



# Impresión Digital

CENTRO DE RECURSOS



La transformación  
del mercado  
de impresión



# La transformación del mercado de impresión

El sector de la impresión se enfrenta a numerosos cambios, ya que la transformación digital de las organizaciones está llevando a prescindir cada vez más de la documentación en papel, pasando gradualmente a una gestión documental en formatos digitales. Esto está llevando a las empresas del sector, fabricantes y proveedores de impresión a cambiar su modelo de negocio hacia la prestación de servicios más acordes con las necesidades de la nueva era digital.

En los últimos años las organizaciones están cambiando profundamente su forma de trabajar con la información a todos los niveles, y la impresión y gestión documental está acusando el golpe, viendo cómo se reducen sus perspectivas cada año. En este contexto, los fabricantes y proveedores de servicios de impresión están haciendo grandes esfuerzos a nivel de producto y de servicio para adaptarse a las nuevas necesidades de sus clientes, que se encaminan cada vez más

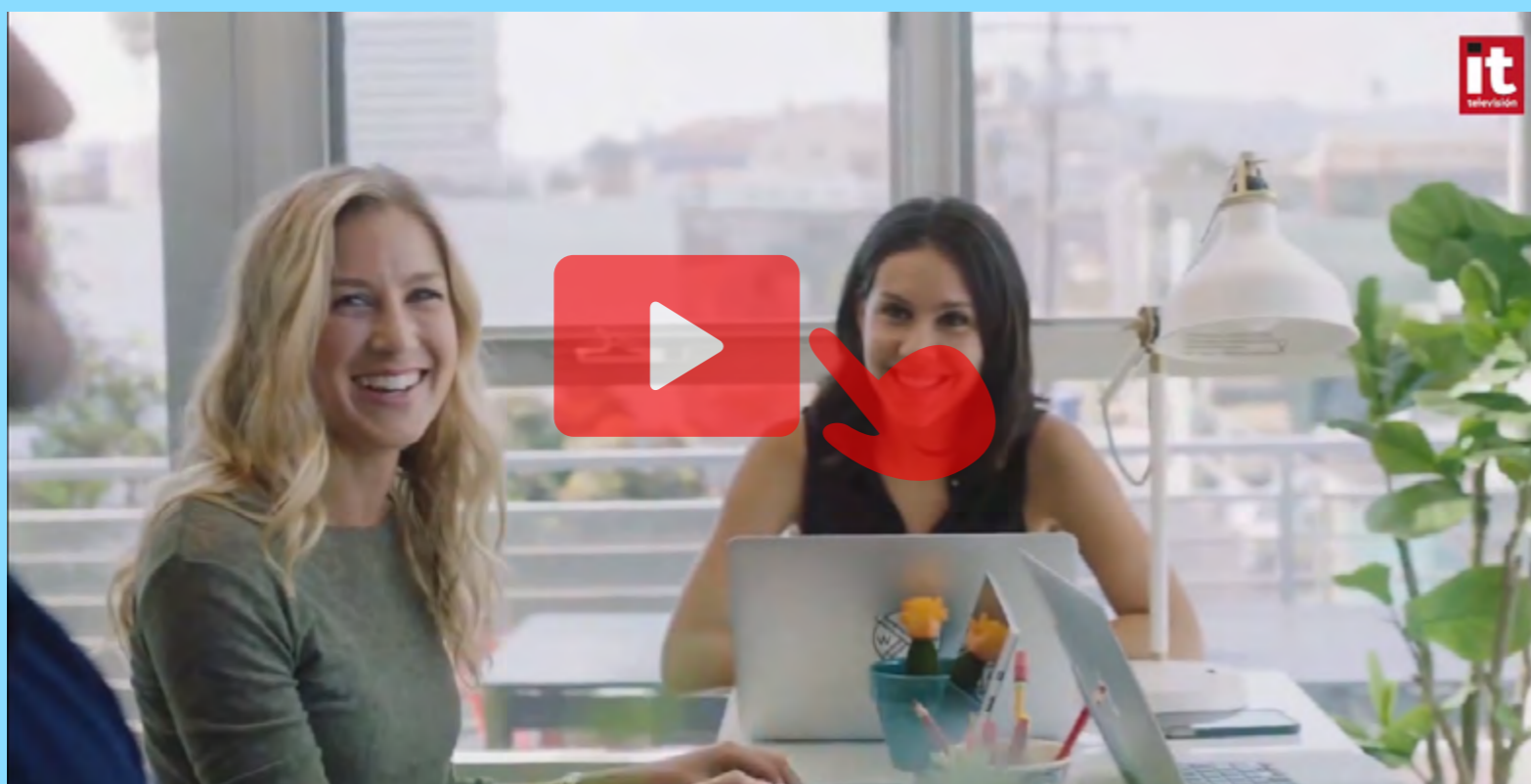
hacia lo digital. Por ahora la muerte del papel es una quimera, pero poco a poco se va reduciendo la importancia de la impresión en sí y del soporte de papel, dando paso a otra forma de trabajar con la información, basada en el mundo digital.

