la califican de

“mala” (véase el gráfico A). Ese porcentaje es aún mayor en Europa (25 %) y en Norteamérica (54 %), pero la confianza ha caído en el resto de regiones.² En cuanto a los proveedores, los resultados son similares en Europa y Norteamérica, aunque el balance positivo fue mucho mayor en 2019 en las regiones emergentes: Oriente Medio (un 45 % más), América del Sur / Central (un 35 % más), África (un 30 % más) y Asia (un 25 % más).

Barómetro de la drupa: confianza de los impresores en la economía 2019

Balance positivo frente a negativo (%)

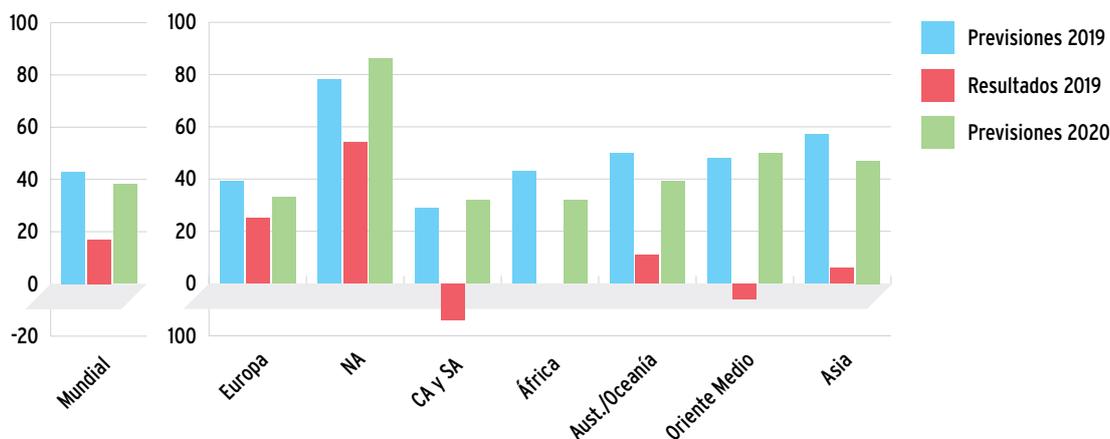


Gráfico A: ¿Cómo califica la situación económica actual de su empresa? ¿Cuáles son sus expectativas sobre la situación económica de su empresa en los próximos doce meses?

La cautela que muestran los impresores es lógica si consideramos cuánto han cambiado los ingresos, los márgenes y la utilización en los últimos doce meses (gráfico B). Fuera de Europa y Norteamérica, la situación es complicada, aunque en Oriente Medio se observa cierta mejoría. En el caso de los proveedores, los ingresos aumentaron en todas las regiones

salvo en Australia / Oceanía, pero los precios bajaron y los márgenes se vieron sometidos a grandes presiones en todas partes.

1. El número de impresores y proveedores encuestados por segmento de mercado y región se indica en el Apéndice del informe completo.

2. Los huecos entre columnas indican un resultado de cero.

Rendimiento financiero de los impresores por región 2019

Balance positivo frente a negativo (%)

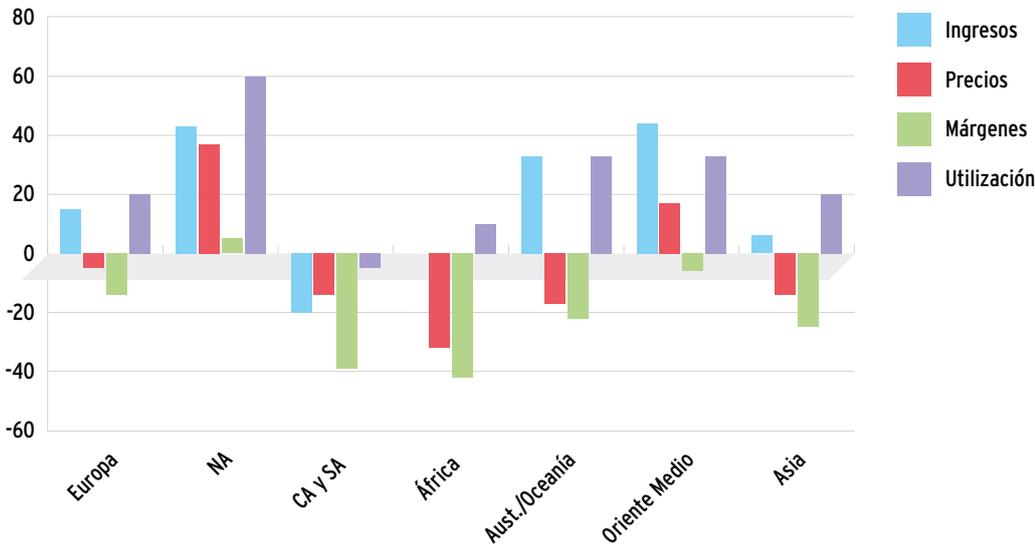


Gráfico B: ¿Cómo han evolucionado los ingresos, los precios, los márgenes y la utilización de su empresa en los últimos doce meses?

