



EL MERCADO DE IMPRESIÓN

¿preparado para la disrupción digital?



EL MERCADO DE IMPRESIÓN

¿preparado para la disrupción digital?

La industria de impresión se encuentra en un momento en que tiene que afrontar los enormes cambios que se están produciendo en el mercado. Tanto fabricantes como partners se encuentran redefiniendo sus estrategias para adaptarse a un panorama disruptivo y centrándose en la tecnología digital.



La industria de impresión se encuentra en un momento en que tiene que afrontar los enormes cambios que se están produciendo en el mercado. Tanto fabricantes como partners se encuentran redefiniendo sus estrategias para adaptarse a un panorama disruptivo y centrándose en la tecnología digital. El mercado de impresión está afrontando una serie de retos que hace no mucho tiempo eran casi impensables. Al igual que el resto de los sectores, la digitalización de las empresas, con tendencias como la movilidad, la seguridad o la nube en mente, están haciendo que tanto fabricantes como los canales de distribución estén redefiniendo sus negocios.

¿ESTÁN PREPARADOS PARA LA DISRUPCIÓN?

Y para muestra un botón. Según el último estudio de Quocirca, directivos de los principales jugadores de este segmento se están preparando para un futuro en el que la disrupción será la protagonista. Así lo considera el 71% de los ejecutivos consultados por la firma de análisis, quienes creen que los retos a los que se van a tener que enfrentar van a marcar su futuro.

A pesar de que una gran mayoría de los directivos consideran que la transformación será la tónica predominante, sólo un 39% de los encuestados afirma que sus organizaciones están "muy bien preparadas" para lo que está por venir. El informe deja otras importantes conclusiones. Por ejemplo, cuando se les pidió que identificaran los

mayores cambios a los que se enfrentan de aquí a 2025, un 74% cree que éste será virar de un modelo de negocio basado en el producto a un modelo de negocio basado en el servicio, una evolución que también preocupa a los distribuidores.

Además, y aunque la importancia de los documentos en papel continuará reduciéndose en favor de las alternativas digitales, aspectos como la movilidad, el cloud, la seguridad y el flujo de tra-

bajo digital, representarán oportunidades de negocio significativas para la industria.

En palabra de Louella Fernandes, directora de investigación de Quocirca a la revista británica Channel Pro, "el informe Global Print 2025 revela que los principales requisitos de los usuarios finales a los proveedores serán la mejora de la experiencia en seguridad, la capacidad de automatizar los procesos y ofrecer una visión analítica".



EL MERCADO DE IMPRESIÓN SE TRANSFORMA

ATRAER A LOS MÁS JÓVENES

Si volvemos al estudio de Quocirca, un 70% de los directivos reconocieron la importancia de dirigir sus estrategias a solventar las demandas de los millennials, los cuales representarán tres cuartas partes de la fuerza laboral en 2025.

Éste es otro de los grandes retos de la industria que ve cómo los empleados cada vez envejecen más y las empresas se afanan en atraer y retener el talento joven. Expertos de la industria consideran que para atraer y retener dicho talento no es necesario centrarse únicamente en el ocio, sino que las empresas tienen que centrarse en la flexibilidad, la creación de planes de progreso profesional o incentivar los grupos de trabajo dinámicos.

Aquí la impresión también tiene mucho que decir, y mucho que evolucionar, si quiere crear experiencias relevantes y ofrecer nuevos servicios.

La movilidad, el cloud, la seguridad y el flujo de trabajo digital representarán oportunidades de negocio significativas para la industria

LAS CAMBIANTES NECESIDADES DE LAS PYMES INFLUYEN EN EL MERCADO DE IMPRESIÓN

En el mercado pyme, los proveedores de impresión tienen la oportunidad de compensar la disminución de los ingresos de los modelos de venta tradicionales centrados en hardware incrementando sus carteras de servicios. El estudio Global Print 2025 de Quocirca revela que, para el año 2025, el 26% de las pymes esperan que sus organizaciones tengan una relación más profunda con los proveedores de servicios de TI, frente al 23% actual.

Las pymes son diversas, y van desde startups de rápido crecimiento hasta empresas media-

nas y estables. Los planes de inversión en tecnología de las pymes varían según su enfoque y el tamaño del negocio, pero, de acuerdo con el informe de Quocirca, la seguridad informática y la nube encabezan la agenda.

