

NOTA DE PRENSA

27 de julio de 2009



LA PRIMERA ENCUESTA DE PARTES INTERESADAS DE FESPA SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO REVELA QUE LOS IMPRESORES MEXICANOS SE MUESTRAN OPTIMISTAS EN RELACIÓN CON LA RECUPERACIÓN

Los resultados vienen a reforzar los resultados positivos de la primera Cumbre FESPA México

Los impresores mexicanos se muestran aún más optimistas que la mayoría de los impresores de formato ancho del resto del mundo con respecto a la inminente recuperación económica, según revela el nuevo estudio realizado por FESPA entre las partes interesadas.

La Encuesta de Economía de FESPA, publicada un mes antes de que FESPA México 2009 abra sus puertas (Centro Banamex, Ciudad de México, 27-29 de agosto de 2009), envía un mensaje muy claro y contundente: los proveedores de servicios de impresión mexicanos se muestran optimistas en cuanto a sus oportunidades de crecimiento futuras.

La encuesta electrónica realizada a más de 400 personas de México fue efectuada por FESPA durante el mes de julio de 2009, en colaboración con la organización de estudios de mercado InfoTrends. El estudio mexicano se llevó a cabo de forma simultánea con una encuesta a un número similar de impresores de todo el mundo, lo que ofrece un punto de referencia muy valioso del progreso del mercado mexicano en comparación con el de otras regiones, mientras FESPA ultima los detalles de su segunda exhibición en la capital mexicana.

Esta primera Encuesta de Economía de FESPA revela inequívocamente que los proveedores de servicios de impresión mexicanos han sufrido las repercusiones de la crisis económica mundial. Un 10% de los encuestados mexicanos afirma que sus negocios se han estancado, pero no han sufrido una caída real de sus ingresos, frente al 25% que ha sufrido un descenso del 30% o superior. Más de la mitad de los encuestados cree que la reciente epidemia de virus H1N1 en México ha afectado negativamente a sus negocios y el 70% estima que los informes emitidos sobre el virus en los medios de comunicación han sido exagerados.

No obstante, la encuesta indica que los encuestados mexicanos empiezan a ver la luz al final del túnel. El 17% de los encuestados afirma que el mercado ya se está recuperando (frente a la encuesta mundial, en la que esta cifra se reduce al 13,8%). El 27% espera que la recuperación se produzca en 2009 (encuesta mundial: 23,1%) y un 37% espera que la recuperación deje sentir sus efectos hacia mediados de 2010 (encuesta mundial: 25,9%) Sólo el 8% espera que las actuales condiciones se mantengan hasta 2011 (encuesta mundial: 12%). El 85% de los encuestados cree que se encuentra bien posicionado para aprovechar las

condiciones en caso de que se produzca un repunte del mercado, dos puntos porcentuales por encima del resto del mundo.

Los proveedores de servicios de impresión mexicanos, al igual que los del resto del mundo, esperan una reducción de los ingresos procedentes de procesos operativos para soluciones. Se ha hecho especial hincapié en la reducción de residuos: un 56,9% de los encuestados mexicanos ha adoptado estrategias en esta área (encuesta mundial: 46,3%). Los proveedores de servicios de impresión mexicanos se han adelantado a los de otros países por lo que se refiere a la revisión de sus programas de mantenimiento de impresoras como método para reducir los costes generales; el 25% ha seguido esta vía, frente al 18,5% de los proveedores del resto del mundo.

Otras tácticas adoptadas han consistido en reducir los costes generales con el uso de tintas más económicas (20,7%), aunque esta cifra es notablemente menor que en el resto del mundo (28,7%). La tecnología de impresión plana también ha experimentado un crecimiento en el mercado mexicano: la quinta parte de los proveedores de servicios de impresión ha recurrido a esta tecnología para recortar sus costes de mano de obra.

Desafortunadamente, a los impresores mexicanos les ha costado más que a la mayoría implantar estrategias de ventas concebidas para conservar los márgenes de beneficios. La mitad de los negocios mexicanos de impresión en formato ancho afirma haber reducido los precios para competir; esta cifra representa el doble que en el resto del mundo.