Si nos fijamos en las distintas regiones a lo largo del tiempo (gráfico C), Norteamérica se mantiene optimista desde los primeros informes, hace siete años. Europa ha mejorado continuamente hasta 2018, mientras que el resto de regiones han empeorado, salvo en el caso alentador de África este año.

Los proveedores, cuya situación coincide con la de los impresores por regiones, reducen sus previsiones para el año próximo aún más que los impresores, aunque en África, Asia y Oriente Medio son algo más optimistas que el año pasado.

Confianza económica de los impresores por región

Balance positivo frente a negativo (%)

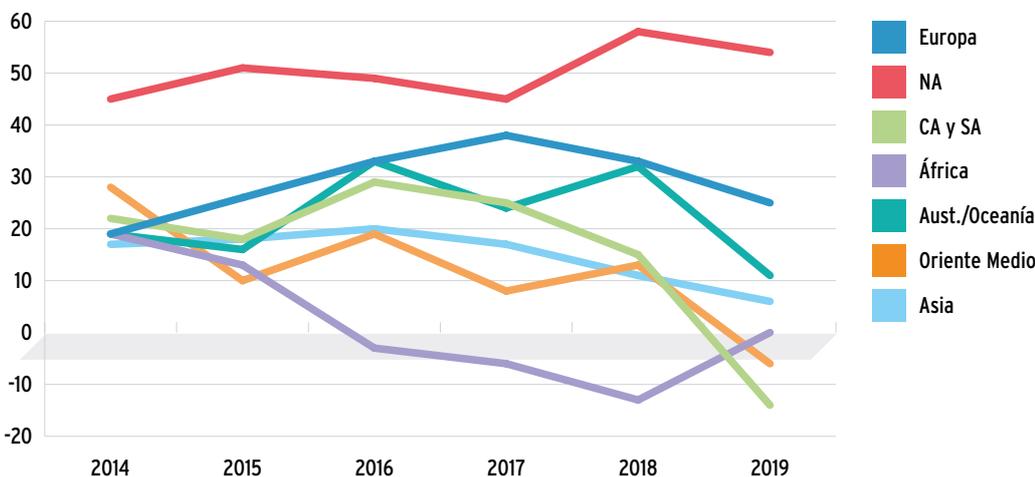


Gráfico C: ¿Cómo califica la situación económica actual de su empresa? (Resultados)

En la mayoría de años, los proveedores han sido más realistas en sus pronósticos, es decir, menos propensos a ser optimistas o pesimistas, aunque en 2017 sí mostraron cierto exceso de entusiasmo (gráfico D). Sin embargo, es digno de mención lo similar que ha sido la confianza económica de tantos impresores y proveedores año tras año en todo el mundo. El patrón es evidente. Primero hubo una recuperación lenta pero constante tras la doble sacudida que supuso

la crisis mundial de 2007-2008 y la irrupción de los medios digitales. Luego, a partir de 2017 se redujeron las expectativas debido a la preocupación creciente por problemas socioeconómicos más amplios, como la inestabilidad política, las guerras comerciales, etc. Además, el brote de coronavirus contribuye a ralentizar la economía, una situación que con suerte se revertirá pronto.

Confianza económica regional a lo largo del tiempo

Balance positivo frente a negativo (%)

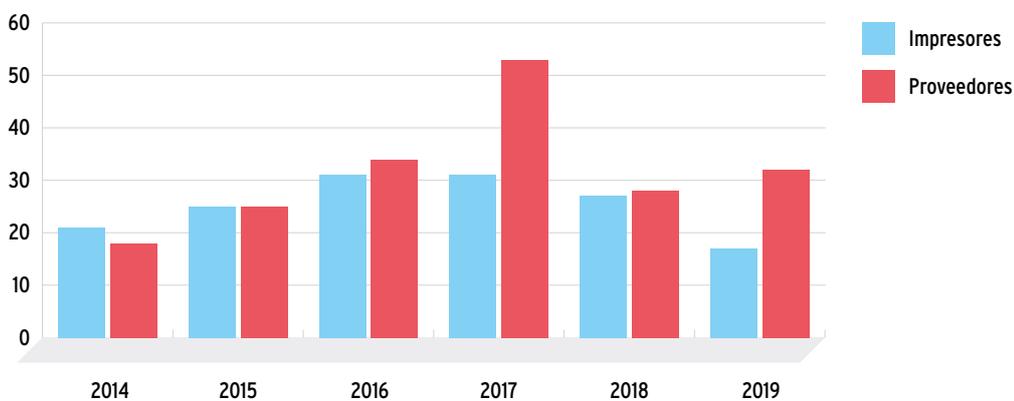


Gráfico D: ¿Cómo califica la situación económica actual de su empresa? (Resultados)