Al igual que las empresas más grandes, las pymes están interesadas en implementar nuevas tecnologías, pero están limitadas por el presupuesto y su escasa experiencia en TI.

La investigación Global Print 2025 refleja estos requisitos cambiantes. En las organizaciones con entre 100 y 249 empleados, el 57% está buscando

un proveedor que pueda ser un socio estratégico tanto para el área de TI como para la línea de negocio, cifra que se eleva al 60% en organizaciones con entre 500 y 999 empleados. Más de la mitad de las pequeñas y medianas empresas esperan que un proveedor tenga una sólida experiencia en seguridad de TI, llegando al 65% en pymes con entre 500 y 999 empleados. Otros requisitos son la experiencia específica de la industria, las capacidades de automatización de procesos comerciales y la prestación de una visión analítica.



OPTIMISMO

A pesar de que el mercado de impresión ha pasado momentos difíciles, el informe de Quocirca muestra que los ejecutivos del mercado de impresión son optimistas con respecto al futuro. No obstante, la consultora asegura que el éxito será para aquellos que inviertan en software y en áreas como el Big Data, convirtiéndose en socios de las empresas para abordar proyectos de transformación digital y fomentando aspectos como la analítica.

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo
en redes



“Para sacar partido al potencial, estos tendrán que transformar la manera en que operan, apostando por un modelo de servicios administrados, creando ofertas segmentadas y aprovechando la analítica para comprender su base de clientes”. ■

Todas las novedades sobre el mercado de impresión en **#IMPRESIONIT**

**MÁS INFORMACIÓN**

[Toda la información sobre el mercado de impresión](#)



[Cuál es la propuesta de Brother para el mercado de impresión](#)



[Cuál es la propuesta de Canon para el mercado de impresión](#)



[Cuál es la propuesta de Epson para el mercado de impresión](#)

Información confidencial
sin recoger, despilfarro
de impresiones...

¿Te suena?

SecurePrint+

Solución de Seguridad de Brother

Descúbrela >

Súmate a la impresión segura con **SecurePrint+**

SecurePrint+ protege tus documentos y reduce el número de copias abandonadas en la impresora. Es una **solución idónea para entornos de coworking**, centros educativos y empresas que trabajan con **información sensible** o confidencial.

 **SEGURIDAD**

 **CONTROL**

 **AHORRO**



[Ver equipos >](#)



“EN BROTHER DISPONEMOS DE UNA AMPLIA GAMA DE SOLUCIONES PARA ATENDER EL MERCADO ESPAÑOL”

JOSÉ RAMÓN SANZ, RESPONSABLE DE MARKETING DE PRODUCTO DE BROTHER IBERIA

Con unas previsiones de crecimiento más que importantes José Ramón Sanz, Responsable de Marketing de Producto de Brother Iberia, analiza cómo está evolucionando el mercado de impresión y cuál es la oferta de la firma.

El mercado global de impresión creció en el último trimestre del año un 1,7% según datos de IDC. ¿Cuáles han sido los motivos de esta subida?

El mercado de impresión en España estuvo estable en 2017, el número de dispositivos comercializados fue prácticamente el mismo, pero se produjo un gran cambio en el mix de producto. Si el mercado español ha sido siempre un mercado de impresoras, en 2017 se vendieron tantos equipos multifunción láser como impresoras láser. Además de la mayor



demanda de equipos que, además de imprimir puedan escanear. Los equipos con mayor crecimiento fueron los equipos multifunción láser color con un crecimiento del 18%.

La impresión tiene una alta correlación con la economía en general. Si el escenario económico es positivo y el PIB crece, la venta de equipos también lo hace.

¿Qué tecnologías son las que están impulsando la demanda? ¿Por qué?

En impresión general, la tecnología láser ha tenido un mejor comportamiento que la tinta en 2017, tanto respecto de la tinta convencional como de la tinta profesional, con un decrecimiento de esta última después de 5 años de fuerte crecimiento. La funcionalidad de los nuevos lanzamientos, la fiabilidad de la tecnología y el desarrollo del multifunción en láser (en tinta, apenas hay impresoras ya) ha marcado el desarrollo del año.

¿Cómo cree que va a evolucionar el mercado de impresión en 2018?

No esperamos grandes movimientos, sino una evolución estable con

crecimiento moderado y cada vez más enfocado al multifunción que cada vez crecerá más. Además, esperamos fuertes crecimiento en todo lo que está alrededor de la movilidad tanto desde la impresión que se realiza desde dispositivos móviles, como desde trabajos que necesitan imprimir en movilidad documentos de tamaño A4, que precisan de equipos con mayor ancho de impresión que las impresoras de tickets portátiles convencionales.

