



**CONLATINGRAF**  
CONFEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA



**CONLATINGRAF**  
CONFEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

# MERCADO DE ETIQUETAS

**Mayo 2010**



**CONLATINGRAF**  
CONFEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

# Panorama Mundial

Los alcances de la recuperación.



La salida de la crisis global esta propiciada por los países emergentes más dinámicos:

Brasil  
China  
India  
Corea del Sur  
Malasia  
Tailandia

Sin embargo, a largo plazo estos países pueden presentar shocks que impacten en el resto. Son todavía inestables y aun no podemos evaluar las consecuencias de la “nueva” crisis del Euro.



Es positivo el mejoramiento de los marcos del sistema financiero internacional.

Estados Unidos plantea un panorama favorable en esta primera mitad de año, por medidas de estímulo masivas. Sin embargo debe resolver aspectos estructurales para dar certidumbre a largo plazo.

La turbulencia europea y el impacto de la crisis de Grecia no será neutra en términos de crecimiento mundial.



## **Comercio Mundial**

**¿Qué esperamos?**

**Un crecimiento del orden del 9,5 % del comercio mundial, luego de la mayor caída de los últimos 70 años.**

**Un crecimiento del orden del 7.5 % de las exportaciones de los países desarrollados y del 11 % para las economías en desarrollo en términos de volumen.**



Este fuerte crecimiento esperado del volumen de comercio se espera que neutralice parte de las pérdidas del año 2009.

La contracción del 2009 fue del 12,5 %.  
Siendo la mayor caída desde la Segunda Guerra Mundial.

Para recuperar los niveles de 2008 se necesitará por lo menos un año más.

Ningún país miembro de la OMC, relevante en términos de comercio mundial, utilizó herramientas restrictivas al comercio para paliar los efectos negativos de la crisis.



**CONLATINGRAF**  
CONFEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

## Panorama Regional

**América Latina en el contexto mundial 2010.**



¿Qué nos dejó la crisis?

Una contracción promedio regional del PIB de 2.3 por ciento.

La región perdió unos 3.5 millones de puestos de trabajo durante la recesión del año 2009.

Entre 9 y 10 millones de latinoamericanos volvieron a ser pobres en el año 2009. Luego de 7 años de reducción de la pobreza.



¿Algunos motivos por los cuales la crisis no fue tan fuerte como en otras regiones.

**México, la economía mas afectada, cayo un 6,5 %, esta baja significativa fue moderada por el resto de los países, la caída promedio regional fue menor.**

**Las medidas contracíclica de los países más importantes mantuvieron la demanda doméstica.**

**Los diferentes programas de asistencia social aplicados individualmente por los países de la región.**

**La fuerte dependencia de los principales países de la región con la economía china que prácticamente no fue afectada.**



## Perspectivas 2010

El crecimiento general regional será del orden del 4 %.

Traccionado por el crecimiento de Brasil, 5.5 %.

Un segundo grupo de países:; Perú, Chile, Panamá y México, Argentina con un crecimiento del 4% cada uno.

Más atrás, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Paraguay, República Dominicana y Uruguay que crecerán ligeramente por debajo del 4 % regional.



## Desafíos:

- Integrarse y conectarse más estrechamente con Asia.
- Ver si la región será capaz de aprovechar la oportunidad de consolidar el crecimiento a largo plazo.
  - Incrementar el ahorro.
- Poner el foco en la acumulación de capital humano.
  - Mejorar la infraestructura física.
  - Adoptar y adaptar nuevas tecnologías.



“La demanda externa de los países emergentes es la clave para entender la recuperación”



**CONLATINGRAF**  
CONFEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

# PANORAMA DE LA INDUSTRIA GRAFICA



## **Mercado de Etiquetas en América Latina:**

**América Latina es un mercado emergente, que está superando favorablemente la recesión global.**

**La crisis pego duro en América Latina pero no tanto como en otras regiones, que fueron más afectadas como Norteamérica y Europa.**

**Los mercados que más rápido se recuperaron de la crisis fueron Brasil, Argentina y Chile.**



**Se estima que los países que mejores perspectivas de crecimiento presentarán en 2010 son México, Brasil, Chile y Argentina.**

**Brasil atravesó la crisis financiera internacional traccionado por su gran mercado interno.**

**México sufrió un poco más debido a su posición e interconexión con el mercado de Estados Unidos.**



## **Caracterización del mercado de etiquetas en América Latina:**

El método de impresión más utilizado es el “offset”, sin embargo el “flexo” es cada vez más elegido, tiene la ventaja de brindar mayor “Valor Agregado” a los trabajos realizados.