#### AVANCE DE LA IMPRESIÓN DIGITAL

Uno de los mercados más importantes del sector es el de las empresas dedicadas a la impresión comercial, con productos que van desde los

libros al etiquetado, la cartelería o el packaging de productos. Tradicionalmente, esta industria ha recurrido a la tecnología Offset para imprimir sus productos, pero en los últimos años se está registrando un importante avance de la impresión digital, que ofrece numerosas ventajas. Según los últimos datos, la tecnología Offset aún lidera el mercado, acaparando el 70% de las impresiones, y sigue siendo la opción preferida por sus menores costes en grandes volúmenes. Pero se está detectando desde hace años un retroceso del modelo de grandes tiradas en sectores como el editorial, y en menores cantidades la impresión digital muestra sus ventajas.

La más importante quizá sea que no se requiere una gran inversión para “poner en marcha las rotativas”, lo que permite imprimir volúmenes más pequeños con plena calidad y sin grandes costes iniciales. Además, las máquinas de impresión digital comercial son mucho más versátiles en cuanto a los formatos y soportes de impresión, y permiten cambiar de producto con gran facilidad, en comparación con la tecnología Offset. Por ello, los expertos prevén que la impresión digital seguirá ganando terreno a medida que las empresas del sector inviertan en el cambio a estas tecnologías, mucho más versátiles y mejor adaptadas a los nuevos tiempos. Pero aún pasarán años antes de que se pueda convertir en la tecnología predominante, sobre todo en la impresión de libros, prensa,



#### EL MERCADO DE IMPRESIÓN SE TRANSFORMA

packaging y documentación de diversa naturaleza, que todavía requiere un gran volumen.

### LAS PYMES Y LAS NUEVAS EMPRESAS PREFIEREN LO DIGITAL

Las grandes compañías, debido a la mayor rigidez y complejidad de su estructura, lo tienen más difícil para completar la transición hacia lo digital. Pero las PYMES no necesitan inversiones tan grandes para cambiar hacia modelos digitales, en lo que a la documentación se refiere. Por ello, las pequeñas y medianas empresas están abandonando con mayor rapidez su dependencia del papel y de la impresión tradicional, recurriendo a servicios digitales para la facturación,

la gestión documental y los registros del negocio. Esto les permite ahorrar costes en un plazo razonable, manteniendo una infraestructura de impresión muy reducida, para la que prefieren máquinas multifunción con conectividad a Internet y servicios digitales de valor añadido. Por ejemplo, la capacidad para digitalizar documentos de forma inteligente, extrayendo la información valiosa para incorporarla a su archivo de datos y poder extraer el valor que contiene.

Según los últimos informes del sector de impresión para PYMES, la capacidad de digitalización de documentos está cobrando mucha importancia para este tipo de compañías. Especialmente en Estados Unidos, donde interesa

especialmente al 86% de las empresas de entre 250 y 499 empleados, y al 50% de las empresas de entre 100 y 249 trabajadores. En Europa el panorama es más parejo, con unos porcentajes del 65% y 66%, respectivamente. Y, de cara a 2025, Las PYMES de EEUU llegarán al 88% y al 80%, y las de Europa al 80% y al 79%, respectivamente. Esto da una medida de cómo Europa va a avanzar con rapidez en la transformación digital en lo que se refiere a la documentación.

### NUEVOS MODELOS DE SERVICIO, NO DE PRODUCTO

Las necesidades de las grandes empresas son más amplias que las de las PYMES, pero la digitalización, la productividad y el ahorro de costes son de las más importantes. Por ahora, y en los próximos años, la mayoría de las empresas consideran que necesitan imprimir los documentos importantes, pero demandan cada vez más otros servicios más relacionados con la parte digital. La conectividad y los servicios en movilidad y en la nube se están volviendo muy importantes a la hora de elegir producto, así como las capacidades de digitalización inteligente de los documentos.