¿Cuáles son las demandas de las empresas?

Además de las clásicas de rendimiento, precio, valor de la inversión a medio plazo y fiabilidad, cada vez tenemos más inquietudes por la parte medioambiental y la seguridad del aparato así como de la información que por él circula, incluyendo también en este apartado las dudas acerca de la entrada en vigor del Reglamento Europeo de Datos Personales o GDPR.

¿Qué papel está jugando en el crecimiento del mercado modelos de comercialización como el pago por uso?

No afecta tanto al crecimiento del mercado en sí como a que haya más modelos de comercialización disponibles, pues más marcas y más distribuidores tienen oferta en este sentido. Mientras que hace 5 años la oferta estaba concentrada en fabricantes de copiadoras A3 con altas cuotas mensuales, ahora es posible tener un equipo con todo incluido por menos de 25 euros al mes.

¿Y los servicios gestionados?

Mientras que la comercialización en pago por uso llega ya a todo tipo de empresas y de cualquier tamaño, los servicios gestionados incluyen, o pueden incluir, una serie de servicios 'a la carta' que suelen ser demandados por empresas de mayor tamaño. La solicitud de consultorías o de desarrollo de soluciones, por ejemplo, en materia de gestión documental como servicio gestionado es otro de los elementos que cada vez aparece con más frecuencia.



#Impresión

it User
TECH & BUSINESS

it
televisión

José Ramón Sanz
Responsable de marketing de producto de Brother

LA IMPRESIÓN TIENE QUE INCORPORARSE DENTRO DE LOS PLANES DE GDPR



¿Cuál es la oferta de su compañía para satisfacer las demandas de las empresas?

En Brother disponemos de una amplia gama de impresoras, equipos multifunción, escáneres y equipos de movilidad para atender el mercado español y una amplia y experta red de distribuidores que realizan su comercialización, de forma transaccional, contractual e

incorporando soluciones a medida conforme a las necesidades de cada cliente. ■



MÁS INFORMACIÓN

-  [Toda la información sobre el mercado de impresión](#)
-  [Cuál es la propuesta de Brother para el mercado de impresión](#)

TRABAJAR DESDE CUALQUIER LUGAR ES POSIBLE

La tecnología evoluciona a pasos de gigante, afectando a nuestro estilo de vida en todos sus sentidos. Desde nuestros hábitos de consumo más sencillos, como la compra online (de cualquier tipo de producto) desde ropa, comida, etc. hasta otras costumbres cotidianas más complejas como la rutina laboral. El uso de dispositivos móviles como tabletas, portátiles o smartphones han facilitado labores de oficina a trabajadores en diferentes áreas, mejorando la gestión de los

recursos e incrementando la productividad.

En ese sentido, y tras observar esta revolución tecnológica en el entorno laboral, se puede observar cómo existe una amplia diversidad de sectores, cuya rutina se basa en la movilidad y el desplazamiento, pasando cada vez menos tiempo en la oficina. Aunque en numerosos casos, existen tareas puntuales que obligan a los profesionales a romper con su itinerario y volver al centro de trabajo para solucionar gestiones

concretas, disminuyendo la productividad y el ahorro, tanto en tiempo como en gastos de producción; como en el caso de los transportistas puede ser el combustible.

Prestando atención a algunos sectores y haciendo hincapié en el área de la impresión, es interesante valorar como la posibilidad de producir documentos desde cualquier lugar es una opción fundamental, ahorrando en costes de tiempo y dinero, sobre todo, en el sector de las emergencias o la policía, para la producción de

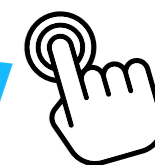
multas y notificaciones físicas, hasta la impresión de informes médicos de asistencia o primera valoración desde la ambulancia.

Puedes seguir leyendo esta tribuna de opinión [en este enlace](#)



JOSÉ RAMÓN SANZ, responsable de marketing de Brother España

Clica en la imagen para ver la infografía más grande





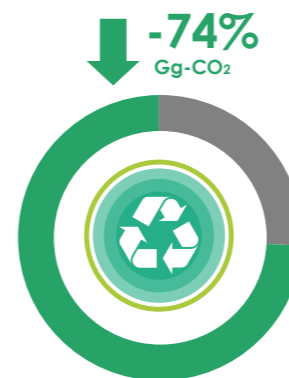
CANON Y LA SOSTENIBILIDAD

Nuestra filosofía corporativa Kyosei consiste en vivir y trabajar juntos para el bien común. Se trata de un valor muy enraizado en nuestra marca y que moldea nuestra forma de trabajar como parte de una comunidad más amplia, así como nuestra manera de entender la sostenibilidad.

