



RCC CASALS CONSULTANTS, S.A.

Informe sobre la situación y las tendencias de la industria gráfica 2015 centradas en Estados Unidos, Europa y América Latina y dirigido, específicamente, a América Latina

Importancia

No es posible dirigir adecuadamente una empresa gráfica si no se hace con respecto al entorno social, económico y competitivo y se no extrapolan tendencias actuales hacia el futuro. Esas tendencias, además, han de venir alimentadas por lo que se espera que aparezca en nuevas tecnologías, tanto a nivel social como a nivel de empresa gráfica, y se han de tener en cuenta sus efectos correspondientes.

Creemos, por tanto, esencial ayudar al empresario gráfico a entender y conocer esa situación y esas tendencias para evitar decisiones erróneas en cuanto a inversiones y disponer de unos criterios más sólidos en cualquier decisión que suponga cambio (o falta de cambio) hacia el futuro.

En este documento hemos querido resumir, en forma escueta y casi esquemática, todo aquello que nuestra privilegiada situación como consultores y participantes en todos los eventos y reuniones que se realizan internacionalmente puede aportar de manera que, en pocas páginas, el lector disponga de los elementos que pueden tener influencia en su evolución futura.

Las cifras y los criterios sobre tendencias que se exponen son fruto, no solamente de nuestras propias vivencias, conocimientos y relaciones con una multitud de empresas gráficas de casi todo el mundo, sino también por aquellos informes que se nos solicita que preparemos para entidades internacionales como Pira International, Caslon, NPES, etc. y, también, con cifras que obtenemos de estas mismas entidades y de otras tales como PIA, RIT, ECMA, ATF, etc.

Hay un claro enfoque a que este informe específico pueda ayudar a los ámbitos gráficos de América Latina. Por esta razón, nos hemos permitido, no solamente expresar la situación y las tendencias en forma sucinta sino que hemos añadido, también, recomendaciones claras que pueden ayudar en la preparación de la estrategia de empresa, elemento imprescindible para asegurar el futuro y, con ello, el incremento de ventas y de utilidades.

Como sea que a veces el tema de vocabulario varía de unos países a otros, se intentan aclarar los conceptos que puedan generar dudas en el entorno del propio capítulo.

Contenido

1. Introducción
2. Evolución reciente de las empresas gráficas
3. Evolución de los mercados (varía según países)
4. Evolución de los productos
5. Previsión para el 2015
6. Revisión de algunos sectores clave
 - 6.1 Evolución histórica y previsible de la impresión publicomercial
 - 6.2 Panorama general de los periódicos frente a Internet y a la crisis
 - 6.3 Estimación de la evolución reciente y previsible de la impresión en flexo en América Latina
7. Tendencias generales por especialidades
8. Visión a tres años
9. Visión a seis años
10. Pero, mientras, el sector ha de resolver una serie de temas pendientes
11. Áreas de progreso específicas que se precisan en América Latina
12. Características previsibles del nuevo modelo en América Latina
13. Notas finales

Contacto

RCC Casals Consultants, S.A. - E-mail: general@rccsa.net - www.rccsa.net