No obstante, la mayoría de los encuestados mexicanos ha adoptado planes de ventas positivos, expandiendo o reforzando su equipo comercial, comercializando sus servicios de forma más agresiva y centrándose en segmentos específicos. Más del 10% de los proveedores de servicios de impresión mexicanos ha recurrido a la sostenibilidad medioambiental como diferenciador competitivo.

México está ligeramente por detrás del resto del mundo en cuanto a la migración a aplicaciones que generan mayor margen de beneficios, como la impresión textil, para combatir la crisis; el 12,2% de los encuestados mexicanos la citaron como estrategia, frente al 15,7% de los proveedores del resto del mundo.

Tal y como señala Nigel Steffens, director general de FESPA: "Los resultados de este nuevo estudio vienen a reforzar las alentadoras impresiones obtenidas en la Cumbre de FESPA inaugural celebrada la pasada semana en México. Los proveedores de servicios de impresión mexicanos con los que nos hemos reunido se encuentran muy comprometidos, motivados y listos para adoptar ideas nuevas, llevar a cabo una inversión proactiva e implantar planes de crecimiento que les ayuden a emerger del actual pozo económico".

70 participantes, incluidos impresores y proveedores, asistieron a la Cumbre de FESPA de un día de duración celebrada en Ciudad de México, en la que se ofrecieron presentaciones y talleres centrados en temas como el panorama económico de México, consideraciones sobre el medioambiente tras la introducción de una nueva ley en materia de impresión sobre materiales reciclables y los avances tecnológicos actuales y futuros. La jornada también incluyó debates de grupo entre impresores y proveedores sobre temas como la protección del mercado mexicano y el tratamiento de cuestiones técnicas, como el control del color, las opciones de acabado y las tintas UV. Los participantes de la cumbre también debatieron sobre las expectativas del sector en cuanto a FESPA y sus asociaciones nacionales.

Nigel Steffens continúa: "Sin ningún género de duda, ha sido un año extremadamente complicado para los impresores de todo el mundo. Basándonos en el éxito de la Cumbre, esperamos que FESPA México 2009, al igual que nuestra exposición European FESPA Digital celebrada en mayo en Ámsterdam, estimule e inspire a la comunidad mexicana de impresores de formato ancho para explorar innovaciones y aplicaciones capaces de encauzar adecuadamente sus negocios para disfrutar de un futuro próspero y sostenible.

FIN

Acerca de FESPA

Fundada en 1962, FESPA es una federación de asociaciones comerciales sin ánimo de lucro y organizador de exposiciones y conferencias para los sectores de impresión digital y serigráfica. El doble objetivo de FESPA es promover la serigrafía y la digitalización de imágenes y compartir con sus miembros de todo el mundo conocimientos sobre impresión digital y serigráfica, ayudándoles a ampliar sus negocios y a adquirir conocimientos sobre los últimos avances experimentados en estos sectores de rápido crecimiento. Las organizaciones miembros de FESPA incluyen 28 Asociaciones Nacionales independientes de Europa y 7 asociaciones miembros de Australia, China, Tailandia, India, Japón, Corea y Filipinas.

Las exposiciones que FESPA celebrará próximamente son:

- FESPA México World Expo 2009, 27 – 29 de agosto de 2009, Ciudad de México, México
- FESPA 2010, 22 – 26 de junio de 2010, Múnich, Alemania
- FESPA Digital 2011, 24 – 26 de mayo de 2011, Hamburgo, Alemania
- FESPA Digital 2012, 28 de febrero– 01.03.12, Barcelona, España

Si desea más información, póngase en contacto con:

Lillian Lazarevski/Elni Stofberg
AD Communications
Tel.: + 44 (0) 1372 464470
llazarevski@adcomms.co.uk
o estofberg@adcomms.co.uk
Sitio web: www.adcomms.co.uk

Andrew Thornhill
FESPA
Tel.: +44 (0) 1737 228 358
andrew.thornhill@fespa.com
Sitio web: www.fespa.com