Es la razón por la que Canon está a la cabeza en el desarrollo de iniciativas para ayudar a nuestra empresa y a la suya a conseguir una reducción drástica del impacto medioambiental y de las emisiones de carbono de nuestros productos.

Así lo demuestra nuestra gama de dispositivos EQ 80, que permiten reducir el impacto medioambiental mediante una elevada disminución de CO₂

DISMINUCIÓN DE LA EMISIÓN CO₂ RESPECTO A UN EQUIPO NUEVO

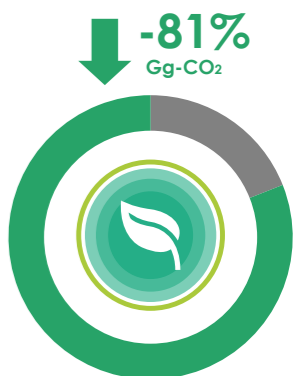


MATERIAL

Reutilizamos piezas y componentes, reduciendo la emisión de CO₂ respecto a la creación de otros equipos.

PRODUCCIÓN

La reutilización de piezas minimiza la necesidad de consumo de energía que supondría crear otras nuevas.



TRANSPORTE

Menor producción de CO₂ porque los equipos se recogen en parques locales.



Canon

See the bigger picture

“LA PROPUESTA DE VALOR DE CANON ESTÁ ORIENTADA A HACER MÁS FÁCIL LA VIDA DE LOS USUARIOS”

JOSÉ MANUEL ECHÁNOVE, MARKETING COUNTRY DIRECTOR DE CANON EN ESPAÑA Y PORTUGAL



El mercado de impresión está en crecimiento. Hablamos con José Manuel Echánove, marketing country director de Canon en España y Portugal, quien analiza cuál es el comportamiento que está teniendo este segmento y cómo va a evolucionar.

El mercado global de impresión creció en el último trimestre del año un 1,7% según datos de IDC. ¿Cuáles han sido los motivos de esta subida?

La recuperación de los datos positivos en el mercado de la impresión no puede atribuirse a un motivo concreto, sino a una combinación de factores y circunstancias que han propiciado que el mercado vuelva a ganar confianza y apuesta por la inversión. Las empresas comienzan ahora a relajar sus políticas de contención de

gasto y se centran en la inversión rentable.

¿Cuál ha sido el comportamiento del mercado de impresión en España?

En España el mercado continúa con una tímida tendencia al alza que viene manteniéndose en los últimos años. Si bien no es una subida espectacular, los datos positivos nos permiten ser optimistas y augurar que en los próximos años el sector continuará dándonos satisfacciones.

En nuestra opinión, existen dos grandes áreas de aplicación de la Impresión Digital claramente diferenciadas:

- La que comercializa el producto impreso por impresión digital, obteniendo por ello un beneficio (concepto “Print for profit”). Este área está representada principalmente por los grandes impresores comerciales,

empresas proveedoras de servicios de impresión externalizados, imprentas rápidas, reprografía digital, etc. Es decir, entornos de Impresión Digital de Alta Producción.

- La impresión digital para este tipo de empresas aporta grandes beneficios sobre las tecnologías tradicionales de impresión: impresión bajo demanda, personalización, tiradas cortas, mejora y reducción de plazos en los procesos de producción, nuevos productos gráficos, impresión justo a tiempo, nuevas áreas de aplicación de la impresión digital inimaginables hasta hace poco, etc

- La perspectiva, en los años venideros, es de una migración cada vez más significativa de volúmenes de impresión procedentes de tecnologías tradicionales a tecnología digital.

- La frase "Lo que pueda hacerse por procedimientos digitales acabará siendo digital", que se decía en los 90, y lleva camino de cumplirse inexorablemente.

- La oferta de productos, soluciones y servicios de Impresión de Alta Producción de Canon es probablemente la más amplia del mercado hoy en día y supone una de las áreas estratégicas de crecimiento de Ca-



non a corto y medio plazo.

