

El sector de diseño de interiores y el papel de la impresión en el mercado actual

THINK DÉCOR

INTRODUCCIÓN

El mercado europeo actual de la decoración de interiores

PERSPECTIVA

Las tendencias clave a la hora de diseñar los espacios

LA VISIÓN DEL EXPERTO

Las oportunidades identificadas para los proveedores de servicios de impresión



Canon

• Índice

03 INTRODUCCIÓN

04 LA DECORACIÓN HOY

06 LA DECORACIÓN EN EL FUTURO

10 CREAR UNA EXPERIENCIA CON EL MARKETING SENSORIAL

12 TENDENCIAS EMERGENTES EN EL MUNDO DE LA IMPRESIÓN

14 LA DECORACIÓN MEDIANTE EL DISEÑO

16 EL FUTURO DE LA INNOVACIÓN

18 IMPRESIÓN EN 3D

20 CONCLUSIÓN

23 PRÓXIMOS PASOS



« La decoración consiste en amueblar o adornar un espacio con elementos elegantes o modernos »

«Las compañías están creando un vínculo emocional con sus clientes al contar una historia de la que el producto o servicio forma parte»

Ministerio de Asuntos Exteriores, UE

Las tendencias de la decoración están en cambio constante. Estos movimientos dentro del diseño, ya sea para interiores en centros comerciales como para oficinas, tiendas y hoteles, o para consumidores individuales, requieren unos diseños más adaptables, personalizables y dinámicos que nunca; y teniendo en cuenta una mentalidad como la europea, que reclama el respeto hacia todo tipo de expresiones personales, no es de extrañar que sea así.

Desde los entornos empresariales e industriales hasta la nueva tendencia de entretenimiento para el hogar; el crecimiento en mercados que están en la actualidad explorando las posibilidades de las aplicaciones decorativas hará que el sector de la impresión industrial supere los 107.000 millones de dólares en 2020.¹

Think Décor observa las tendencias que configuran el sector de la decoración europea actualmente, ya se trate de consumidores y su necesidad de individualidad como de la presión de la demanda personalizada, y cómo marcas y consumidores están contribuyendo a definir su crecimiento. Si nos fijamos en el panorama actual y futuro, vemos cómo los proveedores de servicios de impresión pueden aprovechar este mercado diversificado con el uso de soluciones de impresión para crear una experiencia completamente personalizada ○

¹: The Future of Functional and Industrial Print to 2020, Smithers Pira, 2015

La decoración hoy

El sector de la decoración europea no muestra signos de ralentización. En 2024, se estima que el mercado de la impresión digital alcance el 225 % de su valor en 2013 : 120.900 millones de dólares.² De hecho, uno de los sectores del diseño que experimentó un mayor crecimiento el año pasado fue el textil, para prendas, decoración de interiores, packaging y papel pintado.³

Se trata de un fenómeno que se observa en diferentes sectores; nos obsesiona la apariencia de las cosas. Sin embargo, en aquellas en las que el diseño destaca, es importante que no se ignoren las consideraciones prácticas sobre la decoración, como el público, la función y el coste.

Pongamos por ejemplo la decoración de **entornos industriales**. Esta se usa principalmente para motivar e implicar a empleados que tienen mucho trabajo, pero también esperamos que refuerce la identidad de la marca y que cause un impacto en el cliente. La impresión funcional y el sector industrial, cuyo valor se estimó en 67.000 millones de dólares en 2015, experimentarán un aumento significativo en los próximos años, llegando a superar los 107.000 millones de dólares en 2020. La decoración y los vinilos, incluidos los que se aplican sobre suelos, son algunas de las aplicaciones de mayor crecimiento en este sector;⁴ y la impresión digital ofrece la solución perfecta. La creación de aplicaciones decorativas de interior se está convirtiendo, en este sentido, en un mercado más accesible para los proveedores de servicios de impresión.