La confianza varía según el segmento del mercado: el packaging muestra los valores más altos, seguido de la impresión comercial y la editorial, como indica el gráfico E. En una de las preguntas de respuesta abierta, sobre las oportunidades previstas por los encuestados en 2020, destaca el número de empresas de

los ámbitos comercial y editorial que esperan diversificarse entrando en los mercados del packaging o la impresión funcional. Por otro lado, todos los mercados notan los efectos de factores socioeconómicos generales, como demuestra la tendencia a lo largo del tiempo.

Confianza económica por segmento

Balance positivo frente a negativo (%)

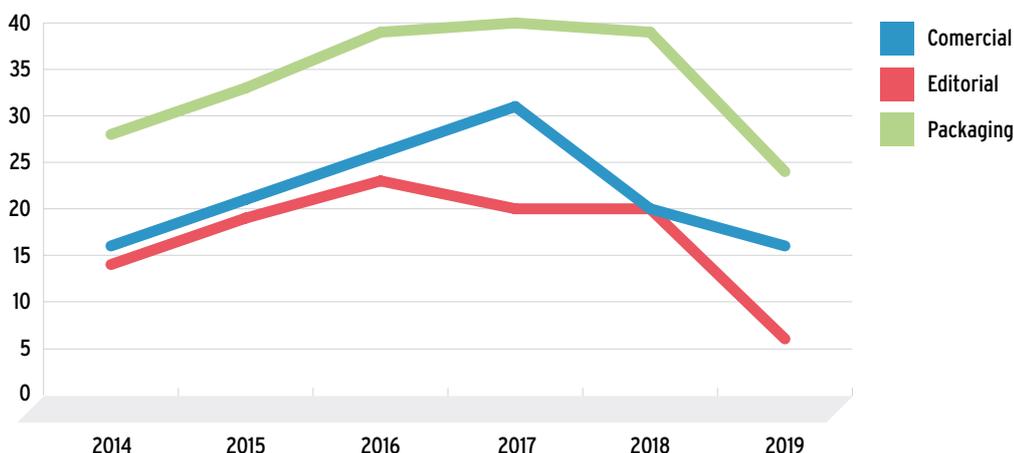


Gráfico E: ¿Cómo califica la situación económica actual de su empresa? (Resultados)

Si desglosamos los datos del rendimiento económico a lo largo del tiempo de los tres mayores segmentos (gráfico F), vemos que en todos los casos los impresores han conseguido mantener los resultados pese a la

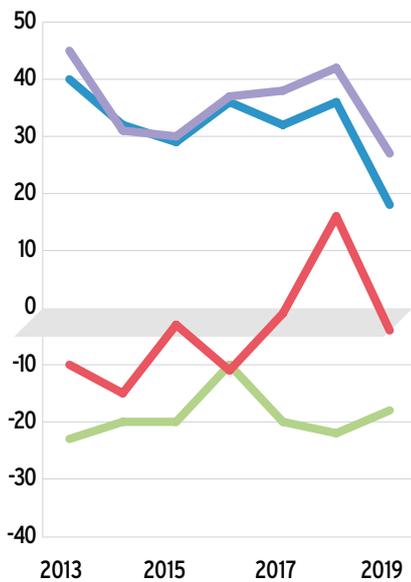
presión incesante sobre los márgenes, gracias al aumento de la utilización y por tanto, de los ingresos, lo que ha permitido reducir lentamente la presión sobre los precios en este periodo.

Rendimiento financiero por región y mercado

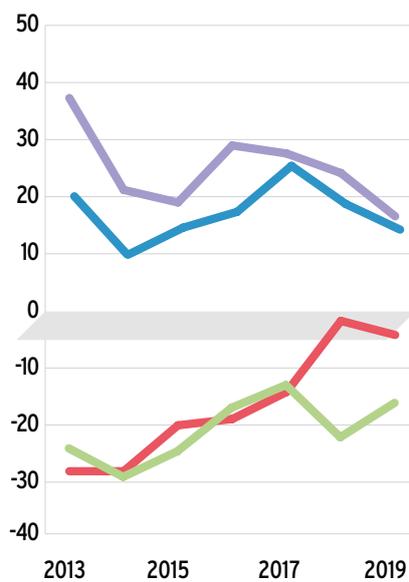
Balance positivo frente a negativo (%)