La de las empresas que utilizan la impresión digital internamente en sus procesos documentales y que se enfrentan a otro tipo de requerimientos, necesidades, retos y desafíos: contención de gastos, servicios gestionados, pago por uso, movilidad, dispositivos móviles, seguridad, nube, etc. Muchas de ellas, especialmente las grandes empresas y los organismos públicos, toman la decisión de implantar Centros de Impresión propios (o CRD's), al tener volúmenes de impresión muy elevados, asumiendo así esta tarea de forma interna.

Esto permite obtener beneficios similares a los mencionados anteriormente para Impresores Comerciales, aunque concretados fundamentalmente en la racionalización y ahorro de costes y tiempos en sus procesos de producción masiva de documentos.

¿Qué tecnologías son las que están impulsando la demanda?
¿Por qué?

Las tecnologías que están impulsando más la demanda en la actualidad son, en primer lugar, la movilidad. El empleado tradicional se está transformando dando paso a usua-

Impresión Digital

rios que necesitan poder imprimir en remoto, utilizar cualquiera de los equipos de la oficina y acceder a los documentos en la nube.

Por otro lado, las mejoras en materia de seguridad también están impulsando la demanda al ayudar a las compañías a cumplir la nueva normativa.

Por último, los avances en ahorro de tinta y papel, así como las nuevas tintas, más respetuosas con el medioambiente, también contribuyen al crecimiento del sector.

¿Cómo cree que va a evolucionar el mercado de impresión en 2018?

Creemos que 2018 va a ser un año positivo para el sector, en el que se va a consolidar la tendencia alcista que hemos visto en los últimos ejercicios. Durante 2018 sin duda veremos cómo avanza el mercado en modelos como la impresión bajo demanda o la oficina móvil.

La seguridad también continuará ganando terreno, con la entrada en vigor del nuevo reglamento europeo en materia de protección de datos.

¿Cuáles son las demandas de las empresas?

Aunque las demandas de las empresas varían según el sector de actividad, el denominador común de todas son los servicios flexibles, que se adapten a sus necesidades en cada momento. Nos demandan, cada vez más, modelos compatibles con dispositivos móviles como tabletas o smartphones, ya que la movilidad en el sector empresarial es cada vez más alta así como un software de gestión de documentos sencillo e intuitivo



Todas las novedades sobre el mercado de impresión en #IMPRESIONIT



¿Qué papel está jugando en el crecimiento del mercado modelos de comercialización como el pago por uso?

Sin duda está jugando un papel fundamental. El pago por uso, o cos-

te por impresión, es la fórmula hacia la que va a tender el mercado en los próximos años, por eso desde Canon estamos adaptando nuestra oferta a este nuevo entorno de oportunidad.

¿Y los servicios gestionados?

La producción de documentos supone una parte importante del gasto empresarial, por eso los servicios gestionados de impresión o MPS, por sus siglas en inglés, son vitales

para ayudar a contener ese gasto. En Canon trabajamos mano a mano con nuestros clientes para conocer exactamente cuáles son sus hábitos de impresión. Con esta información diseñamos una solución de impresión a medida que reducirá los costes y las ineficiencias y le proporcionará seguridad.

¿Cuál es la oferta de su compañía para satisfacer las demandas de las empresas?

En Canon tenemos una amplia gama de servicios y soluciones a disposición de nuestros clientes, para ayudarles a mejorar su productividad, aportando propuestas de valor centradas sobre todo en hacer la vida más fácil a los usuarios, tanto internos como externos, de los servicios de impresión. ■

CÓMO MEJORAR LA COMUNICACIÓN DE LOS PSPS A SUS CLIENTES SOBRE LOS AVANCES EN TECNOLOGÍAS DE IMPRESIÓN

El mercado de impresión transaccional se está adaptando a un panorama cambiante donde la demanda se reduce a medida que las organizaciones cambian sus formas de comunicarse con los clientes. En un entorno donde priman la reducción y eliminación de costes innecesarios y donde se busca aumentar la eficiencia en los procesos, la produc-

ción de grandes volúmenes de correspondencia impresa con los clientes a veces puede considerarse costosa y laboriosa si se compara directamente con los formatos electrónicos.

En este contexto, cada vez es más importante para los proveedores de servicios de impresión (PSPs) repensar sus ofertas de servicios y cómo

las comunican a sus clientes. Por ejemplo, según el informe de Canon "The Bigger Picture: la opinión de sus clientes sobre el valor de la impresión" se pone de manifiesto que lo que realmente buscan los clientes de los PSPs es que las innovaciones tecnológicas que se producen les ayuden a lograr sus objetivos de comunicación.