De igual modo, la competencia en el **sector comercial** se ve impulsada por el deseo de retener a los compradores. Un gran ejemplo de cómo el diseño se usa para crear una experiencia lo vemos en la introducción del concepto de flexibilidad por la naturaleza cambiante del comercio, lo que permite la renovación de espacios cuando es necesario. El auge del marketing omnicanal ha llevado a los comerciantes a reconsiderar su estrategia con respecto a la experiencia del cliente, tratando de crear una experiencia de compra perfecta en todos los canales. Las tendencias del comercio pueden, en última instancia, tener un enorme impacto en la demanda de cartelería impresa. Se espera que el mercado global de la cartelería impresa para comercios y puntos de venta alcance los 49.800 millones en 2020.⁵

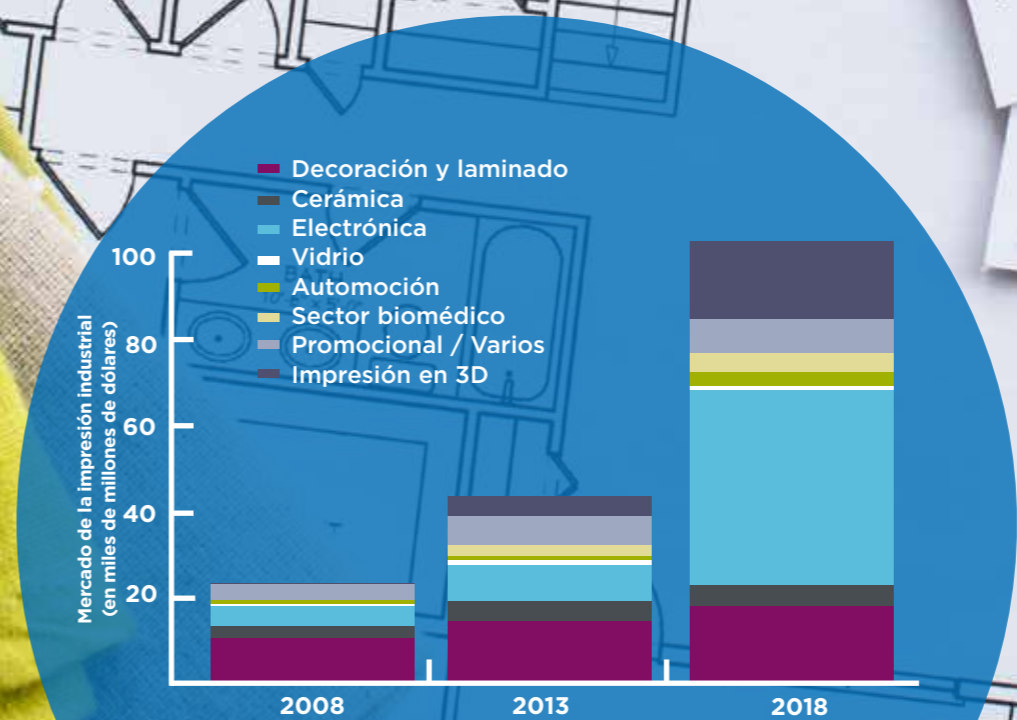
Otro ejemplo lo encontramos en el sector de la **hostelería**, en el que la marca está por todas partes. Aunque probablemente no nos demos cuenta de inmediato, pequeños detalles como los manteles de mesa decorativos, menús de restaurantes o recubrimientos de paredes y sombrillas de tela se usan conjuntamente para contar la historia de una marca. En aquellos lugares en los que las señales visuales ayudan a crear una verdadera experiencia para los consumidores, las impresoras de gran formato pueden ayudar a los proveedores de servicios de impresión a hacer realidad una visión creativa.

Cuando se trata de los **consumidores**, lo principal es hacer más atractivas sus casas. Nuestro deseo de contar con un espacio que nos represente, ya sea gracias a muebles pequeños, papel pintado, cristal, cerámica o laminados, ha aumentado el gasto que hacemos en elementos de interior muy personalizados. La impresión digital está hecha para la era del consumo. Se espera que el mercado global de la decoración del hogar alcance los 644.000 millones de dólares en 2020.⁶ En Europa, el mercado de la venta de muebles para el hogar a través de internet alcanzó los 30.000 millones solo en 2015.⁷ Este auge de productos personalizados y empresas de decoración del hogar en Europa, con grandes empresas como IKEA, es muy probable que acabe traducéndose en un mayor crecimiento del sector en los próximos dos años.

Aunque la industria de la decoración europea ha crecido significativamente en los últimos cinco años, serán las tendencias actuales las que determinarán su crecimiento en el futuro. ○



2: The Future of Functional and Industrial Print to 2020, Smithers Pira, 2015
 3: 'Global industry is upbeat for future', Print Week, 2015
 4: Industrial Printing market to reach over \$103 billion by 2018. <http://bit.ly/20rmiD4>
 5: Printed PoS/signage market predicted to reach \$49.8 billion by 2020, Smithers Pira, 2015
 6: Home Decor Market by Product - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2014 - 2020, Allied Market Research, 2015
 7: Home Decor Market by Product - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2014 - 2020, Allied Market Research, 2015



El sector de la impresión industrial por aplicación del producto de 2008 a 2018



La decoración en el futuro

A los seres humanos nos motiva mantener nuestra identidad. Queremos ser capaces de definir claramente quiénes somos para los demás. El aumento de la prosperidad no ha hecho más que incrementar nuestro deseo de expresarnos, y los consumidores buscan ahora crear su propia identidad de marca, una personalidad por la cual sean reconocidos y recordados.

Y mientras los consumidores buscan esa sensación de exclusividad, las marcas buscan el modo de seguir captándolos. Las empresas de diseño están

respondiendo a la necesidad de individualidad de los consumidores dándoles la oportunidad de diseñar sus propios productos. La impresión digital satisface esta demanda de servicios personalizados a la perfección, proporcionando soluciones que no solo ofrecen una plataforma para la personalización, sino que lo hacen a un coste relativamente bajo y, lo que es más importante, con unos plazos de entrega rápidos. Tanto los impresores como los diseñadores entienden y aprecian la importancia del tiempo y la velocidad del mundo actual. Por ejemplo, el diseñador de muebles Brad Sewell tomó la idea del tiempo y la incorporó al proceso de diseño. Su línea de muebles Campaign se creó para garantizar que el tamaño, forma y peso de las piezas se ajustara a la normativa de UPS y FedEx. Esto permitía unas entregas sin contratiempos y un montaje fácil, además de ahorrar a los clientes la molestia de contar con múltiples fechas de entrega.⁸



« La inyección de tinta añadirá un enorme valor. Sin embargo, para que la inyección de tinta logre triunfar en cualquier proceso industrial, se requiere el liderazgo del fabricante y los consumidores para garantizar que se cree la solución adecuada. En el caso de la impresión industrial a gran escala puede que esto no resulte fácil. Sin embargo, la flexibilidad que la inyección de tinta proporciona a los productores merece el esfuerzo, la inversión y el tiempo. Aquellos que aprovechen la oportunidad actual para invertir en inyección de tinta obtendrán una ventaja competitiva. »

Marcus Timson, Cofundador, Inprint

Es importante reconocer que, mientras la impresión comercial a menor escala se centra principalmente en la experiencia del consumidor, la impresión industrial se centra mucho más en la producción y los métodos de producción, lo que explica por qué la adopción de métodos digitales en este sector ha sido más lenta. Hoy en día, el éxito de compañías como IKEA constituye un ejemplo del crecimiento de la decoración semipersonalizable a nivel individual, mientras que las imprentas, como The Print Foundry, ya se están aprovechando de ese mayor deseo por parte de los consumidores de obtener impresiones personalizadas con las cuales decorar sus hogares. En el futuro, podemos esperar más cambios y movimientos, con un crecimiento particularmente bueno de la impresión de inyección de tinta.

Al igual que ocurre con la mayoría de las impresiones comerciales, la importancia de la impresión digital va en aumento. En 2008, la inyección de tinta representaba menos del 5 % de la impresión industrial; en 2012 era más del 19 %, y en 2018, Smithers Pira estima que la inyección de tinta alcanzará un valor superior al 30 % del mercado.⁹ Hasta establecimientos como McDonalds apelan a nuestro sentido de lo individual con el uso de gráficos dinámicos para rediseñar sus establecimientos con los que los clientes se sienten identificados de distintos modos.¹⁰ Mientras las marcas se centran en los conceptos, los proveedores dan vida a esa visión produciendo el material comercial colateral con el que los consumidores pueden interactuar. Desde folletos y pósters a vallas publicitarias a gran escala; la impresión digital rápida, barata y de gran calidad está ayudando a las empresas a ejecutar campañas de marketing multicanal con éxito a diario. >

« La impresión digital es un modo eficiente y fácil de traducir la creatividad en proyectos únicos. Nos permite desarrollar áreas exclusivas y personalizar lugares, como hoteles y restaurantes. Usamos la impresión digital para aplicaciones artísticas y prácticas, ya se trate de crear un mural personalizable, papel de pared o transferencias para ventanas. »

Michael Berman, CEO de Schoos Design

Naturalmente, también hay elementos que se resisten a usar la última tecnología en decoración (muchas empresas de impresión industrial han invertido grandes cantidades en la impresión analógica, y tenían buenos motivos para hacerlo). En la fabricación de suelos, por ejemplo, la impresión de inyección de tinta digital no suele ser la solución más práctica. Las tiradas son enormes y la necesidad de una producción de calidad es alta, por no mencionar que el producto acabado también debe ser sólido y duradero. Cualquier tecnología nueva precisa de un mayor esfuerzo para lograr ser aceptada por una parte del mercado que prefiere seguir haciendo las cosas tal y como las hace. Esto significa que la transformación total de la impresión industrial llevará tiempo.

Según la encuesta de InPrint Décor de 2016, en aplicaciones de decoración como la cerámica, el factor decisivo principal para la utilización de la impresión digital es si se considera que ayuda a una empresa a ser más eficiente y competitiva. El potencial creativo, si bien es importante, no siempre es suficiente. El mundo está cambiando y todas las industrias están produciendo pequeños lotes de productos. Esto es debido a una demanda por parte del cliente final en constante cambio. Lo analógico por sí solo no se adapta a esta tendencia. Lo digital sí. Cuando las empresas que instalan suelos entiendan plenamente esto, cambiarán y querrán usar tecnología digital para proporcionar opciones de producción flexibles, ya que, de este modo, podrán seguir siendo competitivas y, en última instancia, ahorrar dinero. ○





Pasamos
el 80 %
de nuestra vida en
espacios interiores

Crear una experiencia con el marketing sensorial

«...en un mundo dominado por los dispositivos digitales, atraer a los consumidores estimulando sus sentidos más allá de la publicidad puramente visual o auditiva puede tener un enorme impacto»,
Marketing Week

Las marcas comerciales están empezando a entender el significado sensorial y psicológico que se esconde tras la decoración y, aunque el marketing sensorial sigue siendo una tendencia en auge, ya está teniendo un gran impacto en el sector del comercio y la hostelería.

De media, nos pasamos el 80 %¹¹ de nuestras vidas en espacios interiores, por lo que no es de extrañar que nuestro entorno tenga un efecto tan intenso sobre nosotros. Nuestro entorno desempeña un papel importantísimo, ya sea afectando a nuestra productividad, estado de ánimo o bienestar en general. Ya el año pasado, los expertos habían predicho un auge del marketing de la realidad, con experiencias sensoriales añadidas, incluido el cine y vídeo en 4D, que se prevé aumenten en la próxima década.¹²

Una sensibilidad natural hacia nuestro entorno ha llevado a los individuos a buscar ambientes con determinadas características. El confort físico es un ejemplo de ello, como espacios con la temperatura adecuada, así como el confort fisiológico, espacios que resulten familiares y, al mismo tiempo, ofrezcan la cantidad de estímulos adecuada. Las marcas están ahora empezando a reconocer la importancia de enriquecer los cinco sentidos e invertir en una campaña de marketing multisensorial en la que las soluciones de impresión participen.

Un ejemplo prominente de la publicidad sensorial fue la campaña «olor-publicidad» de McCain en 10 paradas de autobús del Reino Unido para promocionar su producto Ready Made Jackets. En carteles de seis hojas para las paradas de autobús se colocaron patatas asadas de fibra de vidrio en 3D que al pulsar un botón se calentaban y desprendían el olor de una patata cocinada al horno. Los carteles promocionales ofrecían vales de descuento para animar a los consumidores a probar las Ready Made Jackets.

El crecimiento de las soluciones multisensoriales disponibles para los impresores de hoy en día representa una increíble oportunidad para aquellos que deseen destacar. Sin embargo, muchos siguen mostrando sus dudas a la hora de explorar este ámbito porque no saben por dónde ni cómo empezar. Aunque quizá aquellos que estén dispuestos a consultar con los expertos en este campo y a ampliar, en consecuencia, su oferta para incluir soluciones multisensoriales encuentren enormes recompensas, incluida la oportunidad de trabajar en algunas campañas realmente innovadoras. ○

¹¹ Christine Piotrowski, Becoming an interior designer: A guide to careers in design
¹² Top sensory marketing trends for 2016, Marketing Week, 2016



Tendencias emergentes en impresión

« En la carrera para lograr una decoración más innovadora, sostenible e inteligente, la tecnología digital es una herramienta poderosa. »

Giora Elkeslasi,
Elkeslasi Surface Design

Debido al constante cambio y evolución de las tendencias en decoración, los diseñadores están asumiendo más riesgos cuando se trata del mundo de la decoración de interiores para sacar el mayor partido a los avances en tecnología de la impresión.¹³

Pongamos por ejemplo la fibra óptica impresa en 3D. El estudiante M. Grossl usó la impresión en 3D para crear un sistema de iluminación modular para su uso en ambientes interiores. El sistema usa elementos impresos en 3D para formar una estructura de panel modular que puede personalizarse y encajar en cualquier espacio. O el papel pintado en 3D. Los diseñadores Kyra y Robertson Hartnett de twenty2, se unieron con una escuela de arte de Nueva York, el instituto Pratt, para producir una colección exclusiva de papel de pared en 3D. Disponible

en cinco estilos, el papel pintado proporciona un efecto 3D sin la necesidad de gafas especiales 3D.

Otro ejemplo son las aplicaciones personalizadas en cocinas. El estudio de diseño Complete Graphics anunció recientemente a este respecto que ofrecería un servicio de personalización a sus clientes a través de la impresión digital. Estas evoluciones son parte de lo que la IDC describió como el compromiso empresarial con la transformación digital (DX) en la próxima década, lo que conducirá en última instancia al surgimiento de una economía de DX. Pongamos por ejemplo a la empresa israelí Elkeslasi Surface Design, cuyo uso de las plataformas digitales ha contribuido a transformar cómo trabajan, permitiendo a sus diseñadores experimentar con distintos procesos y texturas y crear una línea de aplicaciones únicas. Esto incluye el uso de la tecnología digital para redescubrir el antiguo arte de la marquetería, un proceso

del siglo XVI en el que los artistas aplicaban trozos de chapa a una estructura para formar patrones, diseños e imágenes decorativas.

Como IDC cree que el aumento de las estrategias empresariales digitales supondrá más de la mitad del gasto en TI de las empresas a partir de 2016, la creciente economía de DX se convertirá en un eje fundamental, aumentando las cadenas de suministro digitales y los canales de distribución. IDC estima que en 2018 más de la mitad de las grandes empresas crearán y/o se asociarán con plataformas en la nube de la industria para ampliar su oferta digital y sus redes de distribución.

Mientras que resulta obvio que la industria de la decoración europea está teniendo un efecto directo en la impresión, la innovación en la tecnología de la impresión está teniendo un impacto igual de grande en el proceso de diseño en sí. ○

Twenty2, papel pintado en 3D
Fuente: <http://www.digitaltrends.com>



Objetos y ornamentación en 3D

La velocidad y precisión de la impresión en 3D ha influido enormemente en el diseño de interiores. Su capacidad para producir modelos altamente complejos en cuestión de horas ha inspirado una ola de talento, desde la creación de ornamentos y juguetes, a recipientes y contenedores.

Pósteres e impresiones

Los diseños únicos añaden individualidad a un espacio. El auge de las tiendas de diseño online que imprimen bajo demanda, como Society 6, ha facilitado el resurgimiento del arte espontáneo a precios asequibles.

Suelos

La capacidad de la impresión industrial para producir diseños en serie ha hecho que se convierta en el método preferido para la producción de suelos y linóleos impresos. En el caso de proyectos más personalizados, se pueden aplicar diseños llamativos a un soporte mediante impresión digital para su aplicación en la superficie acabada.

Textil

Cuando se trata de imprimir en textil, los recubrimientos y materiales activos pueden aplicarse de forma más eficaz con la impresión digital que con métodos convencionales.

Recubrimientos para pared y papel pintado

Los recubrimientos de paredes impresos resultan perfectos para todos los espacios comerciales, incluidas oficinas, tiendas y cafés, y constituyen la mejor solución para la cartelera de gran impacto, tanto para marcas especializadas como corporativas.

La decoración mediante el diseño

Los proveedores de servicios de impresión pueden traspasar las barreras de la impresión y crear espacios únicos que utilizan lo último en tecnología digital e impresión en 3D. Aquí echamos un vistazo a las aplicaciones con un mayor uso que pueden emplearse para crear un entorno personalizado.

El proceso de innovación

Impresoras de gran formato

El mercado mundial de la decoración textil, con un valor de 165.000 millones de dólares, ha sido identificado por FESPA y la consultora InfoTrends como la aplicación de mayor crecimiento en el segmento del gran formato. Si unimos los 21.200 millones de dólares del mercado del laminado decorativo y los 26.000 millones del sector del recubrimiento de paredes, este mercado proporciona a los proveedores de impresión de gran formato un sinfín de oportunidades. A cambio, la impresión en gran formato puede contribuir a responder a las grandes necesidades de adaptación al cliente habituales hoy en día.

La impresión digital ha contribuido de manera fundamental a la capacidad de individualizar un espacio. Sus beneficios, como las tiradas cortas de impresión y la personalización, permiten tanto a los consumidores como a los clientes corporativos lograr un look único en su hogar o empresa, para los vestíbulos de los hoteles y salas de demostración comerciales hasta la creación de materiales de construcción personalizados, como paneles de pared de mármol de imitación a una mínima parte del coste de uno de verdad.

Como se señaló en el informe Think Personal de Canon, la impresión en gran formato también ha simplificado los procesos de fabricación y producción, y está optimizando la productividad y la calidad del flujo de trabajo como nunca.

En la actualidad, abundan las soluciones de impresión bajo demanda basadas en la web que permiten a los clientes creativos expresarse de forma única. Además, empiezan a surgir nuevas conexiones entre los productos físicos y los productos digitales que están dinamizando aún más el mercado. Con la impresión vía web, los proveedores de servicios de impresión de cualquier tamaño pueden ofrecer la personalización como un servicio. Los avances de software ofrecen la posibilidad de personalizar productos con imágenes o contenido sin la necesidad de capacidades especiales y promueven la tendencia creciente del contenido seleccionado por uno mismo, donde los clientes diseñan sus propios productos.

Para contribuir a su crecimiento y al objetivo de lograr 124 millones de libras en su facturación por reformas en las casas y edificios de Bolton, Bolton at Home se trasladó a dos oficinas nuevas y contrató los servicios de Stella Corral para garantizar que el diseño de interiores reflejara la visión y aspiraciones de la organización.

En colaboración con Lintec Graphic Films y su producto de poliéster Vitrocolour, Corral pudo poner a prueba los límites de su imaginación y lograr un espacio de trabajo óptimo, tanto en cuanto a luz como a espacio, con la privacidad que su trabajo demandaba.

El equipo de diseño exploró una variedad de efectos de impresión, como recortes y características mate, junto con un uso audaz del color. Vitrocolour se puede imprimir con distintos colores y permite a los diseñadores crear tratamientos para superficies de vidrio atractivas, de colores vivos y resistentes a los arañazos. La transmisión de la luz, el color y la posición pueden modificarse para proporcionar tratamientos personalizados según la naturaleza del espacio.

« Cada zona de las oficinas tiene un aspecto y paleta de colores diferente para crear un entorno de trabajo distinto »

Diseñadora: Stella Corral,
Lucentia Design,
enquiries@lucentia-design.com



Impresión en 3D

La irrupción de la impresión en 3D ha causado un impacto profundo en distintos sectores. Gartner prevé que el gasto que el usuario final dedica globalmente a las impresoras en 3D aumentará de 1600 millones de dólares en 2015 a unos 13.400 millones de dólares en 2018, siendo la impresión personalizada de decoración para el hogar uno de los principales usos en aumento según PwC.

La impresión en 3D está revolucionando el modo en que las empresas de producción e ingeniería funcionan y ofrecen todo un abanico de oportunidades para las industrias creativas, sobre todo la decoración. Como se analizaba en el informe Product Design de Canon, la impresión en 3D aporta excelentes beneficios al proceso de diseño de productos.

Ser capaces de compartir modelos preprototipo impresos para determinar la aprobación de los consumidores y el mercado, explorar el pensamiento innovador y someterlos a pruebas con mayor frecuencia para evitar su rechazo más adelante, no tiene precio.

La mayor repercusión económica de la impresión en 3D también es significativa: el estudio del instituto global McKinsey sugiere que podría tener un impacto en la economía global de hasta 550.000 millones de dólares en 2025.

A medida que las impresoras 3D se vuelven más accesibles, con procesos relativamente rápidos y económicos, no podemos desestimar su impacto en la industria de la decoración. La impresión en 3D permite a los diseñadores experimentar con nuevas combinaciones de materiales, nuevas formas y estructuras, y ya se está utilizando en el diseño y la producción de muebles, iluminación y ornamentos decorativos, tanto en entornos comerciales como domésticos.

El diseñador de iluminación Robert Debanne usa la impresión en 3D en una apuesta por ir más allá de los métodos de impresión tradicionales, lo que le proporciona herramientas para iluminar telas y patrones geométricos en cada uno de sus modernos diseños.

Se trata también de un proceso perfecto para crear objetos únicos personalizados. ○

« La impresión en 3D nos permitirá personalizarlo todo, desde muebles a accesorios. Pasaremos de contar con escasos diseños para el público en general a millones de piezas de diseño adaptadas al gusto personal del cliente. »

Janne Kyttänen, cofundadora del estudio de diseño holandés Freedom of Creation

CONCLUSIÓN

Techo acústico para una empresa de alta tecnología.

Paneles de aluminio impresos doblados en forma de U (láminas) usados como solución acústica. Elkeslasi Surface Design

Conclusión

Una cosa es permitir la producción y otra muy distinta lograr las ventas. Para que la decoración impresa digital tenga éxito, las empresas deben estar dispuestas a invertir y ampliar su oferta con los dispositivos y asesoría adecuados. En el mundo personalizado de hoy, la decoración de interiores impresa digitalmente está transformando los espacios en los que vivimos, trabajamos y de los que disfrutamos, y nadie puede aprovecharlo mejor que los proveedores de servicios de impresión. La capacidad de ofrecer algo personalizado está cambiando el panorama, pero la capacidad de hacerlo ahora a mayor escala es algo potencialmente revolucionario.