- Ingresos
- Precios
- Márgenes
- Utilización

Packaging



Comercial



Editorial

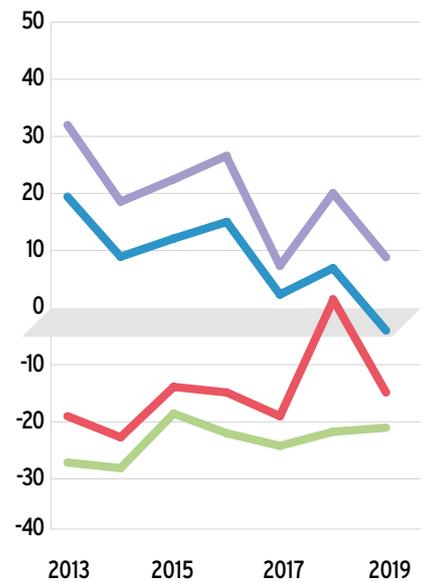


Gráfico F: ¿Cómo han evolucionado los ingresos, los precios, los márgenes y la utilización de su empresa en los últimos doce meses?

La transición hacia la impresión digital es lenta pero constante y si bien las técnicas de impresión tradicionales (no digitales) siguen aportando los mayores ingresos a la mayoría de impresores, las tecnologías digitales crecen más rápidamente

en la mayoría de segmentos (gráfico G). La única excepción es el segmento del packaging, donde la flexografía y el offset a hojas siguen expandiéndose.

Cambios en el volumen de producción en 2019 por tecnología de impresión y segmento

Balance positivo frente a negativo (%)

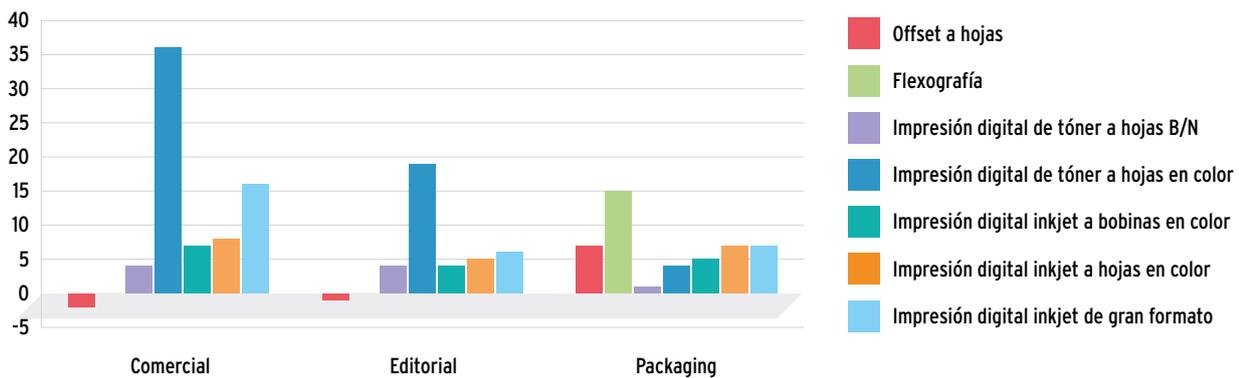


Gráfico G: ¿Cómo diría que ha evolucionado su volumen de impresión con estas tecnologías en los últimos doce meses?

Todos los impresores encuestados saben que deben continuar invirtiendo para que su negocio prospere a largo plazo. Por tanto, en todas las regiones se observa un balance positivo en las tendencias de gasto de capital en 2019 y las previsiones para 2020 (gráfico H). Ocurre lo mismo por regiones. De nuevo, el packaging es

el segmento con mejores resultados en 2019: un 30 %, seguido por la impresión funcional con un 25 %, la comercial un 23% y por último la editorial un 16%. Asimismo, el 50 % de los impresores prevén invertir en acabado, el 48 % en tecnología de impresión y el 34 % en preimpresión / flujo de trabajo / MIS.