ALICIA CIFRÉ. Commercial Printing & Production CRD Channel Director. Canon España y Portugal

Puedes leer la tribuna de opinión entera en [este enlace](#)



MÁS INFORMACIÓN



[Toda la información sobre el mercado de impresión](#)



[Cuál es la propuesta de Canon para el mercado de impresión](#)



96%

menos de energía que las impresoras láser

92%

Hasta un 92% menos de CO₂ que las impresoras láser

94%

menos de residuos que las impresoras láser



Tecnología ecológica, sin gas ozono



CON PRINT365 DISFRUTARÁ DE UN TODO INCLUIDO

INCLUYE



Impresoras o multifunción (de 1 a 10 unidades)



Entrega automática de los consumibles



Asistencia y mantenimiento in situ



Herramienta de seguimiento del consumo



MENSUALIDAD FIJA



www.epson.es/print365



EPSON®

“EPSON ES INNOVACIÓN SOSTENIBLE PARA LAS EMPRESAS”

ÓSCAR VISUÑA, DIRECTOR DIVISION BUSINESS DE EPSON

Tras unos años difíciles, el mercado de impresión vuelve a la senda del crecimiento. Hablamos con Óscar Visuña, Director Division Business, quien nos explica cuál es la visión y la propuesta de Epson.

El mercado global de impresión creció en el último trimestre del año un 1,7% según datos de IDC. ¿Cuáles han sido los motivos de esta subida?

Tras unos años de recelo y dificultad en la inversión, las empresas y administraciones están llevando a cabo –especialmente desde el último año y medio– nuevas implementaciones de tecnología, renovación de parque de dispositivos e incluso han incorporado nuevos servicios. Los famosos “brotes verdes” parece que van dando frutos y en el sector de la impresión se han levantado importantes proyectos.

¿Cuál ha sido el comportamiento del mercado de impresión en España?

La renovación de parque se alargó durante la etapa de dificultad económica. Esto supuso más tiempo de uso de equipos que, en muchos casos, quedaron obsoletos. Con la recuperación, ya se han visto proyectos relevantes e inversiones importantes en tecnología de impresión. Asimismo, la evolución de los servicios de impresión gestionados sigue al alza, con importantes crecimientos. De hecho, auguramos que el peso de este negocio va a alcanzar el 50% en nuestro caso en próximos años.

¿Qué tecnologías son las que están impulsando la demanda? ¿Por qué?

Business Inkjet. Esas dos palabras, que podríamos traducir como



inyección de tinta para empresas, representan el cambio tecnológico en las empresas y, por tanto, la generación de demanda de tecnologías de impresión más eficientes. Por eso hemos apostado tan fuerte por esta solución, con tecnología 100% propia, con la máxima calidad y los últimos avances en cabezales PrecisionCore. Activar el cambio supone importantes ventajas para la empresa, en cuanto a reducción de impacto medioambiental, ahorro

económico y, muy especialmente, adecuarse a las nuevas leyes de compra responsable.

Las empresas deben permanecer atentas y apostar por esta auténtica revolución de la impresión para entorno empresarial. Las compras de tecnología ya deben tener en cuenta aspectos como el TEC (medición de consumo energético habitual). En este sentido, consideramos que un partner como Epson ayuda a cualquier empresa a superar su propio

reto en sostenibilidad, a proporcionar resultados relevantes y a responder a la necesidad de compra medioambientalmente responsable.

¿Cómo cree que va a evolucionar el mercado de impresión en 2018?

La inyección de tinta es el nuevo rey del mercado. Nosotros nos hemos situado como punta de lanza de este cambio. El mercado de impresión está recibiendo grandes noticias como nuestra gama WorkForce Enterprise, que ya supera en velocidad a la tecnología láser y, por tanto, podemos decir que ha evolucionado convirtiéndose en la mejor solución para cualquier tipo de entorno. Como en el surf, quien se sube a la ola cuando aún está en crecimiento tendrá mejor estabilidad y mejor posición para conquistarla.

¿Cuáles son las demandas de las empresas?

Con la nueva ley GDPR y la preocupación por la seguridad y el control de costes/consumos, las empresas están demandando servicios completos, capaces de integrar soluciones adecuadas para una impresión segura, medible y gestionable. Así,

todos nuestros equipos son capaces de integrarse en sistemas interconectados, con dispositivos diversos.