La demanda de los clientes profesionales está moviéndose cada vez más hacia los equipos multifunción, ya que les sirven no solo para imprimir y escanear, sino para automatizar la digitalización de los documentos en papel, algo fundamental





Fabricantes y proveedores de servicios de impresión están haciendo grandes esfuerzos a nivel de producto y de servicio para adaptarse a las nuevas necesidades de sus clientes

para incorporar esa información en sus archivos digitales. Pero las necesidades de los clientes van más allá, y de cara a la nueva era digital demandan una mayor conectividad, seguridad y servicios que permitan usar las impresoras en entornos digitales colaborativos, tanto dentro como fuera de la empresa.

Por ello, los proveedores de servicios de impresión están cambiando sus modelos de negocio para centrarse menos en los productos y más en los servicios, respondiendo a las necesidades de los clientes. Así, la digitalización, la gestión documental y las aplicaciones de movilidad ocuparán una parte más importante del negocio, y poco a poco la propia impresión pasará a ser un servicio

de valor añadido, intercambiando las posiciones actuales. Con este cambio de modelo los proveedores se están preparando para la creciente externalización de servicios que se vivirá en el entorno empresarial y en ciertos sectores de la administración pública, que prefieren subcontratar estos servicios para centrarse en las nuevas áreas de negocio digital y en los procesos de transformación en los que están inmersos.

### SECURIZACIÓN DE LOS DISPOSITIVOS Y LA INFORMACIÓN

La tendencia a la digitalización y a la interconexión con la nube conlleva una serie de riesgos para la seguridad de la información, y los

fabricantes de equipos y proveedores de servicios de impresión están cambiando sus estrategias y productos para proporcionar los niveles de protección que requieren las empresas para su seguridad interna y para garantizar el cumplimiento normativo en esta materia. Compañías como HP, que acapara la mayor parte de los mercados de impresión más importantes del mundo, es un ejemplo de hacia donde se dirigen los fabricantes en este sentido. Como algunos de sus competidores, desde hace tiempo está aplicando nuevas tecnologías para securizar sus equipos, tanto en las redes internas de las empresas como en las conexiones directas con la nube y los dispositivos móviles. Insiste en que esta seguridad debe estar implementada desde el diseño, con hardware que proteja frente a cualquier tipo de intrusión o hackeo.

Teniendo en cuenta que la tendencia de las

empresas va hacia los equipos multifunción, con los que digitalizan sus documentos, es vital proteger la información desde que los papeles entran en el escáner. Y esta estrategia debe integrarse perfectamente con las soluciones de seguridad presentes en el entorno empresarial y en la nube, de forma que no existan brechas. Este también será uno de los caballos de batalla de las empresas de servicios e impresión y gestión documental, que están poniendo el foco en mejorar la integración de sus servicios con los nuevos modelos de infraestructura híbrida

y multicloud de las empresas, y también en garantizar la seguridad a todos los niveles. Según los expertos, los proveedores que no sigan este camino verán reducida su cuota de mercado, ya que sus clientes exigen la máxima seguridad para sus datos, y solo contratarán a empresas que sean capaces de ofrecer estas garantías.

#### ¿SE LLEGARÁ A UNA OFICINA SIN PAPEL?

Las tendencias de digitalización impactarán con fuerza en los próximos años en las organizaciones a diferentes niveles. Por una parte, las em-

presas están avanzando hacia la digitalización de todos los datos, de forma que puedan transformar la información analógica en datos utilizables para mejorar los servicios a sus usuarios y aplicar business intelligence a tiempo real, acelerando la comprensión de la información y la toma de decisiones ejecutivas bien informadas. Por otro lado, las administraciones públicas están siguiendo un camino similar, tratando de sustituir la clásica burocracia que genera toneladas de papel al mes por nuevos modelos digitales de atención y servicio al ciudadano. Esto abarca desde los trámites de hacienda a los servicios sanitarios, cada vez más apoyados por plataformas digitales y aplicaciones móviles.