Gasto de capital de los impresores en 2019 por región

Balance positivo frente a negativo (%)

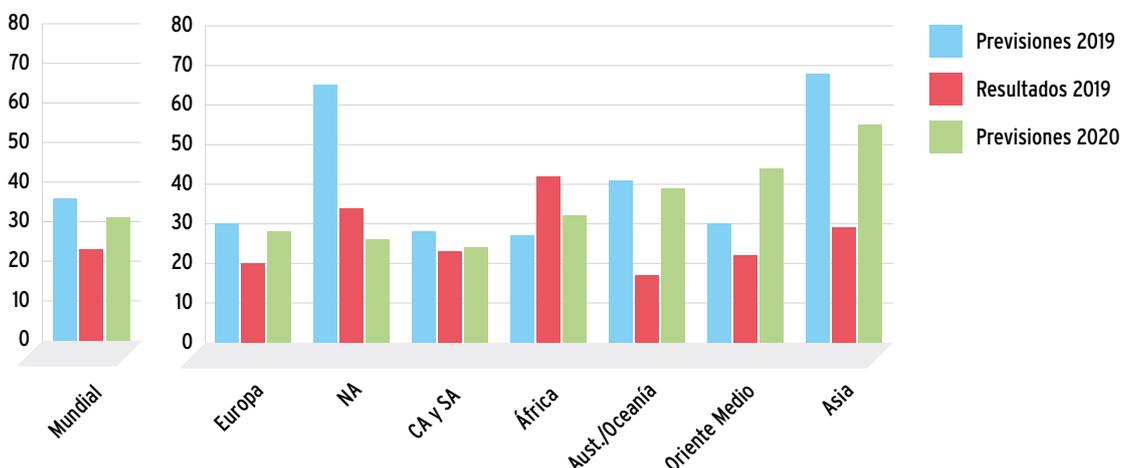


Gráfico H: ¿Cómo ha evolucionado su inversión de capital en los últimos doce meses? ¿Cómo será la inversión de capital de su empresa en los próximos doce meses?

Es sorprendente que a pesar de que las tecnologías de impresión digital sean las que más crecen en volumen en los segmentos comercial y editorial, el offset a hojas sea la segunda tecnología más popular en la lista de inversiones previstas para 2020 (22 % y 25 % respectivamente), solo superada por las impresoras digitales de tóner en color a hojas (26 % y 27 %). En cambio, no sorprende que, en el caso del packaging, las máquinas offset a hojas sean las más populares (29 %), seguidas por las impresoras flexográficas (26 %). La impresión digital solo domina completamente en el segmento funcional: impresoras digitales de gran formato (rotativas y planas) con un 38 %, e impresoras digitales de tóner a hojas, en B/N y color, ambas con un 23 %.

En cuanto a los planes de inversión de los proveedores, varían enormemente según la región. En concreto, se prevé que el mayor gasto se produzca en Norteamérica, África y Asia. La inversión más popular es en nuevos canales de venta, seguida del aumento de la eficacia y la mejora de los productos actuales. Como la drupa iba a celebrarse en 2020, se preveía que este año aumentara el número de lanzamientos de productos.

Por primera vez hemos preguntado a los encuestados por dificultades socioeconómicas más generales, lo que nos ha permitido identificar dos patrones claros en todo el mundo. Los países más desarrollados se muestran preocupados en primer lugar por el riesgo -o la evidencia- de recesión económica, y en segundo lugar por las guerras comerciales internacionales y los efectos del calentamiento global y las presiones ecologistas. En las regiones en vías de desarrollo, la corrupción y la inestabilidad política son los principales factores que generan recesión. No obstante, en la mayoría de regiones los encuestados señalan que las presiones del mercado son mayores que las socioeconómicas, salvo en el caso de determinados países en vías de desarrollo más afectados por estos factores. Preguntados por las cuestiones socioeconómicas, los proveedores responden de manera similar, lo que tal vez no debería sorprender. A todo esto hay que añadir las repercusiones del brote de coronavirus, una preocupación generalizada.

En materia de tendencias por segmentos de mercado, está claro que los impresores comerciales necesitan diversificarse, tanto en mercados servidos como en servicios prestados. La presión de bajar precios y estrechar márgenes no cesa, así que solo ofreciendo algo diferente a clientes nuevos es posible evitar competir únicamente por precio y acabar vendiendo productos indiferenciados. En las regiones más desarrolladas, los impresores comerciales han aprovechado esta oportunidad en general.

Otro aspecto destacable es que ha disminuido la proporción de impresores que afirman que el segmento editorial es su mercado principal. En 2013 eran el 23 %, un porcentaje que ha ido decayendo hasta el 19 % en 2019. Como la proporción de impresores comerciales y de packaging se ha mantenido estable en líneas generales, todo parece indicar que el número de impresores editoriales va a la baja. Y es que la producción de libros digitales crece, pero la de periódicos y revistas en papel se reduce considerablemente. En este contexto, muchos impresores editoriales intentan diversificarse, a menudo hacia el segmento del packaging.

También los impresores de packaging tienen ante sí desafíos, sobre todo los que usan soportes plásticos debido a la campaña internacional contra los plásticos de un solo uso; un reto para estos y una oportunidad para los que trabajan con soportes derivados del papel. Así, las empresas que utilizan plásticos están buscando alternativas más ecológicas. En la encuesta también se observa que el número de encargos de impresión digital sigue aumentando en todo el mundo.

La mayoría de los impresores funcionales encuestados se han diversificado hacia el mercado digital, y está claro que encuentran atractivas las oportunidades de crecimiento que este ofrece, ya que la proporción de la facturación total relativa a la impresión funcional se ha incrementado con rapidez. El segmento textil también es un campo atractivo y con posibilidades de expansión rápida, según los encuestados. Si bien la serigrafía y la tampografía continúan siendo tecnologías habituales en este campo, el tóner y el inkjet digital ya son las más comunes.

Conclusiones

En conclusión, primero debemos recordar que la encuesta se efectuó antes del brote del coronavirus COVID-19. Segundo, la economía mundial ya ha dejado atrás el punto álgido de la recuperación tras la recesión anterior, y el sector de las artes gráficas, tan vinculado a la publicidad, está notando el decrecimiento.

“Los mayores riesgos son la situación económica y la corrupción.” Impresor editorial (Sudáfrica).

“El cambio climático es una amenaza mundial que perjudicará a todas las industrias y provocará agitación política y un aumento del nacionalismo. Los problemas socioeconómicos están afectando a la actividad económica en América del Sur y Central, Hong Kong, y la lista sigue creciendo.”

Proveedor del sector de la impresión comercial (Norteamérica).

Los países emergentes se enfrentan a los obstáculos adicionales que suponen la corrupción y la inestabilidad política, problemas que también están afectando a algunas naciones más desarrolladas. Con todo, a largo y plazo y más allá de los efectos del coronavirus, la industria se ha adaptado bien al reto de la comunicación digital.

“La clave está en desarrollar nuevos modelos de negocio que combinen tecnología punta de impresión digital y procesos de la industria 4.0, de modo que los clientes aumenten los ingresos y el valor añadido al usar nuestros servicios.”
Impresor comercial (Alemania).

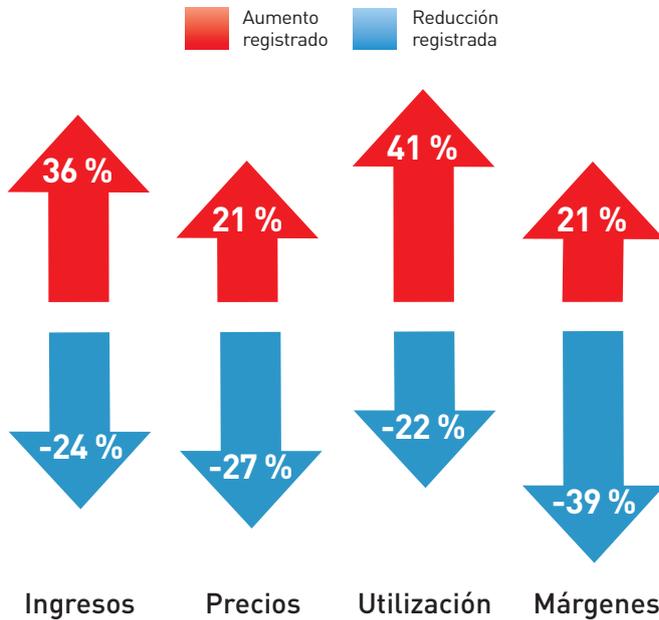
“La mayor oportunidad para nosotros es adoptar tecnologías que nos permitan mejorar considerablemente el rendimiento de la producción.” Impresor comercial (Gran Bretaña).

Eso no significa que la presión sobre los precios y los márgenes desaparezca, pero las empresas que inviertan bien, reduzcan costes al incrementar la productividad, se diversifiquen o al menos innoven con productos y servicios nuevos e inviertan en la plantilla para crear equipos entusiastas y comprometidos, serán los negocios que prosperen. Y ¿qué mejor sitio para saber cómo llevar todo esto a la práctica que la drupa 2021, del 20 al 30 de abril en Düsseldorf? Le esperamos.

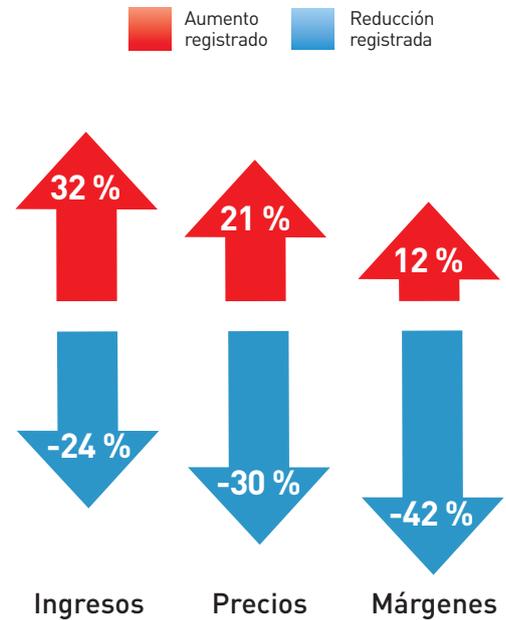
“La mejor oportunidad que tenemos es adquirir conocimientos en la drupa.” Impresor comercial (India).

“Esperamos la onda expansiva de la feria drupa con mucha ilusión.” Proveedor del segmento del packaging (Norteamérica).

Datos financieros clave de los impresores



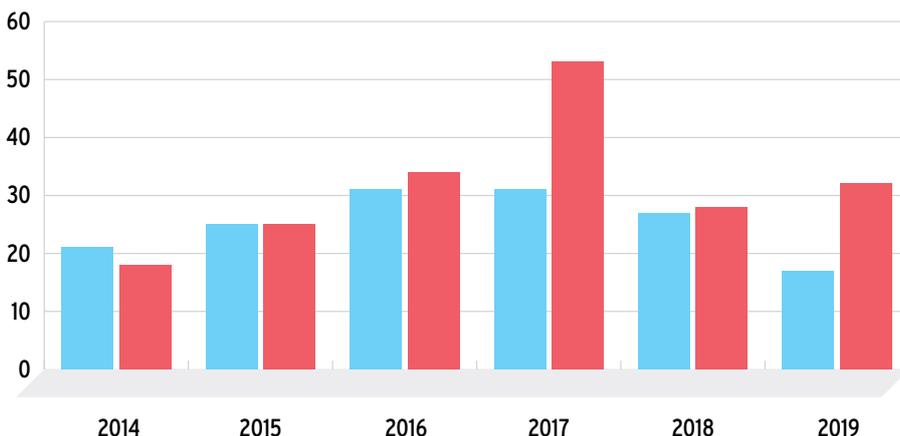
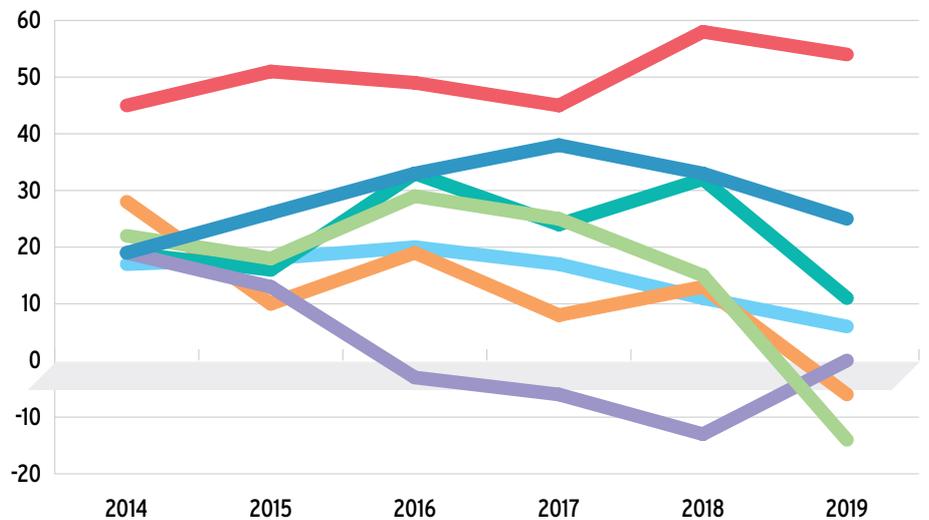
Datos financieros clave de los proveedores



Confianza económica de los impresores por región

Balance positivo frente a negativo (%)

