I

ncorporar innovaciones tecnológicas de punta en los procesos y desarrollos llevados a cabo en la industria gráfica, permite generar altos impactos en productos, servicios y procesos, atados igualmente a innovaciones de gestión, pues el desarrollo de la tecnología empleada en la impresión es un valor agregado en la cadena productiva gráfica.

La segmentación y diferenciación del producto permite la creación de nuevos estratos de mercado con productos especiales e, igualmente, mayores oportunidades de crecimiento (periódicos, revistas, libros, catálogos, empaques, etiquetas, entre otros).

Los diferentes tipos de innovaciones asociados al proceso de producción, al servicio, al producto, a la implementación de maquinaria, equipo, materia prima e insumos de tecnología reciente, permitirán, al empresario del sector gráﬁco, identiﬁcar las posibles estrategias que ha de implementar para el crecimiento y desarrollo de esta industria.

Integrar cada uno de los elementos de innovación con los servicios basados en la impresión convencional, le permite establecer una estructura que facilite la adaptación a estos procesos innovadores.

La utilización de tecnología reciente para lograr superioridad estratégica de marketing, posicionándose en el mercado de la impresión y preimpresión, debe ser una decisión estudiada concienzudamente, de acuerdo al entorno empresarial, la competencia, la clientela, los servicios y los productos.

En síntesis, crear estrategias innovadoras por parte de los empresarios de la industria gráfica, hace que aquellas prácticas desarrolladas en los procesos, fruto del estudio juicioso de la información del sector, así como también de analizar y establecer las capacidades de la empresas para innovar, se constituyan en el principal de los cimientos de un desarrollo evolutivo y empresarial.

*Mercedes Gaitan Angulo*