### **Algunas de las razones por las que se paso de los métodos offset a los métodos flexo:**

Incremento de volúmenes

Optimización de procesos

Procesos adicionales

Mayor competencia

**Mayor especialización como clave para el éxito.**



**Todas las industrias de etiquetas en América Latina tienen una política de reducción de costos y de efficientizar los sistemas de producción.**

**Es un mercado con 20 jugadores de peso, compañías grandes que tienen capacidad tecnológica de impresión.**

**Sin embargo, cada vez más compañías pequeñas están empezando a jugar como las grandes.**

**La oferta tiende a incrementarse sin nuevas concentraciones**



## **Existen dos tipos de Mercados en América Latina**

**1) Etiquetas Prime: utilizan procesos combinados en general de “flexo”.**

**2) Etiquetas de bajo valor agregado: no necesitan imágenes ni muchos colores. Utilizadas en logística. Utilizan procesos “offset”.**

**Sin embargo, se esta dando un proceso de cambio por el cual se esta pasando a una utilización total de procesos combinados y mayor importancia del factor tecnológico.**



**El mercado de etiquetas en América Latina está creciendo significativamente, en especial en algunos nuevos nichos.**

**Esta diferenciación regional tiene que ver con el crecimiento del nivel de ingresos en bastos sectores de la población que por primera vez tienen la posibilidad de adquirir bienes de consumo que en su mayoría contienen etiquetas.**



**Un nicho de mercado que presenta un gran crecimiento es el de etiquetas de vinos, no en los clásicos mercados de Argentina y Chile que continúan con sus habituales índices, sino que el país que esta incrementando su consumo y presenta una performance futura muy interesante es el caso paradigmático de Brasil.**



**Algunos desafíos para el sector de etiquetas:**

**Masificar la incorporación de tecnología digital.  
Reducir el tiempo y costo de la formación de  
recursos humanos preparados para manejar las  
nuevas tecnologías.**

**Potenciar el mercado externo.**



## Importancia de los mercados destinos de las etiquetas

- 1º Alimentos
- 2º Bebidas en general (incluidos vinos)
- 3º Cosmética e Higiene
- 4º Automóviles
- 5º Otros



Los principales tipos de etiquetas producidos son:

- rótulos y etiquetas autoadhesivas;
- promocionales;
- etiquetas para vinos y

en menor medida etiquetas de seguridad (con fuerte tendencia al crecimiento dada la demanda y el interés por ingresar a este segmento de alta rentabilidad).



Se presenta una tendencia a la disminución del número de empresas grandes, mediante procesos de compra y fusión.

Al mismo tiempo aparecen jugadores de tamaño medio muy eficientes y flexibles a la demanda.

Tendencia al crecimiento del sector de servicios gráficos.

Los pedidos tenderán cada vez más a considerarse manufacturas especializadas. Esto inducirá a una adecuación de la tecnología empleada a favor de sistemas digitales.



## **Las claves del progreso**

Adaptarse a la diversidad de productos y las exigencias de los clientes en cuanto a calidad, precios y tiempos de entrega, esto requiere revisar los modelos de gestión, la logística y adaptar la plataforma tecnológica.

La clave es leer correctamente las necesidades de los productores de bienes de consumo.

Incrementar la actividad exportadora del sector.

Romper la dependencia del intercambio intra regional.



## **Impresión Digital estará presente en los cambios**

**Los últimos desarrollos tecnológicos volvieron al método más rápido, confiable y se mejoro notablemente la calidad. Aun percibimos algunos limites en los costos. Pero ya sabemos lo que sucederá.**

**Inevitablemente tenderán a disminuir**



# **LAS PERSPECTIVAS DEL MERCADO DE ETIQUETAS**

**Si bien conocemos las limitaciones de las proyecciones que hacemos de los segmentos de la producción grafica, no solo por la propia limitación sino también porque aun no sabemos las consecuencias de la crisis del Euro, podemos establecer que:**



- 1. El mercado grafico total de America Latina estará en orden a los 50.400 millones de dólares en 2011.**
- 2. De este mercado, estimamos que etiquetas participara en un 9%.  
Impulsada esta participación por la dinámica del segmento en México, Brasil, Argentina y Chile**



**3. Esto es unos 4.536 millones de dólares.**

**4. El crecimiento que esperamos del segmento es de 19% anual para el 2011.**

**5. Convirtiéndose en uno de los segmentos más dinámicos de la Industria Grafica. Particularmente el America Latina.**



**Las perspectivas son alentadoras.  
Para consolidarse necesitarían de  
un contexto financiero mundial  
con menos turbulencias y la  
confirmación de que en América  
Latina, se continua por el camino  
de la reducción de la pobreza y la  
consecuente incorporación de  
consumidores al mercado.**



**CONLATINGRAF**  
CONFEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

**MUCHAS GRACIAS**



**CONLATINGRAF**  
CONFEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA



**CONLATINGRAF**  
CONFEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA



**CONLATINGRAF**  
CONFEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA