ImpresiÓNDigital

CENTRO DE RECURSOS

it

Era pospandemia, una oportunidad para transformar el negocio

brother

Era pospandemia,
una oportunidad para transformar el negocio

Las empresas de impresión pueden aprovechar esta oportunidad para impulsar iniciativas de transformación digital que traerán consigo múltiples mejoras. Algunos de estos cambios, por ejemplo, incluyen mejoras en el flujo de trabajo digital o la implementación de la tecnología web-to-print.

El cambio sísmico que innumerables industrias han experimentado en tan poco tiempo no es exagerado. Las medidas de distanciamiento social, en particular, presentan un desafío excepcional para las empresas más intensivas en contacto, especialmente porque es probable que se mantengan vigentes durante varios meses.

En un momento en que se minimizan el contacto humano y los puntos de contacto, la tecnología digital está demostrando ser un activo clave para abordar estos desafíos y apoyar nuevas formas de hacer negocios. Las plataformas digitales se han convertido en parte integral de la continuidad del negocio.

IMPACTO DE LA COVID-19

Con la transformación digital adoptada en todos los ámbitos, ¿cuál será el impacto en la im-

presión especializada? Para Graeme Richardson-Locke, Technical Support Manager de FESPA, eso dependerá en gran medida de la capacidad de cada empresa individual para adaptarse y realizar los cambios correctos y, cuando sea necesario, las inversiones.

En primer lugar, debe reconocerse que los modelos operativos tendrán que cambiar. Las empresas de impresión pueden aprovechar esta oportunidad para impulsar iniciativas de transformación digital que traerán consigo múltiples mejoras. Algunos de estos cambios, por ejemplo, pueden ser las mejoras en el flujo de trabajo digital y la implementación de la tecnología web-to-print, que pueden ayudar a resolver desafíos externos, gestionar la demanda fluctuante y ofrecer una experiencia positiva online para el cliente. Otros, como la introducción de una mayor automatización de flujo de trabajo de extremo a extremo, son cruciales para maximizar la productividad y facilitar una producción más inteligente y sostenible. Todos estos factores se han convertido en necesidades.

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN 2020 EXPERIMENTARÁ UN CRECIMIENTO CONTINUO A PESAR DE LA COVID-19

LLEGA EL WEB-TO-PRINT

Por ejemplo, web-to-print ha impulsado la reinvención exitosa de una serie de compañías de impresión, y aquellos que usan estas soluciones para configurar o mejorar los pedidos online tendrán una ventaja, ya que pueden ofrecer un servicio más ágil, una experiencia de compra fácil de usar y reducir los procesos iniciales de alto coste. Después de todo, cuando pensamos en el efecto transformador que la tecnología digital ha tenido en las empresas, el comercio electrónico es a menudo lo primero que se nos viene a la mente.

Un buen ejemplo de un modelo de negocio adaptado a las necesidades del cliente en este momento de aceleración digital es la impresión bajo demanda. Tener la capacidad de imprimir solo una vez trabajos que se han encargado brinda a los clientes la flexibilidad que ansían, al tiempo que elimina los desafíos que afrontan los proveedores de servicios de impresión en torno a las cantidades mínimas de pedidos y la gestión de existencias.

Sin embargo, ser capaz de satisfacer estas demandas cambiantes también significa encontrar formas de racionalizar la producción, maximizar

el tiempo de actividad y mejorar la respuesta a la mayor demanda de los clientes para volúmenes de pedidos más pequeños. Aquí la automatización tiene un papel clave que desempeñar. Afortunadamente, las herramientas de automatización empresarial ya no son exclusivas de las grandes empresas. Existen soluciones rentables para compañías más pequeñas que pueden ayudar a las empresas a manejar un número creciente de pedidos individuales, asegurando tiempos de respuesta y expectativas de clientes satisfechas.

REINVENTARSE O MORIR

Otra consideración clave es que, en un momento de cambios y disrupciones, las empresas de impresión deben estar preparadas para reinventarse y crear servicios y flujos de ingresos alternativos. Por ejemplo, los fabricantes de letreros aplican su experiencia gráfica en tiendas y puntos de venta para proporcionar elementos gráficos autoadhesivos para reforzar el distanciamiento social en tiendas, farmacias y otros lugares públicos.

A pesar de los tiempos turbulentos que se avecinan, los profesionales de la industria de la impresión aún pueden buscar oportunidades positivas para apoyar a los clientes de nuevas maneras y al mismo tiempo impulsar la innovación en sus pro-

¿Puede la pandemia estimular la innovación en el canal de impresión?

Históricamente, las pandemias han provocado oleadas de innovación y cambio social. Es el caso del COVID-19, que está acelerando la adopción de la automatización y la colaboración digital, a medida que el trabajo remoto se convierte en la "nueva normalidad". Algunas de las marcas más grandes del mundo, como Twitter, ya han respaldado la idea de trabajar en casa "para siempre".

Si trabajar desde casa se convierte en lo habitual, será una amenaza importante para los volúmenes de impresión de oficina que ya están disminuyendo. Aunque esto podría compensarse en cierta medida con una mayor impresión en el hogar, esta tendencia presenta nuevos desafíos, incluida la seguridad, la gestión de consumibles, la auditoría y la monitorización de los costes de impresión, y la eficiencia.

Según Quocirca, los proveedores de impresión y sus partners deberán reorientar sus negocios en adelante ajustando sus productos y servicios para abordar las necesidades cambiantes de impresión de los clientes. Afortunadamente, muchos vendedores y revendedores de la industria de la impresión reconocen que la crisis representa una oportunidad para la innovación en productos y servicios. De hecho, en la encuesta COVID-19 Business Impact de Quocirca, el 65% estuvo de acuerdo en que la pandemia podría estimular la innovación en sus negocios.

El canal en particular podría acelerar de manera proactiva las ventas para los OEM. Para lograr esto, necesita evaluar nuevos modelos de negocio y desarrollar o mejorar los servicios en la nube para impulsar la transformación digital. Quocirca apunta a seis áreas de oportunidad para el canal, he aquí las dos primeras:

• Servicios integrados de trabajo híbrido. Los equipos distribuidos necesitan soporte para nuevas prácticas de trabajo híbridas, con algunos empleados trabajando en el hogar y otros en la oficina. Los requisitos de soporte incluyen el aprovisionamiento inicial de equipos junto con el suministro continuo de consumibles y servicios de reciclaje. Las ofertas existentes de dispositivo como servicio ya van de alguna manera dirigidos hacia este objetivo y pueden vincularse a los acuerdos de servicios de impresión gestionados (MPS).

• Servicios de colaboración mejorados. A medida que los equipos se dispersen, las herramientas de colaboración integradas permitirán una comunicación fluida entre equipos remotos y equipos en la oficina. Muchos proveedores de MPS ya ofrecen pantallas interactivas y otras soluciones de comunicación visual como parte de sus ofertas más amplias.

ductos y servicios. Aunque la prioridad inmediata para los dueños de negocios hasta ahora ha sido el bienestar de sus empleados y las relaciones con sus clientes, los siguientes pasos deberían ser mirar más allá e intentar imaginar cómo será la 'nueva normalidad' para su negocio.

"Adoptar una mentalidad digital es un buen comienzo, ya que permitirá a las empresas de impresión mantener el ritmo de la aceleración digital y las expectativas cambiantes de los clientes. Los proveedores de servicios de impresión (PSP) tienen una oportunidad única de implementar nuevos modelos de negocios en línea que aborden los desafíos del mañana de hoy. Encontrar formas de digitalizar eficazmente los servicios ayudará a los PSP con visión de futuro a mantenerse un paso por delante de la competencia y perseverar en estos tiempos inciertos", señala Graeme Richardson-Locke, Technical Support Manager de FESPA. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre el mercado de impresión
- Cuál es la propuesta de Brother para el mercado de impresión
- Inteligencia artificial, ¿cómo afecta al mundo de la impresión?
- La importancia de la seguridad en el mundo de la impresión
- De la impresión 3D a la 4D
- La impresión, pieza clave para conseguir un mundo más sostenible
- El mercado de impresión, más allá del papel
- La transformación del mercado de impresión
- La impresión como herramienta para mejorar la productividad
- El mercado de impresión ¿preparado para la disrupción digital?

brother
at your side

Solución de impresión para entornos hiperdistribuidos

Para la mediana y gran empresa con empleados en **teletrabajo**

9,90 € empleado/mes*

Descubre más >

*Precio por puesto de trabajo basado en 25 equipos, modelo MFC-L2710DW, con un contrato a 4 años y un volumen de 200 páginas/mes. Impuestos no incluidos.

"EL CONFINAMIENTO HA LLEVADO A LAS EMPRESAS A REPLANTEAR SU ESTRATEGIA DE IMPRESIÓN"

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

La rápida expansión del Covid-19 ha llevado a miles de empress a tener que adaptarse al teletrabajo en tiempo récord. En su opinión, ¿cuáles están siendo los retos a los que se están enfrentando las organizaciones en lo que a impresión y gestión documental se refiere?

En España, antes de la pandemia el teletrabajo era casi inexistente o muy reducido. En muy poco tiempo las empresas han tenido que "ponerse las pilas" para dar soluciones de continuidad.

Si bien las empresas medianas o grandes sí tenían planes de este tipo, la mayoría de las pequeñas carecía de estos planes de contingencia. De un día para otro, la PYMES tuvieron que facilitar el teletrabajo de sus empleados suponiendo un caos para muchas de ellas. Esta realidad ha afectado a las rutinas diarias y a los equipos de impresión y digitalización.

¿Cuáles han sido los principales problemas a los que se han tenido que enfrentar?

En los primeros días de confinamiento, fueron muchas las empresas, o los propios empleados, las que acudieron a las tiendas de informática que continuaban abiertas o, sobre todo, al comercio online, para adquirir un equipo de impresión que cubriese las necesidades básicas de documentación que tenían y para no perder productividad, aunque estuvieran trabajando desde sus hogares.

Esto ha supuesto un problema ya que, las primeras semanas de confinamiento, se compraron equipos baratos o se adquirieron aquellas

impresoras que estaban en stock. Hay que tener en cuenta que en los meses de marzo y abril la demanda de equipos de impresión y digitalización se ha duplicado.

Sin embargo, esos equipos no son los más adecuados para soportar el trabajo desde un entorno profesional. El uso de escritorios remotos, de impresión y digitalización de aplicaciones propias de recursos de las empresas hace que no todos los equipos están preparados y eso ha creado frustración.

¿De qué manera está evolucionando el mercado de impresión para satisfacer la demanda de los trabajadores en remoto?

La situación vivida durante el confinamiento ha llevado a las empresas a replantear su estrategia de impresión y gestión documental. Tras la adquisición de equipos que no eran aptos para desarrollar la actividad de manera adecuada, y en previsión de lo que puede ocurrir en los próximos meses, las empresas han empezado a organizar esa demanda y esa compra de equipos para que, a futuro, los em-

pleados dispongan de soluciones que cubran sus necesidades. Ahora buscan equipos que ofrezcan una alta productividad, capacidad de digitalización, que dispongan de funcionalidades básicas como un alimentador de documentos, que sean capaces de conectarse a un servidor cuando se está digitalizando esos equipos, o que sean capaces de imprimir aplicaciones server directamente de la impresora, sobre todo para evitar los riesgos de seguridad.

¿De qué manera influye el teletrabajo en el aumento de los problemas de seguridad?

Si no se dispone de los equipos adecuados, además de ver lastrada la productividad, también se pone en peligro los sistemas empresariales. No hay que olvidar que si no se puede trabajar con la documentación desde el sistema al equipo de impresión o gestión documental se estaban generando ficheros con datos confidenciales o personales que o bien violaba la política de con-

"EL PAGO POR USO AYUDA A LAS EMPRESAS A MANTENER LA PRODUCTIVIDAD"

MOTIVOS POR LOS QUE LOS SISTEMAS MULTIFUNCIÓN SON TENDENCIA

JOSÉ RAMÓN SANZ, Responsable de Marketing de Producto de Brother Iberia

Hasta hace dos años aproximadamente, España era un país donde se vendían más impresoras que sistemas multifunción, una tendencia que ha cambiado en apenas 24 meses. El color está adquiriendo cada vez más protagonismo siendo uno de los motivos decisorios a la hora de comprar un equipo multifunción. Y es que, si tenemos en cuenta a las nuevas generaciones que se están incorporando al ámbito laboral, para ellas imprimir en monocromo supone una barrera, ya que no es la forma nativa en la que ven los documentos en la pantalla. Por eso la impresión a color se ha convertido en una necesidad para cualquier negocio.

Además, los grandes equipos de impresión centralizados, diseñados para su uso en las empresas, están dejando paso a soluciones más pequeñas, más próximas a los empleados, más preparadas en lo que a la protección de datos se refiere, y que también se gestionan a través de contratos de servicios. Ahora prima la impresión distribuida.

Otra tendencia que está impulsando la venta de sistemas multifunción son las capacidades de digitalización. Se demandan soluciones avanzadas, como la posibilidad de digitalizar un contenido y guardarlo en el servidor, o enviarlo a la nube, o por correo electrónico, o incluso para iniciar un flujo de trabajo que requiera la aprobación de otra persona.

Puedes leer la tribuna de opinión entera en este enlace

fidencialidad de la compañía o bien suponen un riesgo en términos de protección de datos.

En entornos distribuidos, ¿es el pago por uso el modelo más eficaz para satisfacer las demandas de impresión de los usuarios?

En entornos distribuidos el pago por uso es una solución y una ayuda para que las empresas mantengan la productividad que necesitan.

Cuando ahora se habla de impresión distribuida tenemos dos entornos de trabajo diferentes. El primero es que el está en las oficinas que significa que no va a haber un único equipo para dar respuesta a toda una plantilla de trabajadores, sino que va a haber varios equipos que evitan la confluencia de varias personas en el dispositivo. Así también se eliminan determinados riesgos que puedan producirse a la hora de manipular varias personas el mismo dispositivo. En este sentido, servicios de pago por uso que siempre han estado disponibles en equipos más grandes, ahora están disponibles para equipos más pequeños. Con esto las empresas se despreocupan de la compra de consumibles, de realizar llamada al servicio técnico o recibir una información puntualmente de cuál es la actividad que se tiene y pagar exclusivamente por las páginas que se han impreso.

En el segundo de los casos, la que se conoce como "impresión hiperdistribuida" es la que se produce cuando los empleados trabajan desde sus hogares. El equipo tiene que ser uno, tiene que satisfacer las necesidades que tenga la empresa y el trabajador. Es decir, tiene que ser más pequeño, debido a las propias dimensiones de los domicilios, y tiene que evitar factores como el acopio de consumibles, el tener un factor de riesgo, el que le llegue cuando lo necesite y la empresa tenga una total visibilidad de los costes.

En lo que al canal se refiere, ¿puede aprovechar las oportunidades que representa el teletrabajo? ¿De qué manera se tiene que adaptar la red de venta indirecta?

Durante el confinamiento, el canal de distribución ha sufrido, pero no hay que olvidar que la nueva situación, marcada por el trabajo en remoto, también supone una oportunidad para los distribuidores. Los entornos de impresión son necesarios en el teletrabajo y la labor del canal, de proximidad, asesoramiento y de comunicación continua, es esencial. Desde Brother ayudamos al canal a aprovechar con información extra que está disponible en nuestro blog, o haciendo realidad el concepto CoHo (Hogar corporativo) con soluciones adaptadas a los nuevos requerimientos como puede ser el Print-to-Office que consiste en enviar documentos en remoto para que una persona que está en la oficina, y que es el destinatario de esos documentos, pueda recogerlos garantizando la seguridad.

¿Cuál es la oferta de Brother en lo que a teletrabajo se refiere? ¿De qué manera ayuda a los trabajadores en remoto?

Disponemos de una solución distribuida que, desde 9,90 euros al mes, una empresa puede dotar a sus trabajadores de una solución de impresión y digitalización conforme a las necesidades que las empresas tienen. Éste es el punto de partida, ya que se puede configurar y desarrollar en función de las necesidades que la empresa o la persona tiene.

También disponemos de nuestra oferta de soluciones de pago por uso, que ya teníamos para oficina, y que está disponible para equipos más pequeños, más compactos y que supongan un menor desembolso para las empresas a la hora de incorporar más puntos de impresión y digitalización. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre el mercado de impresión
- Cuál es la propuesta de Brother 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

Centro de Recursos itUser

cómo está evolucionando un sector clave en la Transformación Digital!

ImpresiÓN Digital

Con la colaboración de: brother