A esto se suma la transformación que se está produciendo en el propio entorno de trabajo, en el que están irrumpiendo con fuerza las tecnologías digitales y las nuevas formas de trabajar, para las que el papel está perdiendo importancia. Aunque los expertos indican que todavía está lejos de materializarse el concepto de oficina sin papel, al menos en las administraciones públicas y las grandes empresas. El panorama que muestran los expertos del sector de la impresión es que, actualmente, el 78% de las empresas afirma que el papel continúa siendo importante para su actividad diaria, y de aquí a 2025 este porcentaje se reduciría a un 64%. Pero estas cifras no son aplicables a las PYMES que están acometiendo la transformación digi-

## La capacidad de digitalización de documentos está cobrando mucha importancia en las PYMES



tal, ni a la mayoría de las empresas emergentes, que nacen con una base digital muy clara en la que el papel tiene una utilidad casi marginal.

### PREVISIONES PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS

Según los últimos informes del sector, el mercado europeo de hardware de impresión se mantendrá más o menos estable durante 2019, pero los expertos indican que seguirá creciendo la adopción de sistemas multifunción, a la vez que descenderá la venta de impresoras sin escáner. Destacan especialmente la subida que se experimentará en el sector de las PYMES, que apostarán más por impresoras MCF láser y de inyección de tinta. Además, afirman que los clientes se interesarán mucho por características como la velocidad y el volumen de impresión, además del coste por página. Otro segmento que también creen que crecerá por encima de la media será el de impresoras láser compactas. En cuanto a la impresión por inyección de tinta, estudios recientes prevén que el mercado crecerá un 9,4% hasta 2023, cuando alcanzará los 109.000 millones de dólares. Mientras tanto, el mercado general de impresión está creciendo tan solo un 0,8% anual, con previsiones de descenso del mercado de equipos láser.

Los expertos pronostican una consolidación del mercado de servicios de impresión gestionados (MPS) y un cambio hacia modelos de negocio contractuales y a la prestación de nuevos servicios digitales. Por otro lado, prevén que la creciente di-

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo  
en redes



gitalización de las empresas de comunicaciones y prensa generará un gran impacto negativo en la venta de hardware de impresión. Aunque opinan que el sector de la impresión de envases crecerá a lo largo del año, principalmente con sistemas de inyección de tinta.

En cuanto a los servicios de impresión, todo apunta a que los proveedores MPS se centrarán en incorporar a la gestión documental las tecnologías de la nube, la movilidad, IoT y determinadas capacidades de IA, en un intento por adaptarse al ecosistema digital que se está extendiendo entre las organizaciones. Y, en todo ello, la seguridad ocupará un papel central. Pero una característica cada vez más importante para las empresas, que es la obtención, el análisis y el procesamiento de Big Data todavía no va a llegar a los servicios de impresión y gestión documental, que aún no han invertido en el desarrollo de las tecnologías necesarias. Por ello, la digitalización de documentos se quedará a medio camino, y las empresas requerirán otras soluciones para extraer el valor de los datos provenientes del papel. ■

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 HP para el mercado de impresión](#)



[La impresión como herramienta para mejorar la productividad](#)



[El mercado de impresión ¿preparado para la disrupción digital?](#)

# Hasta 6.000 páginas con un solo cartucho (sin eXagerar)

Equipos de tinta profesional X Series



IMPRESIÓN  
A3



NUEVOS  
CARTUCHOS XL



FUNCIONES DE  
SEGURIDAD



CONECTIVIDAD  
AVANZADA

3

AÑOS DE  
GARANTÍA\*

brother.es





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

# “NUESTROS EQUIPOS INCORPORAN FUNCIONALIDADES QUE PERMITEN A LAS EMPRESAS GANAR EN PRODUCTIVIDAD”

La impresión tradicional está evolucionando. Segmentos como el de etiquetado e identificación se están convirtiendo en esenciales para todo tipo de empresas, que ven cómo, gracias a estas soluciones, pueden gestionar de mejor manera sus operaciones. José Ramón Sanz, responsable de marketing de producto de Brother, analiza esta evolución y explica cuál es la propuesta de Brother en este mercado.

**La transformación digital ha llevado a la irrupción de nuevas formas de impresión. ¿Cuáles son las tendencias que se están**



### imponiendo en este segmento de negocio?

Las principales tendencias que se están imponiendo en este segmento de negocio debido a la irrupción de nuevas formas de impresión son diversas y van desde la identificación, hasta la impresión en pequeño formato, que va más allá del tradicional A4 o A5, la impresión en movilidad, así como los distintos sistemas de servicios de impresión gestionados.

### ¿De qué manera impacta la digitalización en el mundo del etiquetado e identificación?

Las necesidades de organización, así como las disposiciones legales junto con el aumento de las necesidades de identificación de trazabilidad lleva a que todas las empresas, no solo las grandes, deban incorporar este tipo de soluciones.



Hoy en día los códigos de barras son imprescindibles en cualquier sistema de trazabilidad, evitan errores en la escritura y aseguran la inalterabilidad de la información original. Además, los códigos de barras sin ideales si es preciso

digitalizar la información en papel. Evitan errores en el proceso manual de los documentos al renombrar y guardar los ficheros de forma correcta. En definitiva, soluciones sencillas y adaptadas al tamaño de todas las empresas.

**“Las necesidades de organización, así como las disposiciones legales, junto con el aumento de las necesidades de identificación de trazabilidad, lleva a que todas las empresas deban incorporar este tipo de soluciones”**

### ¿Cuáles son las demandas de las empresas en este sentido? ¿Y las necesidades?

A grandes rasgos, las empresas están demandando soluciones de etiquetado y de movilidad, ya que éstas les ayudan a mejorar aspectos fundamentales de cada organización como son la mejora de la eficiencia, lo que les ayuda a ganar en productividad.

### ¿Cuál es el perfil de cliente de este tipo de soluciones?

Las nuevas formas de impresión son necesarias para cualquier empresa. En este sentido, todo tipo de compañía las demanda. Además, cada vez más pequeña empresa debe dotarse de estas soluciones dentro de la parte logística, productiva, calidad, empresas con personal que trabajan fuera de la oficina, tanto de índole comercial como técnico, etc ...

### ¿En qué mercados verticales tiene más sentido este tipo de soluciones?

Aunque cualquier mercado vertical puede adoptar este tipo de solucio-



nes, como se ha explicado anteriormente son la trazabilidad, los comercios, los almacenes, o la distribución, donde tiene un mayor sentido.

### ¿Qué papel va a jugar el canal de distribución a la hora de desarrollar este mercado?

La capilaridad del canal es clave para dar servicio a todo tipo de empresas en España.

El canal de distribución cada vez tiene más experiencia y conocimiento en estas áreas para asesorar e implementar soluciones

### ¿En qué consiste la propuesta de Brother en el terreno del etiquetado e identificación?

Por un lado, una amplia gama de productos para cubrir las necesidades de etiquetado e identificación

que abarcan hardware, software y materiales para realizar etiquetas concebidas para un uso permanente (etiquetas resistentes, tanto en interior como exterior, a temperaturas extremas, por ejemplo) o para etiquetas para uso de días o meses (etiquetas de identificación de envíos, etiquetado de alimentos envasados, precios en comercios, etc...), así como recursos



“Las empresas están demandando soluciones de etiquetado y de movilidad, ya que éstas les ayudan a mejorar aspectos fundamentales de cada organización”

para conocer más sobre los usos y necesidades de cada sector.

Brother también ofrece software para poder generar etiquetas de forma rápida e intuitiva tanto desde ordenador como desde el móvil.

### ¿De qué manera ayuda Brother a sus clientes?

Conociendo sus necesidades específicas, podemos darles una solución, siempre que esté en nuestra mano. Intentamos incorporar funcionalidades y características en nuestros equipos que permitan a las empresas ganar en eficiencia y productividad. ■

### MÁS INFORMACIÓN

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

[Toda la información sobre Brother](#)

[Toda la información sobre las soluciones de etiquetado e identificación](#)

## Ventajas de la personalización en identificación y etiquetado

Las empresas demandan soluciones de impresión que van más allá de equipos multifunción convencionales. Y es que la impresión en pequeños formatos se ha convertido en una necesidad que crece para las empresas y éstas van más allá de las impresoras de tiques que se encuentran en los puntos de venta. La identificación de instalaciones y artículos cada vez cuenta con una mayor demanda de las empresas que necesitan que el canal de distribución haga lo que también sabe hacer: apoyar y asesorar.

Y para muestra un botón. Según un estudio de Context, el segmento de “Impresoras de etique-

tas, códigos de barras y tiques” es el de mayor crecimiento dentro de la impresión documental en Europa Occidental, con lo que esto supone.

Ofrecer información más clara y comprensible o personalizar productos y documentos son algunos de los motivos por los que una empresa opta por el etiquetado. No en vano, a través de estas soluciones se evitan las ambigüedades y se minimizan los errores, y, sobre todo, se incrementa la seguridad.

Entre las principales ventajas de la identificación se encuentran la organización, el orden y la información, ya que ofrece a los usuarios todo lo que necesitan saber sobre un pro-



ducto y posibilita que lo diferencien de otros. ¿La principal ventaja? Se gana en eficiencia y se consigue agilizar los procesos de compra.

Además de distinguir, el etiquetado tiene como finalidad destacar y llamar la atención. De la mano del diseño, la creatividad y la tecnología, las etiquetas han dejado de ser manuscritos ilegibles para convertirse en identificadores llamativos y novedosos que toda empresa desea tener.

Aunque parezca que ésta es una tarea sencilla, es uno de los mayores retos a los que se enfrentan las empresas. Un correcto etiquetado proporciona una óptima visibilidad que conlleva una mejora de la productividad y transmite una imagen profesional e innovadora de la empresa.

Puedes leer esta Tribuna de Opinión completa en [este enlace](#)



# Soluciones HP JetAdvantage: Productividad y rentabilidad en toda la oficina.



# “HP DA UNA RESPUESTA PERSONALIZADA A LAS NECESIDADES DE IMPRESIÓN DE LAS EMPRESAS”

ANTONIO GUIRAU, RESPONSABLE DE PRODUCTO DE IMPRESIÓN DE HP IBERIA

**E**l mercado de impresión está en plena transformación. Con unas previsiones de crecimiento más que importantes Antonio Guirau, responsable de producto de impresión de HP Iberia, analiza cómo está evolucionando este segmento y cuál es la oferta de la firma.

**El mercado global de impresión continúa creciendo, según datos de IDC. ¿Cuáles son los motivos de esta subida? ¿Cómo está siendo el comportamiento del mercado de impresión en España?**

El mercado impresión en España está evolucionando de forma muy positiva, con un crecimiento de la primera mitad del 2018 del 15% en unidades según datos finales de IDC, siendo HP motor de innovación y de crecimiento. Es especialmente destacable el crecimiento imparable en el seg-



mento de tinta profesional, que aumentó un 128%, y que se consolida como clave en nuestro mercado después de que HP apostara por ella y la desarrollara de forma estratégica en su portfolio. Asimismo, el mercado de impresoras A3 ha experimentado un crecimiento mucho mayor de lo

previsto, con un 13%, permitiendo a HP convertirse en un fabricante importante en este segmento.

En este contexto, HP continúa creciendo en el segmento de A3 con una cuota de mercado acumulada del 12%, creciendo en ambos casos de forma sostenible por encima del mercado. Es importante destacar que las empresas están recibiendo de forma extraordinaria todas nuestras propuestas en el ámbito de la impresión profesional. Esto, por supuesto, se refleja claramente en un elevado nivel de satisfacción por parte de nuestros clientes.

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

En cuanto a los dispositivos, la demanda continuará creciendo en el área de las impresoras multifunción,

que están facilitando una mayor adopción de la digitalización y simplificación de los flujos de impresión y escaneado.

En cuanto al área de soluciones la demanda está creciendo de forma exponencial en aquellas basadas en la seguridad, la movilidad y las políticas medioambientales, las cuales marcarán las áreas de desarrollo de cara al futuro en el mercado de impresión.

En el área de seguridad, hoy las empresas están lidiando con una variedad sin precedentes de amenazas. Desde ataques cuyo objetivo es el fraude financiero, phishing, malware, adware hasta spam, la lista parece ser ilimitada. Y es que, con la explosión de datos y el aumento significativo de clientes en la red, se ha incrementado el número de oportunidades para los delitos

cibernéticos gracias a los puntos de conexión con una mala o casi nula protección. De hecho, el coste medio anual de los delitos cibernéticos se cifra en 11,7 millones de dólares<sup>1</sup>. De acuerdo con Risk Based Security, se produjeron más de 5.200 brechas que comprometieron la seguridad de casi 7.900 millones de registros en el 2017. Pero hay dispositivos que a menudo pasan desapercibidos, como es la impresora profesional. Y es que el 35 % de las organizaciones informaron de una amenaza de seguridad interna a través de impresoras. Ya no se trata de si te atacarán, sino de cuándo. Las empresas no solo deben preocuparse por la prevención o la protección contra un ataque. Deben poder detectarlo rápidamente cuando sucede, y de manera crucial, cuando los inevitables ataques suceden, las organizaciones deben ser capaces de recuperarse y mantener el negocio en marcha. Por ello, son necesarios equipos como los de HP diseñados para la ciberresistencia, no solo previniendo los ciberataques, sino también detectándolos y recuperándolos rápidamente.

Hoy en día, en todos los niveles de la empresa, elegir una impresora debe de ser una importante decisión de seguridad para reducir el riesgo de sufrir violaciones de datos.

En los últimos tiempos estamos constatando importantes cambios en los entornos de trabajo, a los que está contribuyendo de forma importante el uso creciente de dispositivos móviles. Hay que tener en cuenta que, en algunos ámbitos, los profesionales pueden pasar entre el 40% y el 60% fuera de sus puestos de tra-

bajo, y tienen la imperiosa necesidad de estar conectados en todo momento a través de sus smartphones, tablets u ordenadores portátiles.

Al mismo tiempo, la impresión móvil es un aspecto cada vez más demandado, ya que los profesionales quieren imprimir en cualquier momento y lugar, de forma fácil y segura. Pero, además, la impresión móvil permite a las empresas reducir costes y aumentar la flexibilidad y la productividad, al ayudar a dinamizar y optimizar recursos y flujos de tra-

bajo. Soluciones de impresión móvil como HP JetAdvantage permiten a los empleados disfrutar de impresión inalámbrica sencilla y segura al haber sido diseñadas para funcionar perfectamente con la mayoría de smartphones, tablets y ordenadores portátiles. Con estas soluciones es posible imprimir de forma inalámbrica en la oficina sin conectarse a la red de la empresa.

La sostenibilidad y el cuidado del medioambiente son otras de las prioridades en el área de impresión. De hecho, desde mediados de agosto el reciclaje de los cartuchos de tinta y tóner es obligatorio en España. La obligación de reciclaje afecta no solo a los establecimientos y fabricantes. Cuando en un producto o envase figura el símbolo del contenedor de basura tachado con un aspa, el consumidor es responsable de devolver el equipo en un punto de recogida autorizado. Las tiendas -también los comercios online- tienen la obligación de recoger los residuos de aparatos electrónicos siempre y cuando los usuarios compren en ese punto de venta un aparato nuevo de similares funciones.



**“SIEMPRE HABRÁ UNA NECESIDAD DE IMPRESIÓN EN EL MERCADO”**

## “Prácticamente todas las empresas en el entorno corporativo han apostado por los servicios de impresión gestionados”

Conscientes de su importancia para el futuro del planeta, HP fue el primer fabricante en ofrecer hace más de 25 años un sistema de devolución y reciclaje de sus cartuchos de tóner y tinta sencillo y gratuito, a través del programa HP Planet Partners. Esta iniciativa, disponible actualmente en más de 60 países, garantiza que HP jamás rellenará ni revenderá cartuchos de impresión, ni los desechará en vertederos. Por otro lado, uno de los ejes de la estrategia de innovación de HP es su revolucionario programa de economía circular o “ciclo cerrado”, que fue también pionero en el uso de plástico reciclado para fabricar nuevos productos. Una vez que el cliente devuelve los cartuchos de tinta y tóner a través del programa HP Planet Partners, la compañía separa materiales como los plásticos y metales, y añade plásticos reciclados para cartuchos de tinta (botellas

o perchas) y plásticos nuevos en el caso de los cartuchos de tóner.

Cabe destacar, a su vez, cómo durante los últimos años ha habido importantísimos avances alrededor de los servicios de impresión, que han hecho que ahora sean realmente atractivos para las organizaciones. Desde sus inicios, HP está liderando la evolución en el ámbito MPS, que engloba el ecosistema completo de impresión (hardware, software, servicios y soluciones), y a lo largo de estos años ha contribuido a la evolución desde la optimización y gestión de la flota de impresoras en las empresas (MPS 1.0), a la optimización del papel (MPS 2.0) y, posteriormente, a los flujos de trabajo con soluciones de colaboración (MPS 3.0).

HP se ha configurado como uno de los principales motores del cambio en un entorno en el que las empresas comienzan a considerar la tran-

sición hacia el denominado MWS 4.0 (Managed Workspace Services 4.0), en el que el foco de los servicios se sitúa en la optimización del rendimiento del puesto de trabajo.

La evolución del MPS al MWS 4.0 supone la convergencia de los ámbitos de sistemas personales e impresión en el puesto de trabajo, donde HP aporta un valor único, permitiendo optimizar el rendimiento tanto del usuario como de los procesos de TI. Un ejemplo de este valor diferencial son las soluciones de seguridad, en las que el conocimiento y la innovación en el área de sistemas personales se han aplicado a las soluciones de impresión, lo que nos ha proporcionado una importante ventaja competitiva. Esta convergencia es clave en la estrategia de HP.

### ¿Qué papel está jugando en el crecimiento del mercado modelos de comercialización como el pago por uso? ¿Y los servicios gestionados?

Hoy en día, aproximadamente el 70% de nuestro negocio de impresión corresponde al modelo de servicios gestionados. Y es que este modelo tiene una gran demanda entre

las empresas siendo algunas de las principales razones la optimización de costes y la preocupación por la seguridad. La situación económica ha llevado a las empresas a buscar maneras de optimizar los costes y aprovechar las nuevas tecnologías para impulsar la productividad y rentabilidad, y una de ellas es a través de la contratación de los servicios de impresión.

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

En cuanto a la oferta de HP cabe destacar la ampliación del porfolio al incorporar las impresoras A3 de Samsung que junto a las familias HP Laser Jet y HP PageWide completan la oferta de servicios y soluciones de HP para dar una respuesta personalizada a las necesidades de impresión de las empresas.

Estas soluciones están pensadas para mejorar la flexibilidad y productividad de los equipos de impresión, tal y como consigue la tecnología de la nueva plataforma PageWide Pro, permitiendo soportar un mayor conjunto de soluciones, como por ejem-



plo Papercut o Nuance Safecom, con un interfaz de usuario sencillo, polivalente y personalizable. Adicionalmente, existe una mayor amplitud de portfolio ya que se da la posibilidad de elegir 40, 50 o 60 páginas por minuto, y diferentes tipos de finalizadores, ya sean internos o externos. Todo esto, añadiendo nuevas soluciones de seguridad que aseguran un entorno de trabajo seguro fuera de malware.

Todas estas novedades las incluyen equipos como la HP PageWide Pro P77940dn, que supera una importante barrera que afecta a las impresoras tradicionales, ya que el cabezal de impresión de estas impresoras se extiende para cubrir totalmente el ancho de la página, lo que le permite ofrecer un mejor rendimiento y una calidad de impresión superior. Estos cabezales se componen de 1.200 boquillas de color, cada una de ellas más pequeñas que un cabello humano expulsando millones de gotas por segundo, por lo que suponen un ahorro en costes de hasta el 50% con respecto a la tecnología de impresión láser. Son capaces de im-

primir hasta 70 páginas por minuto, todo un récord debido a que al tener unos cartuchos del mismo o de mayor tamaño que una hoja de papel, la impresora no necesita realizar el proceso de mapeado y directamente lanza los chorros de tinta simultáneamente entre todas sus boquillas, y además ofrecen la mejor calidad de imagen.

Junto a la tecnología PageWide debemos destacar que la familia de impresoras OfficeJet Pro de HP ofrecen un sistema de cambio de cartuchos muy sencillo, algo que también las diferencia claramente de los sistemas basados en láser, en los que el cambio de tóner, rodillos de imagen y correa de transferencia se muestra como una tarea bastante engorrosa.

Además, el segmento A3 representa la mayor oportunidad de crecimiento para HP en el mercado de la impresión profesional y HP lo ha reforzado combinándolo con el negocio de impresoras A3 de Samsung que refuerza el portfolio de la compañía para dar respuesta a todas las necesidades de nuestros clientes, contando así con la oferta de impresión más completa del mercado. ■



### MÁS INFORMACIÓN



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



[Toda la información sobre HP](#)



## Cómo potenciar el puesto de trabajo


Gracias a la digitalización del puesto de trabajo se pueden hacer más cosas de una mejor manera. No en vano, según la consultora Advice Strategic Consultants, la digitalización aumenta la productividad en un 22% y la competitividad en un 30%. Además, y según un informe de la Comisión Europea, las empresas que se han transformado digitalmente han visto cómo han incrementado su negocio en un 10%, gracias al ahorro de costes que han obtenido o a la automatización de procesos, que ha logrado que se simplifique la gestión y se gane en disponibilidad. Para ayudar a las empresas en sus procesos de digitalización del puesto de trabajo, HP pro-



pone JetAdvantage Link & App, una gama de soluciones que permite a las empresas ganar en competitividad, ya que posibilita centralizar la gestión de su flota para que pueda ocuparse fácilmente de las impresoras, escáneres y equipos multifunción, de modo que tenga más tiempo para dedicarse a tareas más importantes.

Puedes leer el reportaje completo en [este enlace](#)





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:

