

## CONTEXTO SECTORIAL

La impresión 3D es un grupo de tecnologías de fabricación de productos por adición donde un objeto tridimensional es creado mediante la superposición de capas sucesivas de material (generalmente plástico o derivados).

El número de empresas españolas dedicadas a actividades de impresión 3D y derivados (CNAE 2009 – 181) asciende a 12.577 a finales de 2017. En la Comunitat Valenciana, el número de empresas es de 1.289 empresas, el 10,24% del total nacional.

A pesar del descenso del número de empresas en los últimos años (tanto en la Comunitat Valenciana como a nivel nacional), encontramos en el sector un gran volumen de facturación. Cabe recordar que es un sector en auge con previsiones muy positivas en los próximos años, favoreciendo la creación de nuevas empresas.

### EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS DE ARTES GRÁFICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS, COMUNITAT VALENCIANA, 2012-2017



## DAFO

### AMENAZAS

- Mayor competencia potencial por menor coste de la tecnología (reducción de las barreras de entrada)
- Fácilmente imitable en productos más genéricos (disponibilidad de encontrar productos similares en el mercado a menor coste)
- Demanda ocasional al no ser productos "necesarios"
- Desconocimiento de la evolución del mercado

### OPORTUNIDADES

- Negocio novedoso
- Nuevo segmento de mercado dentro del sector de la impresión
- Poca competencia actual
- Personal no requiere de una elevada formación
- Disminución de precios en la tecnología repercutiendo positivamente en la oferta y la demanda

### PUNTOS FUERTES

- Base tecnológica (no accesible para todo el público)
- Pocos establecimientos en la misma zona
- Sistema comercial innovador
- Variedad productos a producir
- Facilidad de adquirir las materias primas

### PUNTOS DÉBILES

- Requiere de una importante inversión inicial
- Requiere estar actualizado de forma continuada (tanto a nivel tecnológico como formativo)
- Difícil diferenciarse

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### TAMAÑO DE MERCADO

Debido al componente tecnológico del producto y servicio, el mercado potencial aumenta año a año, debido a las variables sociodemográficas y variables de comportamiento (cada vez más empresas implementan este tipo de productos). Se estima que el gasto en impresión 3D crecerá un 27% anual hasta 2019, generalizando su uso.

### CLIENTES

Personas entre los 25 y 50 años por su presumiblemente mayor poder adquisitivo, así como empresas que deseen incorporar impresoras 3D.

## ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

La mayor parte de las tiendas de impresión 3D se encuentran en la provincia de Valencia (55,57%) y Alicante (35,37%), mientras que en Castellón se localizan el 9,06% restante.

La forma jurídica más común en este tipo de empresas es la de sociedad limitada (51,34%) seguida de autónomo (40,39%)

## ¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Venta de impresoras Actividades de impresión y artes gráficas Servicios relacionados con las artes gráficas	Escaneado e impresión a escala de personas Asesoramiento y cursos de formación

## CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE IMPRESIÓN 3D TIPO

CNAE/SIC	18.12 / 27.41
IAE	474
Condición jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
Facturación	401.000 euros
Localización	Barrios de poblaciones principales y secundarias
Personal y estructura organizativa	Emprendedor y 2 personas (a menudo de carácter familiar)
Instalaciones	100 m <sup>2</sup> distribuidos entre taller, almacén y zona de venta
Clientes	Particulares que viven o frecuentan (25-50 años) la zona y empresas
Herramientas promocionales	Boca-oído, rótulos, asociaciones de comerciantes, publicidad en medios de comunicación locales, marketing digital (redes sociales y página web, así como herramientas de búsqueda)

## RECOMENDACIONES

Al tratarse de un sector en el que existen avances tecnológicos continuos, es importante que tanto tu maquinaria como los conocimientos técnicos de las personas que trabajan en tu empresa (si contratas personal) se encuentren debidamente actualizados.

Estudia a tu competencia más cercana y diferénciate ofreciendo diferentes servicios complementarios.

Por último, no olvides que la imagen del establecimiento es de gran importancia, por lo que debes cuidarla y darte a conocer empleando diferentes herramientas. Destacamos el desarrollo en el mundo digital, por ejemplo, a través de una página web clara y fácil de usar o bien empleando redes sociales de forma continua; así como otras herramientas del marketing digital. Con todo ello, podrás llegar al máximo número de personas y conseguir atraer a tu público objetivo.

## ENLACES DE INTERÉS

[www.camerdata.es](http://www.camerdata.es) · [www.ine.es](http://www.ine.es) · [www.upv.es](http://www.upv.es) · [www.eleconomista.es](http://www.eleconomista.es) · [www.einforma.com](http://www.einforma.com)