Todos sabemos cuál es el poder de la impresión: se puede usar de diversas formas y en una multitud de industrias, desde el diseño inicial a la producción final. Muchos proveedores de servicios de impresión usan la impresión de forma que ya se pueda aplicar a una amplia gama de materiales distintos. Pero las oportunidades son prácticamente infinitas y todas las empresas deberían investigar cómo pueden usar soluciones de impresión para promover su negocio y mejorar sus resultados. ○

« Las tendencias globales, como la sostenibilidad y el reciclaje, están muy presentes en la industria de la decoración actual. Arquitectos y diseñadores buscan nuevas formas de proteger los recursos medioambientales y utilizar al mismo tiempo materiales naturales como el cemento, el óxido, la madera y el mármol, por lo que empezaremos a ver cómo son posibles más aplicaciones poco ortodoxas gracias al desarrollo de la tecnología. »

Giora Elkeslasi, Elkeslasi Surface Design

Recubrimiento de fachada del hotel David Tower Hotel:

Paneles compuestos de aluminio impreso, Elkeslasi Surface Design



Próximos pasos

Investigue

Si se fija en todos los lugares que visita, le sorprenderá la cantidad de posibilidades que se abren para la decoración digital. Preste atención a cómo se usa la impresión para decorar los espacios y cuánta de esta decoración se imprime digitalmente.

También es importante considerar con qué áreas de negocio se puede alinear más su empresa. Las distintas partes del mercado de la decoración tienen diferentes necesidades.

Estos pueden incluir:

- Crear un ambiente de gran valor, como en el sector de la hostelería y la restauración
- Influir en la experiencia del cliente, p. ej., en puntos de venta comerciales
- Presentar interiores estéticos y muy funcionales, como en comercios y hostelería
- Personalización, como en el sector consumo

Estudie su capacidad actual

Fíjese en qué áreas de la decoración tienen unas tasas mayores de adopción de la tecnología digital. ¿Se trata de tendencias locales en decoración que tienden hacia el crecimiento digital? ¿En qué medida es popular la personalización? ¿Tienen los consumidores suficiente acceso a ella? Y por último, ¿con qué talento creativo cuenta y a qué talento puede recurrir de sus proveedores y clientes?

Los fabricantes de soportes de impresión desarrollan continuamente nuevos materiales para estos mercados en crecimiento, así que manténgase en contacto con los proveedores locales para adelantarse a la competencia accediendo a los nuevos avances. Si ya cuenta con clientes a los que poder ofrecer aplicaciones de decoración, esta es la oportunidad perfecta para empezar a hacerlo.

Piense en su tecnología

Para aprovechar la creciente economía bajo demanda, existen flujos de trabajo y procesos que deben ponerse en práctica. Pregúntese cómo podría combinar su capacidad de impresión digital con otros procesos para desarrollar una oferta única y creativa. Podría tratarse de procesos de impresión analógicos o impresión en 3D, por ejemplo. ¿Qué flujos de trabajo de preimpresión, desde el software hasta los pretratamientos y el acabado, podría investigar o usar?

Se pueden crear efectos de gran valor con texturas creadas con múltiples capas de tinta, o diseños de barniz o efectos de acabado especiales. Experimente y lleve su creatividad y a su equipo de impresión más allá para crear ejemplos que inspiren a sus clientes. Recuerde que la originalidad es la clave de la inspiración.

Predique con el ejemplo

Por último, decore sus propias instalaciones con aplicaciones impresas digitalmente. ¿Qué mejor modo de mostrar la creatividad, calidad y variedad de aplicaciones que forman parte de sus servicios que mostrándolos en su totalidad? Visite eventos de diseño y decoración locales para buscar inspiración creativa y conceptos que le mantengan inspirado y a la vanguardia.

Hable con Canon

Nuestros especialistas de producto, expertos en aplicaciones y ejecutivos de cuentas están aquí para ayudarle. Disponen de una de las ofertas de impresión más amplias de la industria, desde las impresoras de producción en bobina y hoja suelta a impresoras de inyección de tinta base agua y a los sistemas de tecnología propia CrystalPoint y Single-pass. Podemos ayudarle a aprender las habilidades que le permitan sobrepasar los límites de la impresión y los materiales para crear una oferta excelente para sus clientes de impresión actuales o potenciales. ○



Arte Mikado

Palitos Mikado en aluminio impreso, Elkeslasi Surface Design

¿Desea obtener más información sobre el sector? Suscríbase a nuestra revista para la comunidad de la impresión, Think Digital, en www.canon.es/thinkdigital

También puede seguir nuestros mensajes en Twitter @Canonproprintes

Canon