- Europa
- NA
- CA y SA
- África
- Aust./Oceanía
- Oriente Medio
- Asia



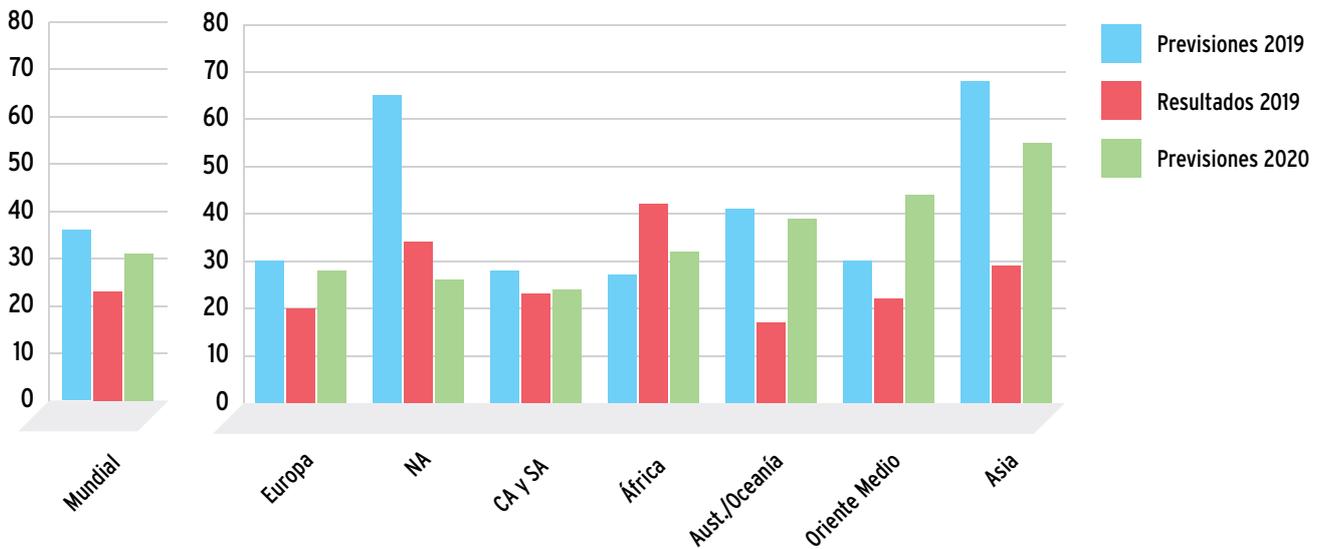
Confianza económica mundial lo largo del tiempo

Balance positivo frente a negativo (%)

- Impresores
- Proveedores

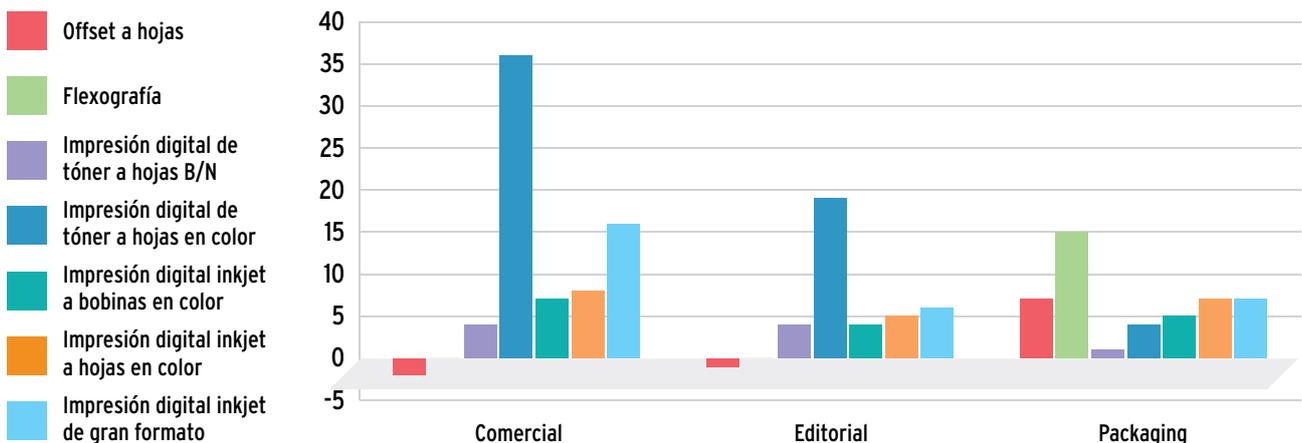
Gasto de capital de los impresores en 2019 por región

Balance positivo frente a negativo (%)



Cambios en el volumen de producción en 2019 por proceso de impresión y segmento

Balance positivo frente a negativo (%)



Dos principales inversiones en tecnología de impresión por mercado en 2020

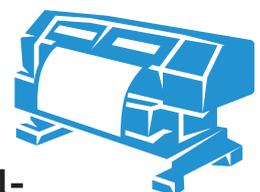


27%

Editorial-
Impresión digital de tóner a hojas en color

25%

Offset a hojas



Funcional-

Impresión digital inkjet de gran formato

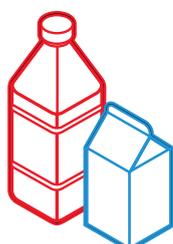
38%

Serigrafía 31%

Packaging-

Offset a hojas 29%

Flexografía 26%



26%

Comercial-
Impresión digital de tóner a hojas en color

22%

Offset a hojas