Asimismo, se pone de manifiesto el aumento de los servicios de pago por uso, donde hemos hecho un importante despliegue de opciones que permite a cualquier empresa tener el control de qué le supone contar con la mejor solución de impresión de inyección de tinta para su negocio.

¿Qué papel está jugando en el crecimiento del mercado modelos de comercialización como el pago por uso?

Como decía anteriormente, su importancia es capital. Los modelos de pago por uso son una demanda real y, en nuestro caso, hemos optado por aportar valor real y transparencia en el control de costes. Nuestra oferta Epson Print365 es tan cómoda y sencilla como los sistemas de contrato actuales en el ámbito de la telefonía móvil. Diversas opciones, capaces de adaptarse a las necesidades del cliente, sin costes ocultos.

¿Y los servicios gestionados?

En cuanto a los servicios gestionados, teniendo en cuenta facto-



Yolanda Ortega
Reseller Manager de Epson Iberia



“NUESTRO NEGOCIO SIEMPRE VA A PASAR POR EL CANAL”

res como la nueva GDPR y la necesidad de incrementar la seguridad en la gestión documental en la empresa, resultan clave siempre y cuando vengan de la mano de una plataforma y una gestión controlada punto a punto. En este sentido, programas como Epson Print Performance, de la mano de nuestros principales partners, permiten a las empresas tener el control de las

impresiones que se hacen en sus instalaciones. Incluyendo plataformas como Epson Print Admin y Epson Device Admin, además, se incrementa el valor "seguridad" para

los responsables de innovación y IT managers de las empresas que incorporan nuestros MPS.

¿Cuál es la oferta de su compañía para satisfacer las demandas de las empresas?

Nos gusta decir que somos el partner tecnológico ideal para las empresas. Porque no hay otra compañía como Epson, capaz de dar solución

a todas las necesidades de equipamiento tecnológico. Quienes confían en Epson, tienen la garantía de trabajar con equipos 100% tecnología propia. Algo de vital importancia en cuanto a la fiabilidad, la garantía de uso y la capacidad de integración. Impresión, gestión documental, videoproyección... sin olvidar nuestra más reciente y prometedora innovación, Epson PaperLab. En breve, las empresas españolas tendrán a su disposición una solución de reciclaje y producción de papel "in-house". Entramos en terreno de economía circular, permitiendo cerrar el círculo. De soluciones de impresión, al reciclaje de los documentos previamente impresos y la generación de papel nuevo sobre el que se puede volver a imprimir. Epson es innovación sostenible. ■

CUATRO ÁREAS EN LAS QUE LAS TECNOLOGÍAS DE EPSON SON INDISPENSABLES PARA EL FUTURO DE EUROPA

El panorama europeo sigue evolucionando y a diario se producen nuevos debates sobre cómo las empresas pueden beneficiarse de las ventajas de la tecnología y responder a la necesidad creciente de contar con una mejor Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Con una mayor presión de los inversores, la cadena de suministro y los clientes, las empresas de todos los

segmentos buscan soluciones tecnológicas que mejoren su rendimiento corporativo, controlen el triple resultado y ayuden a conseguir tanto los objetivos energéticos de la UE, como los resultados deseados de Naciones Unidas en sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Todo ello se convierte en un factor indispensable para el futuro de Europa.

Incluso los cambios aparentemente pequeños pueden repercutir enormemente en el medio ambiente y en el impacto social de una organización. Esta es la razón por la que la visión corporativa de Epson se centra en cuatro áreas de innovación: impresión, robótica, comunicaciones visuales y tecnología wearable; quedan respuesta a necesidades de las empresas de Europa.



*HENNING OHLSSON,
director ejecutivo de Epson
Deutschland*


Puedes leer la tribuna de opinión entera en [este enlace](#)



MÁS INFORMACIÓN

[www](#) [Toda la información sobre el mercado de impresión](#)

[www](#) [Cuál es la propuesta de Epson para el mercado de impresión](#)



El mercado de impresión ha experimentado una profunda transformación ayudando a las empresas en sus procesos de digitalización.

¡Descubra en nuestro



cómo está evolucionando un sector clave en la Transformación Digital!



Impresión Digital

Con la colaboración de:

brother
at your side

Canon

EPSON
EXCEED YOUR VISION

